

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

---

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А.Н. КОСЫГИНА  
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»



УНИВЕРСИТЕТ  
КОСЫГИНА

## **ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ**

**73-ей ВНУТРИВУЗОВСКОЙ НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ – ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ ОБЩЕСТВА  
(МИР-2021)»**

## **ЧАСТЬ 2**

МОСКВА - 2021

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

---

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. А.Н. КОСЫГИНА  
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ  
73-ей ВНУТРИВУЗОВСКОЙ  
НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ –  
ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ ОБЩЕСТВА  
(МИР-2021)»**

Часть 2

**МОСКВА - 2021**



УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

В60

Тезисы докладов 73-ей Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2021)». Часть 1, 2021 г. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021. – 310 с.

В сборник включены тезисы докладов, выполненных в рамках 73-ей Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2021)» на кафедрах института Экономики и менеджмента, института Славянской культуры, 22 по 26 марта 2021 г.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

#### **Редакционная коллегия**

Силаков А.В., проректор по науке; Оленева О.С., доцент; Гуторова Н.В., начальник ОНИР; Андросова И.В., старший преподаватель

#### **Научное издание**

Печатается в авторской редакции

**ISBN 978-5-00181-105-3**

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021

© Коллектив авторов, 2021



## ИННОВАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Абрамова Ю.Г., гр. МАГ-Э-420

Научный руководитель: доц. Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Динамичное развитие технологий и инноваций на сегодняшний день привело к тому, что многие создаваемые предприятия находятся в сложных условиях, практически на грани выживания, за счет повышения с каждым годом уровня конкурентной борьбы.

Для большинства предприятий инновационная деятельность представляет собой процесс производства наукоемкой продукции, создание высококачественных механизмов, способных целесообразно внедряться в деятельность предприятия и приносить значительный вклад в развитие и улучшение качества жизнедеятельности человечества. Эффективное вовлечение новых технологий – один из инструментов, которым пользуются предприятия в качестве проявления и повышения инновационного потенциала. Оценка инновационного потенциала позволяет предприятию правильно сфокусироваться на своих возможностях, четко сформировать направления дальнейшего развития компании.

На сегодняшний день рынок розничной торговли является одним из быстроразвивающихся, и наиболее привлекательным для внедрения новых технологий. Из-за высокого уровня конкуренции торговые сети с каждым годом предлагают все более совершенные инновационные решения, связанные с оснащения магазина, обновления продукции и оборудования. Так, к инновациям, используемым в розничной торговле, можно отнести: кассы самообслуживания; прайс-чекеры (устройства для сканирования штрихкодов); дисконтные карты; ручные сканеры; автоматические упаковщики; технологии Big Data, позволяющие спрогнозировать спрос на необходимый товар в конкретной торговой точке. Развитие и внедрение новшеств в розничной торговле напрямую направлено на удовлетворение возрастающих потребностей покупателей.

Современные технологий предоставляет большие возможности для внедрения инноваций в розничные сети, в особенности, в «онлайн-торговлю». События прошлого года, связанные с пандемией, усугубили положение большинства предприятий ритейла и в то же время поспособствовали развитию и расширению различных «онлайн-покупок» и доставок необходимых товаров до потребителя.

Несмотря на то, что пандемия оказала существенное влияние на восприятие индивидуумов, большинство людей не хотят отказываться от посещения реальных магазинов и совершения покупок офлайн. Поэтому уже сейчас планируется использование в торговых залах «умных тележек», а в ближайшее десятилетие – внедрение новейших технологий с использованием роботов, беспрепятственной оплаты покупок и т.д.



## **ОБЯЗАТЕЛЬСТВА КОМПАНИИ: СТРУКТУРА И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ**

Агафонова В.О., гр. ЭЭФ-117

Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Коммерческие организации постоянно совершают финансовые операции, связанные с движением материальных ресурсов, денежных средств и принятием на себя определенных обязательств, которые принято называть кредиторской задолженностью. Под кредиторской задолженностью организации понимается ее задолженность другим юридическим и физическим лицам: организациям, индивидуальным предпринимателям, работникам.

Актуальность проблемы управления кредиторской задолженностью обусловлена тем, что эффективное управление кредитной политикой предприятия является одной из важнейших задач, от решения которой зависит ее финансовая устойчивость и платежеспособность. Анализ кредиторской задолженности включает необходимость рассмотрения комплекса взаимосвязанных задач, связанных с рассмотрением структуры кредиторской задолженности и оценке финансового положения компании.

К обязательствам компании относятся: займы, кредиты, кредиторская задолженность, обязательства по распределению валового внутреннего продукта. Обязательства компании разделяются на текущие и долгосрочные обязательства.

Коммерческие банки, являясь коммерческой организацией, обладают спецификой формирования и управления обязательствами. Обязательства коммерческого банка составляют основную часть ресурсов кредитной организации. К ним относят депозиты и недепозитные источники ресурсов, к которым относятся кредиты ЦБ РФ и других банков и другие источники. В структуре обязательств коммерческого банка наибольшую долю занимают средства их клиентов: остатки на расчетных счетах клиентов, депозиты юридических лиц, вклады населения.

Средства клиентов являются наиболее значимыми финансовыми ресурсами банка. Увеличение доли средств от клиентов снижает процентные расходы банка, одновременно понижая его ликвидность. Одной из важнейших задач управления обязательствами коммерческого банка является поддержание их на оптимальном уровне, который должен составлять до 30% ресурсной базы.

Исходя из этого, структура и методы управления обязательствами коммерческого банка имеют существенные отличия по сравнению с производственными или коммерческими организациями.



## **ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Бредихина К.В., гр. МАГ-Э-420

Научный руководитель: доц. Макарова Н.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В настоящее время в связи с активным развитием экономики, интеграций на мировой рынок, а так же различных трансформационных процессов, связанных с изменениями в экономической, финансовой, инновационной и социальных сфер, организации вынуждены повышать свои конкурентоспособные преимущества в долгосрочной перспективе с помощью финансовой стратегии.

Финансовая стратегия организации – это сложная многофакторная модель, основная цель которой – формирование и использование финансово-ресурсного потенциала. Внедрение стратегического финансового управления сегодня направлено на инновационный путь развития, который в свою очередь требует мощную активизацию инновационной деятельности во всех сферах, в том числе и финансовой. Для успешного перехода на путь развития, целесообразно проанализировать успешные зарубежные компании и принять стоимостной подход, который больше подходит под сегодняшние условия рынка и скорректирован на инновационность развития.

Организациям следует пересмотреть устаревшие принципы своего финансового управления, обратить внимание на то, что сегодня в приоритете не сиюминутное получение прибыли, а динамичное увеличение добавленной стоимости, которое создаётся с помощью инновационного развития. Поэтому перед руководителями возникает необходимость быстро приспосабливаться к внешним изменяющимся факторам и руководствоваться общими принципами системного и рационального подходов, которые в совокупности предполагают, что только целостное рассмотрение всех стратегий позволяет разработать стратегический план организации.

Целесообразность финансовой стратегии в современных условиях заключается в том, что грамотно и чётко выстроенная финансовая стратегия позволяет не только обеспечить организацию финансовыми ресурсами и сгладить риски, но и даёт возможность определить перечень стратегических целей для эффективного развития. На данной основе, разработка финансовой стратегии способствует эффективной финансовой деятельности организации, а именно, привлечение и использование финансовых ресурсов, и координацию денежных потоков, обеспечивающих рост рыночной стоимости организации. Таким образом, используя сегодня, принципы системного и рационального подходов, стратегическое финансовое планирование даст полный анализ перспектив организации,





раскроет рост возможностей и опасностей, которые способны изменить положение организации на рынке.

## СДЕЛКИ M&A В FASHION ИНДУСТРИИ

Галстян Д.Г., гр. МАГ-Э-420

Научный руководитель: доц. Генералова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Модная индустрия является молодой отраслью с выраженным креативным характером операционной деятельности компаний. Бизнес в индустрии моды характеризуется высокой конкурентностью и часто меняющимися трендами, которые задают постоянное его развитие.

Несмотря на творческий характер деятельности, в индустрии существует множество стандартных бизнес-процессов. Так, например в последнее время в новостях можно прочесть про сделки слияния и поглощения (M&A) в отрасли. M&A – это два основных вида сделки, в результате которых на рынке появляются более крупные компании. Количество слияний и поглощений возрастает. Современные условия конкуренции диктуют компаниям агрессивные стратегии роста путем слияний и поглощений и укрупнения капитала. Увеличение количества сделок M&A в модной индустрии обусловлены ростом продаж на онлайн-маркете и снижением объемов продаж в магазинах. Также стимулом для M&A является хорошее финансовое состояние многих компаний. Сегмент luxury считается высокодоходным даже в период кризиса, и ставки по кредитам находятся на низком уровне, что способствует росту сделок.

На российском рынке последней крупной сделкой является покупка с передачей исключительных прав на товарные знаки сети магазинов Sela, включающей 278 магазинов Петербургской Melon Fashion Group (MFG) 1 августа 2019 года. В портфолио Melon Fashion Group входят такие бренды как befree, Love Republic и Zarina итд. Цель данной сделки – развитие Sela как бренда новым стратегическим партнером. О сумме сделки неизвестно. После сделки в компании продолжают работать над развитием собственной розницы и франчайзинговой сети. Развивается сеть интернет-магазинов и сотрудничество с маркетплейсами. Сегодня компания фокусируется на объединении активов и приведения бизнес-процессов под собственные стандарты. В планах MFG постепенное укрупнение форматов розничных сетей для собственных брендов с перспективой роста средней площади магазинов до отметки в 100 кв.м.

На международном рынке M&A лидер модной индустрии – LVMH в апреле 2019 года приобрел Dior за €6,5 млрд, в январе 2021 года было завершено приобретение американской Tiffany & Co. На данный момент в портфеле LVMH числится около 75 брендов, среди которых – Givenchy,



Christian Dior, Louis Vuitton, Givenchy, Guerlain, и другие производители класса люкса.

## **ОЦЕНКА И АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ИНЖЕНЕРНО-АРХИТЕКТУРНОЙ ОТРАСЛИ**

Гуменная Н.С., гр. МАГ-Э-419

Научный руководитель: доц.Макарова Н.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Прошлый год выдался, для отечественного бизнеса, в особенности малого и среднего, крайне непростым, если по данным ФНС, на декабрь 2019 года субъектов МСП насчитывалось свыше 5,9 млн., то на декабрь 2020 года их осталось менее 5,7 миллионов. Строительной отрасли в 2020 году удалось сохранить стабильность исключительно благодаря утвержденной в апреле программе льготного ипотечного кредитования.

Возникла необходимость рассмотреть финансовую устойчивость смежной инженерно-архитектурной отрасли на примере десяти организаций за период с 2018-2020 года.

Объединяющими факторами этих организаций являются:

1. Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью;

2. ОКВЭД: 71.1 – Деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий и предоставление технических консультаций в этих областях.

Маркетинговая ситуация развивается, для предприятий, в худшую сторону. Можно сделать вывод о низкой конкурентоспособности выпускаемой продукции и неудовлетворительной маркетинговой деятельности руководства организаций. Также следует обратить внимание, что произошло снижение валовой маржи (за весь период зафиксировано постепенное снижение этого показателя).

У предприятий отсутствуют остатки нераспределенной прибыли в бухгалтерском балансе (это означает, что организация не имеет собственных средств для формирования фондов экономического развития в следующем периоде). (характерно для всех организаций)

Организации имеет несбалансированность дебиторской задолженности и краткосрочных обязательств. Кроме этого, имеется негативная тенденция опережающего роста краткосрочных обязательств по сравнению с изменением дебиторской задолженности. (характерно для всех организаций)

Финансовое состояние организаций на конец анализируемого периода является устойчивым, так как в ходе анализа установлен излишек собственных оборотных средств, излишек собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов, и излишек общей величины основных источников формирования запасов.





Проанализировав шесть моделей оценки вероятности банкротства, можно говорить о том, что на текущий период организации имеют нормальное финансовое состояние. Финансовые показатели предприятия находятся очень близко к оптимальным, но по отдельным коэффициентам допущены некоторые отставания.

Предприятие отличается низким уровнем финансовой устойчивости. Большинство коэффициентов финансовой устойчивости ниже нормативных значений. Тенденция этих показателей носит негативную динамику. Формальные показатели ликвидности находятся на высоком уровне. И как следствие, рыночная деятельность организации неудовлетворительная, необходимо обратить внимание на улучшение конкурентоспособности продукции и смену или кардинальное изменение маркетинговой стратегии. Производственная деятельность в целом для организаций неблагоприятна. Риск наступления банкротства высокий.

## **СОВРЕМЕННЫЙ АРТ-РЫНОК И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

Данилова М.А., гр. МАГ-Э-420

Научный руководитель: доц. Генералова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В современном мире все больше внимания уделяется изобразительному искусству в силу усиления влияния визуальных образов на сознание общества. Растет заинтересованность как простых обывателей к проводимым художественным выставкам, так и профессиональных дилеров, коллекционеров и меценатов к покупке новых арт-объектов в свои собрания.

Главными участниками современного рынка произведений искусства являются аукционные дома, крупнейшие из которых – Christie's и Sotheby's. Им принадлежит по различным оценкам от 80 до 90% доли мирового рынка искусства. Также к участникам относятся галереи, брокеры, берущие предметы на комиссию, агенты художников и коллекционеров.

Современный арт-рынок делится на две части – первичный и вторичный. Первичный рынок произведений искусства представляют, непосредственно, создатели арт-объектов – художники и заказчики. В данном случае речь идет о произведениях искусства абсолютно новых и впервые выдвигаемых на продажу. На вторичном рынке осуществляется покупка, перепродажа или обмен ранее созданными и проданными предметами искусства между коллекционерами, галереями и музеями. На сегодняшний день вторичный рынок предметов искусства выходит на первый план. По утверждению экспертов, каждая седьмая продажа – это работы, ранее проданные на аукционе. Помимо этого, следует отметить, что мировой рынок искусства считается довольно специфичным и существенно



отличается от отраслевых рынков. Здесь большое влияние имеет не только качество предлагаемого «товара» – арт-объекта, но и человеческий фактор – потребности и вкусы покупателей, подверженные временным изменениям. Так, например, на сегодняшний день наблюдается активный интерес к приобретению работ, принадлежащих мастерам, родившимся после 1945 г. – так называемой новой школы. При этом уровень цен, по которым покупается современное искусство, сопоставим с уровнем цен на шедевры старых мастеров. Однако интерес к работам представителей классической школы живописи не угасает.

Обратим внимание, что в отличие от промышленных рынков, во время кризисной ситуации рынок предметов искусства, наоборот, активизируется, а сами работы живописи, графики или скульптуры растут в цене. Контроль цен на этом рынке практически невозможен.

## **БАНКОВСКИЕ РИСКИ ПРИ КРЕДИТОВАНИИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ**

Жудина Ю.А., гр. МАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Кредитование заемщиков стоит рассматривать со стороны риска, как вероятность недополучения планируемых доходов или потери части активов в условиях неопределенности. В связи с этим, кредитным организациям стоит акцентировать внимание на возможность возникновения проблемных кредитов, что напрямую связано с действием кредитного риска, в результате чего банки должны просчитывать вероятность неисполнения кредитных обязательств своевременно и в полном объеме.

Банковский риск следует рассматривать как совокупность рисков определенной сферы, возникающих в процессе кредитования, основными элементами которого являются: заемщик – физическое лицо, кредитный продукт, организационная структура банка, определяющие особенности этапов кредитного процесса и внешняя среда, а также факторы, влияющие на эти элементы.

При кредитовании физических лиц, кредитным организациям стоит сконцентрироваться на определенном диапазоне разновидности банковских рисков: риск целевого использования кредита; риск валютного колебания, инфляционный риск; риск, связанный с жизнедеятельностью заемщика (несчастные случаи, болезнь или смерть клиента); политический риск; риск обычного мошенничества и банкротства заемщика обманным путем и другие.

Исходя из выше сказанного, кредитными организациями при кредитовании физических лиц внимание должно акцентироваться на угрозу вероятности того, что банк понесет потери, размер которых является



показателем уровня рискованности предстоящего мероприятия и качества стратегии в области риска. А так как риск является неотъемлемой частью любой коммерческой деятельности, то для банковской сферы важно не избежание риска вообще, а управление, предвидение и снижение его до минимального уровня.

## **ОЦЕНКА И УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Жуков С.А., гр. ВМАГ-М-519

Научный руководитель: проф. Дембицкий С.Г.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Управление рисками – это процессы, связанные с идентификацией, анализом рисков и принятием решений, которые включают максимизацию положительных и минимизацию отрицательных последствий наступления рискованных событий.

Основными характеристиками риска являются несогласованность, альтернативность и неопределенность, соответственно риск предполагает деятельность, связанную с преодолением этой неопределённости, в процессе которой, имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата и отклонения от цели.

Используя различные методы оценки и управления рисками, можно не только прогнозировать наступление рискованного события, но и принимать меры по его снижению.

В целях эффективного управления, финансовые риски, характеризующиеся большим разнообразием, классифицируются по признакам. Методический инструментарий для оценки уровня финансового риска является наиболее обширным, поскольку он включает в себя различные экономические, статистические, экспертные и аналоговые методы оценки.

Выбор конкретных методов оценки определяется наличием необходимой информационной базы и уровнем квалификации менеджеров. Экономические и статистические методы составляют основу для оценки уровня финансового риска.

Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТР 58771-2019 «Менеджмент риска. Технологии оценки риска» разработанный с учетом основных нормативных положений международного стандарта МЭК 31010:2019 «Менеджмент риска. Технологии оценки риска» (IEC 31010:2019 «Risk management – Risk assessment techniques», NEQ), содержит перечень технологий, способов и методов оценки управления рисков в целом, в том числе и финансовых.



В современных условиях эффективное управление рисками организации имеет большое значение – оно позволяет руководству эффективно действовать в условиях неопределённости и связанных с ней рисков и использовать возможности, увеличивая потенциал для роста стоимости компании.

## **ФАКТОРЫ КРЕДИТНОГО РИСКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Ильченко В.В., гр. ВМАГ-Э419

Научный руководитель: доц. Макарова Н.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В настоящее время коммерческие банки подвержены риску ликвидности, риск изменения кредитных ставок, достаточность капитала, кредитный риск и процентный риск. Однако, кредитный риск можно отнести к самым существенным видам рисков, потому что он определяет эффективность деятельности коммерческого банка в целом. Кредитные операции являются основополагающими по своему удельному весу в структуре активов, помимо этого, кредитные операции приносят наибольшую доходность коммерческому банку.

Фактор кредитного риска – причина возможных потерь стоимости активов банка, которые определяют их характер и сферу возникновения. Выделяют следующие факторы кредитного риска:

В зависимости от сферы действия факторов выделяются: внутренние и внешние кредитные риски. Внутренние факторы риска зависят от кредитной политики и деятельности банка в целом. Внешние факторы – это не связанные с банком явления, но влияющие на его деятельность (политические, социальные, правовые, технические, общеэкономические, информационные).

В зависимости от степени связи факторов с деятельностью банка: кредитный риск, зависимый или не зависимый от деятельности банка. Кредитные риски, зависимые от деятельности банка, с учетом ее масштабов делятся на фундаментальные; коммерческие; индивидуальные и совокупные. К фундаментальным кредитным рискам относятся риски, связанные с принятием решений о выдаче ссуд заемщикам, не отвечающим стандартам банка. Коммерческие риски связаны с кредитной политикой в отношении малого бизнеса, крупных и средних клиентов – юридических и физических лиц, с отдельными направлениями кредитной деятельности банка.

В зависимости от сферы возникновения выделяют: макроэкономические и микроэкономические факторы. К макроэкономическим факторам можно отнести: экономическую нестабильность; региональную политику; инфляцию; бюджетную и финансовую нестабильность; отсутствие и/или несостоятельность



законодательной базы и этапов реализации законодательных актов; неустойчивость банковской системы; политический кризис; информационный дефицит; нестабильность отдельных рынков. К микроэкономическим факторам относят кредитную политику и кредитный потенциал коммерческого банка, устойчивость депозитной базы, степень прибыльности и рискованности отдельных видов ссуд, недостаточность информации при кредитовании.

Подводя итоги, следует отметить, что своевременный анализ и оценка перечисленных нами факторов кредитного риска позволит уменьшить влияние данных факторов на деятельность коммерческого банка.

## **БРЕНДИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА**

Касьянова А.В., гр. ВМАГ-М 520

Научный руководитель: доц. Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Для того чтобы создать успешный бренд, необходимо планомерное его формирование. Бренд ошибочно приравнивают к торговой марке: эти понятия взаимосвязаны, но не идентичны. Торговая марка – это уникальное словесное и графическое обозначение продукта, присваиваемое ему производителем, оно служит для индивидуализации, в целях его узнаваемости и дальнейших рекламы и продвижения. Бренд, в свою очередь, – это уникальный образ товара или услуги, который сразу привлекает внимание, формируя в сознании потенциального потребителя, определенные невидимые следы, которые могут быть обусловлены воспоминаниями об эмоциях, полученных при использовании товара или месте и времени, когда этот товар был приобретён.

Брендинг, как инструмент создания бренда, является самым эффективным современным средством формирования и поддержания спроса на массовых торговых рынках, на данный момент, это самый актуальный инструмент маркетинга. Он ищет и придает особые характеристики товара, которые в дальнейшем позволяют ему быть отличным от конкурентов.

Потребности клиентов могут различаться в зависимости от рыночного сегмента и типа реализуемой продукции. По отношению к бренду инновация может возникнуть на различных этапах модели взаимодействия бренда и клиента, будь то инновация в виде предоставления новой выгоды (на стадии разработки идентичности и обещания бренда) или же в виде нового способа предоставления выгоды (на стадии формирования комплекса бренда). В первом случае речь, как правило, идет о создании новой выгоды для клиента, а во втором случае имеется в виду позиционирование торговой компании средствами комплекса маркетинга.





Ключевыми элементами современных инновационных технологий брендинга считаются нейминг, разработка фирменного стиля компании и создание собственного брендбука.

Таким образом, брендинг современной торговой компании с использованием инновационных технологий строит и реализует функциональные, социальные и эмоциональные обещания, позволяя целевым покупателям удовлетворять их функциональные, социальные и эмоциональные потребности.

## **ПЛАНОВЫЙ ХАРАКТЕР БЮДЖЕТА: ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ВОЗЗРЕНИЙ**

Крепков И.В., гр. МАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В научной литературе времен Российской империи уделялось особое внимание улучшению ведения финансового хозяйства, в том числе одному из его элементов – бюджету, отмечалось, что для успешного ведения финансового хозяйства, приносящего результат, было необходимо достичь равновесия целей и средств их достижения. Во времена С.Ю. Витте было отмечено, что в хозяйстве современного государства без сметы обойтись невозможно, так как объем ресурсов и круг вопросов, имеющих в ведении государства, вынуждают вести многофакторное стратегическое финансовое планирование, целью которого является удовлетворение как можно большего ряда потребностей за счет как можно меньшего объема финансовых ресурсов.

В научном труде «Русское финансовое право» впервые было отмечено, что планомерность затрат определяется целесообразным распределением ресурсов по времени, пространству и предметам ведения, при этом чем шире объем вопросов, находящихся в ведении крупного хозяйства, тем вероятнее наступление ошибки и больше суммарный ущерб. Для минимизации рисков целесообразно проводить краткосрочное и долгосрочное планирование, одним из инструментов которого является ведение бюджетной росписи. Данная необходимость обуславливается тем, что именно утвержденная роспись в форме закона предоставляет право исполнительным органам власти на разных уровнях, в зависимости от уровня утвержденной росписи, распоряжаться объемами выделенных средств для исполнения, поставленных задач в текущем бюджетном цикле.

Исходя из вышеназванных теоретических положений о необходимости составления бюджетной росписи, содержащиеся в научных трудах отечественных и зарубежных ученых-исследователей 19 века, можно сформулировать ряд выводов.





1. Стратегическое планирование развития государства определяет необходимость в финансовых ресурсах, выраженных в едином документе – бюджетной росписи.

2. Принцип плановости бюджетной росписи обуславливается непрерывностью финансового хозяйства.

3. Наличие бюджетного планирования является одним из критериев результативного государственного финансового менеджмента.

Необходимо отметить, что в наши дни правильно организованное государственное и частное финансовое хозяйство нуждается в конкретных цифровых данных, рассчитанных на определенный момент времени. Отражение ожидаемых доходов и расходов в бюджете, составленном на определенный период времени, подтверждает его плановый характер.

## **ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА БЮДЖЕТНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Криворотова Д.А., гр. МАГ-Э-420

Научный руководитель: доц. Морозова Т.Ф.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Финансовый анализ бюджетных образовательных организаций высшего образования имеет определенную специфику, которая отличает его от анализа организаций других сфер деятельности. Наряду с необходимостью оценки выполнения финансовых требований (показателей), предъявляемых к бюджетным организациям в целом, отдельным компонентом анализа является диверсификация источников финансирования организации и направлений расходования средств по видам деятельности образовательной организации с учетом выполнения нормативных критериев эффективности деятельности вуза, показателей дорожной карты и оценки качества финансового менеджмента.

Среди особенностей финансового анализа образовательных организаций можно выделить следующие аспекты:

анализ источников средств и направлений их расходования осуществляется в разрезе видов деятельности: образовательная, научно-исследовательская, коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности и другие;

анализ структуры доходов, определяющей характер деятельности образовательной организации и ее финансовый результат, проводится поэтапно путем подразделения на доходы от бюджетного финансирования и внебюджетной деятельности, а затем – на категории потребителей, финансирующие образовательные услуги: средства бюджетов различного уровня, населения, предприятий и организаций на подготовку кадров, иностранные источники и благотворительные фонды. Данный структурный



подход позволяет определить возможности диверсификации источников финансирования;

анализ эффективности закупочной деятельности на основе системы сбалансированных показателей с позиции оптимизации затрат и планирования потребностей организации;

отсутствие четких нормативных значений показателей оценки финансовой устойчивости вуза во взаимосвязи с направлениями деятельности: образовательной и научно-исследовательской;

расширенный финансовый анализ, учитывающий специфические особенности деятельности образовательной организации, позволяет выявить риски, повысить эффективность деятельности, определить стратегические направления развития и обеспечить финансовое благополучие вуза.

## **ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Купряхина О.В., гр. ВМАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Морозова Т. Ф.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Проблема повышения инвестиционной активности коммерческих организаций не нова и по своей значимости сравнима с множеством важных вопросов, препятствующих экономическому росту. Для того, чтобы оценить процессы, которые замедляют развитие экономики, необходимо особое внимание уделить анализу инвестиционного потенциала предприятия.

Инвестиционный потенциал представляет собой значимую характеристику состояния и перспективного использования возможностей и источников развития коммерческой организации, является важным составляющим экономического роста предприятия, а также играет существенную роль в развитии других ее потенциальных возможностей за счет инвестиционной деятельности.

Формирование инвестиционного потенциала предприятий происходит за счет внутренних источников (прибыль предприятий, амортизационные средства, доходы от ценных бумаг) и внешних источников инвестиций (гос. средства, кредиты коммерческих банков, привлеченные средства населения).

В современной практике отечественные предприятия замораживают начатые инвестиционные проекты, сталкиваясь с дефицитом оборотного капитала и нехваткой финансовых ресурсов для обеспечения деятельности, а некоторые – в погоне за перспективными возможностями посредством увеличения инвестиций – сокращают свои финансовые резервы ниже допустимого предела и оказываются в необратимой ситуации (банкротство).



Оценка потенциальных возможностей предприятия к инвестиционной деятельности на основе финансового анализа на этапе начала каждого нового инвестиционного проекта позволяет эффективно управлять портфелем инвестиционных проектов в целом и осуществлять непрерывную инвестиционную деятельность.

Для стабильного развития организации необходимо своевременно определять, сможет ли предприятие выполнить намеченные инвестиционные цели и насколько эффективно хозяйствующий субъект способен одновременно обеспечивать финансирование текущей производственной деятельности и осуществление долгосрочной инвестиционной деятельности. Это позволит избежать потери финансовой устойчивости, снизить риски и добиться максимальной отдачи от инвестиций.

## **РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Кухарюк А.С., гр. ВМАГ-М-519

Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Оценка репутации компании является предметом теоретических и практических исследований экономистов, менеджеров, инвесторов и др. заинтересованных лиц. В последние десятилетия, в связи с развитием информационных технологий, ростом конкуренции, а также активизацией процессов слияний и поглощений компаний на рынке вопросы, связанные с оценкой и управлением репутационным капиталом компаний и деловой репутации в целом приобрели особую актуальность.

Целью данной работы является определение значимости репутационного капитала для успешной конкурентоспособности современной компании.

Ресурсы репутационного капитала являются пассивными и есть в любой компании, не зависимо от сферы деятельности. Для развития данных ресурсов необходимо задействовать эффективный репутационный менеджмент. Репутационный менеджмент включает в себя оценку рынка сферы деятельности компании, оценку существующей репутации организации, разработку стратегии поведения организации и стратегию формирования долгосрочного и стабильного репутационного капитала. Главная задача репутационного менеджмента это обеспечение эффективного взаимодействия внутренней и внешней сферы деятельности компании.

Таким образом, эффективно сформированный репутационный капитал способен значительно улучшить финансовые показатели, выстроить стабильные и надежные отношения с партнерами, увеличить



лояльность как потребителей, так и персонала, повысить мотивацию сотрудников и сократить текучесть кадров, что в значительной мере повлияет на конкурентоспособность компании.

## **РАЗВИТИЕ БИРЖЕВЫХ ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ В РОССИИ**

Макин Е.А., гр. МАГ-Э-420

Научный руководитель: доц. Макарова Н.С.

Кафедра: Финансов и бизнес-аналитики

В условиях постоянного развития фондового рынка, особенно его российского сегмента, выбор финансовых инструментов является важным базисом для достижения целей по инвестированию. В связи с этим, появляются различные новые инструменты, а также пакеты инструментов, в том числе инструменты коллективного инвестирования. Среди данных пакетов инструментов необходимо отметить биржевые паевые инвестиционные фонды, а также их аналоги – ETF- фонды (exchange-traded fund, биржевой инвестиционный фонд). Сами БПИФ-ы некоторые авторы называют «российским ETF», что позволяет проводить аналогии и сравнения между данными типами биржевых фондов.

С учетом того, что широкому кругу населения полноценный выход на финансовый рынок затруднителен в виду низкого дохода и малых сумм свободных денежных средств, коллективные инвестиции остаются для данных инвесторов одними из главных возможностей на рынке. Разбор и анализ биржевых паевых инвестиционных фондов важен как с точки зрения нахождения приемлемых пакетов инструментов инвестирования, так и с точки зрения разбора нюансов и тонкостей, связанных с различием в организации коллективных инструментов инвестирования.

Несмотря на то, что первый БПИФ по российскому праву появился в 2018 году, фонды ETF торгуются на Московской бирже с 2013 года, что позволяет проследить динамику развития данных пакетов инструментов.

Анализ динамики биржевых паевых инвестиционных фондов, а также их аналогов, ETF-фондов, позволит понять степень развития данных пакетов инструментов в российской практике. С учетом того, что за последние годы число российских частных инвесторов растет (в течение 2020 г. брокерские счета открыли 5 млн. человек), биржевые фонды могут стать одним из главных направлений инвестирования для начинающих инвесторов, не имеющих профильного образования и навыков работы на фондовом рынке, но ищущих альтернативу банковским вкладам и другим консервативным способам сохранения и преумножения капитала.

Широкий спектр базовых инструментов и индексов, на основе которых строится фонд, удобство инвестирования и низкий порог входа делают биржевые паевые инвестиционные фонды перспективным пакетом



инструментов для широкого круга инвесторов, с разным отношением к риску, и разными целями по инвестированию.

## **ПОРТФЕЛЬНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ**

Медведева И.Ю., гр. ВМАГ-М-519

Научный руководитель: проф. Дембицкий С.Г.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

На этапе глобализации экономических отношений сформировался большой интерес к инструментам, методам и способам инвестирования на рынке ценных бумаг. Фондовый рынок является важной сферой формирования источников экономического роста, концентрации и распределения инвестиционных ресурсов. При этом основным инструментом, который позволяет инвесторам достичь максимальной эффективности и уменьшает риски от операций, выступает портфель ценных бумаг.

Портфель ценных бумаг (инвестиционный портфель) – это совокупность ценных бумаг и иных активов, которые принадлежат инвестору (физическому или юридическому лицу), выступающих как целостный объект управления. В него могут входить как инструменты одного вида (например, акции или облигации), так и разные активы: ценные бумаги, сберегательные и депозитные сертификаты, залоговые свидетельства. Инвестиционный портфель дает возможность приобрести такие свойства при комбинации разнообразных ценных бумаг, какие нельзя извлечь при инвестировании в отдельные финансовые инструменты.

В период нестабильности фондового рынка необходимо быстро и адекватно реагировать на его изменения. Управление инвестиционным портфелем – это комплекс мер, способствующих сохранности капитала, достижению максимально возможной доходности и снижению уровня рисков. Управление требует взвешенного подхода и дает наилучшие результаты благодаря тщательному анализу потребностей инвестора. Комплекс используемых в ходе управления портфелем способов и технологий представляет собой стратегию управления портфелем.

Стратегии портфельного инвестирования постоянно совершенствуются и развиваются, так как стремительно изменяются рынки. Возникают новые факторы риска, меняется поведение инвесторов, появляются новые финансовые инструменты, совершенствуются технологии. Реализации стратегии позволяет планировать, оценивать, контролировать конечные результаты всей инвестиционной деятельности в различных секторах фондового рынка.

Из вышесказанного следует, что выбор оптимального портфеля, обеспечивающего максимальную доходность активов при определенном





допустимом уровне риска, является важнейшей из задач, стоящих перед инвестором.

## **АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ФОРМИРОВАНИЯ КАПИТАЛА КОМПАНИИ**

Мехова Д.А., гр. ВМАГ-М-519

Научный руководитель: доц. Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Капитал – финансовые средства, находящиеся в распоряжении компании, за счет которых она осуществляет свою деятельность. Капитал подразделяется на собственный и заемный.

Собственный капитал является основным источником финансирования организации. В его состав входят уставный капитал (средства, выделенные учредителями в целях обеспечения уставной деятельности), накопленный капитал (средства, заработанные или накопленные в процессе осуществления основной деятельности фирмы), а также иные поступления (средства из благотворительных фондов и прочие безвозмездные финансирования). Основным источником формирования собственного капитала – прибыль.

Заемный капитал – средства, привлеченные из банков или других организаций для определенных целей фирмы, подлежащие возврату собственнику в установленный срок с процентами. Заемный капитал включает в себя займы, кредиты финансовых организаций и банков, лизинг и прочее. Подразделяется на краткосрочный (менее года) и долгосрочный (от года и выше). Целями привлечения заемного капитала могут являться восполнение оборотных активов, воспроизводство основных средств и нематериальных активов, а также социальные нужды.

При формировании структуры капитала компании необходимо учитывать все особенности ее построения и функционирования. На первый взгляд, собственный капитал кажется наиболее стабильным источником финансирования, обеспечивающим независимость организации, дела ее самостоятельной, но его избыток в структуре источников может привести к снижению нормы доходности акционерного капитала. Заемный капитал, в свою очередь, может как оказать компании большую услугу, предоставляя необходимую сумму средств для расширения деятельности, так и значительно повышать риск банкротства, делаю компанию зависимой от источников заемных средств.

Структура капитала может меняться на протяжении всего жизненного цикла организации, подстраиваясь под ее текущие цели (увеличение доходности предприятия, расширение производства, выход на новые рынки). Критериями оптимизации структуры капитала, в разные периоды своего развития, могут выступать: максимизация рентабельности;





минимизация стоимости привлекаемых ресурсов; минимизация рисков и повышение рыночной стоимости компании.

## **АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ «СКВОЗНОГО» УПРАВЛЕНИЯ**

Мигалева Т.М., гр. ВМАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Гусарова А.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Оценка эффективности организации бизнес-процессов предприятия должна проводиться с учетом применения инструментария «сквозного» управления, который включает расширенный набор адекватных современным условиям хозяйствования инструментов, позволяющих оценить не только стратегическое положение организации в целом, но и охватывает все стадии полного жизненного цикла производственной системы.

К инструментам «сквозного» управления относятся: стратегические методы и модели, традиционные методы и модели, инструментарий аналитического инжиниринга, инжиниринговые методы и модели, стратегический структурированный план счетов, ситуационный анализ, сценарный анализ, прогнозный анализ, факторный анализ.

К инструментам, позволяющим определить текущее положение предприятия в социальном пространстве, определить основные компоненты ситуации и факторы, которые воздействуют на его деятельность - относится ситуационный анализ. Объектом анализа выступает среда.

Подробно изучив внутреннюю среду предприятия, ее потенциал и компоненты: персонал, капитал, управление, маркетинг, корпоративную культуру, включающую в себя нормы, правила и ценности, стиль управления, кадровые вопросы, определения перспектив развития, а также внешнюю среду, включающую в себя: политические, социально-экономические, правовые, научно-технические, культурные и природные условия, которые косвенно влияют на внутреннюю среду предприятия, можно выявить, какое воздействие они оказывают на функционирование и развитие предприятия в целом, что поможет в выборе стратегии.

Анализ эффективности организации бизнес-процессов следует проводить также с точки зрения оценки и прогнозирования финансовых результатов деятельности предприятия.

Прогнозный анализ основывается на методе ситуационного анализа и прогнозирования и включает расчеты прогнозного отчета о прибылях и убытках, прогнозного баланса и прогнозного отчета о движении денежных средств.

Главная задача прогнозного анализа – это диктуемая потребностью предвидеть ситуацию и осознание полезности методов прогнозирования.



Прогнозирование финансовых результатов является одним из элементов их управления.

Таким образом, полученные данные в результате ситуационного и прогнозного анализа можно использовать для принятия управленческих решений, а также решений инвестиционного характера.

## **СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКИХ УСЛУГ**

Мирзиёдов М.Б, гр. ЭЭФ-17

Научный руководитель: доц. Морозова Т.Ф.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Современное общество все быстрее переходит на автоматизированный путь развития. Сегодня банковский сектор является одним из первых, где очевидны изменения при внедрении информационных технологий. Процесс автоматизации банковских операций становится в некоторой степени катализатором, запускающим процессы автоматизации и для других сфер жизнедеятельности общества, тем самым обеспечивая рост экономики и благосостояния общества.

Можно выделить основных факторов-причин влияния банковского сектора на автоматизацию и развитие других отраслей:

формирование индивидуальных банковских продуктов;

благодаря наличию широкого спектра продуктов в банковском секторе, становится возможным формировать уникальные предложения для каждого пользователя банка;

индивидуальный подход к клиентам формирует доверие к организации, выводя её на новый уровень развития в конкурентной среде, создает необходимость внедрения инноваций, влияющих на развитие конкретной организации, делая её конкурентоспособной;

упрощение в использовании процессов, понятный и доступный алгоритм сокращает время.

Рычагом развития банковской сферы является применение прогрессивных технологий, обеспечивающих не только развитие, но и безопасность банковской системы.

Пандемия стала фактором, подтолкнувшим переход банковских услуг в онлайн-режим, что ускорило с одной стороны процесс цифровизации банковских услуг, с другой, обострило конкуренцию в области развития цифровых сервисов по двум направлениям: цифровизация платежных систем и удаленное обслуживание.

Несмотря на все очевидные преимущества, электронные денежные средства обладают рядом недостатков и несут определенные риски, устранение которых осуществляется путем развития информационных технологий.



Таким образом, современная банковская система основной акцент делается на максимальное использование инновационных технологий, а также на постоянное обновление и модернизацию технологий, что напрямую влияет на конкурентоспособность банка.

## **ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ РОБОТИЗАЦИИ И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ**

Михайлова Н.Н., гр. ЭЭФ-117

Научный руководитель: ст. преп. Андросова И.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В настоящее время применение ИТ-технологий и онлайн-сервисов стремительно набирает обороты. Эпидемиологический кризис фактически запустил революционную трансформацию, в рамках которого происходит переход из «ручного режима» в новое цифровое общество. Согласно исследованиям Marketsandmarkets, в 2020-2027 гг. ожидается среднегодовой темп роста индустрии новых технологий на 42,2%. Внедрение роботизации и искусственного интеллекта в банковском секторе является одним из примеров в цифровизации бизнес-процессов в экономике.

RPA (Robotic Process Automation) – это один из вариантов автоматизации с применением программных роботов, симулирующие действия человека в различных компьютерных системах и приложениях. В сфере финансов можно применять систему RPA, например, для обработки и передачи заявок из информационной системы, для открытия и закрытия банковского счета, для расчета командировочных и для составления регулярных отчетов. Искусственный интеллект (ИИ) – это моделирование естественного интеллекта в машинах, которые запрограммированы на обучение и имитацию действий людей, с помощью больших данных.

Расходы на интеграцию таких технологий состоят из 4 частей: платформенной, инфраструктурной, сопутствующих затрат и затрат на сотрудников. Данные нововведения быстро окупаются и начинают приносить прибыль за счет автоматизации расходов, а также приводят к экономии трудозатрат; увеличению доходов; снижению операционных рисков.

ПАО «Промсвязьбанк» в рамках программы роботизации интегрировал систему RPA и ИИ в операционные процессы. До конца 2021 года в банке суммарно было роботизировано 26 процессов бэк-офиса: финансовый мониторинг, сопровождение розничных кредитов, ведение бухгалтерского учета и т.д. Благодаря чему, доля ручных и рутинных операций в данных процессах была сокращена на 50%, сумма затрат менее, чем за год была оптимизирована на 36%.



Таким образом, что РРА и ИИ относятся к наиболее перспективным технологиям цифровой экономики. С помощью них кредитные организации способны выйти на качественно новый уровень развития, обеспечив себе конкурентное преимущество.

## **УТОЧНЕНИЕ ДЕФИНИЦИИ «ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ» ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ХОЗЯЙСТВУЮЩЕМУ СУБЪЕКТУ**

Никитина Е.И., гр. МАГ-Э-419

Научный руководитель: к.э.н. Симонова В.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Дефиниция «Финансовые ресурсы», не смотря на свою распространенность в экономической литературе, разными авторами трактуется по-своему. Проанализировав взгляды таких отечественных экономистов, как Вячина И.Н, Абдурахманова М.И., Колчина Н.В., Золотогоров В.Г., Абалкин Л.И., Балабанов И.Т. и других, можно прийти к выводу, что трактовка данного термина сильно разнится в зависимости от объекта исследования.

Так, применительно к государству, финансовые ресурсы, по мнению Абалкина Л.И., это «составная часть экономических ресурсов, представляющая собой средства денежно-кредитной и бюджетной систем, которые используются для бесперебойного функционирования и развития народного хозяйства...».

Относительно того, что считать финансовыми ресурсами хозяйствующего субъекта, у российских ученых сложилось два взгляда. Такие авторы, как Балабанов И.Т., Борисов А.Б., Райзберг Б.А. смотрят на финансовые ресурсы, только как на некоторые статьи актива предприятия – денежные и финансовые активы. Так, Райзберг Б.А. дает такое определение: «Финансовые ресурсы – совокупность всех видов денежных средств, финансовых активов, которыми располагает хозяйствующий субъект, находящихся в его распоряжении. Финансовые ресурсы являются результатом взаимодействия поступления и расходов, распределения денежных средств». Таким образом, они считают, что финансовые ресурсы – это финансовые активы, к которым, согласно классификации Ошурковой Т.Г. относятся только денежные средства, включая кассовую наличность, и средства на банковских счетах; ценные бумаги: акции, паи других компаний, опционы на акции и так далее; дебиторские задолженности; финансовые вложения; расчетные документы в пути. Таким образом, получается, что финансовые ресурсы – это небольшая часть активов предприятия. А все остальные активы (если смотреть с точки зрения активов) или все источники финансирования – это не финансовые ресурсы, с нашей точки зрения этот взгляд крайне узкий.



Другая группа ученых, такие, как Колчина Н.В., Золотогоров В.Г., Вячина И.Н., Абдрахманова М.И., смотрят на финансовые ресурсы с точки зрения источников финансирования, так, Колчина Н. В. дает следующее определение: «Совокупность собственных денежных доходов и поступлений извне (привлеченные и заемные средства), предназначенные для выполнения финансовых обязательств организации, финансирования текущих затрат и затрат, связанных с расширением производства». То есть эта группа ученых рассматривает финансовые ресурсы как некоторые части пассива баланса, то есть источники финансирования предприятия в совокупности с денежными доходами, основной частью которых является выручка. Из выручки возмещаются затраты предприятия и с точки зрения источника финансирования, на наш взгляд, она рассматриваться не может.

В связи с этим, авторы вывели свое определение финансовых ресурсов применительно к хозяйствующему субъекту: «Финансовые ресурсы предприятия – это собственные, привлеченные и заемные источники финансирования, формирующиеся у хозяйствующего субъекта и предназначенные для выполнения финансовых обязательств, финансирования текущих затрат и затрат, связанных с расширением производства».

## **ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ БАНКА**

Росляков С.В., гр. МАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Морозова Т.Ф.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

За последнее десятилетие электронные деньги уверенно заняли весомое место в современном финансовом мире. Являясь производной от фиатных денег, в процессе эволюции они приобрели собственные отличительные черты: независимость от золотовалютного запаса страны; функционирование в цифровом мире в виде компьютерного кода, выполнение функций традиционных денег и мировых денег.

Банки стали все чаще обращаться к данному виду денег, и этому есть логичные объяснения, они значительно совершенствуют текущие финансовые операции. Замещение наличных денег электронными деньгами приводит к увеличению притока валюты в банковскую систему и к экспансионистскому росту кредита в перспективе.

Электронные деньги так же влияют и на эффект ликвидности, который возникает при замене денежных единиц: объем наличных денег в обращении уменьшается на единицу, резервы в банковской системе эквивалентно увеличиваются, что увеличивает суммарные резервы банка в ЦБ.





Таким образом, сегодня электронные деньги стали инструментом прямого регулирования экономики и повышения благосостояния банков через механизмы: законодательных ограничений, снятие которых провоцирует лицензирование электронных денег и регламентирование деятельности эмитентов; обязательных резервных требований банковских депозитов; товарно-денежных расчетов, как запрет на совершение операций деньгами не эмитированных ЦБ; ликвидности, регулирование взаиморасчетов на открытом рынке; усиления государственной монополии, напоминание о необходимости централизованной эмиссии.

## **РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ**

Рыжова А.И., гр. ВМАГ-Э-419

Научный руководитель доц. Гусарова А.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Современное развитие ипотечного кредитования в России является мощным социальным инструментом, который объективно помогает населению в нынешних условиях развития экономики.

Национальные программы ипотечного кредитования в Российской Федерации – это программы, позволяющие улучшить жилищные условия отдельных категорий населения. В зависимости от вида кредитования, действие национальных программ распространяются на социально незащищенных граждан, малообеспеченных семей и других. Национальные программы ипотечного кредитования в Российской Федерации предусмотрены практически во всех банках страны.

Виды льготных ипотек, доступных в 2020 году в России с государственной поддержкой: для сотрудников крупных компаний; военная; для молодых семей; для многодетных; под 6%; Дальневосточная; сельская.

Возможность получения ипотечного кредита за последние годы резко увеличилась. Этот сегмент кредитования лучше всех основных сегментов кредитования перенес первые удары кризиса, обусловленные пандемией COVID-19 и связанными с ней карантинными ограничениями.

Вклад государственной поддержки в достижение рекордных результатов был существенным: в начале лета 2020 года, доля льготных кредитов в общем объеме выданной ипотеки достигала 40%.

Кроме того, на фоне рекордно низких ставок в 2020 году значительно выросла доля ипотечного рефинансирования, что позволило размыть долю ипотечных кредитов на первичное жилье. Во втором квартале 2020 года целью каждого шестого ипотечного кредита было рефинансирование, что связано со снижением средней ставки более чем на 1% за этот период.





В целом в 2020 году были достигнуты исторически низкие ставки по ипотечным кредитам. Так, средневзвешенная процентная ставка с 1 октября 2019 года упала более чем на 2,5% и на 1 сентября 2020 года составила 7,16%.

Таким образом, обобщая все вышеизложенное, можно сделать вывод, что на основе совершенствования ипотечного кредитования приобретение жилья становится все более востребованным способом улучшения жилищных условий.

## **КРИТЕРИИ РЕЙТИНГОВЫХ ОЦЕНОК КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

Сабиржанова Е.В., гр. ЭЭФ-17

Научный руководитель: ст. преп. Шильцова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Рейтинговая оценка банков представляет собой систему комплексного исследования и сопоставления кредитных организаций по основным финансовым показателям, она формируется на основе официальной бухгалтерской отчетности с последующим присвоением рейтинга или класса.

На сегодняшний день на рынке рейтинговых услуг присутствуют как международные, так и национальные рейтинговые оценки, и в зависимости от того, какую цель преследует инвестор, осуществляется выбор в пользу конкретной группы агентств. Оценка по международной шкале оперирует широким спектром уровней и позволяют сопоставлять между собой рейтинги банков разных стран, однако она имеет существенное ограничение – рейтинг банка не может быть выше установленного рейтинга страны, поэтому такая оценка наиболее полезна, когда речь идет о выходе на зарубежные рынки. В национальной шкале нет такого барьера, она сосредоточена в пределах страны и в полной мере учитывает специфику, местные особенности бизнес-среды, а также внутристрановые риски.

Шкала и международных, и национальных рейтинговых агентств представлена классами оценок, которые в свою очередь могут подразделяться на элементы. Их значения располагаются иерархично, начиная от самого высокого уровня кредитоспособности и заканчивая дефолтом.

Непосредственно кредитный рейтинг формируется на основе двух составляющих – экономического риска (у международных агентств) отражающего уровень риска в конкретной стране, основу которого составляет экономическая структура, гибкость экономической политики и возможные политические дисбалансы и отраслевого риска, учитывающего институциональную среду, в которой действуют банки, уровень конкуренции и роль государства в отрасли. Далее используются показатели конкретного банка, туда входят бизнес-позиция, показатели риска,



показатели фондирования и ликвидности, достаточность капитала и наличие или отсутствие поддержки государства.

Рассматривая пример коммерческого банка ПАО «Промсвязьбанк», можно сделать следующий вывод о действующих рейтингах: согласно международным оценкам Moody's и Standard&Poor's банк имеет рейтинги «ВВ» и «Вa2» соответственно, согласно национальным оценкам, Эксперт РА и АКРА, оценки «ruAA» и «AA» соответственно. Показатели, по которым были сформированы данные рейтинги являются идентичными, представленные агентства одинаково учли особенности банка, однако из-за странового барьера международной шкалы, между рейтингами существует размах, поэтому, чтобы рейтинг был использован наиболее эффективно, необходимо учитывать цель инвестора.

## **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ**

Саккак Ш.А., гр. ВМАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Малое и среднее предпринимательство занимает значительную и важную роль в развитии экономики страны и его субъектов, особенно с низким уровнем социально-экономического развития, таких как Республика Тыва, Алтай и Ингушетия.

Основными проблемами развития малого и среднего предпринимательства в данных субъектах Российской Федерации являются: финансовая неграмотность населения; увеличение себестоимости товаров в связи с территориальной отдаленностью и труднодоступностью территорий; низкая рентабельность в связи с малочисленностью и разобщённостью населения, с низким уровнем дохода населения; климатические условия, ограничивающие направления развития бизнеса и др.

В целях поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) Минэкономразвития России, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местные органы самоуправления реализуют программы и проекты, направленные на оказание финансовых и нефинансовых мер государственной поддержки вышеуказанным субъектам за счет средств федерального, регионального и местного бюджетов. Так, большая часть мероприятий, проведенных в 2017-2019 гг., была реализована с учетом софинансирования из федерального бюджета (в основном 99/1) в рамках государственной программы «Экономическое развитие и инновационная экономика», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 316.



В сложившихся условиях в результате распространения новой коронавирусной инфекции постановлением Правительства Российской Федерации «О мерах по обеспечению устойчивого развития экономики» от 2 апреля 2020 года № 409 введены различные послабления по уплате налогов и иных обязательных платежей, в основном относящиеся к субъектам МСП, работающим в наиболее пострадавших отраслях.

Вместе с тем социально-экономическая ситуация в субъектах малого и среднего предпринимательства оставляет желать лучшего. Однако, стоит отметить, что большинство мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства имеют накопительный характер и эффект от оказанной поддержки может выявиться не сразу, особенно в результате оказания нефинансовых мер поддержки (консультации, обучения и т.д.).

## **РАЗВИТИЕ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ**

Сарханова А.С., гр. ВМАГ-М-520

Научный руководитель: проф. Дембицкий С.Г.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Модная индустрия столкнулась с беспрецедентными трудностями в период пандемии коронавируса. COVID-19 заставил бренды применять и экспериментировать с иммерсивными технологиями, чтобы предоставить покупателям что-то хотя бы отдаленно похожее на привычный физический шопинг. Так появились виртуальные примерочные, цифровые недели моды и виртуальная одежда, которые будут только развиваться и расти.

Модные дома вынужденно пришли к виртуальному формату Недели моды, а некоторые бренды смогли организовать 3D-показ без моделей. Очевидно, что моделинг и система обслуживания физических показов будут также трансформироваться в будущем. Для байеров были созданы цифровые шоурумы и видео каталоги новой коллекции, которые позволили иметь полное представление о моделях, таким образом облегчив процесс виртуального выбора.

В digital-эпоху цифровая одежда занимает определенное место существования, которое постоянно расширяется и увеличивается, позволяя существенно облегчить процесс выбора одежды, например, диджитал-лукбук с интегрированными цифровыми моделями.

Выделяют три принципа пост-пандемических стратегий развития в модной индустрии.

К первому (сверхоперативная реакция в 3-4 недели от идеи до продажи) относят моментальный тюнинг предложения до запуска в тиражное производство, телемаркетинг и изменение ассортимента под любые новые идеи (от требований по маскам до технологичных тканей).

Под вторым принципом (планирование с коротким горизонтом в 2-3 месяца) понимают планирование сезонных новинок короткими коллекциями



и пул гибких подрядчиков (доступ к тканям у поставщиков, доступ к оперативной цифровой печати, 3D печати).

В последний принцип (построение «гибких систем» в бизнес-процессах) входят мультиканальные продажи, и гибкое оперативное перераспределение активных продаж.

Для того чтобы предупредить риск заболевания сотрудников и проблемы при производстве и поставках брендов, ведущие к сдвигам и остановкам в работе, модным домам следует переходить на более автоматизированное производство усовершенствовать удаленной и локальной работы.

Считается, что в выигрыше останутся компании с гибким мышлением и технологическими прорывами, которые не сожалеют о прошлом, а ищут двери в будущее.

## **УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДОВ В FASHION-ИНДУСТРИИ**

Семенова А.А., гр. ВМАГ-М 520

Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Процесс продвижения бренда в модной индустрии является одним из ключевых этапов для достижения и удержания конкурентоспособности компании. Вложения в создание бренда и управление им рассматриваются как инвестиции, результатом которых станет получение долгосрочного эффекта в виде увеличения прибыли и инвестиционной привлекательности бизнеса в целом.

Бренды, наряду с патентами, ноу-хау, технологиями управления, и др., являются ценным нематериальным активом компании, от эффективности управления которым зависят результаты ее коммерческой деятельности. В современных условиях значение нематериальных активов постоянно возрастает, для многих организаций. Для компаний, являющихся крупными игроками на рынке, они уже давно стали более существенными, чем материальные активы. Доля стоимости бренда в общей стоимости компаний, являющихся владельцами сильных брендов, увеличивается. Например, по данным французского холдинга LVMH, который продает предметы роскоши ведущих марок, бренд Louis Vuitton подорожал в 2020 году на 20% и поднялся на девятое место рейтинга Forbes.

Современные тенденции в управлении продвижением модных брендов заключаются в получении актуальной информации о тенденциях модной индустрии, и овладении передовыми методами взаимодействия с целевой аудиторией. Одна из важнейших задач в управлении продвижением бренда – сделать товары или услуги привлекательным для конечного



потребителя, продвинуть товары по маркетинговому каналу, ориентированному на целевую аудиторию бренда.

Важной особенностью fashion-индустрии является структуризация модных брендов. Различают дизайнерские и диффузные бренды, бридж-бренды, умеренные, а также, бюджетные бренды. Каждая из этих категорий брендов связана с определенной целевой аудиторией. Для каждой категории брендов используются различные способы продвижения на рынке fashion-индустрии.

Процесс продвижения бренда должен быть направлен на установление эффективных коммуникаций с потребителями. Поэтому изучение взаимосвязи целевой аудитории бренда с соответствующим способом его продвижения в модной индустрии, поможет усовершенствовать процесс управления продвижением брендов в fashion-индустрии.

## **ИНСТРУМЕНТЫ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ**

Топильская А.Ю., гр. МАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Генералова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Успех в создании бренда зависит от его узнаваемости и востребованности потребителем в будущем. Несмотря на то, что fashion-рынок одежды характеризуется высокой конкурентностью, он напрямую зависит от воздействия бренда на покупателей. Таким образом, формирование и продвижение модного бренда является важным и ответственным мероприятием.

Дизайнерская одежда – своеобразная публичная оболочка, которая обладает способностью продемонстрировать с наилучшей стороны внутренний и внешний мир ее хозяина, выполняя своеобразную коммуникацию индивида с обществом.

Мода быстротечна. Она представляет собой большой пласт, глобальный бизнес, наиболее диверсифицированный и неоднозначный. Fashion-индустрия имеет сложную структуру, объединяющую в себе новейшие технологии, эстетику и функциональность. Успешность функционирования бизнеса в сфере fashion нельзя представить без дизайнеров, байеров, материаловедов, логистов, специалистов по разработке стратегий, маркетологов и др. На этапе зарождения начинается планирование концепции будущего изделия, а на выходе имеется конечный продукт – разработка бренда и его продвижение. Обеспечение устойчивости бизнеса ложится на плечи менеджеров и экономистов.

Не все инструменты финансового менеджмента используются при управлении модным брендом. К часто используемым в fashion-индустрии





относят: бюджетирование – процесс планирования, учета и контроля финансов; менеджмент привлечения заемных средств – рациональное планирование и управление средствами сторонних лиц, привлеченных организацией на какой-либо срок для использования в своей деятельности; инвестиционный менеджмент – управление вложением свободных денежных средств в различные инструменты путем формирования инвестиционного портфеля с целью получения дополнительного дохода; лизинг – форма долгосрочной аренды, которая связана с передачей в пользование движимого и недвижимого имущества; страхование – отношения по защите имущественных интересов хозяйствующих субъектов при наступлении определенных событий за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов.

## **ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Третьякова П.С., гр. ЭЭФ-17

Научный руководитель: доц. Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Финансовая устойчивость коммерческого банка – это стабильность финансового положения, которая находит отражение в финансовом балансе, достаточной ликвидности активов и наличии необходимых резервов.

Существует множество концепций и методов анализа финансовой устойчивости, но все они разрознены и не учитывают текущие тенденции или, наоборот, копируют выработанные зарубежными учеными подходы, не учитывая особенностей российского рынка.

Сегодня, финансовая устойчивость коммерческого банка оценивается с помощью методики Банка России «О методах оценки финансовой устойчивости банка в целях признания ее достаточной для участия в системе страхования вкладов», инструкцией «Об обязательных нормативах банка», методиками, разработанными рейтинговыми агентствами («Эксперт РА», «РБК»), авторскими методиками (Пискунова И.В., Кромонов В.С), или же с использованием инструментария разработанного самими банками на основе стандартов Базель III.

Методика Банка России является основой для оценки финансовой устойчивости всей банковской системы и базируется на оценке коэффициентов и показателей, применяемых в зарубежной практике, в частности, в американской рейтинговой оценке банков CAMELS.

Финансовая устойчивость и надежность банка являются предметом наблюдения инвесторов, банковских клиентов, профессиональных ассоциаций и всех заинтересованных лиц.

Надежность банка в широком смысле – это его способность обеспечить безусловную сохранность клиентских средств и полное выполнение своих обязательств.





Повышение финансовой устойчивости банков является проблемным вопросом не только для банковской сферы, но и для всего государства, так как от эффективности работы банков в большой степени зависит успех в преодолении экономического кризиса, снижение инфляции и финансовая стабилизация.

Для повышения своей финансовой устойчивости, коммерческому банку необходимо контролировать достаточность и качество собственного капитала, структуру активов и их рискованность, привлекать благонадежных клиентов, соблюдать соотношение сроков привлечения и размещения ресурсов.

## **ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ**

Харебова Н.Л., гр. МАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Генералова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В современной экономике малый бизнес выступает в роли важнейшего элемента рыночной экономики, отсутствие которого не позволяет государству нормально развиваться. По сведениям ООН, на сегодняшний день малый бизнес дает возможность трудоустроиться 50% трудоспособного населения и обеспечивает производство 30-60% национального продукта.

Развитие малого и среднего предпринимательства способствует ускорению экономического роста, так как происходит диверсификация и насыщение местного рынка, что позволяет компенсировать издержки рыночной экономики (кризисные явления, безработица, конъюнктурные колебания).

На сегодняшний день основная часть продукции на рынке Республики Южная Осетия (РЮО) является импортной и попадает сюда из России. Это определённо накладывает отпечаток на благосостояние республики, так как большинство товаров тут гораздо дороже, чем в соседней Северной Осетии. Помимо этого, из-за того, что местная продукция не выдерживает конкуренции с импортом, затормаживается развитие частного предпринимательства. Это в свою очередь не дает возможности создания новых рабочих мест. Решить эту проблему можно только на государственном уровне посредством разработки мер поддержки для малого предпринимательства. Среди основных проблем развития частного и малого предпринимательства в республике: особенности нормативно-правовой базы; низкий уровень квалификации руководителей малого и среднего бизнеса в сфере управления проектами на всех этапах; недостаточный уровень финансовой поддержки; высокие арендные ставки за производственные помещения; отсутствие комплексного сопровождения



начинающих предпринимателей, помогающего получить базовые знания по ведению бизнеса в республике; отсутствие информирования предпринимателей по наличию ресурсов, производственных площадей и технологического оборудования пригодного для внедрения в производственный процесс; ограниченный доступ к получению кредитов для восполнения капитала, в связи с высокой стоимостью или отсутствия достаточного для банка залогового обеспечения.

Частичное или полное устранения данных проблем позволит более полноценно развиваться малому и частному предпринимательству, что позволит производить конкурентоспособный национальный продукт.

## **ФАКТОРЫ РИСКА БРОКЕРСКО-ДИЛЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Харламова К.В., гр. МАГ-Э-419

Научный руководитель: доц. Гусарова А.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Особую актуальность риск-менеджмент приобрел в сфере деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг. Частные и институциональные инвесторы, брокеры и дилеры не понаслышке знают о торговой стратегии и риск-менеджменте на фондовом рынке. Так или иначе наиболее профессионально оценивают и управляют рисками именно крупные брокерско-дилерские компании, пренебрежение рисками для которых может обернуться крупными убытками, особенно в состоянии высокой неопределенности и пика волатильности в результате пандемии 2020 года.

Появление каждого из рисков возможно при наличии процессов или явлений, способствующих их возникновению. Такие явления принято называть рискообразующими факторами. Их источниками в брокерской компании выступают как внутренние, так и внешние, а именно государство, финансовые рынки, инвесторы, перечень продуктов и услуг, персонал, техническое оснащение, технология принятия решений.

Поскольку рискообразующих факторов множество, то перечислим наиболее существенные, которые влияют на деятельность брокеров на постоянной основе. Среди них можно выделить изменение нормативного регулирования бизнес-процессов предметной области, волатильность курсов инвестиционных активов, ограничения возможностей для инвесторов и брокеров, потери собственного капитала вследствие неправильных инвестиционных решений.

Говоря о современных условиях функционирования рынка ценных бумаг и существенного повсеместного влияния коронокризиса, то сложившаяся экономическая ситуация несет потенциальные риски для брокеров: снижение стоимости портфеля ценных бумаг, возможное



неисполнения обязательств клиентами по маржинальным операциям, рост обязательств вследствие неблагоприятного изменения курса валюты, нехватка ликвидных активов, влияние санкций, неопытность инвесторов.

Вместе с факторами риска сложившаяся ситуация предоставила брокерам хорошую возможность привлечь новых клиентов – объем клиентских средств у брокеров с начала года увеличился на 20%, до 6,2 трлн. рублей.

Исследуя рискообразующие факторы можно не только понять природу и более глубоко проанализировать итоговые риски и эффективно ими управлять, но и извлечь выгоду, используя возможности.

## **ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ**

Ширина Н.М., гр. ВМАГ-М-520

Научный руководитель: доц. Гусарова А.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Люди подвержены эмоциям, страхам, социальным взаимодействиям, когнитивным искажениям, что влияет на поведение при принятии решений в финансовой сфере. Устойчивые отклонения от рационального поведения социального характера в определенном контексте изучает поведенческая экономика.

Поскольку ошибки человека предсказуемы, то его можно побудить сделать лучший выбор, изменив архитектуру принятия решения с помощью теории «подталкивания» (Р. Талер, К. Санстейн). В маркетинге это помогает определить сильные драйверы влияния на потребителя и сконструировать новые механизмы подталкивания через лучшее понимание человеческого поведения в его рациональной и иррациональной сферах.

Краеугольные вопросы в индустрии моды сегодня: перепотребление и перепроизводство. Решение предполагает внедрение замкнутой цепочки производства и поставки товаров. Онлайн-ритейл выводит возможности кастомизации («эффект ИКЕА», «личный вклад») на новый уровень: укрепляет эмоциональную связь, повышает ценность продукта, а усовершенствованная система знаний о клиентах и фильтров поиска предлагает покупателю то, что ему нужно, формируя индивидуальный стиль, не скупая при этом ненужную одежду (транзакционная полезность и «ошибка невозвратных затрат»). Такие технологии подталкивания, как «обратный выкуп одежды», скидочные купоны за сдачу одежды на переработку, – вознаграждают за вклад в развитие устойчивой моды. Эффект «социального доказательства» мотивирует потребителя через общественное одобрение, укрепляя связь между этичной модой и покупательским поведением.

За 2020 год на российский модный рынок вышло на 35% меньше брендов по сравнению с 2019 годом из-за экономических последствий



пандемии и кризиса. По данным Knight Frank E-commerce, аналитика потребительского поведения, исследование поведенческих эффектов, создание производственных систем «под заказ», точно учитывающих спрос, гибкость и умение прогнозировать тренды в условиях постоянно меняющегося рынка – стали ключевыми направлениями развития.

Изучение поведенческих эффектов позволяет добиться эффективного брендинга, дизайна и позиционирования продукта на рынке. Существует тонкая грань между манипулированием и нацеленностью на партнерство и объединение усилий, что позволит произвести более качественный продукт или услугу и сделает потребление более осознанным.

## **ВНЕДРЕНИЕ БЕСПИЛОТНЫХ ТАКСИ В РАМКАХ ТАКСОПАРКИНГА МЕГАПОЛИСА**

Барыкин Д.И., гр. МАГ-СЕ-120

Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

Рассматривается вопрос внедрения беспилотных автомобилей в службы такси в рамках мегаполисов с целью сокращения аварийных ситуаций на дороге и повышения уровня качества обслуживания в сфере транспортной перевозки людей. Актуальность работы заключается в том, что сервисы такси не могут стопроцентно гарантировать высокое качество обслуживания и безопасность поездки, так как присутствует человеческий фактор в лице водителя такси. Беспилотные автомобили исключают человеческий фактор и поэтому являются более надежным вариантом перевозки. Вариант беспилотного такси был рассмотрен в рамках мегаполиса, так как средний уровень заработка в них выше, чем в регионах, а такое новшество в сфере услуг может повысить лояльность потенциальных клиентов, тем самым оправдав свою экономическую эффективность.

Количество автовладельцев с каждым годом растет, поэтому поток на дороге становится более плотным, негативно влияя на водителей, что способствует возникновению опасных ситуаций на дороге. Беспилотный автомобиль, поддаваясь четким командам заложенных в программе, четко исключает человеческий фактор, сохраняя безопасную обстановку на дороге. Такие автомобили конструируются на базе электродвигателей, что положительно влияет на экологический фактор. К тому же такие двигатели менее шумные, чем привычные нам двигатели внутреннего сгорания.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложенный вариант беспилотного такси можно использовать для расширения таксопаркинга существующих компаний, предоставляющих услугу транспортировки. Так же данные, предоставленные в работе, можно взять за основу при построении бизнес-плана новой компании.



## ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ БОЛЬШИХ РАЗМЕРОВ С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Герашенко Е.Е., гр. МАГ-СЕ-120

Научный руководитель: проф. Кирсанова Е.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

В наше время предметы гардероба – это олицетворение образа жизни каждого человека. Женская одежда должна соответствовать всем тенденциям моды и стандартам качества, ассортимент должен быть разнообразным и комфортным, размерный ряд не должен ущемлять прекрасных дам в выборе новой покупки.

На данный момент современный рынок предлагает большой выбор магазинов одежды с ходовым размерным рядом, но мало кто уделяет внимание девушкам размера 48-плюс. Верно подобранная женская одежда больших размеров сможет скорректировать особенности фигуры, ярко подчеркнув ее достоинства.

Создание виртуального бизнеса продаж, который в дальнейшем принесет Вам хорошие показатели прибыли, основывается на цепочке этапов, каждый из которых требует особых усилий. Чтобы верно организовать обслуживание клиентов в интернет-магазине необходимо проанализировать рынок товаров и услуг выбранной категории; провести анализ целевой аудитории для настройки качественной рекламы; найти ответственных поставщиков и организовать поставку товаров.

Одними из ключевых показателей эффективности усилий, направляемых на повышение клиентоориентированности компаний, являются лояльность и удовлетворенность потребителей.

Лояльность – неравнодушное позитивное отношение к бренду, компании, магазину или предприятию, которое имеет рациональное и эмоциональное начало.

Удовлетворенность потребителей – способность товара или услуги максимально удовлетворить потребности потребителя согласно своим качествам, ради которых товар (услуга) приобретаются.

Большой уклон в работе с покупателями нацелен на их повторный визит и обратную связь. На сегодняшний момент маркетинговая деятельность направлена на построение долгосрочных отношений с клиентами, наличие которых повышает лояльность, а совершение повторных покупок удовлетворенными и лояльными клиентами в свою очередь влияет на рост продаж, выручки, прибыли и акционерную стоимость компаний.

Малому бизнесу необходимо уделять особое внимание на работу с клиентами, которая заключается в следующих этапах: привлечение





клиентов, удержание клиентов, развитие отношений с клиентами. Для этого необходимо вести диалог с потенциальными клиентами, осведомлять о различных акциях, распродажах, специальных предложениях и выпуске новой коллекции.

## **РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ МЕТОДИКИ ОБРАБОТКИ ДОКУМЕНТОВ В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА**

Егорова Т.М., гр. МАГ-СЕ-119

Научный руководитель: доц. Задорнов К.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Актуальность данной темы исследования заключается в разработке инновационной методики, программного и информационного обеспечения организации, а также ведение электронного документооборота в СЭД. Основным направлением данной работы в этой области являются: исследование электронного документооборота, разработка инновационного метода.

Главной целью данной работы является разработка инновационной методики обработки документов, а также информационное обеспечение в СЭД, анализ бизнес-процессов в системе электронного документооборота.

Объектом исследования данной работы является инновационный метод обработки документов в системе электронного документооборота.

Предметом исследования является разработка инновационного метода обработки документов.

Научная новизна исследовательской работы заключается в улучшении качества системы электронного документооборота с помощью использования мобильного приложения «Надзор WEB», а также разработка рекомендаций для более практического использования электронного приложения.

Основными источниками исследования являются труды отечественных и зарубежных исследователей в области информационных и инновационных технологий, так как Громов Ю.Ю., Котова В.А., Круглова О.В., М.Ф. Решетнева.



## ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СЕРВИСА НА ЭТАПЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА

Адамчевская А.В., гр. МАГ-СЕ-119

Научный руководитель: доц. Задорнов К.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Основная цель коммерческих организаций в общем виде может быть представлена как формирование и поддержание устойчивого уровня покупательского сервиса. То есть, от качества предоставляемого продукта напрямую зависит не только коммерческий успех товара и организации в целом, но и степень лояльности клиента.

В настоящее время в маркетинге широко используется концепция «4Р» (продукт, цена, продвижение, дистрибуция), однако товарная политика является главной составляющей маркетинговой стратегии. Это можно объяснить тем, что, во-первых, в течение долгого времени на конкурентном рынке сложно продавать товар плохого качества. Во-вторых, бюджет на разработку и производство продукта, как правило, составляет большую часть расходов компании. Следовательно, исправление своевременно не выявленных недочетов влечет за собой весомые дополнительные расходы.

Рассмотрим повышение уровня клиентской лояльности на примере процесса разработки женской одежды. Конечным продуктом деятельности является физический продукт, соответственно, основной фокус смещается в область качества товара.

Качество должно контролироваться на всех этапах как разработки, так и производства. На этапе конструирования необходимо удостовериться, что предлагаемые конструкторские решения будут оценены клиентами с точки зрения эстетического восприятия и эргономики. С этой целью перед утверждением конструкций моделей должны проходить примерки образцов на моделях, сбор комментариев по недочетам и их доработка.

На этапе поиска поставщика для размещения заказов на изготовление сырья следует проводить аудиты фабрик. Во время аудитов проверяются технологические мощности фабрик и их функционал. После окончания производства следует проводить независимые экспертизы по проверке качества материалов. В качестве финального этапа контроля должна рассматриваться инспекция готовой продукции на фабрике ответственными сотрудниками компании или при привлечении независимых сторонних организаций.

Таким образом, при организации процесса проверки качества продукции на всех этапах производства можно значительно повысить качество готовой продукции. В дальнейшем это окажет влияние на представление клиентов о компании и повышения уровня лояльности.



## **ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПАРКОВОЧНЫХ СИСТЕМ В РОССИЙСКИЙ ПАРКИНГ РЕГИОНАЛЬНЫХ ГОРОДОВ С ЦЕЛЬЮ СОКРАЩЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

Киволя А.А., гр. МАГ-СЕ-120

Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

Рассматривается вопрос о внедрение инновационных автоматических парковочных систем в российский паркинг региональных городов. На сегодняшний день большинство жилых домов, а также гостиниц офисов строятся со стандартным количеством парковочных мест. В течение последних десяти лет количество автомобилей в России увеличилось примерно в полтора раза и каждому владельцу нужно припарковать свою машину, а также сэкономить время и быть уверенным в безопасности своего транспортного средства.

Дефицит мест для парковки автомобилей и свободных площадей для устройства стоянок существенно повышает значимость строительства и обустройства многоуровневых паркингов. Система высотных автоматических стоянок предлагает серьезную альтернативу общепринятым представлениям о парковке автотранспорта. Необходимость и целесообразность строительства высотных механизированных автостоянок для легковых автомобилей обусловлена острой проблемой временного и постоянного хранения автотранспорта в условиях малых городов, в местах интенсивных людских потоков, таких как центральная часть города, супермаркеты, железнодорожные вокзалы, торговые комплексы, а также деловые центры и жилой сектор города. Данный вопрос, очень актуален в наше время и именно по этой причине было принято решение разработать проект по внедрению инновационных автоматических парковочных систем в российский паркинг, который поможет уменьшить «паразитный» трафик, то есть время, проводимое водителем за рулем автомобиля, движущегося с минимальной скоростью в поиске свободного парковочного места.

Результаты работы развивают существующие концепции, идеи и подходы в области внедрения инновационных технологий в Российской Федерации, а также практические рекомендации в дальнейшем могут использоваться для построения эффективной стратегии управления в компании, занимающейся строительством инновационного паркинга.



## **ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ АВТОМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВОЧНЫХ СИСТЕМ В РОССИЙСКИЙ ПАРКИНГ МЕГАПОЛИСОВ С ЦЕЛЬЮ СОКРАЩЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

Кургузов В.В., гр. МАГ-СЕ-120

Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

Рассматривается вопрос строительства инновационных автоматических парковок вместо используемых традиционных парковочных пространств. В представленной работе главным вопросом является внедрение новых парковочных систем с целью сокращения используемых территориальных ресурсов. Актуальность данной работы заключается в том, что в современных городских реалиях вопрос свободных парковочных мест является одним из первостепенных для автовладельцев, поэтому нами был рассмотрен альтернативный вариант строительства новых автоматизированных парковок, занимающих меньшую площадь, при этом сохраняя количество парковочных мест.

Каждый год количество автовладельцев в городах растет в больших пропорциях, при этом строительство новых парковочных мест зачастую является невозможным по причине отсутствия свободного места под строительство. Привычные для нас парковки занимают много места, за счет дороги, непосредственно подводящей к парковочному месту. Автоматизированные парковки имеют преимущество перед традиционными, они могут быть, как и подземными так и наземными, при этом водителю не нужно будет подъезжать к парковочному месту самому, так как за него это сделает погрузочная система.

Данное исследование заключается в том, что предложенный вариант парковки можно взять за основу на этапе проектирования жилого комплекса, ТЦ и так далее, так как данный вид парковки, занимая меньшую площадь, дает возможность для расширения других зон или развития других направлений инфраструктуры.

## **ПРОЕКТИРОВАНИЕ КУРСОВ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ**

Кушнарера И.В., гр. МАГ-СЕ-120

Научный руководитель: проф. Кирсанова Е.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

В настоящее время более востребованным спросом является онлайн-обучение по разным направлениям и уровням. В данной работе важной составляющей являются вопросы совершенствования для студентов



доступности и удобство пользования контентом, включающим как практическую, так и теоретическую часть.

Онлайн-образование – это сложный механизм в сфере предоставления различных курсов. Важной проблемой является предоставление и разъяснение теоретического материала, а также выполнение практической работы для студентов в формате онлайн. Любое онлайн-образование должно включать в себя последовательную, скомбинированную, а также краткую информацию, которая дает разъяснение данного курса и может проводиться как в онлайн лекциях, видеозаписи, так и в текстовом формате. Дистанционный формат обучения, помогает сэкономить время и предоставить больше теоретического и практического материала для изучения курса, включать больше графической и видео информации, а также непосредственной работе в сети интернет.

Для того, чтобы разработать онлайн-курс для обучения студентов в дистанционном формате, нужно провести анализ существующих образовательных платформ, достоинств и недостатков проведения онлайн-курсов, а также разработать собственную методику, основываясь на полученной и проанализированной информации.

С этой целью проводили поисковые запросы, а также проведено когнитивное картирование с учетом времени и местожительства студентов.

Практическая значимость состоит в возможности использования разработанного онлайн-курса для студентов в условиях дистанционного формата обучения, при ограниченности внутренних и внешних ресурсов. Также одним из основных ресурсов являются другие критерии оценки: оценка контекста (предпосылок) изменений; оценка целесообразности и экономической эффективности изменений; оценка прямых процессов осуществления изменений и результатов (продуктов); оценка побочных процессов осуществления изменений и результатов (продуктов).

## **КОНСАЛТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДОКУМЕНТООБОРОТА ПО ПРЕДСТАВЛЕНИЮ УСЛУГ В ОБЛАСТИ МИГРАЦИОННОГО ПРАВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Миняшкина В.Д., гр. ВМАГ-ТВ-420

Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

Консалтинговые услуги представляют собой важный фактор эффективного функционирования и развития субъектов хозяйствования в условиях рыночных отношений. Интерес к консалтинговым услугам на российском рынке достаточно высок. Создание предприятий в условиях многообразия форм собственности, развитие и изменение экономических отношений, неустойчивость цен, переплетение российских и иностранных





капиталов инициирует спрос на развитие консалтинговой индустрии. В список крупнейших консалтинговых групп России входят компании, деятельность которых сконцентрирована на IT-консалтинге, финансовом консалтинге и небольшой объем компаний по налоговому и юридическому консалтингу. На российском рынке отмечается тенденция к поиску субъектами новых путей активизации деятельности: появление новых компаний консультантов, внедрение новых форматов и форм обслуживания клиентов. Ниша консалтинга, которая практически не занята, относится к услугам в области миграционного права.

В условиях постоянной модернизации сферы миграционного права, повышения требований к эффективности функционирования миграционных центров РФ, встает вопрос о качестве предоставлений услуг по миграционной поддержке. Как показывают социологические исследования, основанные на результатах опросов иностранных граждан, в государственных учреждениях, реализующих миграционную поддержку, не хватает организационного и информационного обоснования действий сотрудников. Современная нормативно-правовая база регулирования миграционных отношений имеет более двухсот нормативно-правовых актов, из которых 57 – федеральные законы. Так недостаточная систематизация нормативно-правовых актов в области управления миграционными процессами, нехватка высококвалифицированных специалистов порождает неоднозначность правил и порядков получения услуг в сфере миграции.

На данный момент, востребованность в услугах по миграционным вопросам растет, сфера может вместить в себя множество предпринимателей, а размер потенциальной аудитории велик. Задачей миграционного консалтинга в том, чтобы обеспечивать грамотную консультацию граждан по вопросам пребывания и занятости на территории России. Наиболее обсуждаемой темой в вопросе миграционного консалтинга можно отнести развитие и совершенствование отношений между консультантами и клиентами. Одним из способов решения – это внедрение и использование технологий в работе для улучшения или оптимизации обслуживания клиентов и электронной коммерции.

Особое внимание эксперты уделяют возможностям искусственного интеллекта, обработке естественного языка, примерам использования каждой платформы, и отраслям, в которых платформа может найти применение. Сегодня искусственный интеллект применяется в совершенно разных сферах. Одна из цифровых технологий, наиболее развивающейся на российском рынке, носит название «чат-бот». Чат-бот – это программа, выступающая в роли виртуального собеседника, которая выясняет потребности пользователей, а затем помогает их удовлетворить. По многочисленным прогнозам, специалистов, а также ученых Лаборатории бизнес-решений Центра компетенций НТИ по искусственному интеллекту



МФТИ, рынок «виртуальных ассистентов» будет расти и продолжит эту динамику в следующие четыре-пять лет. Экономический смысл использования предложенной программы в снижении трудозатрат человеческого персонала. В государственных же учреждениях России применение чат-ботов рассматривается только в перспективе.

Вопрос о внедрении программы «чат-бот» в стратегию работы с клиентами по предоставлению услуг в сфере миграционной поддержки актуален. Умные программы отвечают на вопросы, собирают отзывы, организуют обратную связь, а главное, помогают с выбором товара. Чаще всего клиенты коммерческих компаний по консультированию спрашивают в первую очередь о услугах, выставлении счетов и ценах. Также можно выделить ряд типовых вопросов иностранных граждан, нуждающихся в услугах в области миграционного права. Программа будет полезна при установлении оснований для получения гражданства/РВП/ВНЖ, а также для определения необходимого списка документов конкретному лицу, что облегчит работу сотрудников, ускорит процесс сбора требуемого пакета документов иностранными гражданами. Таким образом, развитие коммерческих компаний, предоставляющих возможность получения услуг в полном соответствии с законодательством РФ и международным стандартом качества, с применением элементов искусственного интеллекта в сфере электронной коммерции и услуг, станет востребованным проектом в области миграционной поддержки страны.

## **КОНСАЛТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ КОФЕЙНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ**

Саидова М.С., гр. ВМАГ-СЕ-420

Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

В современном мире, где люди постоянно куда-то торопятся и опаздывают, кофе для многих является альтернативой завтрака и бодрящим напитком. Кофейный рынок является одним из самых перспективных отраслей мира. Несмотря на то, что кофейная индустрия активно продвигается в России, она все еще слабо развита.

Рост потребления кофе наблюдается во всем мире. Если проанализировать статистику потребления кофе на душу населения в разных странах, то первую строчку занимает Финляндия, где уровень потребления достигает 12 кг на одного человека. Что касается России, то она не входит в десятку потребителей кофе, это связано с тем, что люди только недавно встали на путь кофейной индустрии, страна еще на стадии развития. Для развития кофейного бизнеса, предприятия должны уметь меняться на равне с мировым рынком.



Объект исследования – кофейная индустрия. Предмет исследования – этапы развития и возможные перспективы кофейной индустрии. Целью работы является изучение состояния кофейной индустрии на российском рынке и идеи дальнейшего развития. Основные этапы: исследование этапов развития кофейной индустрии в России, уровень развития на мировом рынке, плюсы и минусы формирования кофейного бизнеса, разработка рекомендаций для оптимизации кофейной индустрии. Методы исследования: наблюдения, сравнения, анализа, системный подход, метод индукции. Научная новизна и практическая значимость работы: возможность применения полученных результатов для развития кофейной индустрии в России, разработка перспективных идей развития бизнеса кофе.

## **ПРОБЛЕМЫ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ БАНКАМИ РОССИИ**

Арутюнян А.А., гр. ВМАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Современный российский рынок кредитных услуг населению значительно отстает по развитию от аналогичного рынка зарубежных стран: в России в 3,4 раза меньше кредитных организаций на 10 000 человек населения, чем в США и Германии соответственно; средний объем кредитования на одного жителя России ниже уровня не только Великобритании и Франции, но и таких стран Восточной Европы, как Польша и Чехия.

Неразвитость российского рынка кредитных услуг населению в значительной мере определяется высокой территориальной концентрацией кредитных организаций – более 50% кредитных организаций сосредоточено в Центральном федеральном округе, что делает труднодоступными кредитные услуги населению других регионов страны.

Российский рынок кредитования населения характеризуется высоким уровнем концентрации банковских активов – почти половина всех активов принадлежит первым 5 крупнейшим банкам, что свидетельствует о низкой степени развития конкурентной среды на этом рынке. Несмотря на общую тенденцию роста денежных доходов и уровня занятости населения, уровень среднемесячной заработной платы остается достаточно низким, что ограничивает возможность вхождения населения в рынок кредитных услуг в силу достаточно высоких требований банков к кредитоспособности заемщиков.

Неразвитость рынка кредитных услуг населению в России определяет следующие направления его развития: повышение степени развития конкурентной среды за счет увеличения числа кредиторов и заемщиков,



улучшение качества предоставляемых населению кредитных услуг, увеличение объемов кредитов населению, совершенствование регулирования этого рынка, совершенствование системы управления кредитными рисками банков.

Российский рынок кредитных услуг населению имеет хороший потенциал развития. Однако следует учитывать негативные изменения на этом рынке, вызванные последствиями пандемии коронавируса. В связи с этим особое внимание при изучении этого рынка необходимо уделять экономическим границам развития кредитных услуг населению. Именно эти вопросы должны являться предметом комплексного научного исследования, что обуславливает их актуальность.

## **БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ**

Трари А., гр. МАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Товаром и главным банковским продуктом является услуга. Банковская услуга – это отдельные банковские операции, направленные на удовлетворение потребностей покупателя в услугах банка.

Товар – это продукт труда, сделанный для размена или реализации. Это описание характеризуют банковскую услугу как продукт, имеющий специфические особенности. Более того, банковская услуга отличается от других услуг небанковского характера, так как ее целью и средством являются деньги и денежные средства.

Банковская активность представляет собой процесс по созданию банковских ресурсов, выраженных в денежной форме, и распределение их между клиентами и заемщиками. Таким образом, в процессе собственной деятельности банки формируют новейшие запросы и обещания, которые становятся продуктом на финансовом рынке. Так, принимая вклады покупателей, банк формирует новую обязанность – депозит, а выдавая ссуду – новое требование к заемщику.

Эти операции являются главными, но не считая их банк исполняет операции по выпуску, приобретению и продаже ценных бумаг, операции с иностранной валютой, с драгоценными металлами, трастовые операции и другие.

Проведенный анализ показал, что банковский продукт имеет ряд характерных параметров: абстрактность (неосвязаемость и сложность для восприятия); непостоянство (неодинаковость) свойства продукта; несохраняемость банковских продуктов; договорной характер банковского сервиса; ассоциация банковского обслуживания с деньгами; протяженность сервиса во времени.



Следует отметить, что в отличие от многих других видов услуг, сервис в банке требует от потребителей определенного культурного и образовательного уровня. Для того, чтобы облегчить восприятие услуг для покупателей, банк может попробовать определить психологическую ассоциацию банковского сервиса с любым осязаемым и наиболее обычным для осмысливания объектом (у нас ваши деньги в хороших руках, наш банк надежен, как гора и т.д.) или сосредоточить интерес на аспекте общения банка и клиента, образовать вид банка как хорошего соседа, советчика и т. п. Положительный итог для продвижения банковских продуктов может дать подчеркивание их конкретных выгод для потребителей.

## **КАЧЕСТВО КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Халюшев Р.Р., гр. ВМАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Негативные финансовые тенденции, вызванные пандемией коронавируса в нашей стране, обострили проблемы развития отечественной системы банковского кредитования, среди которых существенное значение имеет рост просроченной задолженности и объемов безнадежных кредитов, что приводит к снижению качества кредитного портфеля коммерческого банка.

Проведенный анализ тенденций банковского кредитования показал, что большинство российских банков в условиях спада развития экономики для поддержания своей конкурентоспособности продолжают увеличивать объемы выданных кредитов при сохраняющемся риске их невозврата.

Следует отметить, что именно управление качеством кредитного портфеля обеспечивает компромисс доходности, ликвидности и приемлемого для банка кредитного риска на основе объективной оценки кредитоспособности заемщиков, формирования адекватных качеству кредитного портфеля резервов на возможные потери по ссудам (РВПС), а также является существенным фактором в достижении устойчивого экономического развития банков в рыночных условиях. Вследствие этого высокие темпы банковских заимствований в настоящее время усиливают потребность в совершенствовании управления качеством кредитного портфеля на основе изучения особенностей его влияния на финансовую устойчивость банков и эффективность их деятельности, что позволит повысить конкурентоспособность и безопасность функционирования современных банков.

Таким образом, необходимо дальнейшее комплексное изучение и анализ всей совокупности вопросов, связанных с управлением качеством кредитного портфеля банка, что позволит уточнить методические основы





управления кредитным риском и конкретизировать пути совершенствования процесса управления качеством кредитного портфеля банка, направленные на повышение его конкурентоспособности, финансовой устойчивости и надежности.

## **РЕПУТАЦИОННЫЙ РИСК КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Халюшева А.Е., гр. ВМАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

В настоящее время российская экономика стала все чаще испытывать влияние мощных рисковых нагрузок, причем кроме систематических рисков, свойственных любой экономике мира, на нее воздействуют дополнительные риски, в том числе инфляционные, управленческие, стабильности партнерских связей, недружественных поглощений, отношений между собственниками и топ-менеджерами компаний, и другие. Среди них особое место занимает репутационный риск, который еще недостаточно изучен в теоретическом аспекте и довольно часто не учитывается в практической деятельности российских коммерческих банков.

Такая ситуация создает определенные проблемы, поскольку репутационный риск приобретает все большую значимость при выборе эффективной стратегии развития, в связи с чем управление им и его оценка становятся актуальной проблемой для любой сферы предпринимательской деятельности, в том числе и банковской

Рассматривая деятельность российских коммерческих банков, можно отметить, что сфера банковских услуг тесным образом связана с рисками, которые присутствуют практически в любой проводимой операции. Банкротства многих банков и отзыв лицензий ЦБ РФ, свидетельствуют о высоком уровне рисков, влияющих на деятельность коммерческих банков, в связи с чем вопросы анализа и управления рисками в сфере банковских услуг актуальны и значимы как с научной, так и с практической точки зрения.

С обострением конкуренции в банковском секторе, повысился и уровень рисков, влияющих на их деятельность, сказывающийся и на предоставлении услуг. В связи с этим, банки стали применять новые подходы и методы при управлении различными видами рисков. Особое место в анализе рисков в сфере банковских услуг занимает риск потери деловой репутации или репутационный риск, который с каждым годом приобретает все большую значимость. Эксперты в области оценки рисков не имеют единого мнения в вопросе о том, как его оценивать. Но в одном большинство экспертов согласны – деловая репутация, в случае



правильного управления, способна привести к высоким финансовым результатам.

## **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Шестириченко С.О., гр. МАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Ипотечное кредитование – это предоставление частным лицам долгосрочных кредитов на покупку жилья под залог приобретаемого жилья. Все сделки по ипотечному кредитованию строго регулируются законодательством РФ. Основные источники, регламентирующие нормативно-правовую базу ипотечного кредитования в России представлены следующими документами: Конституция РФ, Гражданский Кодекс РФ, Федеральный закон «О банках и банковской деятельности», Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)», «Об ипотечных ценных бумагах», а также Концепция развития системы ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации.

Проанализировав общие черты и характеристики имущества, которое может являться предметом ипотеки, можно заключить следующее: это индивидуально-определенный объект недвижимого имущества со строго определенными и установленными границами, являющийся отдельным объектом права и состоящий на кадастровом учете в качестве недвижимого имущества. Кроме того, данный объект должен быть не ограниченным в обороте, иметь прочно неразрывную связь с землей (кроме морских, воздушных судов и космических объектов) и должен принадлежать правообладателю на праве собственности или хозяйственного управления.

Главной особенностью ипотеки является обязательство государственной регистрации ипотеки в качестве обременения согласно Единому государственному реестру права на объекты недвижимого имущества и сделки с ними. Как раз с момента государственной регистрации ипотека считается возникшей для третьих лиц, именно с этого момента закон связывает и возникновение права залога (п. 3 ст. 11 ГК РФ).

Нормативно-правовое регулирование ипотечного кредитования довольно актуально, так как развитие экономики и общества требует развития и со стороны законодательства.

Если государство способствует закреплению и модернизации законодательства, избегая при этом «столкновения» и противоречия между разными законами или же приказами, согласует и гармонизирует нормативно правовой аспект и современные экономические потребности, то в дальнейшем будет обеспечено расширение емкости ипотечного рынка и



развитие ипотечной системы, минимизирует риски, связанные с ипотечными операциями.

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

Ермаков И.В., гр. МАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Под экономической безопасностью кредитной организации понимается возможность эффективного достижения основной ее цели – получения прибыли за счет наиболее рационального выполнения функций в условиях влияния внешних и внутренних угроз. С другой стороны, экономическая безопасность включает в себя сохранение финансовой устойчивости, платежеспособности, планирование будущих денежных потоков экономического субъекта, безопасность занятости.

При исследовании экономической безопасности кредитной организации акценты традиционно смещаются на обеспечение условий, позволяющих достичь максимального финансового результата и минимизировать риски. В данном контексте безопасность выступает объектом угроз противоправных посягательств, а также экономической конкуренции внутри правового поля, что предполагает защищенность банка от угроз внешнего и внутреннего характера, влияния дестабилизирующих факторов. Это позволяет банку сохранять и эффективно использовать свой потенциал.

Общепризнанными видами угроз безопасности деятельности банка являются: угроза потери имущества; угроза порядку функционирования; угроза операционной деятельности. Исходя из сказанного выше, управление экономической безопасностью коммерческого банка должно включать в себя совокупность различных методов и приемов, с помощью которых обеспечивается его способность избегать угроз экономического и любого иного характера, поддерживать устойчивость и эффективность экономической деятельности, ее надежность и устойчивость развития.

Вопросы обеспечения экономической безопасности предпочтительно рассматривать в рамках концепции риск - менеджмента, направленного на определение, оценку и уменьшение суммы прогнозируемых потерь в коммерческой деятельности банка. В контексте такого подхода, факторы риска для банка могут быть сгруппированы по различным признакам. При этом наибольшее распространение получило идентифицирование угроз и опасностей в зависимости от природы их возникновения, что подразделяет их на внутренние и внешние.

Следует отметить, что внешние образующиеся и внутренние генерируемые риски обусловлены действиями субъектов, не только



регулирующих экономическую деятельность банка, но и субъектов, взаимодействующих и конкурирующих с ним.

## **ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ**

Еремин П.А., гр. ВМАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Сегодня банки становятся участниками фундаментальных преобразований, связанных с рядом технологических инноваций. В настоящее время наиболее значимыми и перспективными для внедрения в банковский бизнес являются: облачные технологии, Big Data, искусственный интеллект, роботизация бизнес-процессов, блокчейн и интернет вещей. Эти технологии находятся на разном этапе развития, однако некоторые из них способны существенно изменить банковскую отрасль уже в ближайшие несколько лет.

Облачные технологии лежат в основе современных технологических платформ и позволяют существенно снижать затраты и повышать скорость вычислительных процессов. Облачные технологии – это технологическая концепция, подразумевающая совместное одновременное использование единой информационной инфраструктуры (серверов, программ, баз данных) несколькими организациями, обеспечивая при этом полное разделение доступа к данным и возможность индивидуальной настройки бизнес-процессов. Основная суть «облака» заключается в том, что пользователю нет необходимости приобретать лицензии на программное обеспечение и оборудование. Он покупает сервис доступа к развернутым в облаке программным продуктам, настроенным под его задачи, и платит только за те ресурсы, которые реально потребляет. Это существенно минимизирует время и эксплуатационные затраты клиента.

Существуют три уровня (модели обслуживания) облачных сервисов.

IaaS (Infrastructure as a Service) – облачная инфраструктура (виртуальная машина). Предоставление провайдером в качестве сервиса только компьютерной инфраструктуры (сетевое оборудование, устройства хранения, серверы) в форме виртуализации.

PaaS (Platform as a Service) – облачная платформа. Возможность использования в качестве сервиса инфраструктуры и IT-платформы, которая обычно состоит из операционной системы и прикладных системных сервисов. Такая платформа представляет собой комплексное решение для самостоятельной разработки, тестирования, развертывания и поддержки собственных (в том числе приобретенных) приложений.



SaaS (Software as a Service) – облачное приложение. Этот тип облачных сервисов предлагает доступ множеству клиентов к стандартному приложению, размещенному в облаке.

## **МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ РИСКАМИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ**

Куренков В.А., гр. ВМАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Инвестиционные риски при реализации инвестиционного проекта – это вероятность наступления событий, последствия которых могут привести к срыву сроков выполнения этапов проекта, снижению нормы прибыли или привести к нерентабельности реализации.

Проблема инвестиционных рисков уже достаточно давно обсуждается в зарубежной и отечественной практике. Некоторые методы и инструменты, направленные на ограничение инвестиционных рисков, таких как: хеджирование валютных рисков с помощью биржевых контрактов, создание законодательных актов, позволяющих совершать налоговые вычеты или получать налоговые льготы при реализации проекта, лимитирование ответственности участников проекта, поощрение со стороны ЦБ РФ в виде снижения ставки по формированию резервов и др. Данные меры уже относительно давно вошли в практическое применение в финансовой сфере, однако они не всегда имеют комплексный характер. Кроме того, существует проблема ведения и формализации данных по потерям, полученным вследствие реализации инвестиционного проекта. Разработка и совершенствование системы управления инвестиционными рисками, в соответствии с международными стандартами, и включение ее в банковскую систему управления рисками, может стать частью стратегии банка.

В современной деятельности коммерческих банков значительно повысилась роль методов управления инвестиционными рисками в системе управления рисками банка. Одновременно, коммерческому банку необходимо учитывать, какой результат он получит после внедрения того или иного метода и насколько эффективным окажется результат.

По способу воздействия на риск (по времени, целям проведения мероприятий и сферам приложения) методы управления инвестиционными рисками делятся на две категории – превентивные методы и методы возмещения потерь от инвестиционных рисков. Их применение допустимо как отдельно, так и в сочетании друг с другом, для получения максимального управленческого эффекта.

Если коммерческие банки будут стратегически просчитывать все возможные негативные последствия для инвестиционного проекта, то им





удастся привести к минимуму риски срыва инвестиционного проекта и банки смогут улучшить свой рейтинг надежности.

## **ЗАЛОГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

Лавриков А.Н., гр. ВМАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Залоговое обеспечение – это предоставленное заемщиком имущество, которое используется в качестве гарантии выполнения условий заключенной с кредитором сделки. Обычно речь идет о недвижимости, транспортных средствах, электронике, ювелирных изделиях или иных формах собственности, официально принадлежащих залогодателю.

Классификация залога возможна по различным признакам. Основным из них является вид имущества, являющегося предметом залога, так как правовое регулирование залога в зависимости от использования имущества, имеющего различный правовой режим, также имеет свои особенности.

Кредиты в России уже составляют более 60% всех банковских активов, так что проблема возвратности кредитов – вопрос не столько правовой и экономический, сколько социальный. Это – вопрос стабильности всей банковской системы в целом. Именно поэтому меры защиты кредитов банков могут и должны отличаться от мер защиты требований прочих субъектов экономики.

Кроме того, России нужны длинные дешевые кредиты, но они не могут стать дешевыми до тех пор, пока банки несут значительные потери и вынуждены перекладывать их через кредитную ставку на своих добросовестных заемщиков. А в результате честно работающий российский бизнес не может стабильно развиваться из-за того, что он, в сущности, субсидирует через кредитную ставку убытки банков от действий недобросовестных заемщиков, уклоняющихся от возврата долгов.

В международной практике применяется отдельный стандарт, описывающий требования к оценке для целей кредитования. В качестве примеров можно привести следующие стандарты: Международные стандарты оценки (IVSC); Международное применение оценки 2 (МПО 2) «Оценка для целей кредитования»; Стандарты оценки RICS (The Red Book) Положение о практике 4.2 «Оценка для целей залога»; Единые стандарты профессиональной практики оценки (USPAP), Консультативное Заключение 13 (КС-13) «Оценивание заложенной недвижимости и приведение оценки в соответствии с USPAP»; Европейские стандарты оценки (ЕСО) Стандарт 6: «Оценки для целей обеспечения банка в связи с выпуском ценных бумаг, обеспеченных активами и/или ипотекой».

Итоговым результатом данного направления работ должна являться разработка единых требований, которые будут приниматься оценочным и



банковским сообществом, в части выработанных подходов к оценке залога различных типов.

## **МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ОПЕРАЦИОННЫМИ РИСКАМИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

Ломов А.П., гр. МАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Риски в банковской практике – это опасность потери ликвидности и доходов банка при наступлении определенных негативных событий. Поэтому риски в большой степени связаны с ликвидностью и платежеспособностью банка. Операционные риски по возможным последствиям являются существенными для банка.

Проблема рисков уже достаточно давно обсуждается в зарубежной и отечественной литературе. Возникло даже относительно новое для России, производное от «риска» понятие, которое все больше входит в жизнь управленческих работников – «управление риском», или «риск-менеджмент». Некоторые методы и инструменты, направленные на ограничение операционных рисков, таких как внутренний контроль, разделение функций и полномочий, лимитирование операций и др., уже давно используются практически во всех банках, однако они не всегда имеют комплексный характер. Кроме того, существует проблема формализации данных по потерям, полученным вследствие операционных рисков.

Разработка и совершенствование системы управления операционными рисками, в соответствии с международными стандартами, и включение ее в общепанковскую систему управления рисками, должно стать частью стратегии банка. В современной деятельности коммерческих банков значительно повысилась роль методов управления операционными рисками в системе управления рисками банка. Одновременно, коммерческому банку необходимо учитывать, какой результат он получит после внедрения того или иного метода и насколько эффективным окажется результат.

По способу воздействия на риск (по времени, целям проведения мероприятий и сферам приложения) методы управления операционными рисками делятся на две категории – превентивные методы и методы возмещения потерь от операционных рисков. Их применение допустимо как отдельно, так и в сочетании друг с другом, для получения максимального управленческого эффекта.

Если отсутствует система управления операционными рисками, то это приведет к возникновению множества проблем и может повысить подверженность кредитной организации операционным рискам.



Если коммерческие банки будут выполнять все предписанные правила, проводить модернизацию технологий и своевременно обновлять нормативную базу, то им удастся привести к минимуму операционные риски, и они смогут занять лидирующие позиции на рынке.

## **АНАЛИЗ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

Шемякина А.А., гр. ВМАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Экономическая безопасность кредитной организации – это состояние защищенности банка от недобросовестной конкуренции, негативного влияния внешних и внутренних угроз. Конкурентные преимущества являются основой стабильной прибыльной деятельности кредитной организации. Оценка системы экономической безопасности банка основывается на анализе финансового состояния, выявлении реальных и потенциальных угроз экономической безопасности, разработке способов управления этими угрозами, что приводит к минимизации и нейтрализации угроз.

На сегодняшний день научно-технический прогресс и внедрение современных технологий подвергают банки совершенно новым и более опасным угрозам. Для коммерческих банков важным условием эффективной и безопасной деятельности является обеспечение возвратности кредитов, поддержание ликвидности, повышение прибыльности, снижение банковских рисков. Поэтому банкам необходимо обеспечивать охрану финансовых ресурсов, защиту информации и имущества коммерческого банка, а также создание системы его финансовой безопасности.

В современных условиях неопределенности и финансовой нестабильности коммерческие банки нуждаются в создании комплексной системы нейтрализации угроз, влияющих на уровень экономической безопасности, которая позволит финансово-кредитному учреждению не потерять платежеспособность, а также противостоять разнообразным угрозам и самостоятельно устранять последствия их реализации.

Достоверная оценка экономической безопасности коммерческого банка требует правильного применения существующих методологических подходов с целью определения наилучшего способа оценивания, который сможет предоставить наиболее точное и объективное понимание о деятельности и перспективах организации.

Обеспечение экономической безопасности является неотъемлемой частью деятельности коммерческого банка. Банки всегда способствуют становлению более эффективной и устойчивой экономики. Необходимо



доскональное изучение системы экономической безопасности коммерческих банков и разработка мероприятий по устранению угроз.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ КЛИЕНТА СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

Федянина А.А., гр. ЭС-118

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Любая сервисная организация в процессе своей деятельности ориентируется на определение желаний потребителя и соответственно их удовлетворения путем предоставления услуг. Потребитель решает многое. От его желаний, мнений и действий напрямую зависит успешность компании, ее конкурентоспособность, способность удержать рынок и развиваться на нем.

Изучение моделирование поведения клиентов сервисных организаций является особенно актуальным в условиях экономического кризиса в период пандемии и снижения реальных денежных доходов населения. В современных условиях хозяйствования постоянное получение информации о новых желаниях клиентов может способствовать повышению качества предоставляемых услуг, изучению спроса на предоставление услуг, формированию товарного предложения и повышению степени удовлетворения целевой аудитории в товарах и услугах.

Нами освещена роль изучения модели потребительского поведения в оказании сервисных услуг, проанализирована классификация моделей поведения, дана их характеристика и доказана необходимость изучения данной темы в современных рыночных условиях. Изучены основные понятия построения сценария поведенческих действий потребителей, его компоненты, описаны факторы, оказывающие влияние на потребительское поведение, этапы принятия решения клиентом.

Однако клиенты непостоянны в своих нуждах, поэтому сотрудникам сервисных организаций требуется тщательно отслеживать изменения потребительских предпочтений и адаптировать деятельность фирм под их запросы. Многие фирмы проводят различные исследования побуждений потребителя к действию, почему они поступают именно так, а не иначе. Грамотный учёт этих представлений помогает организациям определить характеристики изменения спроса, ассортимент/номенклатуру производимой продукции и перечень оказываемых услуг: как, где и для кого. Ответы на представленные вопросы составляют основу деятельности любой компании, влияют на скорость её реакции и ориентированность на успех.

Таким образом, акцентируя внимание на изучении потребителя, организация сферы услуг может укрепить свои конкурентные позиции,



улучшить показатели результатов деятельности и увеличить уровень прибыли для претворения в жизнь дальнейшего развития предприятия.

## **ЭКОЛОГИЧНОСТЬ НАКЛАДОК НА КРЫШКУ БАНКИ РЕД БУЛЛ**

Косенкова М.Д., Плохоцкая П.В., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Этот год оказался достаточно сложным для всего бизнеса, в том числе для индустрии энергетических напитков. Одной из главных причин снижения уровня продаж служит опасение людей, связанное с распространением пандемии COVID-19. Так как люди стали больше внимания уделять личной гигиене, поэтому предпочитают покупать напитки в пластиковой бутылке, поскольку считают такой выбор наиболее безопасным для своего здоровья.

Необходимость освещения темы использования экологичных накладок на крышку банки Ред Булл обоснована потребностью внедрения данной технологии в современных условиях.

Причины быстрого изменения потребительского поведения в последнее время вызваны требованиями к организациям меняться под желания потребителя.

Нами предложено инновационное решение для выхода из данной ситуации. Для того, чтобы напиток было безопасно употреблять сразу после покупки, необходимо запустить серию продукта с бумажной накладкой на крышку, которая поможет сохранить чистоту, т.к. плотно прижатая бумага надежно защищает отверстие от вирусов, бактерий, грязи, пыли.

Также была выявлена польза использования данных накладок. Например, бумага не выделяет токсических веществ, продукт легко утилизируется и может использоваться повторно после вторичной переработки.

Для реализации данного проекта необходимо разработать несколько видов бумажных накладок; закупить и установить необходимое оборудование и материалы; произвести партию напитков с использованием новой технологии; предлагать продукт потребителям, начиная с проведения ряда промо-мероприятий и активаций через социальные сети.

В ходе проведения расчетов экономической эффективности инновационного проекта получена привлекательность данного проекта для реализации и дальнейшего применения.

Таким образом, необходимость внедрения данной инновации обоснована требованиями противовирусной стерильности с появлением пандемии COVID-19, и теперь внедрение бумажных накладок на крышку алюминиевой банки это необходимость. Это позволит сохранить банку чистой и безопасной для потенциальных потребителей. Также это отличный





способ, в очередной раз, показать уникальность бренда и его преимущество в отношении конкурентов.

## **РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Денисова А.А., Егоян Э.А., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Развитие современных информационных технологий диктует особую траекторию развития экономики и сферы обслуживания в условиях цифрового общества. Если ранее в сфере услуг присутствовало только традиционное offline-пространство, то сейчас в центре внимания государства и бизнеса стоят интернет-услуги.

Актуальность изучения тенденций развития сервисной сферы очевидна, так как она во многом задает вектор развития будущих трансформаций экономической системы в целом.

По мере расширения применения информационных технологий в социально-экономической среде общество столкнулось с рядом сдерживающих факторов, таких как дефицит кадров, недоверие потребителей к Интернету, отсутствие компьютерной грамотности среди пожилых людей, слабая доступность Интернета в зависимости от поселения.

Несмотря на то, что трансформация и цифровизация услуг в глобальном масштабе происходит на протяжении многих лет, пандемия побудила ускорить этот процесс быстрыми темпами.

Благодаря преодолению возникших сложностей и ограничений деятельности организаций появились и новые услуги, а также получили повсеместное применения ранее слабо популярные услуги (например, дистанционное образование). Они стали пользоваться большим спросом. Сложившаяся ситуация является беспрецедентной по своим масштабам и влиянию на всех и каждого по всему миру. Эта ситуация привела к сбоям в деятельности фирм. Для снижения их влияния подчеркивается жизненно важная роль технологий общения на большой дистанции: от выстраивания удалённой работы до объединения людей через большие расстояния.

Таким образом, автоматизация предоставления услуг и организация дистанционного доступа клиентов к сервисным продуктам являются одними из ведущих тенденций развития сферы услуг в современных условиях.

Важно отметить, что пандемия продемонстрировала на сегодняшний день необходимость в технологиях. Ранее использованные технологии в качестве вспомогательных инструментов доказали рост их ценности в современных условиях и для компаний, и для отдельного человека.



## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Раковец В.В., Кабанова А.В., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Социальное предпринимательство находится на начальной ступени развития в России и за рубежом. На сегодняшний день решение социальных проблем практически выходит на первый план интересов организаций. Множество компаний в России уже стоят на пути внедрения социальных мероприятий в их деятельность.

Нами рассмотрена разницу между терминами «предпринимательство» и «социальное предпринимательство». Для этого дано определения терминам «предпринимательство» и «социальное предпринимательство». Выявлено основное отличие деятельности социального предпринимательства от деятельности коммерческих организаций: в первую очередь решаются вопросы в интересах общества и потребителей (клиентов), а во вторую обращается внимание на получение прибыли фирмой.

Проведённый анализ выявил начальный этап развития социального предпринимательства (ПС) в России в настоящее время. Появление первичных шагов состоялось ещё в советское время. Текущий период характеризуется как начальная стадия развития ПС. Также рассмотрена роль пандемии COVID-19, как фактора оказания негативного влияния и на коммерческие организации, и на социальные предприятия. Нами раскрыт ряд главных проблем для создания социально-ориентированного бизнеса в России: малое количество организационно-правовых форм для использования в подобном типе предприятий; недостаточная эффективность механизма для поддержания баланса интересов государства, регионов и населения в работе социальных предприятий; слабое согласование основных интересов сотрудников и работодателей с разногласиями при работе оказывает негативное влияние на результаты деятельности предприятия.

Россия стоит на 23 месте мирового рейтинга лучших стран по деятельности социальных предпринимателей по данным исследования фонда Thompson Reuters по итогам 2019 года. Итоги рейтинга привлекательности России для социальных предпринимателей информируют о недостаточном развитии государственной поддержки социального предпринимательства в Российской Федерации и нерешенностью многих социальных вопросов.

Проведённый нами анализ подтвердил привлекательность социально ответственной компании с разных сторон.



В работе проведено обобщение необходимости использования социального предпринимательства для развития России и его способствование развитию социальных и экологических инноваций для решения различных проблем общества.

## **ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ ПРИ ЗАПУСКЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

Ткачук А.Е., гр. ЭТД-119

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Сегодня для достижения успеха в нестабильной ситуации на рынке, компаниям уже недостаточно успешного выполнения отдельно взятых проектов и программ. Для получения наиболее эффективных результатов необходимо осуществление целого комплекса инновационных проектов. Увеличение эффективности деятельности происходит и вследствие обоснованной работы с проектами, и за счет правильного их выбора.

В настоящее время основными задачами компаний являются обеспечение взаимосвязи между множеством реализуемых проектов и/или программ с целями компании при рациональном распределении ресурсов между этими проектами.

Цели организации отражают желание руководителей достичь определённых экономических результатов на конкурентном рынке. Для этого по каждой цели выбирается и закрепляется критерий её достижения. Данный критерий образуется путём наложения на соответствующий показатель определённых ограничений, либо условий экстремума. Для решения подобных задач наиболее распространённым методом является Метод Анализа Иерархий (МАИ).

Данным методом позволяет принять решение посредством иерархической композиции задачи и рейтингования альтернативных решений. Порядок применения МАИ: построение качественной модели проблемы в виде иерархии, включающей цель, альтернативные варианты достижения цели и критерии для оценки качества альтернатив; определение приоритетов всех элементов иерархии с использованием метода парных сравнений; синтез глобальных приоритетов альтернатив путём линейной свертки приоритетов элементов на иерархии; проверка суждений на согласованность; принятие решения на основе полученных результатов.

Нами проанализирован пример по экологической и природоохранной проблематике. После прохождения каждого из перечисленных выше этапов порядка применения был определен наиболее эффективный вариант решения поставленной проблемы.



Модель, полученная в ходе работы с методом анализа иерархий, позволяет сформировать оптимальный портфель проектов компании для инновационного развития участников инвестиционного процесса.

## **УЧЁТ УРОВНЯ КУЛЬТУРЫ КЛИЕНТОВ ПРИ ОКАЗАНИИ УСЛУГ**

Степанова А.В., гр. ЭС-118

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Внутриличное влияние на поведение потребителя/клиента оказывают факторы культуры. Культура представляет собой совокупность всех созданных в процессе своей деятельности человеком ценностей. А также понятия: знание, вероисповедание, искусство – все характеристики индивида, как социальной личностью.

Понятие «культура» включает в себя определенный набор факторов формирования модели культуры – трёхмерную матрицу. Текущая матрица представляет собой совокупность набора культурных ценностей, материальную среду и институциональную (социальную) среду.

Воздействие культуры на принятие потребителем решения о покупке велико. Культура имеет влияние как на выбор отдельного покупателя, так и на структуру потребления общества в целом.

Покупая товар, получая услугу, клиент ожидает выполнения купленной продукцией некоей функции, например: очищение стёкол средством для мытья стекол или утоление голода продуктом питания. Если потребность клиента будет удовлетворена в полной мере, то можно надеяться на появление нового приверженца данной торговой марки.

Специалисты по продвижению продукции/услуг могут влиять на решения потребителей рекламными материалами и стратегиями розничной торговли, однако некоторые культурные факторы они побороть не в силах.

Осуществляя выбор варианта потребитель ценит больше определенные атрибуты товаров по сравнению с другими. Это зачастую зависит и от принадлежности потребителя к определённой культуре/субкультуре (более мелкой составляющей культуры). Также огромное влияние на сферу потребления имеет принадлежность клиента религиозным группам.

Для понимания влияния культуры на потребление, исследователи в супермаркетах изучают: типы клиентов, приобретаемые ими товары; отслеживают количество входящих и приобретающих продукцию человек, а также направление движения людей внутри магазина.

Таким образом, культура – это комплекс убеждений, идеалов-ценностей, идей и других значимых символов, с использованием которых люди общаются и воспринимаются как члены общества. Культура и ценности передаются одним поколением другому. Основные ценности



общества определяют способ использования товаров и оказания услуг по функциям, форме и значению. Культура клиента гарантирует положительное, нейтральное или отрицательное отношение к торговым маркам и коммуникативным программам, а также определяет идеологию потребления в целом.

## **КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ НОВОГО БРЕНДА**

Шлямина В.О., гр. ЭБ-119

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Как известно для того, чтобы новый бренд был успешным на рынке и смог составить достойную конкуренцию, необходимо тщательно исследовать рынок и продумать наиболее выгодные способы внедрения в него собственного бизнеса. С этой целью проводится комплекс маркетинговых исследований, включающий в себя разведочные, описательные и казуальные маркетинговые исследования. Первые могут носить разведочный характер, т.е. быть направлены на сбор предварительной информации, предназначенной для более точного определения проблем и проверки гипотез. Вторые заключаются в простом описании тех или иных аспектов реальной маркетинговой ситуации и третьи, направленные на обоснование гипотез, определяющих содержание выявленных причинно-следственных связей. Каждое направление исследований использует определенные методы сбора и анализа маркетинговой информации. В первую очередь необходимо детально изучить потребности рынка, найти свою целевую аудиторию. Это самое главное правило, ведь как можно говорить об успехе бренда, если на него нет спроса, потому что люди просто не нуждаются в данном товаре. Особенно важно провести исследование своих конкурентов, изучить их сильные и слабые стороны, особенности их товара и посмотреть на то, как они преподносят свой товар покупателям. Маркетинговые исследования помогают принять правильные, более точные решения, также помогают свои идеи превратить в грамотные действия. Таким образом, возникает необходимость в постановке и решении следующих вопросов. В чем суть маркетинговых исследований? Нужны ли они вообще? Как правильно провести маркетинговые исследования, чтобы бренд стал успешным на рынке? Откуда брать идеи? На что ориентироваться? Реклама. Как сделать так, чтобы твой продукт покупали? Бенчмаркинг, детальное сегментирование целевой аудитории, поиск глубинных инсайтов. Создание визуальной системы айдентики, стиля, тональности и настроения бренда. Исследования внешней и внутренней среды, комплексный бренд-аудит,





стратегические сессии. Разработка брендбука. Разработка УТП, позиционирования, платформы бренда.

## **ХАКАТОН – ИСТОЧНИК КРЕАТИВНОСТИ И ИННОВАЦИЙ**

Волкова А.Д., гр. ИРС-118

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Хакатон – форум разработчиков, во время которого специалисты из разных областей (программисты, дизайнеры, менеджеры, экономисты и другие профессии) сообща в командах решают поставленную перед ними задачу в ограниченные сроки (например, двое суток). Само слово «хакатон» – это термин, образованный из двух слов: хакер и марафон. Раньше термин «хакатон» относился только к хакерству, а сейчас он включает в себя различные области от программирования до дизайна.

Обычно хакатоны продолжаются от двух дней до одной недели. В последнее время хакатон становится все более распространенным форматом мероприятий НИОКР во всем мире. В России он получил широкий отклик среди молодёжи как новое явление социального характера. Это направление творческой активности молодёжи попало в поле зрения инновационных компаний, которые оказывают ей всестороннюю поддержку. Основной целью хакатона является поиск решений поставленных компаниями задач: новые дизайнерские проекты, разработка программ, сайтов и мобильных приложений и ряд других.

Как правило, хакатоны начинаются с презентации мероприятия и участвующих в ее организации компаний, которых, чаще всего, бывает несколько. Это предпринимается с целью привлечения большего количества специалистов из разных направлений и областей знаний. Затем участники начинают работать над решением предоставленных кейсов – задач в течение отведенного времени. Обычно молодые специалисты работают нон-стоп 24 часа, чтобы успеть завершить свой проект. С учетом такого графика работы участникам мероприятия предоставляют бесплатное питание. Завершаются хакатоны презентациями проектов, во время которых каждая команда делится результатами своей работы. В основном хакатоны носят соревновательный характер. В таких случаях жюри оценивает участников и выбирает победителей, которые награждаются призами. Как видно из всего вышесказанного, хакатоны – это возможность для дизайнеров, разработчиков и других специалистов креативного направления собраться вместе и поработать над созданием инновационного проекта. В этом смысле хакатон можно рассматривать как инструмент социального лифта, позволяющий молодёжи проявить себя и в полной мере продемонстрировать свой творческий потенциал.



## ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С ПОСТАВЩИКАМИ НА КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Семикина С.Д., гр. ЭТД-119

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Основной признак, по которому различают коммерческие и некоммерческие организации, – это цель их деятельности. В отличие от некоммерческих организаций коммерческие юридические лица нацелены на извлечение прибыли. Грамотное взаимодействие с поставщиками – один из элементов успешной работы предприятия. Коммерческие предприятия делят на две большие группы: негосударственные и государственные. Можно выделить следующие особенности сотрудничества коммерческой негосударственной компанией с подрядчиками: жесткая конкуренция поставщиков, разнообразие поисковых площадок; самостоятельность деятельности сотрудника коммерческой компании; необходимость работать со всеми элементами рынка товаров и услуг; организация непрерывного мониторинга производителей товаров.

При организации работы с поставщиками государственные и муниципальные предприятия могут действовать по двум планам в зависимости от источника дохода. Первая категория предприятий следует 44-ФЗ, вторая – 223-ФЗ.

Основные особенности в организации работы с поставщиками унитарных учреждений, следующие:

- 1) сроки: закупки необходимо делать быстро;
- 2) оформлять заказ на товар у поставщика по 223-ФЗ можно только за счет внебюджетных средств, по 44-ФЗ только счет бюджетных средств;
- 3) предприятие должно принять и опубликовать положение о закупке и разместить информацию о нем в ЕИС (223-ФЗ);
- 4) предприятия обязательно регистрироваться в реестре ЕРУЗ (Единый реестр участников закупок) на портале ЕИС (Единая информационная система) в сфере закупок [zakupki.gov.ru](http://zakupki.gov.ru) (44-ФЗ).

Таким образом, комплексы мероприятий по организации работы государственных и негосударственных коммерческих компаний с поставщиками сильно отличаются. Они действуют согласно разным законам и под разной степенью государственного контроля. Благодаря этому в настоящий момент времени они играют одинаково важные роли на внутреннем рынке России.



## ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Беликова Д.М., гр. ЭТД-119

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В настоящее время с переходом к рыночной экономике весьма актуален вопрос оптимизации бизнес-процессов, в частности, грамотного управления закупками на предприятиях, поскольку осуществление рациональных закупок позволяет не только эффективно использовать средства организаций, но и обеспечивать им конкурентные преимущества перед другими коммерческими предприятиями.

Одна из основных проблем в управлении закупками – проблема выбора поставщика. Это объясняется тем, что в условиях современного рынка действует большое число поставщиков, предлагающих схожую продукцию, а также тем, что не все поставщики могут оказаться надежными партнерами, способствующими фирме в реализации поставленных целей. Ошибка на данном этапе недопустима, поскольку ее цена может оказаться слишком чувствительной для организации.

Закупщики в фирмах выбирают поставщиков на основе следующих критериев: опыт работы; качество товара; надежность поставки, возможность внеплановых поставок; географическое расположение поставщика; условия платежа; финансовое состояние поставщика и т.д.

После того, как найдены основные поставщики, компания должна задуматься об оптимизации внутренних бизнес-процессов закупочной деятельности, к ним относятся: систематизация информации о затратах на закупки, распределение закупок товаров по однородным категориям, разработка индивидуальной стратегии снабжения для каждой категории товаров, регламентация работы участников закупок и разработка учебных программ, необходимых закупщикам для осуществления успешной профессиональной деятельности.

Таким образом, процесс оптимизации закупок на предприятии осуществляется на основе системного подхода к процессам подбора поставщиков и инжиниринга внутренних бизнес-процессов закупочной деятельности.

### АРТ-МАРКЕТИНГ

Ерохина Е.А., гр. ИРС-118

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Маркетинг – это ежедневная и ежечасная своего рода головоломка, как поместить нужный товар на наиболее подходящее место в наиболее



подходящее время и по более подходящей цене, это искусство и наука поиска, увеличения и сохранения клиентуры. Искусство маркетинга – это создания уникальной марки. Если товар не имеет своей торговой марки (знака), то он обычно рассматривается как один из множества товаров массового потребления. Тогда все начинает определять цена, и побеждает тот производитель, чьи затраты ниже и цена приятнее для потребителя.

Тема арт-маркетинга может быть любопытна всем тем, кто создает востребованность брендов на арт-рынке, работает в области развития ценностей искусства и культуры или представляет на этом рынке свой авторский продукт. Искусство и маркетинг давно стоят бок о бок в одной сфере. Если раньше большие компании открыто и напрямую покупали идеи авторов, то сейчас компания повышает свой статус, вносит средства в произведения искусства, и таким образом поддерживает культуру. Так как современное искусство сегодня отходит от строгих правил, которые устанавливает современная живопись или фотография, ищут новые пути развития.

Арт-маркетинг связывает следующие факторы: с одной стороны, бренд соединяют с арт-проектом, с другой – арт-проект подстраивается под бренд. Творчество покрывается маркетинговыми целями, привлекая аудиторию и выделяя бренд на фоне конкурентов. Основными способами развития становятся онлайн-площадки, журналы, и, конечно же, социальные сети, например, популярность во всем мире быстро набирает Instagram. Онлайн-площадки арт- и дизайн-индустрии, продвигающие искусство в массы с помощью привлечения онлайн-аудитории, также формируют свое место в арт-маркетинге. Такие программы представлены как в узком кругу, так и на интернациональном уровне.

Современный арт-мир дает возможность любому, кто обладает идеями и талантом, побороться за право на «место под солнцем». Социальные сети и другие каналы продвижения позволяют каждому заявить всему миру о своем намерении стать успешным. Благодаря всем этим возможностям, арт-маркетинг становится все более известным, популярным и выгодным направлением, не только показывающим новые таланты миру, но и подогревающие интерес к искусству.

## **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА КАНДИДАТА**

Абдуллаева А.А., гр. ЭЭ-119

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Оценка потенциала кандидата является базовой процедурой в работе с кадрами. Система оценки и отбора кандидата – это инструмент управления, который позволяет компании ускорить достижение



поставленных ею целей за счет высокой квалификации и профессионализма персонала.

Основная цель компании на данном этапе – повысить эффективность сотрудников. Компания придает большое значение управлению персоналом, повышению его эффективности, но невозможно управлять тем, о чем не имеешь четкого представления. Для получения этого массива данных о человеческом ресурсе компании нужно измерить и оценить потенциал сотрудников, чтобы в дальнейшем планировать и осуществлять работы по повышению эффективности их деятельности и профессиональному росту.

По этому поводу проводятся различные мероприятия, такие как регулярная система оценки; аттестация; метод обратной связи «360 градусов»; центр оценки и развития; тестирования.

Одними из основных методов оценки кандидата являются:

оценка компетенции: оценка знаний, умений и возможность их успешного применения на практике;

оценка результата труда: сравнение запланированной работы с конечным результатом.

Результаты оценки персонала применяются для оценки кандидата при подборе на работу; определения лучших сотрудников; получения объективного основания для повышения должности; пересмотра заработной платы; формирования фундамента, для дальнейшего развития сотрудника.

Использование методов оценки является одним из необходимых условий компаний для выявления потенциала кандидата и его разумного использования в профессиональных целях. Современные методики делают всё возможное, чтобы повысить объективность оценки персонала. В первую очередь она зависит от самого проверяющего и тестируемого, их психического и физического состояния. Также многое зависит от квалификации специалистов, проводящих оценку.

## **МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ**

Кудрявцева В.А., гр. ЭЭ-119

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В наше время производитель все больше уделяет внимание желаниям и потребностям потребителя, а не конкурентам в процессе выстраивания своей деятельности. В связи с этим становится все более актуальным и важным маркетинг взаимоотношений, который нацелен на обеспечение удержания потребителей путем создания новых ценностей.

Маркетинг взаимоотношений делает упор на длительное взаимодействие, то есть стремится удержать старого клиента, а не





привлечение нового. Также важной частью данного подхода к маркетингу является большой упор на качество продукции, что также позволяет не потерять потребителя. Это будет происходить из-за того, что потребитель не будет задумываться о поиске другой фирмы или товара, если его будет устраивать качество и цена данного. Не менее значимая роль в маркетинге взаимоотношений уделяется внутреннему маркетингу. Важно чтобы сотрудники разделяли ценности компании и принципы партнерских отношений, поэтому компании важно уделять внимание внутреннему климату организации и развитию сотрудников. Можно сказать, что основными составляющими данного подхода являются: понимание роли потребителя; разработка новых идей, ориентированных на конкретного потребителя.

Маркетинг отношений объединяет информацию о клиентах, полученную по каналам маркетинга, продаж и сервисного обслуживания, и обеспечивает сотрудников компании информацией, необходимой для лучшего понимания запросов потребителей и для эффективного построения взаимоотношений со своими покупателями и партнерами.

Современный потребитель перешел от пассивного получения информации, которой его снабжали компании через рекламу, к активному поиску и потреблению информации. Он использует разнообразные информационные источники и располагает современными средствами связи. Поэтому в перспективе маркетинга взаимоотношений возможно непосредственное включение потребителя в совместную разработку и производство товаров и услуг. Фирмы переносят на потребителей часть функций, услуги и риски, выигрывают же от этого как производители, так и потребители.

## **РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ВЫЯВЛЕНИЮ И СИСТЕМАТИЗАЦИИ ПРОБЛЕМ В ОБЛАСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ФРОВ-ФРЕШ В РИТЕЙЛЕ**

Иванова Е.А., гр. ВМАГ-М-120

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

С экономической точки зрения, продовольственные товары – это продукты питания, позволяющие удовлетворить физиологические потребности человека в жизненной энергии и незаменимых веществах, что требуется для нормального функционирования организма.

Согласно ГОСТ Р 51074, к пищевым продуктам относится продукция животного, растительного, минерального и биосинтетического происхождения, предназначенная для употребления людьми в пищу в свежем или переработанном виде. Сюда же входят любые напитки,



жевательная резинка, а также те или иные вещества, применяемые при изготовлении, подготовке и переработке пищевых продуктов.

Ритейлы особо внимательно относятся к категории fresh. К данной категории относятся: фрукты и овощи, кулинария и салаты, мясо и полуфабрикаты, рыба и полуфабрикаты из нее, молочные продукты от фермеров, выпечка и хлеб, кондитерские изделия. Учитывая требования потребителей к современной торговле, основные принципы организации категории fresh – оригинальная концепция, театрализация процесса продажи, выверенный ассортимент, правильные цены. Поэтому решение проблем организации торговли и выявления резервов повышения эффективности реализации продукции ФРОВ-ФРЕШ является весьма актуальным.

Реализация продукции ФРОВ-ФРЕШ создает торговым организациям большие проблемы. На данный момент главной проблемой в реализации товаров категории ФРОВ-ФРЕШ являются товары с коротким сроком годности. Чтобы успешно продавать скоропортящиеся продукты, компаниям требуется удвоить трафик, что является затратным. Другими наиболее важными проблемами являются организация цепочки поставок в сети продовольственных продуктов и выстраивание работы с поставщиками; приемка товаров по количеству и качеству от РЦ (распределительный центр); поддержания уровня свежести продовольственных товаров, относящихся к категории фреш (данная продукция имеет сроки годности от 3 – х до 7 дней).

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДИКИ SERVQUAL НА ПРИМЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ**

Сергеева Н.С., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Основными тенденциями развития розничной торговли, по мнению ведущих специалистов отрасли, являются: диджитализация, региональная дискаунтеризация, развитие интернет-торговли. Приоритеты развития, как направления будущего российской торговли, – это категорийный менеджмент, цифровая сфера и электронная коммерция. В условиях пандемии покупатели стали больше выбирать магазины в зависимости от места покупки товара. Активно развиваются интернет-магазины, предлагается доставка товаров до двери. С момента начала пандемии в сфере розничной торговли наметились следующие тенденции: 2020 год стал трудным для супермаркетов, так как покупатели предпочитали магазины у дома; собственные торговые марки продуктов стали перспективным направлением, покупателям стало важно качество продукции; средний чек



вырос, но снизился трафик посещаемости, так как покупатели реже приходят в магазин и закупаются на более длительный срок.

Организации розничной торговли конкурируют между собой за высокие показатели покупательской способности. Задачи по удовлетворению спроса потребителей в границах определенного сегмента потребительского рынка (в данном случае хозяйственных товаров) включают создание оптимальных условий для реализации товара и совершения покупки.

В работе рассматривается степень удовлетворенности покупателей магазина розничной торговли хозяйственными и бытовыми товарами методом SERVQUAL. Методика SERVQUAL («service quality» или «качество услуг») используется в качестве инструмента анализа соответствия ожиданий покупателей реальному качеству предоставляемой услуги и позволяет на основе полученных результатов улучшить качество обслуживания. Результаты исследования на основе данного метода позволяют разработать рекомендации для своевременного устранения выявленных проблем в системе обслуживания.

Для применения данной методики к оценке уровня качества обслуживания в магазинах розничной торговли хозяйственными и бытовыми товарами разработан перечень показателей под каждый из пяти критериев оценки, предложенных в методике SERVQUAL, определены значимость показателей и критериев оценки, достоинства и недостатки метода.

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА**

Смирнова Л.Г., гр. МАГ-ЭС-120

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В условиях конкурентной борьбы на рынке банковских услуг большая часть российских банков начала искать новые пути и инструменты повышения конкурентоспособности. Одним из наиболее действенных инструментов считается маркетинг, который предлагает поиск и применение банком наиболее выгодных рынков банковских продуктов с учетом реальных потребностей клиентов, а также инструментов повышения качества обслуживания. Сегодня банки ставят перед собой задачу автоматизировать все этапы и операции по работе с клиентами и перейти на предиктивное и проактивное обслуживание клиентов с целью создания персонализированного предложения, основываясь на собранных о них знаниях. В этой связи можно выделить следующие современные банковские технологии, улучшающие работу с клиентами:



1. Обеспечение банковской деятельности такими инструментами как виртуализация, бэкап (резервное копирование), репликация (обеспечение синхронизации содержимого нескольких копий), системы бизнес-аналитики, инструменты для разработчиков.

2. Внедрение в деятельность банков элементов искусственного интеллекта (роботизация банковских операций со встроенными средствами аналитики, в том числе в работе call-центров), что сокращает операционные издержки, обеспечивает обслуживание клиентов в режиме 24/7 и позволяет избегать множества ошибок при обработке типовых запросов, возникающих вследствие человеческого фактора. Применение технологии искусственного интеллекта позволяет анализировать клиентскую базу и использовать полученную информацию при последующем рекламировании банковских продуктов.

3. Цифровизация каналов обслуживания клиентов (системы дистанционного банковского обслуживания), что повышает доступность банковских услуг клиентам практически во всех уголках мира.

4. Развитие ИБ-продуктов, различных средств от киберугроз для сохранности данных и информации как самих банков, так и их клиентов.

5. Выстраивание бизнес-экосистем с партнерами для построения доверительных отношений с конечными клиентами, например, предложение услуг страховой компании при оформлении кредита на приобретение автомобиля, оформления туристической поездки или риэлтерские услуги при оформлении ипотеки% предоставление услуг под чужим брендом; создание принципиально новых направлений бизнеса.

6. Создание собственных IT-компаний и отказ от услуг подрядчиков в области разработки собственного софта – банковский инсорсинг.

## **ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ НА РЫНКЕ B2B**

Ульянова А.С., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Одной из важнейших проблем современных компаний на рынках B2B является привлечение и удержание клиентов, так как конкуренция здесь значительно выше, чем на рынках B2C. Покупки на рынках B2B совершаются профессионалами, выбирающими наиболее удачное предложение для компании, а от их выбора зачастую зависит судьба бизнеса клиента в целом. Именно поэтому для привлечения покупателей компании приходится разрабатывать новые стратегии и принципы работы, удобные для клиентов. Стратегия клиентоориентированности на рынках B2B заключается в том, что компания ориентируется на индивидуальный подход



к каждому клиенту, чтобы удовлетворить все запросы и помочь в достижении поставленных целей компании клиента.

Основной особенностью клиентоориентированности на рынке B2B является высокое значение имиджа компании на рынке, ведь если репутация компании упадет, ей будет довольно сложно найти новых клиентов ввиду специфики рынка, конкуренция здесь довольно высока. Исходя из того, что решения о покупке товара или услуги на данном рынке принимаются на основе тщательного изучения продукции, а также анализа компаний в целом, организациям необходимо следить за качеством продукции, стараться избегать проблем с логистикой и обслуживанием после продажи.

Клиентоориентированность на рынке B2B основана, в первую очередь, на долгосрочном сотрудничестве с клиентом, а также на обратной связи, длительной поддержке и сопровождении клиента как до, так и после заключения сделки. Такой подход позволяет выстроить долгосрочные отношения, а значит, удержать клиента в компании. Немаловажен и индивидуальный подход к каждому клиенту. Наличие уникальных предложений и готовность выполнять определенные работы по заказу покупателя значительно повышают уровень клиентоориентированности компании, а также ее конкурентоспособность на рынке. В отличие от рынков B2C в условиях B2B рынка такой подход является практически обязательным для привлечения и удержания клиентов.

Стратегия клиентоориентированности на рынке B2B позволяет компании не только удержать клиентов, но и повысить свой рейтинг на рынке, повышая тем самым вероятность привлечения новых клиентов, а, следовательно, и прибыли предприятия с наименьшими затратами на продвижение.

## **К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

Подольная Т.В., гр. ВМАГ-Э-219

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

В настоящее время особое внимание в коммерческом банке уделяется управлению кредитными рисками. Деятельность банка без рисков невозможна. Риски выступают в роли неопределённого элемента, которые могут повлиять на работу какого-либо предприятия или же на проведении различных экономических операций. Так как цель деятельности любого коммерческого банка заключается в извлечении максимальной прибыли, сотрудникам следует уделять значительную заинтересованность в совершении операций при минимально возможных рисках. В условиях экономической нестабильности и снижения деловой активности трудно обеспечить в короткий срок становление предприятий, внедрение





различных видов предпринимательской деятельности без кредитной поддержки.

От качественного управления кредитными рисками зависит положительный результат работы банка, поэтому этому процессу уделяют особый интерес. В интересах достижения и поддержания прочного положения на рынке банковских услуг, предотвращения банкротства или ликвидации, коммерческим банкам следует стремиться искать и применять высокоэффективные методы и различные средства управления рисками. Определенные риски, с которыми многократно сталкиваются банки будут определять результаты их деятельности.

Учитывая важность банковских рисков, объяснение их сущности актуально в настоящее время. В большинстве случаев сущность сводится к источнику возникновения, а именно к разным обстоятельствам, факторам внешней и внутренней среды, которые влекут к неизбежным потерям.

М.К. Онгу писал, что кредитный риск – это риск подверженности потерям, если контрагент по сделке не исполняет своих обязательств в должный срок. Колли Ж.К. и Бернара И.В. писали, что кредитный риск – это непредвиденные обстоятельства, способные возникнуть до конца погашения ссуды. Зачастую суть риска выражается в неопределенности, которая отражается в различных сделках.

Таким образом, пока существуют банки и банковские операции, всегда будут актуальными и значимыми вопросы управления банковскими рисками и проблемы, связанные с ними.

## **ОЦЕНКА И РЕГУЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

Мигалев В.В., гр. ВМАГ-Э-219

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

Происходящие изменения в экономике и ее важнейшем секторе – банковской системе, показывают, что она остается уязвимой по отношению к воздействию деструктивных факторов внешней среды, подвержена кризисам, возникающим на фондовых рынках и усиленных процессом глобализации. Последствия кризиса и пандемии, вызванной COVID-19, продемонстрировали, что российская банковская система еще не приобрела необходимого запаса прочности, а многие отечественные банки испытывают затруднения в наращивании капитальной базы и поддержании мгновенной и текущей ликвидности. Ряд кредитных организаций остается в неустойчивом финансовом положении, их надежность вызывает сомнение. Недоверие к отдельным банкам отрицательно сказывается на ситуации в банковском секторе, сдерживает инвестиционную активность населения и предприятий, замедляет приток зарубежного капитала в Россию.



В этой связи важным становится решение вопросов, относящихся к определению признаков финансовой устойчивости банка с помощью правильного подбора оценочных критериев их деятельности, позволяющих обеспечить стабильное функционирование банков, что является главным условием динамичного развития банковского сектора государства.

Для оценки устойчивости российской банковской системы, отдельных банков чаще всего используются такие методики, как экспертные оценки, рейтинги, которые в определенной мере являются субъективными. Но состояние современной банковской системы демонстрирует, что существующие методики оценки финансовой устойчивости банков и банковской системы не оправдывают себя в полной мере, поэтому требуется уточнение признаков, которые позволят не только повысить объективность оценки, но и регулировать уровень финансовой устойчивости, достигая ожидаемого экономическими субъектами уровня доходности собственного капитала банка.

Таким образом, признаки финансовой устойчивости коммерческого банка (надежность, финансовая гибкость, финансовая стабильность, финансовое равновесие), комплексный учет которых позволит оценивать и регулировать финансовую устойчивость банка посредством корректировки управленческих решений при реализации стратегии его развития в условиях риска и неопределенности.

## **К ВОПРОСУ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ НА ФИНАНСОВУЮ ПОЛИТИКУ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

Курнаева А.С., гр. ВМАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

В 2020 году российская экономика, как и мировая, испытала воздействие пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19), сопровождавшегося очередным падением цен на нефть и огромные экономические издержки:

затраты для системы здравоохранения, как государственной, так и частной на лечение инфицированных и контроль над вспышками;

снижение производительности труда;

социальное дистанцирование, нарушающее экономическую активность;

временная приостановка международного туризма;

разрыв цепи прямых иностранных инвестиций и торговых отношений между международными партнерами и государствами и др.

Пандемия довольно существенно ударила по акциям российских банков, прежде всего из-за опасений рынка относительно падения их прибыли. Рост кредитных портфелей замедлился практически до нулевых



отметок. Заемщики, оказавшиеся в трудном финансовом положении, начали активно реструктуризировать кредиты. Капитал оставался стабильным, но следует учитывать, что многие банки, видимо, воспользовались предоставленной Центробанком возможностью не создавать дополнительные резервы под реструктуризированные кредиты. Банки начали отказываться от сборов, увеличивать лимиты по кредитным картам, предоставлять отпуск по ипотечным платежам, пострадавшим от пандемии. К тому же в период резкого спада экономической активности снижается и спрос на банковское кредитование. В это непростое время важно, чтобы клиенты чувствовали, что есть поддержка в виде платежных каникул или краткосрочной поддержки денежных потоков. Как правило, банки не должны иметь проблем с ликвидностью и предлагать своим клиентам отпуск по ипотечному кредиту в виде низких процентных ставок. Также во время пандемии резко возрос объем досрочного снятия депозитов, т.к. многим клиентам банков пришлось воспользоваться своей «подушкой безопасности» в связи с потерей работы, снижением доходов, необходимостью оплачивать лечение или расходы из-за вынужденной самоизоляции. Все эти факторы снизили уровень ликвидности и финансовую устойчивость банковской системы.

Таким образом, в условиях экономической нестабильности коммерческие банки уязвимы из-за повышенных рисков невозврата займов и ограничения многих банковских операций и им следует в обязательном порядке пересмотреть профили рисков своих клиентов, в частности реклассифицировать заемщиков, пострадавших от пандемии.

## **ЗНАЧЕНИЕ ПРОЦЕДУРЫ СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ ПРАКТИКИ**

Каримбеков Р.А., гр. МАГ-Э-220

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

Несмотря на наличие ряда различных современных подходов к изучению консолидации в банковском секторе, вопрос слияний и поглощений был затронут в достаточно ограниченном количестве работ авторов. Это связано с тем, что на протяжении своей истории российские банки претерпевали предельно сложные экономические ситуации, способствовавшие в результате образованию противоречий и недостатков банковской системы РФ, которые выражаются в форме банковских кризисов. Поэтому в настоящее время все более актуальными становятся вопросы трансформации, разработки более устойчивой и конкурентоспособной банковской системы, исходя из современных финансовых и экономических условий, которая отвечала бы интересам не только отечественных и иностранных инвесторов, но и общественным



интересам. Слияние и поглощение (присоединение) в банковском секторе способствует созданию устойчивых финансовых институтов путем консолидации, концентрации и централизации разнообразных экономических ресурсов для приумножения конкурентоспособности и развития банковского бизнеса.

Данная процедура подразумевает аккумуляцию и последующую скоординированную работу огромного количества всевозможных ресурсов, в том числе финансовых, трудовых, материальных и нематериальных активов в рамках объединенной организации, которая будет использовать приобретенные возможности более эффективно с получением синергетического эффекта.

Исследования банковских слияний и поглощений в отечественной экономической литературе затрагивают лишь отдельные вопросы, которые сосредоточены на общей методологии исследования консолидаций, изучении теории банковских слияний, разработке способа их классификации, методов защиты от недружественных поглощений, способах оценки стоимости банка и его акций при слиянии. Проведение комплексного теоретического и практического анализа современных особенностей, тенденций и проблем развития процессов слияний и присоединений отечественных коммерческих банков способствует определению наиболее объективной оценки значения процессов слияния и поглощения для Российской банковской практики. Процедура анализа должна включать в себя оценку современной экономической, политической и др. ситуаций в Российской Федерации и мире, но и выявить отличительные особенности применительно для России.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

Калабина Н.М., гр. ВМАГ-Э-219

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

В настоящее время возникла острая проблема усовершенствования системы ипотечного кредитования, вызванная обострением конкуренции на рынке банковских услуг. На основании опыта российских регионов, в которых происходит развитие ипотеки, можно увидеть тот факт, что у ипотечного кредитования имеется, как минимум, четырехкратный мультипликативный эффект, то есть при помощи каждого рубля кредитования может быть привлечено в систему хозяйственного оборота не меньше 4 рублей ресурсов инвесторов. Потому, непосредственно на основании анализа объема выданных ипотечных кредитов может появиться возможность для привлечения и задействования огромного количества финансовых ресурсов, хранящихся на руках граждан в форме наличной



валюты и объем которых может быть сопоставим с государственным бюджетом государства. Параллельно ипотечное кредитование сможет стать следствием восстановления доверия к государственным кредитным организациям. Пережив финансовый кризис, экономика начала постепенно восстанавливаться, растут потребности физических лиц, тем самым порождая потребность в кредитах, которые в свою очередь приводит к увеличению предложений на рынке кредитования со стороны коммерческих банков.

При реализации операций по ипотечному кредитованию большая значимость отводится совершенствованию процесса ипотечного кредитования, который состоит из следующих основных этапов:

1. Залог участков с возводимыми домами и рядом иных материальных активов.
2. Подача заявки на получение кредита на строительство.
3. Получение ипотечного кредита.
4. Предоставление залога жилого имущества (ипотеки).
5. Передача денежных средств за жилье (кредитных и собственных).
6. Получение права собственности.
7. Реализация ипотечного кредита (закладной).
8. Получение денежных средств на закладные.
9. Получение целевых бюджетных средств на получение ипотечного кредита.
10. Гарантии по ценным бумагам агентства.
11. Законодательное регулирование.
12. Размещение и покупка ипотечных ценных бумаг.
13. Инвестиции в строительство жилья.

Таким образом, благодаря ипотеке появляется возможность для осуществления мобилизации значительной части накопленных ресурсов инвесторов, и их реализации в наиболее значимые отрасли хозяйства, которые взаимосвязаны с жилищным строительством.

## **АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ ООО «ОЙШО СНГ» КАК ОБЪЕКТА СИСТЕМЫ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ»**

Третьякова М.Е., Миняйло В.С., гр. ЭС-118

Научный руководитель: доц. Першукова С.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Системы массового обслуживания (СМО) встречаются во многих областях экономики (производство, техника, военная область, быт и др.) и предназначены для многократного использования при выполнении однотипных задач. Актуальность использования систем массового обслуживания заключается в сокращении времени простоев каналов





обслуживания, выборе необходимого их количества, сокращении времени обслуживания, как результат увеличение вероятности обслуживания. В целом использование СМО позволяет усовершенствовать решение любой из поставленных задач, как экономического характера, так и социального, минимизировать используемые ресурсы для решения поставленной задачи.

Целью работы является анализ деятельности магазина одежды ООО «Ойшо СНГ» как объекта системы массового обслуживания. Для этого были решены следующие задачи:

- изучение теоретических основ систем массового обслуживания;
- рассмотреть деятельность магазина одежды ООО «Ойшо СНГ»;
- рассчитать показатели системы с отказами и системы с неограниченными ожиданиями при изменении количества продавцов, времени и интенсивности нагрузки.

В рамках данного исследования был рассмотрен магазин ООО «Ойшо СНГ» как объект системы массового обслуживания с помощью двух моделей СМО: системы с отказами и системы с неограниченными ожиданиями.

Проведенное исследование позволило сделать выводы о том, что на вероятность простоя каналов обслуживания наибольшее влияние оказывает время обслуживания (чем больше время, тем больше вероятность простоя), а также интенсивность (чем больше интенсивность нагрузки, тем меньше простой). На вероятность отказов в обслуживании влияет количество продавцов (чем больше продавцов, тем меньше вероятность отказа), и время обслуживания (чем больше время, тем больше вероятность отказа).

Благодаря данному исследованию было установлено необходимое количество продавцов для магазина одежды ООО «Ойшо СНГ», оно равно 3 продавца. При 3-х продавцах работа магазина будет эффективной.

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СМО НА ПРИМЕРЕ ПАО СБЕРБАНК**

Денисова А.И., Тимофеева Е.А., гр. ЭС-118  
Научный руководитель: доц. Першукова С.А.  
Кафедра Коммерции и сервиса

На сегодняшний день системы массового обслуживания популярны и находят применение в таких сферах деятельности как: торговля, медицинские услуги, банковские услуги, косметические услуги, услуги ЖКХ и т.д. На примере «ПАО СБЕРБАНК» была проведено исследование функционирования систем массового обслуживания.

Актуальность использования системы массового обслуживания обусловлена необходимостью определить необходимое количество обслуживающего персонала банка при том, что поток требований клиентов неувязим и случаен. Сбербанк ценит время своих клиентов и заботится об



их удобстве при пользовании услугами и сервисами банка. Банк предлагает своим клиентам широкий диапазон каналов обслуживания:

физические точки: офисы обслуживания, услуги специалистов прямых продаж, зоны «Сбербанк Первый» и «Сбербанк Премьер»;

устройства самообслуживания: банкоматы с функцией вноса наличных, с функцией выдачи наличных, с функцией вноса и выдачи;

удаленные каналы: интернет-банк «Сбербанк Онлайн» (веб и мобильное приложение), СМС-сервис «Мобильный банк».

Если клиент уйдет недовольный, на его возврат будет потрачено больше средств. Во многих случаях недовольство клиентов вызвано плохой организацией обслуживания клиентов (слишком долгое ожидание в очереди, отказ в обслуживании и т.д.). Использование теории массового обслуживания позволяет компании избежать подобных проблем, а также позволяет определить количество приборов обслуживания, необходимое для минимизации потерь от несвоевременного обслуживания и простоев обслуживающего оборудования. Сбербанк создает современный стандартизированный канал обслуживания клиентов, отвечающий всем требованиям времени, в том числе в части обслуживания маломобильных групп населения.

Изучив динамику показателей системы СМО ПАО Сбербанк, можно сделать вывод, что при уменьшении количества специалистов вероятность простоя каналов обслуживания и вероятность отказа в обслуживании возрастает, а вероятность обслуживания снижается. Компании ПАО Сбербанк следует повысить число специалистов для минимизации простоев обслуживания, поскольку увеличение количества специалистов способствует повышению вероятности обслуживания.

## **ГОСТИНГ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

Миронова В.В., гр. ЭУ-120

Научный руководитель: ст. преп. Горский А.А.

Кафедра Управления

В практике управления персоналом приходится сталкиваться с таким явлением, как гостинг. Гостинг – это прекращение разного рода отношений без какого-либо предупреждения и явных на то причин. В HR-сфере это означает уход сотрудников с работы без объяснений или же непоявление на рабочем месте после успешно пройденного собеседования. Однако гостинг встречается еще и другой стороны. Работодатели размещают фейковые вакансии для того, чтобы проанализировать спрос на труд и требования на них.

Чаще всего с гостингом сталкиваются в ритейле (розничной торговле), FMCG (Fast-Moving Consumer Goods или потребительские товары – это



такие товары, которые продаются быстро по относительно низкой цене), сфере автоуслуг, в страховании и банковском деле.

Вероятность столкновения с данным явлением зависит от: области деятельности, региона, соотношения числа вакансий и кандидатов, известности компании, а также качества работы специалистов по подбору персонала.

Последствия в большинстве случаев негативными для обеих сторон. Работодатели впустую тратят свои человеческие ресурсы и финансы компании на потенциальных и уже принятых сотрудников, что крайне негативно влияет на бизнес. А сотрудники, которые подверглись гостингу со стороны работодателей, также впустую тратят время на поиск несуществующей вакансий.

С гостингом необходимо бороться. Работодателям стоит принять во внимание несколько факторов для борьбы с гостингом. Во-первых, сильный менеджмент. Работник захочет остаться в той компании, где ему дают уверенность в его будущей деятельности. То есть персонал должен чувствовать поддержку и уважение со стороны менеджмента. Во-вторых, реалистичные рабочие нагрузки, то есть давать то количество работы, которое под силу сделать сотруднику. Также немаловажно для работников знать, что для их личной жизни останется время. Другими словами, рабочий график должен устанавливаться так, чтобы он не мешал внерабочему времени. Сотрудник должен быть уверен в своей перспективе и пользе, необходимо давать ему возможность регулярного повышения квалификации.

## **ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ГЧП В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

Тахер Ж.М., гр. ВМАГ-Г-220

Научный руководитель: доц. Губачев Н.Н.

Кафедра Управления

Внедрение частного капитала в медицину в настоящее время является общемировой тенденцией. В условиях существующей в России экономической ситуации поддержка привлечения частных инвестиций в развитие здравоохранения является одним из приоритетов государственной политики, включая Национальный проект «Здравоохранение». Эти утверждения нашли свое отражение в реализованной Государственной программе развития здравоохранения Российской Федерации до 2020 года.

Увеличение объемов частных инвестиций в сферу здравоохранения может быть достигнуто за счет активного применения механизмов и форм ГЧП в сфере здравоохранения, которые будут способствовать повышению качества медицинских услуг и модернизации системы здравоохранения в целом в России. Исследование посвящено изучению и определению



особенности реализации проектов государственно-частного партнёрства в сфере здравоохранения. \использованы методы сбора и обработки данных экономических отношений, возникающих между сторонами партнерства в рамках реализации проектов ГЧП в сфере здравоохранения.

Результаты. Была представлена оценка состояния государственно-частного партнёрства в сфере здравоохранения, в том числе проанализированы проекты ГЧП в субъектах РФ и проекты ГЧП за рубежом с точки зрения схем реализации данных проектов, проведена оценка их эффективности и выявлены ключевые особенности и проблемы, с которыми сталкиваются инвесторы и государство в проектах ГЧП; проанализированы факторы и проблемы, влияющие на развитие механизма ГЧП в здравоохранении в России, представлены рекомендации и предложения по его дальнейшему развитию с учетом особенностей сформированной российской практики. Таким образом, применение ГЧП в сфере здравоохранения однозначно гарантирует положительные результаты, поскольку влечет повышение качества оказываемых медицинскими организациями услуг и позволяет сделать их более доступными. Государство и медицинский бизнес, реализуя Национальный проект, продолжают активно сотрудничать, что приносит выгоду, в первую очередь, для граждан. На наш взгляд, в результате такого взаимодействия повышается качество медицинских услуг, включая оснащение медицинских учреждений современным оборудованием и кадрами.

## **ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЗАКАЗ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ**

Молчанова В.А., гр. ВМАГ-Г-219

Научный руководитель: доц. Зотов В.В.

Кафедра Управления

Современный этап развития государственной гражданской службы обуславливает необходимость повышения профессионализма государственных служащих, адекватных потребностям органов государственной власти. Таким образом, обучение государственных и муниципальных служащих занимает особое место в общественном секторе экономики. С одной стороны, оно включено в систему кадровой подготовки страны, соответственно, неразрывно связано с образовательной ситуацией в государстве.

В настоящее время Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС) является единственным в России исполнителем программ дополнительного профессионального образования государственных и муниципальных служащих.



Государственный заказ на образование федеральных государственных гражданских служащих – это ежегодное Распоряжение Правительства РФ на оказание образовательных услуг по программам дополнительного профессионального образования с указанием наименования федерального округа, количество федеральных государственных гражданских служащих, направляемых на обучение (человек), объем средств, предусмотренных в федеральном бюджете (тыс. рублей).

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июля 2004 года № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации», государственный заказ на дополнительное профессиональное образование гражданских служащих на очередной год включает в себя следующие компоненты: 1) профессиональная переподготовка гражданских служащих; 2) повышение квалификации гражданских служащих.

Закупки образовательных услуг, в соответствии с государственным заказом, осуществляются в порядке, установленном Федеральным законом Российской Федерации от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

## **АНАЛИЗ И ПУТИ СОВЕРШЕСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ БЛАГОУСТРОЙСТВОМ ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА НА ПРИМЕРЕ УПРАВЫ РАЙОНА ЛИАНОЗОВО**

Герасимов Н.Э., гр. ВМАГ-Г-220

Научный руководитель: доц. Тишутин А.А.

Кафедра Управления

На сегодняшний день большое внимание органов власти разных уровней, представителей политических партий и общественного движения, средств массовой информации и широких слоев населения уделяется экологической ситуации.

С ростом территории города, развитием промышленности, все более сложной становится проблема охраны окружающей природной среды, затрудняются процессы создания нормальных условий для жизни и деятельности людей. Как система восстанавливающей среды, растительность обеспечивает комфортные условия для проживания в городе людей, она в определенных пределах регулирует газовый состав атмосферного воздуха и степень его загрязненности, она снижает влияние шумового фактора и одновременно с указанными функциями является источником эстетического отдыха и рекреации людей. Поэтому следует уделять особое внимание организации общественных мест и их благоустройству, особенно в крупных городах и мегаполисах.





На сегодняшний день в мировой практике накоплен большой и разный опыт созданию и разработке основ благоустройства и озеленения городов, разработан богатый и разнообразный озеленительный ассортимент растений и создана агротехника и технология их выращивания. Цель работы: определить пути совершенствования управления благоустройством территории города Москвы района Лианозово. Используются статистических данных по управлению благоустройством и озеленением территории муниципального образования «город Москва».

Было вычислено состояние организации благоустройства и озеленения территории города Москва района Лианозово; разработаны предложения по совершенствованию организации благоустройства и озеленения городской территории на примере района Лианозово.

Таким образом, обусловлена актуальность разрабатываемой темы исследования. Кроме того, в связи с тем, что благоустройство и озеленение территории являются важнейшей сферой деятельности муниципального хозяйства, именно в этой сфере создаются условия для населения, обеспечивающие высокий уровень жизни людей, условия для здоровой комфортной и удобной жизни.

## **ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СПОСОБ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА**

Грачёва В.В., гр. ВМАГ-У-220

Научный руководитель: доц. Одинцова О.В.

Кафедра Управления

В современном понимании организация, предприятие, любая фирма или компания являются площадкой для людей, способных выполнять работу для достижения основных целей организации. Стимулирование становится одним из ключевых факторов в деятельности персонала.

Основными способами и методами мотивационного воздействия на работников –это инструменты, которые базируются на содержательной и процессуальной теориях мотивации. Развитие в обществе социальных отношений зародило у работников смену общих потребностей и интересов.

В структуре управления для удовлетворения потребностей сотрудников организации, стали использовать два вида стимулирования: материальное и нематериальное.

Зачастую, в большинстве организаций не уделяется достаточно внимания на нематериальные аспекты стимулирования работников организации. В условиях информационного прогресса это довольно важное упущение со стороны руководителей, которые убеждены в том, что мотивировать подчиненных к труду удастся только денежным поощрением. Данная позиция не будет эффективной для сотрудников в возрасте от 20 до 35 лет, которые ценят перспективы карьерного роста, возможность



самореализации, свободы творчества для решения поставленных задач и личного пространства. Одним из современных способов мотивации является набирающая популярность геймификация – метод использования игровых технологий в неигровом контексте, в том числе в управлении персоналом. Игрофикация может стать отличным инструментом мотивации и адаптации персонала, вовлечения в рабочий процесс и командную работу. В техническом понимании геймификация становится адаптационным процессом игровых механик под определенные бизнес-процессы. Ключевыми инструментами в игрофикации могут стать: статусы, уведомления, конкурсы, квесты, интерактивные площадки, общие рейтинги сотрудников и т.д. Основными формами являются: соревновательная, победная, эстетическая.

Геймификация действительно эффективный способ превращения рутинной работы в особый игровой процесс. Игрофикация приносит свои плоды и часто используется передовыми американскими и европейскими компаниями. Данная система стимулирования не так популярна в российской практике, но уровень заинтересованности растет все больше.

## **СУЩНОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ**

Зайцева А.Д., гр. ЭГ-117

Научный руководитель: асс. Усачева А.С.

Кафедра Управления

Электронная информационно-образовательная среда (ЭИОС) – это системно организованная совокупность информационных и образовательных ресурсов, средств вычислительной техники, информационных, телекоммуникационных технологий, аппаратно-программного и организационно-методического обеспечения, ориентированная на удовлетворение потребностей пользователей в информационных услугах и ресурсах образовательного характера.

Электронная информационно-образовательная среда дает каждому обучающемуся в течение всего периода обучения индивидуальный неограниченный доступ к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации (п. 7.1.2. ФГОС ВО).

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и ЭИОС обеспечивают возможность доступа, обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», и отвечают техническим требованиям организации, как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации должна обеспечивать: доступ к учебным планам и рабочим программам дисциплин (модулей), практик и к изданиям электронных библиотечных



систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы; проведение всех видов занятий (лекций и семинаров), процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

Использование информационных технологий и ресурсов в образовательной деятельности рассматривается как средство повышения качества образования, а также условие обеспечения доступности образовательных ресурсов для всех обучающихся.

## **РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ТЕОРИИ В РОССИИ**

Игизбаева Г.Х., гр.ЭУ-120

Научный руководитель: ст. преп. Горский А.А.

Кафедра Управления

Российская теория и практика управления возникла не сразу. Так, был пройдена определенная эволюция подходов к управлению, что и будет рассмотрено нами далее. Начиная с XVII в. вопросам управления в России уделялось достаточно много внимания. Заметный след в истории России и улучшении ее системы управления оставили известный русский экономист А.Л. Ордин-Нащокин, А.П. Волынский, который являлся кабинет-министром с 1738 г. по 1740 г. На рубеже веков – в конце XIX и в начале XX в. - в России и Японии шла ускоренная индустриализация, происходило становление управления, подобно тому, как это происходило в развитых странах Европы и в США.

В развитии советской управленческой мысли исследователи выделяют четыре периода: двадцатые годы, тридцатые – пятидесятые, шестидесятые – семидесятые и восьмидесятые.

Самым плодотворным был первый период (двадцатые годы прошлого века), когда еще допускалась определенная самостоятельность исследований и свобода творчества. В эти годы среди ученых достаточно четко обозначились две основные группы концепций управления: организационно-техническая и социальная.

Во второй период развития управленческой мысли в России (тридцатые-пятидесятые годы прошлого века) большинство идей управленцев двадцатых годов оказались забыты на долгие годы, кроме



незначительной части, которая связана с организацией производственных процессов.

Третий период (шестидесятые-семидесятые годы прошлого века) был связан с новым этапом развития научно-технического прогресса, когда получило распространение технико-кибернетическое направление в управленческой теории и практике. На этот этапе сформировалась концепция хозяйственного механизма как единства социальной, экономической и организационной систем.

Четвертый период начался с 80-х годов и продолжается в настоящее время, и заключается в разработке концепций системы управления экономикой в условиях перехода к рыночным отношениям.

Длительный период формирования российского менеджмента, учитывающего особенности русского менталитета, разнообразие и широту российских условий, – важнейшая стратегическая задача общества. От нее во многом зависит не только переход к рыночной экономике, но и место России в мировом сообществе. Это движение к современным формам и методам управления, которые будут формироваться на основе научно обоснованных мер.

## **СУТЬ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ**

Левченко П.А., гр. ЭГ-118

Научный руководитель: асс. Усачева А.С.

Кафедра Управления

Основными субъектами материальной инфраструктуры поддержки предпринимательства выступают технопарки и бизнес-инкубаторы. Так, в соответствии с российским законодательством, бизнес-инкубатор должен иметь общую площадь нежилых помещений более 900 м<sup>2</sup>, причем не менее 85% полезной площади инкубатора должно выделяться для предпринимательских структур (но не более 15% на каждого арендатора). Вместе с этим на практике бизнес-инкубаторы в России зачастую имеют значительно меньшую площадь, особенно если речь идет о вузовских инкубаторах, нацеленных на поддержку студенческого предпринимательства.

Следует учитывать, что бизнес-инкубаторы создаются для различных целей (стимулирование развития экономики региона, создание рабочих мест, коммерциализация технологий, поддержка различных социальных групп и т.д.) и рассчитаны на различную аудиторию (молодые ученые, студенты вузов, женщины и т.д.). Бизнес-инкубаторы являются одним из наиболее важных инструментов инновационного развития экономики и поддержки малого инновационного предпринимательства, обеспечивающим деятельность компаний на начальных стадиях их



функционирования: предпосевной (pre-seed), посевной (seed) и стадии запуска (startup).

Работа в бизнес-инкубаторе дает начинающим бизнесменам ряд преимуществ. Такие как низкая стоимость аренды офиса в бизнес-инкубаторе. В первый год помещение предоставляется бесплатно (или за минимальный взнос), во второй год оплата варьируется на уровне 40-45%, в третий – 90-95%. Бесплатные офисные услуги (оформление документов, прием и отправка корреспонденции, факс, распечатка, брошюровка), бесплатный Интернет. Быстрый результат. Информационная поддержка – предоставление доступа к каталогам, базам данных и справочникам. Помощь в поиске инвесторов, а также самостоятельное привлечение инвесторов и грантов. Но, разумеется, у бизнес-инкубаторов имеются и некоторые недостатки (хотя и не очень значительные). Невозможность выбрать тип и класс предоставляемой площади. Недостаток опыта консультационных служб. Юридическая незащищенность идеи стартапера.

Для людей, желающих, но неспособных открыть собственное дело самостоятельно из-за финансовых трудностей или недостатка знаний, бизнес-инкубатор является уникальной возможностью реализовать свой предпринимательский талант.

## **УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ МЕНЕДЖЕРА ПО ПЕРСОНАЛУ**

Мирошниченко Д.С., гр. ЭУ-17

Научный руководитель: ст. преп. Горский А.А.

Кафедра Управления

Люди считаются самым важным ресурсом в организациях. Если они будут действовать эффективно, организации добьются успеха. Управление – это работа людей.

Руководитель оценивает фактические результаты работы группы в соответствии с организационными целями и принимает решение о повышении в должности и повышении заработной платы, где это уместно. Когда члены команды работают неудовлетворительно, менеджер вносит изменения, необходимые для достижения целей компании. Менеджеры используют свои навыки работы с персоналом и бизнес-навыки, такие как маркетинг и контроль затрат, для достижения целей компании, в то же время стараясь оставаться в рамках бюджета.

Работа управленца разнообразна. Эти мероприятия включают в себя запланированные и незапланированные встречи, инспекционные поездки, написание отчетов, запуск новых продуктов, разногласия между сотрудниками, жалобы клиентов и изменения в бизнес-тенденциях.

В крупных организациях менеджеры работают в различных областях, включая операции, управление персоналом, финансы и маркетинг.





Операционные менеджеры следят за тем, чтобы продукция и/или услуги компании соответствовали стандартам качества и удовлетворяли потребности клиентов и заказчиков. Менеджеры по персоналу обеспечивают организацию компетентными и продуктивными сотрудниками. Финансовые менеджеры имеют дело с финансовыми ресурсами организаций. Менеджеры по маркетингу несут ответственность за привлечение клиентов и клиентов к покупке продуктов или услуг организации.

Помимо карьерных возможностей в специализированных областях управления карьера менеджера также доступна в правительственных учреждениях, больницах, некоммерческих учреждениях, музеях, учебных заведениях и даже политических организациях. Хорошие менеджеры также необходимы в иностранных и многонациональных компаниях. Все организации существуют для достижения определенных целей и нуждаются в хороших руководителях, которые руководили бы их деятельностью для достижения наилучших возможных результатов. Независимо от типа организации, менеджеры являются одним из самых важных ее ресурсов.

## **УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ ГОРОДА МОСКВЫ**

Ольшевская А.П., гр. ЭГ-117

Научный руководитель: доц. Ливанский М.В.

Кафедра Управления

Среди всех регионов России Москва – неоспоримый лидер по использованию и внедрению цифровых технологий. Такое развитие очень важно для столицы как для мегаполиса, где ритм жизни очень высок, и экономия времени приобретает первостепенное значение. Кроме того, столица задает курс развития страны в целом: практики, реализующиеся в Москве, в дальнейшем могут использовать в субъектах.

Сфера розничной торговли и услуг была и остается одной из наиболее восприимчивой к различным инновациям, том числе и к процессам цифровой трансформации своей деятельности. С каждым годом популярность городских онлайн-сервисов в столице растет. Возможность электронной оплаты услуг качественно улучшила жизнь москвичей. Определенный вклад в совершенствование управления цифровизацией сферы торговли и услуг дают органы власти муниципального уровня.

На созданном в Москве сайте «mos.ru» есть сервис, благодаря которому предприниматели могут вносить данные в торговый реестр онлайн. Теперь бизнесменам, которые занимаются торговлей и поставкой товаров, не нужно посещать управу, чтобы внести или скорректировать данные о принадлежащих им объектах. С появлением нового сервиса они смогут в любое удобное для себя время проверить, верно ли указана



информация об их объектах в московском торговом реестре, и при необходимости оперативно внести изменения по каждому конкретному объекту. Кроме того, сервис позволит значительно сократить представителям бизнеса бумажную работу.

При обнаружении неточностей специалисты управы могут скорректировать сведения и с комментарием направить в личный кабинет пользователя на подтверждение. Выверенная информация автоматически попадает в торговый реестр города Москвы.

Сотрудники управы информируют жителей о создании в столице городской виртуальной среды. Среди мегаполисов мира по разработке интеллектуальной цифровой системы Москва занимает лидирующие позиции. Муниципалитеты города принимают активное участие в управлении развитием цифровой среды различных сфер жизнедеятельности мегаполиса, уделяя большое внимание процессам цифровизации торговли и услуг.

## **СТРАТЕГИИ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ И РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ**

Павлова Д.А., гр. ВМАГ-У-220

Научный руководитель: доц. Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Каждая организация так или иначе сталкивается со множеством конфликтов. Чаще всего конфликтные ситуации возникают из-за противоречий оппонентов, столкновения их интересов, мнений, целей и различных представлениях о способах их реализаций. Разногласия могут привести к непоправимым последствиям, что может повлиять на деятельность организации. Следовательно, формирование доброжелательного климата в коллективе должно являться одним из главных элементов эффективного управления персоналом. Конфликтные ситуации также возникают в следствии неизбежной зависимости одних работников от других, сбой коммуникативных связей при передаче и получении нужной информации. Одно дело – исполнение дисциплины и служебных обязанностей в условиях четкого рабочего ритма, а другое – при неразберихе, хаосе и отсутствии элементарного регламента.

Стратегия предупреждения конфликтных ситуаций заключается в создании руководством особых мероприятий по большей части организационной и пояснительной специфики. Предупреждение конфликтов является самым разумным действием менеджера, чем их прекращение или разрешение. Любой руководитель заинтересован в том, чтобы конфликты, возникшие в его организации, были как можно быстрее устранены.



Стратегия разрешения конфликтных ситуаций предоставляет возможность менеджеру попытаться разобраться с возникшей проблемой и создать условия, при которых менее вероятно возникновение конфликтов. Ни один трудовой коллектив не может существовать и выполнять свои социальные функции без той или иной степени внутренней напряженности, то есть без конфликтных ситуаций и в дальнейшем их разрешений.

Пути разрешения конфликтных ситуаций возможны несколькими способами. Сотрудничество – поиск аргументов, для удовлетворения обеих сторон. Компромисс – урегулирование разногласий, путем взаимных поступков. Избегание – стремление выйти из ситуации, не прибегая к уступкам. Приспособление – совместная выработка решений, удовлетворяющая интересам всех сторон. Конкуренция – открытая борьба за свои интересы.

## **РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Панарина А.А., гр. ВМАГ-Г-220

Научный руководитель: доц. Титов В.Н.

Кафедра Управления

Актуальность темы обусловлена возросшей потребностью в активизации внедрения информационных технологий в управление образовательным учреждением в условиях повсеместного перехода на дистанционный режим обучения.

Цель работы состоит в изучении возможностей и предложении рекомендаций по управлению образовательным учреждением на основе применения современных информационных технологий.

Современные Интернет-технологии позволяют добиться существенного повышения эффективности разработки и внедрения информационной среды обучающего процесса на основе создания Единого образовательного пространства. Использование программ тестирования в значительной степени способствует совершенствованию контроля усвоения студентами необходимых компетенций.

Ресурсы Интернета дают возможность расширить доступ к библиотекам, базам данных, учебно-методическим материалам, что позволяет повысить эффективность самообразования.

Единое коммуникационное пространство Интернета позволяет добиться лучшего общения между педагогами и студентами как в процессе обучения, так и при выстраивании необходимых неформальных контактов.

Интернет-технологии позволяют в значительной мере облегчить процесс разработки учебно-методических материалов, реализации программ по связям с общественностью и проведения рекламных кампаний



ВУЗа, установления партнерских отношений, а также использования разнообразных средств визуализации учебного материала.

Ресурсы для проведения Интернет-конференций открывают широкие возможности для проведения в различных формах занятий в дистанционном режиме, организации студенческих научных конференций, круглых столов.

Однако полноценная реализация названных возможностей предполагает решение широкого круга задач: модернизация материально-технической базы ВУЗа; создание специализированного подразделения, отвечающего за организацию учебного процесса с помощью использования Интернет-технологий; модернизация учебно-методического обеспечения учебного процесса; повышение квалификации профессорско-преподавательского состава и т.п.

## **ПОВЫШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА С ПОМОЩЬЮ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ**

Сафронова Д.А., гр. ЭУ-118

Научный руководитель: асс. Иванова В.Я.

Кафедра Управления

Образовательный процесс играет важную роль в становлении каждого человека, создавая область его профессиональных интересов, компетенции, конкурентных преимуществ. Формирование знаний, умений, навыков студентов зависит от множества факторов, в том числе и от той социальной среды, в которой происходит непосредственное взаимодействия студентов.

Каждая студенческая группа обладает уникальной социальной средой, которая складывается из индивидуальных проявлений организационных ценностей (ОЦ) ее участников. Моделируя систему ОЦ, можно оказывать влияние на посещаемость и, как следствие успеваемость в студенческой группе. Представленные в литературе работы раскрывают психологические (В.Г. Авсеев, П.М. Якобсон), педагогические (И.З. Гликман, Н.М. Виштак), социальные (В.Т. Шапко, Д.Л. Константиновский) аспекты мотивации обучающихся. При этом вопрос изучения принадлежности студентов к группе требует всестороннего рассмотрения, в т.ч. и с точки зрения социально-экономической направленности. Это обуславливает необходимость проведения исследования, где в качестве рабочей гипотезы выступит предположение о том, что на повышение результативности деятельности студентов оказывает влияние система ОЦ.

Объективной оценкой результативности деятельности студентов в системе высшего образования целесообразно считать показатель, характеризующий время, затраченное на освоение образовательных программ и получение профессиональных компетенции.



В теории и на практике для изучения системы организационных ценностей применяется организационная культура (ОК). Существуют различные способы диагностики ОК: клинический метод Э. Шейна, методика измерения доминирующего типа культуры в организации Р. Харрисона, рамочная конструкция конкурирующих ценностей К. Камерона и Р. Куинна, методика взаимосвязи организационной структуры с ОК Ч. Хенди. Каждая из методик обладает своими особенностями, и требует рассмотрения на предмет возможности адаптации ее инструментария в условиях студенческой группы.

Таким образом, целью исследования является разработка рекомендаций, направленных на повышение результативности образовательного процесса на основе совершенствования системы ОЦ студентов.

## **ОЦЕНКА УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА**

Сорока К.Г., Сабитова А.Э., гр. ВМАГ-У-219

Научный руководитель: доц. Одинцова О.В.

Кафедра Управления

Социальное развитие персонала как формирование социальных навыков, регулирование коллективного поведения, саморазвитие каждого сотрудника становится весьма актуальными. Социальное развитие персонала – это многогранное понятие, включающее в себя ряд показателей, характеризующих условия труда, характер и содержание трудовой деятельности коллектива, уровень удовлетворенности работников на духовном, социальном и бытовом уровне, морально-психологический климат в коллективе.

Наличие такого большого количества показателей не позволяет дать обобщенную и объективную оценку социального развития персонала, так как при относительно лучшем значении одних показателей может быть существенно худшее значение других.

Проблеме исследования социального развития персонала посвящены работы таких ученых как Л.М. Серопов, В.Я. Красниковский, Н.Г. Веселова, Е.Н. Пшеничная, В.М. Арсеньева, Б.П. Кутырев А.П. Егоршин, А.Н. Комозин, Н.В. Сверкунова, В.А. Пономарев и др.

Социальные процессы в организации должны быть управляемы, прежде всего, посредством планирования социального развития трудового коллектива. Социальному планированию предшествует комплексный социологический мониторинг. Основываясь на исследованиях Е.Н. Пшеничной, в образовательной организации проведена оценка социального развития коллектива. Преобладание людей старшего возраста (41,2%) характеризуется высокой трудовой дисциплиной, но при этом возрастают элементы консерватизма при внедрении различных инноваций, повышается





уровень потерь рабочего времени. Среди сотрудников подавляющее большинство имеют высшее образование – 88,2%. Для профессиональной деятельности высшее образование является наиболее предпочтительным, но необходимо иметь в виду, что человек с высшим образованием имеет более высокое желание карьерного и материального развития. При формировании социальной структуры коллектива необходимо учитывать, что наибольшая вероятность увольнения исходит от сотрудников в возрасте 45 и более лет (63,6%), имеющих высшее образование (81,8%).

Оценивая уровень социального развития персонала можно сделать вывод, что социальное планирование существенно влияет как на эффективность деятельности предприятия, так и всестороннее повышение качества жизни сотрудников.

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ HR-МЕНЕДЖЕРА**

Фролова У.Г., гр. ЭУ-119

Научный руководитель: асс. Усачева А.С.

Кафедра Управления

HR-специалисты одна из подверженных профессиональному выгоранию профессий, в число таких же профессий входят учителя, врачи и социальные работники. HR-специалисты большую часть своего времени взаимодействуют с людьми, работают с их эмоциями и потребностями, зачастую выслушивают их жалобы и решают все возникающие у сотрудников вопросы. Стресс, конфликтные и проблемные ситуации усиливают риски возникновения профессионального выгорания.

Профессиональное выгорание чаще всего случается из-за нарушения жизненного баланса, так как большинство специалистов тратят на работу громадную часть своего времени. Зачастую избежать данной проблемы поможет грамотный Time management, достаточный и качественный отдых, а также восстановление жизненного баланса.

Профессиональное выгорание тесно связано с выгоранием эмоциональным, главными причинами которого становится близкое взаимодействие с сотрудниками, принятие чужих проблем и сложностей, неосознанные стремления всем помочь. Основная работа по избежанию такого типа выгорания будет заключаться в работе со своими эмоциями и переживаниями, со сменой акцентов во взаимодействии с сотрудниками.

Наиболее часто профессиональное выгорание наблюдается у рекрутеров. В их обязанности входит тесная работа с кандидатами на должность, анализ резюме и кандидатов. Большинство рекрутеров стремятся найти лучшего кандидата на имеющуюся должность, и все усилия бросают на анализ рынка кандидатов, отбор резюме. Зачастую рекрутера может демотивировать неявка кандидата на собеседование, что встречается довольно-таки часто, и рекрутеру приходится выяснять причины неявки или



вовсе отказа. Возможно, причиной такой ситуации может послужить неправильная презентация компании и вакансии, и тогда работа начинается заново.

Профессиональное выгорание проявляется в каждодневной работе и влияет на качество её выполнения. Работа над собой, своими эмоциями, грамотное выстраивание границ и жизненных ориентиров, качественный отдых и досуг помогут избежать проблемы профессионального выгорания не только HR-специалиста, но и человека любой другой профессии, чья работа тесно связана с частым и длительным контактом с другими людьми.

## **ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?**

Ятимова Д.Г., гр. ЭГ-118

Научный руководитель: асс. Усачева А.С.

Кафедра Управления

До недавнего времени словосочетание «электронное правительство» ассоциировалось у многих с чем-то далеким, несбыточным, что скорее охарактеризовали бы как «технологии будущего». И, тем не менее, в наши дни это самая настоящая реальность. Электронное правительство – это отнюдь не собрания роботов и машин, решающих основные вопросы государства вместо людей. Под этим словосочетанием понимается непосредственно электронное обеспечение, позволяющее гражданам взаимодействовать с органами управления через официальные сайты, порталы, форумы и другие ресурсы сети Интернет.

Возникновение электронного правительства обусловлено двумя главными причинами. Во-первых, это возрастающее желание граждан взаимодействовать с органами власти в наиболее простом, мобильном и быстро доступном формате. Во-вторых, в связи с постоянным развитием информационных технологий, такому важному институту управления, как Правительству, необходимо соответствовать современным тенденциям, вместе с тем снижая административные расходы и повышая возможность реализации различных программ в максимально короткие сроки.

В России тенденции развития электронного правительства имеют положительную динамику, улучшающую свои показатели каждый год. Так уже успешно функционируют на территории всей страны многофункциональные центры, созданные в 2007 году, а в 2014 переименованные в «Мои документы» для отражения более тесной связи между ежедневными потребностями населения и государством. Данные учреждения являются одними из основных институтов электронного правительства, способствующих разрешению различных проблем и обращений граждан, как на местах, так и с помощью сети Интернет.

Также в последнее время все больше развивается Единый портал государственных услуг, с помощью которого граждане могут оформить



определённый перечень документов и получить иные различные социальные услуги, даже не выходя из дома.

В связи с эпидемией коронавируса, именно институты электронного правительства позволили продолжать работу многих важнейших для населения процессов в непрерывном формате. И это вынужденная нагрузка на данные сервисы способствовала их существенному развитию, улучшенная версия которых будет являться одной из главных платформ на пути перехода России к следующему этапу трансформации системы предоставления услуг – этапу цифрового правительства.

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА УПРАВЛЕНИЕ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ**

Степанова В.А., гр. ЭГ-117

Научный руководитель: ст. преп. Огурцова Н.С.

Кафедра Управления

Современные материалы о продакт-менеджменте говорят, что результат разработки продукта – положительный или отрицательный – определяется стейкхолдерами. И совершенно необходимо, чтобы продакт-менеджеры делали все возможное, чтобы ими управлять. Стейкхолдеры проекта – это больше, чем просто держатели акций. Если говорить простыми словами – это все заинтересованные лица, которые имеют хоть какое-то отношение к бизнесу компании.

Концепция стейкхолдеров (заинтересованных сторон) была разработана Эдвардом Фриманом. В рамках этого подхода утверждается, что устойчивое развитие организации зависит от качества взаимоотношений с разными группами заинтересованных сторон. Достижение целей и будущее компании важно не только для акционеров, а также для более широкого круга лиц, которых называют стейкхолдерами.

Стейкхолдеры (заинтересованные стороны) – это группы физических или юридических лиц, которые обладают определенными ожиданиями в отношении результатов и деятельности конкретной организации. Любая заинтересованная сторона обладает ожиданиями и возможностью реагировать на действия организации (далее вклад). Эта реакция может носить, как положительный характер, в случае совпадения ожиданий с текущими результатами для конкретной заинтересованной стороны, так и отрицательный характер, если они не совпадают.

Для анализа стейкхолдеров используется матрица, которая представляет собой таблицу, содержащую набор критериев для определения: уровня влияния; уровня заинтересованности; ожиданий; потребностей; требований; возможностей и способов коммуникации; возможных проблем и угроз и др. По ходу развития проекта матрица должна постоянно обновляться.



Уровень влияния показывает значение данного стейкхолдера для проекта. К примеру, аптека «Фарм» является крупным покупателем. Потеря данного клиента отрицательно скажется на финансовом результате нашего бизнеса. Однако у данного контрагента невысокие продажи по некоторым позициям товаров. Возможно, следует применить систему скидок или использовать рекламу. Физические лица являются элементом классификации стейкхолдеров по степени влияния на деятельность компании. К примеру, менеджеры могут повлиять на прибыль в зависимости от размера клиентской базы, объемов продаж.

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Колесова А.А., гр. ЭУ-116з

Научный руководитель: ст. преп. Огурцова Н.С.

Кафедра Управления

Бизнес в цифровом мире – это полное переосмысление традиционных подходов к работе с клиентами, создание уникального опыта, новый взгляд на партнерство и конкуренцию и, безусловно, новые модели и подходы к тому, как современные бизнес-стратегии найдут свое воплощение в ежедневной деятельности компаний и банков – в операционной модели.

Цифровая трансформация – это глубокое преобразование продуктов, бизнес- и операционной модели организации с помощью прорывных технологий. Внешняя трансформация подразумевает новую концепцию по работе с клиентами, партнерами и контрагентами. Уже сейчас недостаточно отвечать ожиданиям клиента. Многочисленные опросы топ-менеджеров банков по всему миру показывают, что срок вывода продукта или услуги на рынок (time-to-market) – дни, а не месяцы или годы как раньше, сейчас стал одной из самых важных задач.

Новая концепция не заработает на существующей управленческой и операционной модели. Для работы в цифровом мире организации должны перестроить себя изнутри. Чтобы успевать за постоянно растущими требованиями клиентов, банкам и компаниям придется менять бизнес-культуру и структуры управления. В противном случае они безнадежно отстанут от конкурентов – новых игроков на финансовом рынке – технологических компаний. Произойдет трансформация жестких вертикальных структур в более гибкие. Будут внедрены принципы горизонтальной бизнес-культуры, коллаборативности, гибких подходов к созданию ценностей.

Многие известные политики и экономисты любят приводить в пример популярный вариант не совсем корректной трактовки слова «кризис» на китайском языке. В китайском языке слово «кризис» складывается из двух иероглифов, первый из которых символизирует «опасность», а второй



ошибочно преподносится многими как «возможность». Лингвисты в свою очередь трактуют второй иероглиф как приближение к некоей «критической точке». И для многих компаний, столкнувшихся с последствиями COVID-19, кризис действительно стал преодолением некоего разлома, критической точки, за которой открываются новые возможности и новое начало. Начало цифровой трансформации бизнеса в новых экономических реалиях и условиях.

## **МОДЕЛИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ГОТОВНОСТИ К ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

Черноусова Д.С., гр. ЭГ-116з

Научный руководитель: ст. преп. Огурцова Н.С.

Кафедра Управления

Главным риском цифровизации является то, что сама по себе цифровизация не является универсальным средством и не может обеспечить долгосрочную устойчивость компании. Случается так, что компании, использующие активные процессы цифровизации, проигрывают конкурентам. У успешных бизнес-моделей постепенно сокращается срок существования, а новые модели связаны с высокой вовлеченностью в использование цифровых технологий. В связи с этим наиболее успешными становятся модели с синтезом новых бизнес-моделей и цифровых инструментов.

Многие компании активно включаются в процесс цифрового развития внедряя технологии как во всю структуру бизнеса, так и в некоторые его части, разрабатывая специальные методические рекомендации по развитию цифровой культуры внутри компании. Крупнейшие компании мира в разных отраслях реализуют цифровизацию отдельных направлений, и это дает ощутимые результаты в виде роста объема клиентуры, производительности труда и сокращения издержек. Компании, которые придерживаются политики цифровизации, демонстрируют опережающее развитие.

Под цифровой зрелостью эксперты KMDA подразумевают совокупную оценку уровня развития компании по нескольким ключевым направлениям цифровой трансформации: цифровизация бизнес-процессов; управление на основе данных; цифровая инфраструктура; внедрение принципов клиентоцентричности (управление клиентским опытом); управление ценностью продуктов и услуг; R&D (Research and Development) – поиск гипотез, разработка инноваций и создание новых продуктов; цифровая культура и цифровое партнерство.

При этом цифровизация бизнес-процессов и управление на основе данных (аналитика Big Data) представляются наиболее приоритетными направлениями, чем, например, разработка новых продуктов (R&D).





Впрочем, это неудивительно, поскольку сотрудники опрошенных КМДА организаций, в первую очередь, имеют непосредственное дело с ежедневными бизнес-процессами своих компаний и потому обращают на это максимум внимания. Но цифровизация, в отличие от автоматизации, предполагает не только автоматизированное или автономное выполнение деятельности, а включает в себя ее непрерывную аналитику и поиск возможностей улучшения (оптимизацию).

## **ИННОВАЦИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Чапанова А.М., гр. ЭГ-118

Научный руководитель: асс. Усачева А.С.

Кафедра Управления

В сегодняшнем мире образовательные технологии стремительно развиваются. Достаточно быстро та или иная новая методика становится неотъемлемой частью учебного процесса. Инновациями в сфере образования можно считать все, что связано с внедрением в практику передового педагогического опыта. Инновационные технологии в образовательном процессе позволяют регулировать обучение и направлять его в нужное русло. Новые технологии способствуют обучению и повышению успеваемости учеников школ и студентов высших учебных заведений. Компьютерами и интерактивными досками в современном мире пользуется каждый второй учитель и педагог, ведь они очень удобны и позволяют сэкономить много времени. Различные технологии уже оказали огромное влияние на образование, но это лишь малая часть того, что уже существует, может, и должно произойти в ближайшем будущем.

Прошедший 2020 год продемонстрировал много интересных технологических новинок, революционных программ и методов, которые способствовали развитию в сфере образования. При правильном применении, такие технологии приведут к настоящему образовательному прорыву и упростят отнимающие много времени процессы, такие как планирование занятий, отчетность и прочее. Интеграция мультимедиа, геймификации, мобильных приложений, а также различных обучающих платформ помогло разнообразить излагаемый материал и представить его в новой и самой неожиданной форме.

Главными трендами в образовании 2020 года можно назвать:

1. Электронные дидактические игры. К 2020 году уже накопилось множество готовых игровых решений для обучения.
2. STEM-образование. Одним из последних внедрений в современное обучение является STEM-образование – метод, который объединяет в себе четыре основные составляющие: естественные науки, технологии, инженерное дело и математику.



3. Технологии дополненной реальности (VR/AR). Виртуальная симуляция – это ещё одна революция в мире образования.

4. Диалоговые тренажеры. В 2020 году уже доступно множество программ, которые имитируют реальные жизненные ситуации и помогают в развитии коммуникативных навыков.

Безусловно, у современного образования еще много неразрешенных проблем, устранить которые поможет дальнейшее внедрение инноваций.

## **ИННОВАЦИОННЫЕ      МАРКЕТИНГОВЫЕ      ИНСТРУМЕНТЫ КОМПАНИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Выскребенцова А.В., гр. ЭУ-116з

Научный руководитель: ст. преп. Огурцова Н.С.

Кафедра Управления

Цифровой маркетинг – это любая форма рекламы или способ продвижения в интернете. Это может быть реклама на цифровом баннере, отображаемая сбоку ленты социальной сети Facebook, или digital-маркетинг может проявляться в виде контентной кампании, которая знакомит людей с продукцией. В отчете крупнейшего разработчика программных продуктов в области маркетинга HubSpot «State of Inbound» говорится, что 63% специалистов по маркетингу считают внедрение цифрового маркетинга одной из своих самых больших проблем. Задача компаний заключается не просто в ответе на вопрос, что такое цифровой маркетинг, а как можно создать, адаптировать и поддерживать правильную стратегию цифрового маркетинга на современном рынке.

В первую очередь, цифровой маркетинг с его различными каналами и инструментами обладает высокой степенью персонализации. Если традиционный маркетинг направлен на массового потребителя, то в Интернете учитывается мнение каждого (в определенной мере) и с каждым происходит взаимодействие. Другими словами, продвижение в Интернете направлено на завоевание одиночных клиентов. Также наличие персональной информации позволяет проводить четкий таргетинг (рекламный механизм, позволяющий выделить целевую аудиторию и показать рекламу именно ей) в рекламных кампаниях.

Во-вторых, цифровой маркетинг интерактивен: клиенты активно вовлекаются во многие бизнес-процессы. Сюда можно отнести участие в опросах, формирование репутации фирмы, привлечение новых клиентов и тому подобное. Кроме этого, клиенты посредством созданного компанией интернет-сервиса могут выполнять часть важных задач, таких как формирование заказов, заказ звонков, обращение к онлайн-консультантам.

Цифровой маркетинг отличает огромное количество информации, недоступной в офлайне. К примеру, в Интернете можно с высокой долей точности оценить эффективность рекламы, количество посетителей,



интересы, которые привели их на сайт, получить обширную обратную связь, успешно проводить конкурентную разведку и прочее. В частности, маркетинговые эксперименты (например, апробация новой рекламной кампании или товаров) в Интернете требуют меньших затрат и средств, и времени, чем в офлайне.

Для успешного использования инструментов цифрового маркетинга фирма должна сформировать положительный облик.

## **О КАДРОВОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ОРГАНИЗАЦИИ**

Ханова А.Р., гр. ВМАГ-Г-220

Научный руководитель: доц. Одинцова О.В.

Кафедра Управления

Актуальность темы объясняется необходимостью изучения кадрового потенциала организации, так как именно кадры являются наиболее сложным и перспективным, потенциально неисчерпаемым ресурсом организации, в решающей степени определяющим насколько эффективно используются средства производства и насколько успешно работает организация в целом.

Понятие «кадровый потенциал» определяется, как полный численный состав постоянных работников предприятия, обладающих нужными профессиональной подготовкой и квалификацией, личностными качествами и особенностями с целью участия в производственном процессе. На сегодняшний день не существует единого понятия кадрового потенциала.

Российские экономисты В.Я. Афанасьев и И.К. Корнев определяют кадровый потенциал «как совокупность способности всех людей, которые заняты данной организации и решают определенные задачи. Кадровый потенциал заложен в тех функциях, которые он исполняет как профессионал и в силу своих способностей, знаний опыта».

Рассмотрение различных вопросов относительно развития кадрового потенциала в организации посвящены работы таких ученых, как Т.Ю. Базаровой, М.И. Бухалкова, А.Я. Кибановой, Ю.Г. Одегова и др.

Основные факторы, включаемые в кадровый потенциал:

- 1) психофизиологические: состояние здоровья, работоспособность, выносливость, умения и склонности, тип нервной системы и другое;
- 2) социально-демографические: половая принадлежность, возраст, семейное положение и так далее;
- 3) квалификационные: уровень образования, объем специальных знаний, профессиональные трудовые навыки, способность к инновациям, интеллект, творческие способности;



4) личные показатели: ответственность, дисциплинированность, отношение к труду, активность, ценностные ориентации, нравственные устои и прочее.

Кадровый потенциал работника – величина непостоянная. В силу разных причин потенциал может изменяться – возрасти или наоборот, понизиться. При правильном использовании и развитии кадрового потенциала компания получает замотивированного работника. Приобретаемые по ходу трудового функционирования способности работника к созиданию повышаются в соответствии с усвоением новых знаний и навыков, улучшения условий труда.

## **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА**

Рябчикова Д.Е., гр. ВМАГ-Г-219

Научный руководитель: доц. Губачев Н.Н.

Кафедра Управления

Ситуация изменилась с введением управления человеческих ресурсов в начале 1990-х годов, и оно стало наиболее широко используемым подходом к управлению людьми во всех организациях. Эффективное управление персоналом является важнейшим фактором конкурентоспособности предприятий и достижениями экономического успеха.

Процессы управления персоналом, которые способствуют или поддерживают деятельность любой организации, включают следующее: планирование, набор, отбор, руководство, обучение и развитие, а также оценку эффективности. Для соблюдения эффективных функций управления человеческими ресурсами в организации должны быть выполнены перечисленные выше этапы.

Так же информационная система управления персоналом стала частью всех крупных организаций. Это компьютеризированная система, которая помогает обрабатывать информацию, касающуюся управления человеческими ресурсами. Это устройство, предназначенное для удовлетворения потребностей организации в информации о кадрах.

Целью данного исследования является разработка теоретических и методических аспектов управления персоналом для повышения результативности деятельности организации, функционирующей в сфере автомобильного строительства на основе принципа государственно-частного партнерства. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи: изучить научные основы управления персоналом; анализ методической базы исследования: разработать комплекс мероприятий для достижения цели. Объектом исследования выступает организация, функционирующая в сфере автомобильного строительства на основе принципа государственно-



частного партнерства, где государство является заказчиком услуг, а частный партнер отвечает за строительство, частичное финансирование и предоставление услуг. Государство стремится повысить роль органов социального партнерства и для этого закрепляет за ними полномочия по участию в формировании и реализации государственной политики в сфере труда. В рамках социального партнерства государства и общества определены векторы будущего развития российского общества.

Система управления персоналом, система трудовых отношений, связанных с целенаправленным воздействием на персонал организации для обеспечения его эффективного функционирования за счет наиболее полного использования трудового потенциала, является недостаточно проработанной.

## **ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ НА ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ**

Иванова Е.В., гр. ЭГ-120

Научный руководитель: ст. преп. Зотова С.А.

Кафедра Управления

Внешняя торговля – это торговые отношения страны с другими странами, включая ввоз товаров и вывоз. Влияние этих отношений на занятость рассматривается ниже.

При рассмотрении влияния внешней торговли на любые экономические принципы, стоит учитывать, что либерализация и расширение торговли сопровождаются совокупными реформами и макроэкономическими изменениями в целом, поэтому отделить влияние именно внешней торговли в полной мере не является возможным. Однако следует выделить следующие факторы:

1. Торговля влияет не на полную картину занятости, а по отраслям.
2. Экспорт повышает долю добавленной стоимости, делает наиболее востребованной сферу услуг, что порождает конкурентоспособность сельскохозяйственной сфере. Отсюда следует п.3.
3. Взаимосвязь между внешнеторговым спектром и занятостью женского населения благоприятно влияет на развитие сферы услуг. (Обусловлено отсутствием тяжелой физической силы). Заметен рост количества женщин в сфере с 2000 по 2011 с 40% до 49%.
4. Если либерализация внешней торговли влияет позитивно на рост труда, то это способствует увеличению занятости.
5. В развивающихся странах (недостатка в неквалифицированной рабочей силе не наблюдается) новые рабочие места образуются именно для таких работников. В развитых наблюдается обратная картина.
6. Развитие офшорных зон – закупка компаниями материальных факторов производства и услуг за пределами принимающей страны –





формирует негативный фактор занятости населения «на местах» за счет вывода и переноса возможных рабочих мест внутри страны за рубеж.

7. По исследованиям Органа Генеральной Ассамблеи ЮНКТАД рост экспорта добавленной стоимости на 1% ведет к увеличению занятости в базовых отраслях обрабатывающей промышленности на 0,53%, т.е. эта зависимость прямо пропорциональна.

В настоящее время взаимосвязь внешней торговли и занятости населения носит противоречивый фактор, однако прослеживается во влиянии внешнеторговой политики. Влияние в развитых и развивающихся странах принципиально отличается, что подтверждают пункты выше.

## **СИСТЕМА АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ**

Перфильева А.М., гр. ВМАГ-У-220

Научный руководитель: доц. Одинцова О.В.

Кафедра Управления

Актуальность изучения системы адаптации персонала можно объяснить тем, что решение многих практических задач в функционировании организации связано именно с эффективной адаптацией человека на входе в компанию.

Выстроенная система адаптации персонала помогает как новому сотруднику освоиться в короткие сроки на новом месте, познакомиться с культурой компании и максимально эффективно встроиться в работу, так и компании помогает достичь высоких результатов в короткие сроки и сократить текучесть кадров.

Изучением системы адаптации персонала занимались такие ученые как Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Федорова И.А и другие. Все они трактуют понятие «система адаптации» по-разному, но если их обобщить, то можно обозначить систему адаптации как процесс взаимного приспособления сотрудника к организации и организации к сотруднику.

Если рассматривать систему адаптации в IT-компаниях, то она будет несколько отличаться от системы адаптации в других компаниях, за счет того, что в таких организациях работают в большинстве своем сотрудники технических специальностей. Для таких сотрудников крайне важна не только профессиональная адаптация, но и социально-психологическая, так как работники технического склада ума преимущественно люди интровертные и малообщительные. И здесь важно выстроить систему адаптации таким образом, чтобы новым сотрудникам было комфортно погружаться в новый рабочий коллектив и компанию в целом.

Таким образом, мы можем предположить, что адаптации новых сотрудников, помогает сотрудникам быстро влиться в коллектив и понять, что требует от них организация, что в свою очередь позволяет быстрее выйти на нужный уровень продуктивности, требуемый организацией. Для



компаний, хорошо проработанная система адаптации новых сотрудников является огромным плюсом, так как значительно снижает текучесть персонала, особенно на испытательном сроке, и как следствие, это будет приводить к сокращению затрат на подбор персонала.

## **УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Рыкунова Н.С., гр. ЭУ-117

Научный руководитель: доц. Губачев Н.Н.

Кафедра Управления

В настоящее время во всем мире, в том числе и в России, наблюдается быстрое развитие цифровых технологий. В данных условиях подвергается изменению традиционный уклад в экономике и управлении, поэтому становится актуальной проблема оптимизации управления интеллектуальным капиталом. Интеллектуальный капитал, как сумма знаний всех работников компании обеспечивает ее конкурентоспособность (Руус Й., Пайк С, Фернстем Л.). Иноземцев В.Л. называет интеллектуальный капитал «коллективным мозгом» предприятия. Оптимизация управления интеллектуальным капиталом выражается прежде всего:

1. Более требовательный подход к навыкам. Работник должен обладать широким кругом компетенций: навыки владения иностранными языками на высоком уровне, умения обрабатывать большие объемы информации (в том числе цифровой), навыки использования цифровых технологий (Foreign language skills, BigDate skills, Digital skills).

2. Переход на дистанционную форму работы. Последние события в мире показали, что характер работы многих трудящихся позволяет осуществлять свою деятельность дистанционно. Данная тенденция дает возможность найти работу высококвалифицированным специалистам в другом регионе или стране.

3. Изменение функций и автоматизация HR-подразделения в компании. В настоящее на рынке появляется большое количество HR-продуктов и решений, ориентированных на мобильные приложения, облачные сервисы и искусственный интеллект. Использование искусственного интеллекта ускоряет процесс принятия управленческих решений, облегчает обработку данных и минимизируют риски, возникающие при подборе персонала.

4. Управление талантами. Лучших сотрудников HR-менеджеры стараются удерживать, а сотрудников с меньшими амбициями - развивать.

5. Активное использование социальных сетей различными подразделениями. Отделы по работе с персоналом могут использовать социальные сети не только для подбора персонала, но также для



наибольшего вовлечения сотрудников в деятельность организации и распространения новостей отрасли, в которой функционирует компания.

Таким образом, указанные тенденции дают большие преимущества и позволяют компаниям быть более конкурентоспособными.

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ**

Захарова А.Ю., Муленкова В.И., Меркулова К.А., гр. ЭУ-120

Научный руководитель: ст. преп. Горский А.А.

Кафедра Управления

Команда – это группа лиц, которая объединена общими мотивами, интересами, идеалами и действует сообща. Участники команды объединены поддержкой друг друга и несут коллективную ответственность за результат деятельности всей команды. Командой может быть не только экипаж корабля, танка, подводной лодки, самолёта и группа спортсменов в командном виде спорта. Команда – это эффективный способ сплачивания коллектива на производстве.

В команде существуют взаимопонимание, доверие, поддержка, из-за чего люди намного быстрее решают поставленные задачи. Цель создания команды – добиться максимальной результативности от совместной работы, а также роста эффективности.

Команда создаётся сознательно с помощью командообразования, и стихийно (спонтанно). Командообразование является важным фактором, обеспечивающим лучшее качество услуг и в то же время сохраняющим здоровую конкуренцию.

Команды иногда возникают спонтанно, без особых усилий со стороны руководства организации. Но в этом случае возникает риск возникновения неконструктивной, оппозиционной команды, и его надо купировать.

При формировании состава команды выделяют три признака: функциональной необходимости единственного специалиста на одном рабочем месте; психологической необходимости наличия у человека личностных качеств, без которых достижение командной цели невозможно; психологической совместимости и равенства будущих членов команды с точки зрения профессионализма.

Составляющими процесса командообразования являются формирование и развитие навыков командной работы; формирование командного духа; формирование команды.

Руководителем команды становятся тремя способами: назначают сверху; избирает команда; неформальный лидер. Неформальный лидер не должен становиться в оппозицию к формальному, в этом случае команда становится деструктивной.



## БЛОКЧЕЙН КАК ТЕХНОЛОГИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Юдина Е.С., гр. ЭГ-116з

Научный руководитель: ст. преп. Огурцова Н.С.

Кафедра Управления

Традиционно ИТ-системы предприятий формировались под задачи автоматизации, поддержки целевых систем, таких, например, как ERP. Сегодня организациям приходится решать иные задачи – задачи цифровизации, цифровой трансформации. Смена ИТ-ландшафта обусловлена также внедрением технологий искусственного интеллекта и машинного обучения, интернета вещей, больших данных, облачных сервисов.

Блокчейн – сравнительно свежая технология. Это структура данных, позволяющая создавать цифровой регистр транзакций и делиться ими внутри распределенной сети устройств. Благодаря использованию криптографии, каждый участник сети управляет регистром без централизованного администрирования.

Согласно исследованию Constellation Research, 52% компаний рассматривают или уже экспериментируют с блокчейном. Аналитики Gartner заявляют, что блокчейн-революция затронет каждую отрасль, не только финансовую. У них есть причины утверждать это. Технологию блокчейн можно использовать в розничной торговле, недвижимости, образовании, здравоохранении, других государственных сферах.

Как показывают результаты опросов, в течение следующих двух лет 72% организаций внедрит стратегии цифровой трансформации. Количество устройств к 2022 году вырастет на 40% и достигнет 50 миллиардов. Ожидается 53% рост в освоении искусственного интеллекта и когнитивных технологий, 56% компаний к концу 2021 года будут использовать блокчейн. Как считают аналитики IDC, к 2022 году не менее 55% организаций будут нацелены на цифровые преобразования, трансформируя рынки и меняя образ будущего созданием новых бизнес-моделей и цифровой составляющей продуктов и услуг. К 2022 году 80% организаций создадут средства управления данными и их монетизации, расширив таким образом свои возможности, упрочив конкурентоспособность и создав новые источники дохода. К 2023 году передовые внутриотраслевые цепочки создания стоимости благодаря внедрению блокчейна расширят свои цифровые платформы на всю многоканальную экосистему, тем самым уменьшив затраты по сделкам на 35%. При этом 49% организаций жестко ограничены в бюджетах, 52% нуждаются в более производительной технологической платформе, 39% хотят работать с более надежными партнерами (The Wall Street Journal, CIO Blog).



## **КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Агеева М.С., гр.ВМАГ-У-220

Научный руководитель: доц. Губачев Н.Н.

Кафедра Управления

Конкурентоспособность предприятия – это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Высокая конкурентоспособность фирмы является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях. При этом фирма имеет цель достичь такого уровня конкурентоспособности, который помогал бы ей выживать на достаточно долговременном временном отрезке. В связи с этим перед любой организацией встает проблема стратегического и тактического управления развитием способности предприятия выживать в изменяющихся рыночных условиях.

В условиях рыночной экономики один из решающих факторов конкурентоспособности предприятия – обеспечение высокого качества кадрового потенциала. Сутью же кадровой политики является работа с персоналом, соответствующая концепции развития организации.

За последние десятилетия Россия претерпевала огромные изменения. Процесс реформирования экономики, политики происходил довольно стремительно. И, к сожалению, далеко не все действительно изменилось в лучшую сторону. По-прежнему сильны традиции и подходы кадровой политики, существовавшие ещё в советские времена, когда отделы кадров были в числе структур, отвечавших за работу с людьми: её реальными центрами были производственные службы и руководящие органы общественно-политических организаций (партком, профком, комитет комсомола). Большое значение в реализации кадровой политики имеют рыночные условия, общее положения трудового законодательства. Они включают конституционные положения о свободе развития личности, гарантии собственности. Запрещены произвольные действия предпринимателя по отношению к рабочему, в том числе касательно увольнения.

Современные условия рынка требуют радикально пересмотреть подход к кадровой политике, к ее формированию и реализации, так как кадровая политика в условиях развития экономики приобретает важное значение в функционировании организаций. Кадровая политика, выполняя все возложенные на нее функции, обеспечивает оптимальный баланс процессов обновления и сохранения численного и качественного состава кадров в его развитии в соответствии с потребностями самой организации, требованиями действующего законодательства, состоянием рынка труда. Все это играет первостепенную роль в развитии организации и повышение ее конкурентоспособности и эффективности.





## ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ

Беляева Д.М., гр. ЭГ-117

Научный руководитель: ст. преп. Огурцова Н.С.

Кафедра Управления

Дистанционный формат обучения – это не только шанс для студентов обмануть преподавателя и сдать экзамен/зачет/дифференцированный зачет, ничего не понимая в предмете, но и вызов самому преподавателю – как адаптировать итоговый контроль по дисциплине так, чтобы однозначно проверить результаты ее освоения студентами. Для преподавателя открываются возможности переосмысления дисциплины и контрольных мероприятий по ней, поскольку отсутствие возможности непосредственного наблюдения за студентом в момент выполнения задания требуют более творческого подхода к постановке самого задания.

Образовательный контент требует регулярного обновления. Нужно актуализировать данные, интегрировать новые образовательные стандарты и методики, адаптировать материалы под потребности учителей и учеников. При этом обновление бумажных учебников – дело долгое. Нужно не только издать новую версию, но и пройти лицензирование, доставить книги в школы. Вносить изменения в цифровые ресурсы проще. Кроме того, экспертам легче дорабатывать материалы благодаря большим данным. Например, если по статистике задача вызывает сложности у большинства пользователей, можно пересмотреть ее формулировку или добавить в раздел больше подготовительных заданий. Регулярная и оперативная аналитика – большое преимущество «цифры», которое позволяет делать контент максимально качественным.

Современное образование должно научить ребенка применять знания в реальной жизни. Для этого нужно развивать функциональную грамотность, учить анализировать текст, работать с математической и любой другой информацией, использовать свои знания для решения прикладных задач. Здесь у «цифры» есть преимущества: высокая наглядность и интерактивные инструменты. Можно, с одной стороны, реалистично воссоздавать ситуации из жизни, в которых ребенок применяет свои знания. Вместе с тем проще моделировать сложные метапредметные концепции.

Цифровизация – один из способов сделать образование одинаково качественным для всех. С «цифрой» проще и быстрее сформировать персонализированный подход, легче внедрить дифференцированное обучение, которое учитывает потребности каждого. Цифровая среда способна создать равные возможности и для детей с особенностями развития.



## СОЗДАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Каюкова А.Е., гр. ЭГ-120

Научный руководитель: ст. преп. Зотова С.А.

Кафедра Управления

В современном мире для делового человека одним из важнейших показателей становится его имидж. Мнение о человеке складывается в течение первых минут общения, поэтому желательно изначально сформировать о себе позитивное представление. Этот показатель особенно важен для начинающего специалиста, ведь необходимо расположить к себе собеседника таким образом, чтобы у него возник интерес и желание продолжить общение.

Имидж делового человека – это целенаправленно созданный образ, содержащий компоненты, которые оказывают определенное воздействие на окружающих и формируют мнение о человеке. Имидж делового человека составляет целостный образ, состоящий из различных частей. Одной из важных составляющих является внешний облик: деловая, опрятная одежда, аккуратная прическа. Мимика и вербальное восприятие должны быть положительными: приятная улыбка и выражение лица, четко поставленная речь и голос. Осанка, походка и движения, объединенные в кинетическую составляющую, связаны с национальными традициями. При работе в шведской компании, придется смирить свою жестикуляцию, но в среде итальянцев сдержанное поведение охарактеризует человека как замкнутого и холодного. Ментальная составляющая подразумевает под собой мировоззрение человека, вещественное восприятие – материальные блага, а фоновые элементы – мнение СМИ и отзывы.

В качестве человека, качественно выстроившего позитивный имидж, можно привести артиста Стаса Михайлова. Он сумел подобрать гармоничный, продаваемый и узнаваемый образ: рубашка с длинным воротником, брюки, пиджак, борода, очки. У него есть навыки общения с публикой, идеальная репутация и профессиональные навыки. На данный момент артист является самым востребованным певцом на русскоязычном пространстве. Его имидж достиг желаемой цели – сформировал в массовом сознании позитивный облик и особое отношение к себе.

Так, в современном мире для каждого делового человека остро встает проблема создания собственного имиджа. Необходимо научиться гармонично сочетать все элементы целостного образа, чтобы создать позитивный имидж и стать востребованным, узнаваемым специалистом.



## БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ РАСПОСТРАНЕНИЯ ПАНДЕМИИ

Хасянова Н.Н., гр. ЭУ-117

Научный руководитель: доц. Одинцова О.В.

Кафедра Управления

Актуальность исследования безработицы обусловлена тем, что безработным угрожает потеря квалификации, социального статуса, снижение жизненного уровня, потерянное рабочее время, не произведенный объем общественно-полезных благ, не компенсируется. В 2020 г. неожиданно для всего мира наступила пандемия. Ее последствия очень печальны, начиная от гибели населения и заканчивая экономической нестабильностью. Безработица – социально-экономическое явление, при котором трудоспособное население не может найти работу.

В России, по данным Росстата, уровень безработицы в феврале 2020 г. составляет 4,7%, а это 3,5 млн. человек. А в январе 2021 г. безработица равна 5,8% (4,3 млн. человек).

Человек, потерявший работу, не может прекратить потребление, поэтому государство вынуждено ему помогать. Но эти государственные вложения экономически неэффективны, так как не связаны с производством новых товаров и услуг.

Эксперты называют несколько причины безработицы: не устраивает заработная плата; в стране большое количество людей с низкоквалифицированной рабочей силы, которых следует переподготавливать, а на время переподготовки необходимо платить соответствующие субсидии; отсутствие программ по содействию в поиске работы для вольных граждан и выпускников вузов.

К последствиям безработицы отнесем: сокращается спрос на товары и услуги на внутреннем рынке; снижаются налоговые поступления в государственный бюджет; растет социальная напряженность; обостряется политическая ситуация в стране. Следовательно, негативных последствий безработицы много, и они существенны. На рынке труда есть довольно много предложений (вакансий), а значит, что надо вводить налоги для тех организаций, которые увольняют своих сотрудников и давать субсидии тем организациям, которые нанимают сотрудников. Это способствовало бы развитию бизнесу и рабочие места удерживались бы на рынке труда.

Острая ситуация сложилась в маленьких городах. При такой сложной социально-экономической ситуацией люди начинают переезжать в другие регионы. Общество требует управленческих решений по этой проблемы, надеется, что государственные органы комплексно начнут решать задачи.

Необходимо повысить заработную плату, увеличивать рабочие места, переподготавливать кадры, решать проблемы трудоустройства



выпускников, а также проводить пассивную политику по поддержке безработных.

## **ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Белясов И.С.

Научный руководитель: доц. Морозов Р.В.

Кафедра Управления

Цифровизация обеспечивает компаниям недоступную ранее гибкость производства и значительное конкурентное преимущество, возможность адаптироваться под быстро меняющиеся тренды и моментально отвечать нуждам бизнеса. Цифровизация легкой промышленности помогает наращивать объемы производства, расширять предложение, повышать качество и престиж локальных товаров, проще и экономичнее обслуживать оборудование.

Большим потенциалом обладает не только производство тканей, но и печать по текстилю, то есть нанесение рисунка на ткань. К тому же тренды моды только способствуют ускорению темпов развития цифровой печати. Так, «фаст фэшн» или быстрая мода, подразумевает копирование успешных моделей дорогих брендов и поставку их на масс-маркет в этом же сезоне. И чем быстрее, тем лучше, поэтому у изготовителей возникает потребность в оперативной печати по тканям – времени на поэтапную подготовку материала и логистику нет. Лучшим вариантом для быстрого вывода продукции и новых коллекций в продажу становится цифровая печать.

Главное преимущество цифровой печати – экономичность коротких или даже единичных тиражей, которая позволяет создавать уникальные изделия, отвечая современным требованиям рынка персонализации.

У России есть все возможности для развития традиционных и инновационных сегментов легкой промышленности: разнообразное сырье, квалифицированная рабочая сила, талантливые дизайнеры, современное оборудование и господдержка, что делает рынок легкой промышленности одним из перспективнейших направлений. Нужно лишь нарастить масштабы производства до отметки, которая позволит успешно конкурировать не только на внутреннем, но и на экспортном рынках. Необходимо продвигать российские бренды, формируя имидж качественных, доступных, модных и безопасных товаров. Возрождение собственного производства и уверенная ставка на цифровые технологии позволят легкой промышленности вновь стать опорой экономики страны.

Рост отрасли дополнительно ускорят увеличение потребительского спроса, все более активные продажи через интернет и развитие молодых российских брендов, для которых качество и уникальный дизайн – это обязательные условия.



## УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ HR-ТЕХНОЛОГИЙ

Бреусова В.В., гр. ЭУ-117

Научный руководитель: доц. Морозов Р.В.

Кафедра Управления

С каждым годом рост мирового рынка HR-технологий набирает обороты. Американская компания Grand View Research прогнозирует, что к 2025 году он достигнет \$30 млрд.

Еще пару лет назад большинство из существующих систем для HR опционально были избыточны. «Коробочное» программное обеспечение подходило для крупных корпораций с огромным штатом рекрутеров, но для малых и средних предприятий подобные решения были дорогими, к тому же в большинстве функций не было необходимости. С приходом облачных технологий все изменилось: на рынке появилось много разных предложений, отличающихся направленностью, инновационностью и функциональностью.

Сегодня без автоматизации HR-процессов сложно построить эффективную работу и небольшим стартапам, и средним компаниям, и большим корпорациям. Так или иначе, главная цель любого бизнеса – получение прибыли. Чтобы дела предприятия шли «в гору», нужна максимальная результативность его сотрудников. Важным шагом в этом направлении становится оцифровка KPI, то есть возможность отследить продуктивность каждого работника, провести анализ спада активности и максимально быстро принять меры по повышению показателей.

Внедрение информационных HR-технологий решает большой спектр задач и обладает рядом преимуществ. Во-первых, избавляет от рутины. HR-специалисты могут сконцентрироваться на выполнении важных задач, требующих творческого подхода, а также заняться выстраиванием коммуникаций между сотрудниками компании, их нематериальной мотивацией и созданием комфортной атмосферы в коллективе. Во-вторых, способствует созданию прогрессивной people-аналитики. Автоматический сбор данных по персоналу дает возможность произвести оперативный анализ процессов (например, увольнений за определенный период), выявить слабые стороны и быстро принять рациональное решение. В-третьих, изменяет подход к корпоративному обучению. Инновационные технологии позволяют компаниям кастомизировать рыночные решения, оперативно выстраивать индивидуальный профессиональный образовательный маршрут для каждого сотрудника с учетом стратегических бизнес-задач. И, наконец, благоприятно влияет на развитие сильного HR-бренда.





## ЦИФРОВЫЕ HR-ПРОЦЕССЫ

Редько А.В., гр. СЖ-120

Научный руководитель: доц. Морозов Р.В.

Кафедра Управления

Кадровые процессы и документооборот – настоящие тяжеловесы с точки зрения затрачиваемых ресурсов компании. В процедуры, так или иначе связанные с персоналом, вовлечены 100% сотрудников. Все кадровые события – оформление трудовых отношений, ознакомление с внутренними приказами, организация командировок и отпусков, перевод или увольнение – сопровождаются документами.

Львиную долю ресурсоемкости HR-процессов составляют бумажные документы. Более того, именно кадровые документы в соответствии с законом должны храниться в архивах по 50-75 лет. Сегодня, когда многомиллионные сделки проходят в электронном виде, такое положение дел видится парадоксальным анахронизмом.

Перейти на электронный кадровый документооборот и автоматизировать HR-процессы – наиболее логичный шаг, который следовало сделать уже несколько лет назад. Правительство РФ явно выразило свою точку зрения на бумажный кадровый документооборот: текущее положение дел не способствует ни построению цифровой экономики, ни стратегии развития искусственного интеллекта.

Сегодня HR-цифровизация видится не роскошью, а насущной необходимостью, преимуществами которой являются: расходы на управление документами снижаются, а обмен информацией между работниками ускоряется; взаимодействие работника с компанией становится прозрачнее, проще и быстрее; нагрузка на отдел по работе с персоналом снижается в разы, кадровые процессы ускоряются, информация о работниках хранится структурированно и надежно.

Самая осторожная автоматизация HR-процессов подразумевает ведение всех этапов кадровых бизнес-процессов в электронном виде, а в финале уже распечатывать и подписывать «вживую» бумажный документ. При частичном и полном варианте используются электронные подписи.

Текущей редакцией ТК РФ устанавливается письменная форма для основных кадровых документов. Термин «письменная форма» можно трактовать широко вплоть до электронного документа. И действительно, в электронном виде кадровое событие закреплено документом, и документ этот подписан (с использованием ЭП). Более того, правомерность такого подхода подтверждается судебной практикой.



## УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Филькина А.А., гр. Соц-116з

Научный руководитель: доц. Морозов Р.В.

Кафедра Управления

Проектное управление в системе государственного управления уже перестало считаться новой парадигмой управления, теперь можно с уверенностью сказать, что управление проектами – очередной важный этап формирования культуры управления в госорганах.

В настоящий момент регионы, муниципальные образования, госкорпорации и органы власти федерального уровня уже применяют на практике те или иные инструменты проектного менеджмента. Более того, как показал анализ практики внедрения проектного управления, некоторые из них внесли свою лепту в совершенствование управленческой методологии применительно к государственному сектору: достаточно интересно подходят к нематериальной мотивации участников проектов, применяют инструменты в части ранжирования проектов в зависимости от социальной значимости, уровня сложности и т.д., применяется на практике двухуровневое календарное планирование и т.п. Всё это говорит о том, что проектное управление вполне совместимо с выстроенной системой и организационной структурой государственного сектора и может приносить положительный результат.

Стоит отметить, что начиная с 2014 года, Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации совместно с Министерством экономического развития Российской Федерации и другими организациями-партнерами проводится ежегодный конкурс «Проектный олимп», целью которого является поддержать и популяризовать лучшие практики проектного управления в госсекторе. Конкурс проводится по ряду номинаций, и каждый год их становится всё больше, что делает участие в данном мероприятии доступным для более широкого круга участников.

Более того, ежегодно проходят конференции и вебинары, посвященные практике применения проектного управления в государственном секторе, на которых обсуждаются новые проблемы проектного менеджмента в органах власти, способы их преодоления и, конечно же, последние достижения. Так, создана открытая, независимая площадка для общения, обмена и распространения опыта в области эффективного управления проектами, созданы условия для обмена представленным опытом между организациями государственного сектора и иными заинтересованными сторонами.



## ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Цаплиук Ю.В., ВМАГ-Г-220

Научный руководитель: доц. Морозов Р.В.

Кафедра Управления

Впервые термин «ГЧП» упоминался в США в начале 20 века, однако его значение не совсем соответствует современному определению. Под ГЧП понималось, прежде всего, совместное государственное и частное финансирование образовательных программ. В середине 20 века сфера взаимодействия публичных и частных партнеров стала шире. Впоследствии институт ГЧП приобрел современный облик и позволил государствам реализовывать проекты по созданию и обновлению инфраструктуры.

Принято считать, что современное очертание ГЧП появилось в Великобритании в 1992 году – благодаря программе Private Finance Initiative (PFI, дословно – «инициатива по частному финансированию»). Основной задачей было снизить издержки бюджета. Позже на первом плане оказался другой принцип – эффективность. За несколько лет до появления программы PFI похожую концепцию опробовали австралийцы. Именно эти государства – Великобритания и Австралия – к настоящему времени используют ГЧП наиболее активно.

Отголоски механизма ГЧП появились в отечественном государственном управлении еще в конце 19 века. Один из первых крупных концессионных проектов по строительству железнодорожной ветки из Петербурга в Царское Село был запущен при Николае I: государство в целях реализации проекта обеспечило инвестора земельным участком и соответствующими гарантиями. Похожим образом функционируют проекты ГЧП и сегодня: по действующему законодательству публичный партнер принимает на себя обязательства по предоставлению земельного участка и определенных гарантий для частного партнера. Существует позиция о том, что в качестве отправной точки развития ГЧП в современной России можно считать 2004 год, когда утвердили и сформировали Совет по конкурентоспособности при Председателе Правительства РФ. К числу задач данного органа относилось налаживание сотрудничества органов власти и бизнес-сообщества.

В настоящее время наиболее распространенной формой ГЧП, основанной на принципах взаимного распределения рисков, софинансирования капитальных и операционных затрат со стороны инвестора, а также повышения качества оказываемых услуг является концессия. По данным Минэкономразвития РФ, в период с 2005 по 2020 год в России заключено более 3 000 концессионных соглашений.



## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Масеенкова А.Д., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Появление идеи внедрения национальной инновационной системы в глобальную в перспективе повысит востребованность нововведений в экономике. Но высокий уровень импорта иностранного оборудования наносит ущерб введению собственных инноваций.

Инновации являются важнейшим фактором роста и процветания. Российские компании тратят на инновации значительно меньше средств, чем их зарубежные конкуренты. Доля инвестиционно-активных организаций по данным Федеральной службы государственной статистики составляет 9,1%. В 2020 году по данным сайта Bloomberg в рейтинге инвестиционной активности Россия оказалась на 26 месте, для сравнения, в 2016 году она занимала 12 место. В отчетном докладе Глобального инновационного индекса (ГИИ, Global Innovation Index) Россия заняла 47-е место, по сравнению с 2019 годом опустилась на 1 позицию.

Можно выделить приоритетные задачи, на которые государство должно обратить свои ресурсы при организации инновационной деятельности в России:

- стимуляция и поддержка наиболее значимых технологических проектов, особенно на этапе их начального формирования;

- создание благоприятной инновационной среды для поддержания уже существующих и развивающихся наукоемких производств;

- создание эффективного механизма реализации инновационных проектов.

Государственная инновационная политика в России реализуется на двух уровнях деятельности: федеральном и региональном.

Основной задачей инновационной политики на общегосударственном уровне является создание благоприятной среды для материализации государственных приоритетов в плане научно-технологического развития в экономической сфере для изменения технологической базы страны, впоследствии концентрирующей ресурсы в масштабе национальной экономики.



## ОСОБЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Алешкин М.В., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Промышленность Московской области основывается на мощной научно-технической базе и высококвалифицированных трудовых ресурсах; тесно связана с промышленностью Москвы. По объёму промышленного производства среди регионов Московская область занимает второе место (после Москвы). На территории области особая концентрация предприятий оборонного комплекса, производится оборудование тепловой и ядерной энергетики, химическая промышленность работает в основном на привозном сырье. В Московской области находится большое количество предприятий, производящих потребительские товары. Электростанции Московской энергосистемы в июне 2020 года выработали 3938,3 млн. кВт. Около 40% территории Московской области используется в сельском хозяйстве; наименее освоены сельским хозяйством северные, восточные и западные окраинные районы. В южной части области более 50% земель используется в сельском хозяйстве. В водоёмах региона распространено рыбоводство. Дерево-добывающая отрасль в промышленном производстве составляет свыше 6%. Пищевая отрасль промышленном производстве составляет свыше 27%. В области развитая сеть железных и автомобильных дорог; судоходство по Москве-реке, Оке, каналу им. Москвы. Полезные ископаемые: уголь бурый, торф, фосфориты, известняки, мергели, материалы строительные. По оценке иностранных инвесторов, в Московской области окупаемость инвестиций происходит в 2-3 раза быстрее, чем в Германии или Франции.

Подмосковье вошло в лидеры по количеству проектов, включенных в федеральный реестр лучших практик благоустройства. В ноябре 2019 года сразу несколько подмосковных городов стали лучшими в России по качеству городской среды. Основными проблемами Московской области являются: относительная зависимость от решений, принимаемых на федеральном уровне (изменения бюджетного, налогового законодательства, отсутствие четкой региональной политики федеральной власти); высокий уровень демографической нагрузки на трудоспособное население; сложная демографическая ситуация (естественная убыль населения, старение населения); преобладание импортных товаров на внутреннем рынке; высокая степень износа основных производственных фондов; несоответствие темпов развития структуры производства и поддерживающей инфраструктуры.





## ОТДЕЛЬНЫЕ УГРОЗЫ ТРАНСПОРТНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Ермакова А.Д., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Транспортная безопасность помогает вовремя заметить и предотвратить опасность противозаконного вмешательства в работу транспортного комплекса государства, при этом она обеспечивает полнейшую безопасность передвижения пассажиров и перевозки грузов на любые расстояния. Ее целью являются защита владельцев и пассажиров транспортных средств, получателей и перевозчиков грузов, работников транспортной инфраструктуры, а также ее материального имущества. Безопасность дорог, ж/д путей и труб базируется в первую очередь на качестве их строительства и поддержания, а еще на принятых мерах антитеррористической защиты, собственно, что выходит за рамки предоставленной работы.

Сама угроза не появляется из ничего, она считается следствием целого комплекса процессов, которые выступают в качестве причин или же критерием появления опасностей транспортной безопасности, следует вести речь о потенциальной или реальной угрозе. Такие опасности угрожают безопасности работы транспортного комплекса. Сама работа исходит от внутренних и внешних источников опасности, определяет содержание деятельности по обеспечению внутренней и внешней безопасности.

К внешним источникам можно отнести деятельность иностранных структур, которые направлены против Российской Федерации, обострение международных отношений в области транспортного хозяйства, деятельность международных террористических организаций. К внутренним причинам можно отнести критическое состояние транспортных систем, неблагоприятную криминогенную обстановку, а также безответственную работу транспортных служб.

Возможность реализации той или же другой опасности нужно рассчитывать для каждого объекта транспортной безопасности в процессе оценки уязвимости и принимать во внимание в последующем планировании мероприятий по увеличению уровня защищенности объекта транспортной безопасности.

Подводя итог, можно сказать, что главными угрозами любой системы являются некомпетентность и риск техногенных катастроф. Вследствие этого человеческие ресурсы должны отвечать критериям безопасности, а техническая составляющая функционировать с несколькими степенями защиты и автоматизации.



## **ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА**

Новикова Т.Ю., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Экономическая безопасность региона – такое определенное состояние социально-экономической системы конкретного субъекта РФ, при котором в полной степени обеспечиваются все институционально закрепленные и стандартизированные необходимые потребности населения (так называемые «эталонные потребности населения»), посредством некоего противодействия влиянию рисков и угроз, способных в некоторой степени нанести серьезный ущерб социально-экономической системе региона.

Любая политика экономической безопасности на любом уровне управления обязательно зиждется на «трех китах»: четкая, ясная идентификация насущных и возможных угроз; грамотное обоснование «пороговых значений», при которых те или иные негативные экономические, социальные, экологические и иные процессы приобретают определенный смысл реальной угрозы (т.е. приобретают значимый деструктивный характер); априорное определение тех управленческих действий, которые должны быть нацелены на предотвращение этих угроз или (если это невозможно) на максимальную компенсацию их негативного воздействия на государство, экономику, социум и природу.

Можно выделить следующие основные блоки угроз экономической безопасности на региональном уровне и те показатели, на основе которых экспертным путем и конкретно для каждого субъекта Федерации могут быть определены «пороговые значения» этой безопасности: дестабилизация региональных рынков; падение конкурентоспособности региона по привлечению отечественных и иностранных инвестиций; рост энергозависимости региона; рост зависимости региона от ввоза основных видов продовольствия; рост зависимости региона от ввоза (миграции) трудовых ресурсов; качественная деградация трудоресурсной базы экономики региона; рост показателей экономической дифференциации населения.

Как видно из официальной статистической информации одной из основных проблем в РФ является резкая дифференциация регионов по уровню развития, что находит свое отражение в разном объеме ВРП. Считаю данную тему актуальной и для дальнейших исследований.



## **САМОФИНАНСИРОВАНИЕ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Бережная А.Р., гр. ЭБ-119

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

При распространении рыночной модели хозяйствования, усилении глобализационных процессов, способствующих появлению новых видов рисков и угроз, к одному из надёжных способов по обеспечению экономической безопасности предприятий относится использование ими собственных источников финансирования.

В идеале каждой коммерческой организации надо достигать самофинансирования. К числу собственных финансовых ресурсов относят прибыль, амортизационные отчисления и другие. Наличие прибыли позволяет снижать угрозы экономической безопасности предприятия. Особый источник финансирования инвестиций – это амортизационный фонд. В развитых странах мира амортизационные отчисления до 70-80 % покрывают потребности предприятий в инвестициях. Их преимущество относительно других источников в том, что при любой финансовой ситуации они остаются в распоряжении предприятия, что снижает угрозы.

В целях самофинансирования можно использовать, например, возможности изъятия определенного объема сгенерированной за отчетный период прибыли для осуществления инвестирования проектов или проведения собственниками предприятия реинвестирования всей полученной за отчетный период прибыли для усиления его деятельности. Кроме того, для снижения рисков в работе предприятия необходимо предусмотреть создание резервов производственных мощностей, страховых запасов материалов, энергоресурсов и финансовых резервов.

Максимизация прибыли позволит снижать угрозы деятельности и разрабатывать направления усиления конкурентных позиций предприятия за счёт повышения эффективности формирования, распределения и использования прибыли. После налоговых выплат образуется прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, из которой формируются: резервный капитал, другие резервы, а также специальный фонд. Наличие этих средств, включая фонд накопления, способствует обеспечению самофинансирования, устойчивого финансового состояния и надежности системы управления экономической безопасностью предприятия.

При создании системы управления экономической безопасностью следует заранее планировать подсистемы, связанные с выявлением угроз, с разработкой организационных мероприятий по их предотвращению и по принятию обоснованных управленческих решений.



## **РОЛЬ ФИНАНСОВОГО УЧЕТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА**

Косарева В.С., гр. ЭБ-119

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Необходимыми условиями поддержания стабильности и повышения эффективности хозяйствующих субъектов выступают рационально организованный учет в сочетании с их системой экономической безопасности. В третье десятилетие XXI века актуальность обеспечения экономической безопасности возрастает, что объясняется, в частности, распространением недобросовестной конкуренции и теневой экономики.

Финансовый учет, позволяющий руководству и инвесторам получать сведения о реальном положении дел в организации, играет важную роль в обеспечении экономической безопасности каждого хозяйствующего субъекта. При обеспечении экономической безопасности следует выявлять угрозы, которые могут приводить к прекращению производственно-хозяйственной и инновационной деятельности организации. Формирование порядка ведения финансового учета и системы экономической безопасности хозяйствующего субъекта должно основываться на нормативно-правовых и законодательных актах. Оценка обеспечения экономической безопасности будет достовернее, если при анализе финансовой устойчивости параллельно анализировать последствия угроз. Так, при исследовании выделены виды потенциальных угроз А, В, С, D с позиции их соответствия каждому из четырех уровней нормативного регулирования финансового учета в РФ. Кроме того, в качестве одного из инструментов финансового учета по обеспечению экономической безопасности предприятия рекомендуется применять внутренний контроль и контроллинг, с помощью которых можно выявлять потенциальные угрозы и разрабатывать профилактические меры по их предотвращению.

Можно подчеркнуть, что роль финансового учета в обеспечении экономической безопасности хозяйствующего субъекта повышается, если осуществляются выявление внутрихозяйственных угроз, разработка и реализация мероприятий по их устранению, что способствуют обеспечению непрерывной деятельности предприятия.

Итак, бухгалтерский финансовый учет играет заметную роль в обеспечении экономической безопасности, предоставляя руководителям актуальную информацию, используемую для структурирования, анализа и выявления угроз, предотвращение которых позволяет предприятиям достигать безопасного функционирования в конкурентной среде.



## **ВЗАИМОСВЯЗЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА И СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Меркулов М.А., гр. ЭБ-119

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Для каждого предприятия актуальны вопросы ликвидации опасностей и угроз экономической безопасности и их решению способствуют, в частности, организация и правильное ведение учета, включая управленческий. Состояние экономической безопасности зависит от рационального приобретения и использования ряда ресурсов, от предотвращения угроз и от обеспечения непрерывности деятельности организации. Исследование, посвященное достижению цели по выявлению проблем взаимосвязи управленческого учёта и системы экономической безопасности организации, относится к числу актуальных.

Функционирование организации основано на заключении и выполнении хозяйственных договоров при условии наличия всех видов необходимых ресурсов, системного управления, включая и планирование, бухгалтерского учета при сформированной учетно-контрольной среде и положений по стимулированию производительности труда работников производственных подразделений в сочетании с системой обеспечения экономической безопасности организации. Для каждого руководителя актуальны вопросы повышения конкурентоспособности продукции путем снижения издержек, предотвращения опасностей и угроз экономической безопасности и их решению способствуют, в частности, организация и правильное ведение учета, включая управленческий.

Поэлементное сравнение задач, функций управленческого учета и системы экономической безопасности позволило выявить, что применение современного инструмента управленческого учета, обеспечивающего сбор, измерение, обработку, систематизацию и анализ информации в части затрат, должно быть интегрировано с системой экономической безопасности организации, что способствует предотвращению внутренних угроз и снижению себестоимости продукции. Управленческий учет характеризуется задачами, решение которых зависит от того, как будут решены задачи обеспечения экономической безопасности организации, что может быть закреплено в самостоятельно разрабатываемых организацией инструкциях, положениях и методических указаниях.

Таким образом, решение тактических и стратегических задач, принятие обоснованных управленческих решений руководством возможно на основе своевременной и достоверной учетной информации о затратах и результатах благодаря наличию внутренней управленческой информации, интегрированной с системой экономической безопасности.





## **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Фролова А.А., гр. ЭБ-119

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В современной экономике любая коммерческая организация является открытой системой, так как в процессе своей деятельности она постоянно взаимодействует как с внешней средой через различные отношения с государством, юридическими и физическими лицами, так и во внутренней среде при взаимодействии коллег всех структурных подразделений. При этом на предприятии следует обеспечивать экономическую безопасность передачи информации относительно управленческого учета и сведений по контрагентам как условие достижения непрерывности его деятельности.

Безопасность предприятия – состояние защищенности его функциональных и жизненно важных интересов от недобросовестной конкуренции, противоправной деятельности криминальных формирований и отдельных лиц, его способность сохранять непрерывность и эффективность деятельности при добросовестном выполнении миссии. Комплексная безопасность предприятия достигается при реализации системы мер, направленных на предупреждение, выявление, обнаружение, локализацию и ликвидацию угроз независимо от их происхождения.

Существующие области обеспечения экономической безопасности характеризуются функциональным содержанием, набором критериев при оценке возможных угроз. В результате исследования эти области были систематизированы и из них выделены те, что сочетаются с функциями ведения бухгалтерского учета и отвечают задачам безопасной деятельности организаций.

Каждый из видов учета отличается применяемыми формами документации (первичные или унифицированные), осуществлением аналитического и синтетического учета, организацией электронного документооборота, инструкциями, регламентирующими порядок ведения учета на предприятии и на участках учета. Предоставление качественной учетной информации возможно при условии создания рациональных способов внутреннего контроля и обратной связи бухгалтерии со всеми подразделениями организации, включая отдел экономической безопасности организации. При исследовании элементов внутреннего контроля предложена их дифференциация по видам управленческого, финансового и налогового учета. Это позволит повысить оперативность проведения оценок или мониторинга соблюдения требований экономической безопасности на предприятии.



## **ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

Дрюченко С.Д., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

С июня 2014 года Российская Федерация находится под санкционным давлением западных стран. Данные санкции введены в связи с событиями, происходящими на тот момент на Украине, и несли экономический характер. Они были нацелены на возникновение в России экономических, а следом и социальных изменений в худшую сторону. Сферу особого их действия занимает возможность экономической деятельности в Республике Крым. Но смогли ли данные санкции вызвать желанный эффект? Присоединение Крыма к России, военные действия на Украине и в Сирии и некоторые другие события послужили лишь поводом для введения санкций. Предпосылки для их введения появились еще в 2007 году после речи Владимира Путина на «Мюнхенской встрече», а которой он обозначил место России в современном многополярном мире.

Санкционное давление стало для Крыма серьезным испытанием: на полуострове стало невозможно расплачиваться банковскими картами платежной системы «Mastercard» и «Visa», принимался только наличный расчет; сетевые магазины и фирмы, что существуют на «материке», не могут работать на территории полуострова из-за санкций, запрещающих фирмам, зарегистрированным за границей, осуществлять свою деятельность; из-за страха попасть под санкции многие банки не спешат заходить на территорию Крыма; иностранные фирмы также не могут заниматься здесь предпринимательской деятельностью; не могут заходить в акваторию Крыма и иностранные суда.

Сейчас стало возможным в некоторых местах расплачиваться не только отечественной платежной системой «Мир», но и «Mastercard» и «Visa», также можно снимать деньги в банкомате. Это доступно не везде, но все же есть и это плюс. В Крыму стало возможным развиваться местному бизнесу, что с одной стороны плюс для местных предпринимателей, но в то же время это серьезная угроза для образования монополии и олигополии, так как серьезных конкурентов у местных предпринимателей просто нет. Стоит также отметить, что туризм составляет немаловажную часть пополнения бюджета полуострова.



## **НЕЗАКОННЫЙ ОБОРОТ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ КАК УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН**

Вашкова П.С., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Стабильная экономика – одна из приоритетных задач каждого государства. Поэтому для обеспечения безопасности своей экономики правительство ставит перед собой ряд задач. Одной из них является установление и соблюдение режима границ и правил ее пересечения.

Одним из самых популярных видов контрабанды в Республике Дагестан является контрабанда наркотических и психотропных средств. По оценкам экспертов, объем нелегального рынка наркотиков в России составляет 250 млрд. в год. На долю Республики Дагестан приходится 100 млрд. руб. из этого объема, что составляет 40%, и при этом цифры не перестают расти. Часть прибыли незаконного наркобизнеса является источником финансирования террористических организаций и актов, также закупка оружия для нелегальных групп. Ввиду этого необходимо понимать, что ликвидация финансовой базы наркобизнеса играет ключевую роль в борьбе с терроризмом, экстремизмом и коррупцией.

Криминологический анализ нынешнего состояния контрабанды наркотиков показывает, что если раньше популярность набирали опий и героин, то сейчас активно ввозят менее дорогие виды наркотиков. На сегодняшний день в регионе есть 2 основных пути ввоза наркотиков. Во-первых, транспортировка опия и героина сухопутным транспортом из Республики Азербайджан. Во-вторых, транспортировка героина и опия морским транспортом из Ирана, Казахстана и Туркменистана через Махачкалинский международный торговый порт.

Ежегодно через государственные границы на территорию республики ввозятся до 50 кг наркотиков. Но надо заметить снижение объемов ввозимых запрещенных средств растительного происхождения, однако несмотря на это, данный вид не перестает лидировать в списках нелегального оборота наркотических средств. Согласно статистическим данным, 59% всех контрабандистов – мужчины, а 15% из всех преступников ранее привлекались к уголовной ответственности. 65,4% всех преступников – россияне, а остальные в большинстве граждане Республики Азербайджан.

Таким образом, незаконный оборот наркотических средств, являясь проблемой данного региона, приобретает более глобальный характер, так как эти же наркотики в дальнейшем находят свой оборот на территории всей России. Данная проблема выходит из аспекта угрозы экономической



безопасности и становится опасностью национальной безопасности, ввиду этого она требует более пристального внимания со стороны государства.

## **ВОПРОСЫ КИБЕРПРЕСТУПНОСТИ В РОССИИ**

Лашманова А.В., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Мы живем во времена стремительно нарастающих темпов компьютеризации, в нашу привычную жизнь все больше внедряются компьютерные технологии. В то же время, наряду с положительными тенденциями развития информационно-технологических процессов, активно проявляет себя преступная деятельность в киберпространстве.

По данным МВД России число преступлений, совершенных с использованием информационно-коммуникационных технологий в 2020 году возросло, по сравнению с предыдущим годом, на 94,6%. Отмечается рост числа особо тяжких киберпреступлений – на 129,7% по сравнению с 2019 годом. Наиболее привлекательными для киберпреступников оказались расчетные банковские карты. Число их использования в криминальных целях выросло в 6 раз по сравнению со статистическими показателями таких киберпреступлений в 2019 году. Также в текущем году стали вдвое чаще, чем в предыдущем, использовать мобильные устройства для совершения подобных преступлений. Чаще преступники стали рассылать пользователям интернета программы для заражения персональных устройств и для скрытого майнинга криптовалют.

Проявляет себя и определенная региональная специфика киберпреступности. По статистике МВД РФ активный рост преступлений, совершенных с помощью информационно-телекоммуникационных технологий, наблюдается в Москве, Санкт-Петербурге, Московской, Калининградской, Новгородской, Ростовской областях, Ингушетии, Бурятии, Башкортостане и Еврейской автономной области.

По заявлению прокурора Московской области Сергея Забатурина, стало меньше убийств и грабежей, но значительно возросло число киберпреступлений в Подмосковье. С уверенностью можно сказать, что криминал активно «обживает» в онлайн сфере. Число киберпреступлений в Подмосковье по итогам года возросло почти в два раза – с 4115 до 9382, а их удельный вес превысил 12% в общей структуре всех зарегистрированных преступлений. По оценке С. Забатурина, «...эти деяния являются новым вызовом для всего правоохранительного блока».

Анализируя всю сложившуюся криминологическую ситуацию в киберпространстве, мы приходим к выводу о необходимости расширения государственных правоохранительных функций в этой сфере общественных отношений.



## **ВНЕШНИЕ УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Малашенко Ю.А., гр. ЭБ-218

Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Внешние угрозы экономической безопасности предприятия складываются за пределами предприятия. Они не связаны с его производственной деятельностью. Как правило, это такое изменение окружающей среды, которое способно нанести предприятию ущерб. Есть угрозы, а есть источники угроз экономической безопасности предприятия. Иногда их называют факторами. Угрозы и факторы угроз – разные вещи, их следует различать. Факторы – это окружающие условия, влияющие на безопасность в целом или ее параметры в частности. Это еще не угрозы, а только их источник. Источники также подразделяются на внешние и внутренние. К внешним источникам угроз относятся: рыночные факторы; качки спроса и предложения, цены на сырье и продукты, динамика емкости рынка, финансовое состояние контрагентов; макроэкономические факторы; уровень экономического законодательства в стране, валютная политика, внешнеэкономические связи, инвестиционный климат и т.д. Негативное воздействие на экономическую безопасность еще оказывают введенные против Российской Федерации ограничительные экономические меры, усиление недобросовестной конкуренции, неправомерное использование юридических средств, нарушение стабильности тепло- и энергоснабжения субъектов национальной экономики, а в перспективе будет оказывать также дефицит минерально-сырьевых, водных и биологических ресурсов, а также ряд других вызовов и угроз.

В России накопилось много проблем по вопросам экономической безопасности, связанных с внешними и внутренними угрозами. Все они требуют большого внимания со стороны государства и должны быть решены как можно быстрее. Одним из возможных вариантов решения проблем является переход к инновационной модели развития – максимальное использование новых технологий и глобальная модернизация всей экономики с развитием импортозамещения, что особенно важно в условиях санкций и нестабильности мировой экономики, однако в настоящее время Россия еще находится на начальном этапе инновационного развития промышленности.

Таким образом, рассмотренные выше угрозы являются лишь ключевыми угрозами экономической безопасности, в целом же угрозы очень изменчивы и не всегда их можно предсказать, так как они долгое время могут не проявлять себя в открытой форме, что не должно ослаблять внимания экономистов и других специалистов.





## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ВЫЧЕТА ПО РАСХОДАМ НА НИОКР**

Лашманова А.В., Масеенкова А.Д., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Ларионова А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Инвестиционный налоговый вычет на расходы по НИОКР – это способ уменьшения налога на прибыль организаций за счет расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторско-технологические работы.

Возможность применять инвестиционный налоговый вычет появилась с 2018 года. Он предусматривает сокращение налога на прибыль организаций за счет расходов на закупку или же сооружение основных средств, а также трат на их реконструкцию, модернизацию, достройку или же дооборудование.

С 1 января 2021 г. субъекты РФ вправе собственными законами устанавливать инвестиционный налоговый вычет (ИНВ) по расходам НИОКР. При этом до 90% таких затрат можно будет отнести на снижение налога на прибыль в региональный бюджет, а 10% – в федеральный.

Особенности данного вычета, определены в статье 286.1 Налогового кодекса РФ, и заключаются в следующем: «он применяется к налогу, исчисленному за отчетный период, в котором завершены НИОКР или их отдельные этапы, либо подписан акт сдачи-приемки; вычет может быть перенесен на будущее, если иное не установлено законом субъекта РФ; нематериальные активы, созданные в результате произведенных расходов на НИОКР, в отношении которых налогоплательщик использовал право на применение ИНВ, не подлежат амортизации; расходы на НИОКР, для которых организация использовала право на применение ИНВ, не учитываются при определении налоговой базы».

Проанализировав особенности применения налоговых льгот по расходам на НИОКР в мировой практике и в нашей стране, мы хотим предоставить наши рекомендации для совершенствования данной политики:

1. Увеличить охват регионов, где применяется ИНВ.
2. Регионы недостаточно используют имеющиеся возможности. (повысить предельную величину инвестиционного налогового вычета).
3. Обратить внимание на мировой опыт и при возможности совместить и модифицировать для применения в нашей стране, получив усовершенствованную политику поддержки предприятиям.



## **АВТОМАТИЧЕСКОЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ: НОВАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Дрюченко С.Д., Джумаева А.А., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Ларионова А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

XXI век отличается высоким уровнем развития и совершенствования технологий. Вот и система налогообложения не стоит на месте. Разрабатываются методы и средства, которые помогают упростить процесс уплаты налогов и получения налоговых льгот. В этой статье мы предлагаем рассмотреть автоматизацию предоставления налоговых вычетов, ее возможности и целесообразность использования в зависимости от вида вычета.

Согласно понятию, данному на сайте Федеральной Налоговой Службы, «налоговый вычет – это сумма, которая уменьшает размер дохода, с которого взимается налог. Сумма вычета уменьшает налогооблагаемую базу - ту сумму дохода, с которой должен быть уплачен налог». Есть такие виды налогового вычета: стандартные, социальные, инвестиционные, имущественные, профессиональные налоговые вычеты, а также налоговые вычеты при переносе на будущие периоды убытков от операций с ценными бумагами и операций с финансовыми инструментами срочных сделок, обращающимися на организованном рынке.

Указанные вычеты налогоплательщик может получить, подав налоговую декларацию по налогу на доходы физических лиц через личный кабинет на сайте ФНС, что на практике очень облегчает жизнь налогоплательщикам.

Автоматизация инвестиционного и имущественного налоговых вычетов уже практически состоялась, так как Государственная Дума рассматривает внесение соответствующих изменений в законодательство. Это также значительно упростит процесс получения данных видов вычетов.

На наш взгляд, наиболее перспективным и верным решением на данный момент является развитие автоматизации предоставления в части социальных налоговых вычетов. Это более легко осуществимо, чем автоматизация стандартных налоговых вычетов. Но при этом позволит без особого труда получать возврат денег.



## **ПЕРСПЕКТИВЫ СНИЖЕНИЯ НДС ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ**

Кириллова А.Д., Ермакова А.Д., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Ларионова А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Ресторанный бизнес оказался одним из самых пострадавших от ограничений во время пандемии COVID-19. Проанализировав 15 интервью владельцев различных предприятий общественного питания в Москве, мы пришли к выводу, что все они выступают за снижение НДС для таких предприятий до 10%, а часть из них и за полную отмену налога. Такие изменения в налоговом законодательстве поддерживают и уполномоченные по защите прав предпринимателей. Бизнес также выступает за распространение системы УСН на большее число предпринимателей.

В письме Минфина от 25.12.2020 № 03-11-06/2/114626 приведены аргументы против таких изменений в налоговом законодательстве: НДС составляет около трети налоговых поступлений федерального бюджета и данные меры могут ограничить способности финансирования расходов, также может возникнуть отрицательная разница между суммами налога, исчисленными налогоплательщиками, и суммами, предъявленными им и эта разница будет подлежать возмещению из федерального бюджета, кроме того, по НДС уже существует социально-ориентированная льгота – от налога освобождены операции по продаже столовыми образовательных и медицинских организаций продуктов питания.

Практика показывает, что снижение уменьшение налога не приводит к снижению цен и товары не становятся более доступными для потребителей. Также ФНС России уже реализовала меры по поддержке бизнеса, занятого в пострадавших от коронавируса отраслях, включая малое и среднее предпринимательство.

Таким образом, снижение НДС для предприятий общественного питания имеет ряд перспектив. Но также стоит отметить, что до сих ведутся споры о нецелесообразности снижения ставки НДС для вышеназванных организаций из-за возникающих рисков для федерального бюджета. Мы считаем, что уменьшать или отменять ставку налога НДС для предприятий общественного питания не следует. Но увеличение предел дохода по УСН и распространение этой системы на большее число предпринимателей стало бы хорошей поддержкой ресторанного бизнеса.



## НАЛОГИ ДЛЯ БОГАТЫХ В РФ: СЕЙЧАС И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Худенкова Д.А., гр. ЭГ-119

Научный руководитель: доц. Ларионова А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В любой современной стране существует множество различного рода платежей, взносов, сборов и других подобных отчислений граждан и организаций в государственную казну, которые обусловлены особенностями становления и развития данных территорий, а также географическим положением и традициями. Налоги нужны для обеспечения равновесия в обществе. Поэтому в государствах иногда вводятся налоги, получающие название: налоги для богатых или же налоги на роскошь. Такие налоги уплачиваются наиболее обеспеченной частью населения: обладающей огромными доходами, способной купить предметы класса люкс, дорогую недвижимость, в общем, всех тех, кто может позволить больше, чем среднестатистическое население.

В нашей стране вариант налога на роскошь или же налога для богатых распространяется на автомобили; на водные суда; на воздушный транспорт. Его суть заключается в том, что налогоплательщики, обладающие дорогими транспортным средством, обязаны учитывать повышающий коэффициент при расчете транспортного налога. Также с 2021 года введен НДФЛ 15% для доходов свыше 5 млн. рублей. Данное нововведение также можно считать своеобразной мерой применения налога для богатых. Также это шаг к введению в будущем новой – прогрессивной шкалы налогообложения, которая давно действует во многих развитых государствах. Кроме того, с 1 января 2021 года вступают в силу еще некоторые новые правила налогообложения. Теперь физические лица, имеющие банковские вклады свыше 1 миллиона рублей, должны будут заплатить налог в размере 13% с доходов, полученных с этих вкладов.

Также хочу предложить новую налоговую меру, рассчитанную на богатый слой населения – «налог на лишнее имущество». Суть данного проекта заключается в том, что он будет взиматься с имущества, которое можно условно назвать «лишним», то есть, если на человека будет зарегистрировано более одного объекта имущества определенной категории, он будет обязан уплачивать данный налог.

Изменения в системе налогообложения РФ, которые затрагивают только богатый слой населения, несомненно, являются перспективной, а главное справедливой мерой.



## ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ДОКУМЕНТОВ

Перетятыко В.О., гр. ЭБ-117

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Деятельность любой организации сопровождается созданием и использованием документов. В настоящее время наряду с бумажными применяются и электронные документы. Электронный документ – это «документированная информация, представленная в электронной форме, то есть в виде, пригодном для восприятия человеком с использованием электронных вычислительных машин, а также для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям или обработки в информационных системах».

Для упрощения и ускорения работы компании подключаются к системам электронного документооборота. Такие информационные комплексы позволяют обмениваться документами в электронном виде, подписывать, заверять их, передавать на согласование. Юридическую значимость документу – как бумажному, так и электронному – придает его содержимое и подписи. Электронная подпись предназначена для защиты электронного документа от подделки и является атрибутом электронного документа.

Федеральный закон №63-ФЗ определил три вида электронных подписей: простую, неквалифицированную и квалифицированную. У них разный уровень защиты и юридической значимости, так что применяются они в разных ситуациях.

Простая электронная подпись (ЭП) – это логин/пароль или код из СМС, которые вводятся для авторизации, подтверждая свою личность. Простая ЭП имеет юридическую силу при оказании страховых, государственных и муниципальных услуг, а также если участники документооборота договорятся о ее признании.

Неквалифицированная ЭП – это зашифрованная комбинация символов, которая подтверждает личность пользователя и позволяет обнаружить внесение изменений в документ после его подписания. Оформляется самостоятельно или в удостоверяющем центре. Документ, подписанный неквалифицированной ЭП, получает юридическую значимость, если имеется указание закона или достигнута договоренность между сторонами.

Квалифицированная подпись создается с использованием средств шифрования, сертифицированных ФСБ. Выдается квалифицированная ЭП только в удостоверяющих центрах, аккредитованных Минкомсвязи России. Любой документ, подписанный квалифицированной электронной подписью, будет иметь полную юридическую силу.





## АУДИТ ПЕРВИЧНЫХ УЧЕТНЫХ ДОКУМЕНТОВ

Алекперова Д.В., гр. ЭБ-117

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Аудит – независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности. На первом этапе оцениваются системы бухгалтерского учёта и внутреннего контроля, изучается система первичных учетных документов, с точки зрения законности и обоснованности документального оформления совершаемых хозяйственных операций.

Можно выделить характерные ошибки, выявляемые в ходе аудита первичных документов:

- несвоевременная регистрация фактов хозяйственной жизни на носителе информации;

- отсутствие необходимых реквизитов, придающих документу юридическую силу;

- нарушения, допущенные при оформлении первичного документа;

- ошибки при регистрации документа (количественные либо качественные расхождения при переносе данных из документов в учётные регистры);

- несвоевременная регистрация документа в учётном регистре (либо отсутствие данных в учётном регистре по отдельным первичным документам);

- нарушения сроков хранения документации в архиве;

- уничтожение первичных документов без акта об уничтожении.

Также распространенным недостатком является отсутствие графиков документооборота. Необходимость этого графика связана с требованиями ПБУ 1/2008, его отсутствие ведет к бесконтрольности в сфере документопотоков, нарушению сроков и порядка создания, отражения в учете и хранения первичных документов. При наличии такого графика необходимо оценивать его соответствие реальному документообороту и потребностям организации.

Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что аудитор должен уделять особое внимание проверке первичных документов. Так как именно на их базе формируются аудиторские доказательства и основывается профессиональное суждение аудитора.



## РОЛЬ АУДИТА В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Исаева В.А., Филатова Е.В., гр. ЭБ-117

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Экономическая безопасность предприятия представляет собой его защищённое состояние от угроз как внутренних, так и внешних. Основными составляющими экономической безопасности организации являются финансовая, кадровая, информационная и иные виды безопасности. В свою очередь аудит выступает главным инструментом обеспечения экономической защищённости предприятия.

По отношению к объекту проверки аудит делится на внешний и внутренний. Внешний аудит – это независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица с целью выражения мнения о достоверности такой отчетности. Внутренний аудит представляет собой форму контроля деятельности организации изнутри, которая помогает проанализировать финансовое состояние бизнеса, а также достоверность отчетности.

Основными функциями внутреннего контроля являются: проверка систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля, их мониторинг и разработка рекомендаций по улучшению этих систем; проверка соблюдения законов и других нормативных актов, а также требований учетной политики, инструкций, решений и указаний руководства и (или) собственников; разработка и представление предложений по устранению выявленных недостатков и рекомендаций по повышению эффективности управления.

Современный внутренний аудит направлен на решение следующих задач: оценка системы внутреннего контроля в части достоверности информации, соблюдения законодательства, сохранности активов, эффективности и результативности деятельности отдельных подразделений организации; проведение анализа системы управления и предложение эффективных методов снижения рисков.

В целом проведение аудита предприятия способствует эффективному обеспечению его экономической защищённости в части финансовой безопасности.

Таким образом, применение эффективного внутреннего аудита в качестве инструмента обеспечения экономической безопасности поможет выявить и устранить риски на начальном этапе их возникновения.



## ПЕРЕХОД К УЧЕТУ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СООТВЕТСТВИИ С ФСБУ 6/2020

Швыдкова А.С., гр. ЭБ-117

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В России с 1998 года действует Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности. Ее цель – приведение национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности.

В рамках этой программы приказом Минфина России от 17 сентября 2020 №204н был утвержден федеральный стандарт бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства». Он определяет требования к формированию в бухгалтерском учете информации об основных средствах организации. В нем введены как новые понятия, так и дано определение понятий, которые традиционно используются в практике. Проведено сравнение оценки основных средств прежнего стандарта с федеральным.

В хозяйственной практике широко используется понятие балансовой стоимости основных средств, при этом в ПБУ 6/01 данный показатель не расшифровывается. Теперь под балансовой стоимостью понимается первоначальная стоимость объекта, уменьшенная на суммы накопленной амортизации и обесценения. Это совпадает с определением, что приведено в международном стандарте МСФО (IAS) 16.

В стандарте введено понятие ликвидационной стоимости. Это величина, которую организация получила бы в случае выбытия объекта основных средств (включая стоимость материальных ценностей, остающихся от выбытия) после вычета предполагаемых затрат, обусловленных выбытием. Причем объект основных средств рассматривается так, как если бы он уже достиг окончания срока полезного использования и находился в состоянии, характерном для состояния на конец срока полезного использования.

Введено новое понятие справедливой стоимости, цены, которая была бы получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства в ходе обычной сделки между участниками рынка на дату оценки. Причем в тексте федерального стандарта есть прямая отсылка к международному стандарту МСФО (IFRS) 13.

При принятии объекта основных средств к учету он, как и ранее, оценивается по первоначальной стоимости. Однако после принятия к учету основных средств их придется оценивать по первоначальной или по переоцененной стоимости.



## УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛГОРОДСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ»

Мельвиль В.А., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Сараджева О.В.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Экономическая безопасность предприятия – это состояние защищенности предприятия от негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается устойчивая реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности.

Внешние угрозы и опасности возникают за пределами предприятия. Они никак не связаны с его производственной деятельностью. Как правило, это изменение окружающей среды, которое может нанести предприятию ущерб. А внутренние факторы, наоборот, они связаны с хозяйственной деятельностью предприятия, его персонала. Они обусловлены теми процессами, которые возникают в ходе производства и реализации продукции и могут оказать свое влияние на результаты бизнеса. Наиболее значительными из них являются: качество планирования и принятия решения, соблюдение технологии, организация труда и работа с персоналом, финансовая политика предприятия, дисциплина и многие другие. Основным инструментом маркетингового анализа для выявления угроз предприятия является SWOT-анализ. SWOT-анализ представляет собой метод первичной оценки, текущей ситуации основанный на рассмотрении её с четырёх сторон: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы.

Слабыми сторонами ОАО «Белгородский хладокомбинат» являются: высокая себестоимость продукции в сравнение с конкурентами и высокий уровень управленческих расходов. Также имеется высокая дебиторская задолженность и происходит ее увеличение; слабо развит анализ и планирование основных показателей деятельности. Сильными же сторонами при этом являются следующие: широкая известность на рынке Белгородской области и страны; высокая доля собственного капитала и отсутствие зависимости от внешних источников финансирования; высокое качество продукции; высокая доля рынка по сравнению с конкурентами и другие.



## ОЦЕНКА ПОСЛЕДСТВИЙ АКТИВНОГО ЭКСПОРТА ЭНЕРГОРЕСУРСОВ ИЗ РОССИИ

Проданец А.А., гр. ЭБ-218

Научный руководитель: доц. Сараджева О.В.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Анализируя состояние внешней торговли РФ, нельзя не отметить изменение географической структуры внешней торговли России, которое выражается в смещении от основных торговых партнеров, которыми являются страны ЕС и СНГ, в направлении стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Так, если в 2013 г. на долю ЕС (28 стран) приходилось 49,4% российского товарооборота, на страны СНГ – 13,6%, на страны АТЭС – 24,7%, то к 2017 г. доля последних выросла почти на 6% – до 30,1%.

В связи с этим необходимо сказать о том, что Россия следует в развитии своей внешнеэкономической деятельности в русле некоего триединого курса на переориентацию части торговых и инвестиционных потоков с европейского на азиатское направление, способствуя поддержанию экспорта, а также реализации политики импортозамещения. Это значимый шаг в развитии отношений России и ЕАЭС. И, что особенно важно ввиду происходящих в мире событий, в формировании проактивной торговой политики Евразии и Азиатско-Тихоокеанского региона.

Значительный уровень зависимости экономики России от экспорта энергоресурсов, возможностей заимствования финансовых средств за рубежом при недостаточно высокой конкурентоспособности основной части готовой промышленной продукции и низком уровне развития финансовой системы, обуславливают уязвимость ее экономики.

Вместе с тем ограничения, которые были введены в отношении России рядом зарубежных стран, а также принятые ею ответные меры оказали позитивное влияние на развитие ряда секторов экономики. В частности, результаты принесла реализация антикризисного плана Правительства РФ и реализация программы импортозамещения.

В результате ужесточения вводимых Западом в отношении России санкций по ряду направлений возможна переориентация экспортно-импортных потоков на страны постсоветского пространства, в частности ЕАЭС. Так, компании стран СНГ могут стать посредниками при осуществлении внешнеторговых сделок с государствами, которые ограничили торговые и финансовые связи с Россией.





## МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Ишунькина М.А., гр. ЭБ-218

Научный руководитель: доц. Сараджева О.В.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Для оценки экономической безопасности государства предлагаются следующие методы:

метод анализа и обработки сценариев – сущность данного метода заключается в организации взаимодействия высококвалифицированных специалистов всевозможных областей в разработке и заключении сложного для формализации социально-политических и социально-экономических задач с внедрением передового математического моделирования;

теоретико-игровые методы – данные методы с целью рассмотрения двусторонних и многосторонних остроконфликтных ситуаций, и синтеза характеристик управления конфликтующих сторон с учетом их воздействия друг на друга. Эти методы предоставляют отличные результаты в тех вариантах, когда настоящие процессы имеют все шансы быть преобразованы в игры;

методы распознавания образов – точная база концепции распознавания образов предполагает собою набор методов математической статистики, теории вероятности, теории игр, концепции данных, статистической теории взаимосвязи;

методы теории нечетких систем – данные методы являются более передовыми средствами изучения сложных вопросов. Они дают возможность формализовать неправильные, несовершенные, зачастую двойственные познания, которые применяются в доводах специалистов, т.е. перевести компьютерную речь к естественному языку для специалистов. На сегодняшний день этот метод является одним из немногих математически работающих со смысловым содержанием наших слов;

методы многомерного статистического анализа – суть данного метода состоит в переходе с начальной концепции, как правило высоко коррелированных финансовых характеристик, к новейшим, ранее некоррелированным составляющим либо условиям, число которых менее, ограничивает целую или предельно вероятную часть изменчивости начальных характеристик;

методы оптимизации – данные методы применяются в аналитическом описании изученных процессов для синтеза любого избранного аспекта финансовой защищенности.

Каждый из данных методов оценки экономической безопасности имеет свои плюсы и минусы, поэтому более результативным считается совместное применение этих методов со стремительным и эластичным подключением конкретного метода в зависимости от проблемы. Следует отметить, что важнейшим элементом механизма обеспечения



экономической безопасности общества является деятельность государства по выявлению и предотвращению внутренних и внешних угроз безопасности экономики, особенно в нынешней социально-политической ситуации в России. В современной практике существует система различных методов, определяющих уровень экономической безопасности, однако достоверность методов определяется применимостью результатов оценки на практике, а также ее универсальностью.

## **ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА ПЛАТЕЖА ПРИ СОВЕРШЕНИИ МОШЕННИЧЕСТВ**

Сухоярская Е.А., гр. ЭБ-120

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Информационная среда в современном мире постепенно начинает охватывать практически все области жизни человека, включая товарно - денежные отношения. В настоящее время все чаще оплата происходит с использованием пластиковых карт, либо бесконтактным способом оплаты, а также с помощью мобильных телефонов с установленным программным обеспечением.

При этом важно отметить, что одновременно с развитием таких устройств появляются новые виды мошенничеств. Это заставило законодателя в дополнении к традиционно существующему составу мошенничества (ст. 159 УК РФ) добавить квалифицированные его формы, в том числе ст. 159.3 «Мошенничество с использованием электронных средств платежа».

Актуальность исследования аспектов подобного преступления предопределяет оформление следующих тезисов:

1. При уголовно-правовой характеристике ст. 159.3 УК РФ особое внимание уделить средству совершения данных преступлений – инновационным информационным технологиям, в качестве которых выступают настоящие и поддельные пластиковые карты, кейлоггеры и скиммеры.

2. Причинами и условиями, порождающими инновационную преступность, являются, помимо социального неравенства, разного уровня доступа к материальным благам, также компьютерная безграмотность и неумение многих россиян, в особенности лиц старшего поколения, обеспечивать безопасное обращение с цифровыми денежными инструментами.

3. При изучении преступников, совершивших данное нарушение, особое внимание следует уделить такому аспекту, что в качестве таковых зачастую выступают не столько лица, обладающие особенной



киберквалификацией, сколько те, кто способен втереться в доверие к тем, кто не способен распознать опасность.

4. При виктимологической характеристике отметим, что жертвами рассматриваемых преступлений чаще всего выступают люди старшего поколения, чувствующие себя неуверенно при использовании цифровых инструментов денежного обращения.

5. Необходимо внести изменения в ст. 187 УК РФ, поскольку данная норма тавтологична, по сути, со ст. 159.3 УК РФ, дублируя положения последней.

6. Правоохранительные органы должны стремиться к устранению цифровой неграмотности, чтобы минимизировать рассматриваемые преступные деяния, для чего необходимо организовывать специальные курсы, в рамках которых разъяснять риски и угрозы, связанные с инновационными технологиями.

## **СПЕЦИФИКА МОШЕННИЧЕСТВА В СФЕРЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Хитрова М.М., гр. ЭБ-120

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

В современном мире научно-технический прогресс обуславливает появление новых средств оптимизации жизни общества. А именно, появились новые технологии, позволяющие получать, хранить, обрабатывать и передавать данные по средствам информационно-телекоммуникационных сетей (в том числе сеть Интернет).

Однако данными достижениями пользуются преступники, что заставило законодателя в дополнение традиционному существующему составу мошенничества ст.159 УК РФ добавить квалифицированные его формы, в том числе ст.159.6 УК РФ «Мошенничество в сфере компьютерной информации».

Актуальность уголовно-правового противодействия, отмеченная видом инновационных преступлений, предопределяет формирование следующих тезисов:

1. Объективную сторону мошенничества в сфере компьютерной информации составляет хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество. Субъективной стороной является прямой умысел. Обязательным признаком является корыстная цель, свойственная всем составам мошенничества.

2. Средствами, с помощью которых совершается само преступление, выступают компьютерная информация и средства хранения, обработки или передачи компьютерной информации, а также информационно-телекоммуникационные сети.



3. Причинами, порождающими данный вид преступности, могут быть: желание преступника остаться анонимным, так как в данном виде преступности это представляется возможным; нежелание взаимодействовать с имуществом физически; большая вероятность скрыть следы преступления, так как преступление является виртуальным.

4. Необходимо всестороннее изучение данного вида преступности, потому что технологии становятся сложнее, инновационное развитие не останавливается. Следовательно, появляются новые способы совершения мошенничества в отношении имущества и права на него в сфере компьютерной информации.

5. Потерпевшими в данном преступлении могут быть любые лица, обладающие имуществом и правом на него.

6. Пути совершенствования законодательства, а также оптимизации деятельности правоохранительных органов по противодействию данным преступлениям может быть следующее:

7. Создание штата сотрудников, имеющих не только юридическое образование, но и образование программиста. Такие работники смогут углубленно изучать преступления данной сферы и в более короткие сроки находить преступников.

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Попкова К.А., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Экология и экономика тесно связаны друг с другом и оказывают друг на друга интенсивное влияние. Сегодня тема такой взаимосвязи актуализирована огромными масштабами потребления и производства, зачастую, источающими природные ресурсы, оказывающими губительное влияние на экологию. В свою очередь, экологические проблемы прямо сказываются на экономической безопасности предприятий, а вместе с ними, на отраслевой, региональной и федеральной экономической безопасности в целом, наконец, на жизни и здоровье каждого человека.

Хорошо известно, что экономическая безопасность – это состояние экономики, при котором обеспечивается достаточно высокий и устойчивый рост экономических показателей, эффективное удовлетворение экономических потребностей. Контроль государства за движением и использованием национальных ресурсов занимает в организации этих процессов одно из ключевых мест. Однако, не секрет, что часто халатность руководителей и участников многих экономических производств по отношению к использованию природных ресурсов приводит к экологическим катастрофам: разливам нефти, уничтожению природных



ландшафтов, неконтролируемым выбросам химикатов, задымлению городов, загрязнению атмосферы, гибели животных и др. Эти последствия затрагивают инфраструктуру огромных территорий, городов, областей, секторов экономики.

По информации экологов, сейчас в мире уже уничтожено около 83% популяций животных и около 50% растений, загрязнено 87% мирового океана, озоновая дыра распространяется на расстояние около 22,8 млн. квадратных километров. Эти последствия человечество восполнить не в силах.

Сейчас, как никогда, необходимы строгие законы о соблюдении экологических требований всеми субъектами хозяйственной деятельности. Необходим жесткий правовой и правоохранительный контроль со стороны государства над соблюдением экологического законодательства. Каждый субъект хозяйствования должен понимать, что экономика имеет значение лишь тогда, когда есть жизнь. В бесконечном стремлении экономики к удовлетворению бесконечных потребностей нельзя забывать о нашей главной потребности – потребности в благоприятной окружающей среде, обеспечение которой одновременно является и одной из гарантий обеспечения экономической безопасности.

## **РОЛЬ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В AGILE-УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ**

Акиева М.Ж., гр. ЭМ-119

Научный руководитель: доц. Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Agile – это методология гибкого управления проектами, основной целью которой является ускорение выполнения проектных требований заказчиков (например, создание новой продукции) при минимизации рисков. Особенно важной представляется возможность вносить и реализовывать изменения на любом шаге осуществления проекта. Следование принципам Agile позволяет любую профессиональную команду настроить на эффективное решение разовой задачи. Как правило, реализация проекта предполагает череду повторяющихся спринтов, каждый из которых включает: планирование, разработку, тестирование и демонстрацию. Пожелания заказчика записываются в список, который называется бэклог (back log), затем уточняется план будущих спринтов, ежедневно проводятся встречи проектной команды – скрам (Scrum), где контролируется ход работы. В конце каждого спринта заказчик видит и анализирует полученный результат, вносит коррективы.

Основой Agile-разработки продуктов является визуальный контроль. Суть его заключается в том, что в большинстве случаев все сотрудники, работающие над проектом, используют специальные цветные карточки.





Заранее выбранный цвет является сигналом завершения определенного этапа работы: например, красный означает окончание планирования какого-то элемента конечного продукта, зеленый свидетельствует о готовности его разработки и т.д. Благодаря визуальному контролю у каждого члена команды имеется представление о ходе рабочего процесса, гарантированное одинаковое видение проекта сотрудниками. В ходе разработки проекта клиент и члены рабочей команды постоянно взаимодействуют между собой, что способствует созданию комфортной рабочей атмосферы и сотрудничеству, обеспечивает максимальный уровень доверия и взаимопонимания.

Примером организации agile-управления является Ticketland, занимающаяся продажей билетов в учреждения культуры и на спортивные мероприятия онлайн. Компания занимает лидирующие позиции на рынке – это результат реализации гибкого управления, которое позволило внедрить кросс-функциональность специалистов (t-shaped модели), обновить ПО, повысить скорость разработки и качество продуктов, реализовать три ключевых принципа найма новых сотрудников (удобство для компании, знания, мотивация), внедрить использование микросервисов и пользовательские истории.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ**

Андреева В.М., гр. ЭМУ-1163

Научный руководитель: доц. Антонов А.П.

Кафедра Экономики и менеджмента

Внутриорганизационные отношения одна из основ рабочего процесса. Они формируются между людьми, сплоченными для достижения общей цели организации. Отсюда вывод, что от того, насколько хорошо сформированы и слажены отношения в коллективе, зависит экономическая результативность компании и степень успешности деятельности сотрудников, как отдельного отдела, так и всего предприятия в целом. Отношения внутри организации обеспечивают выполнение определенных задач, сохраняют целостность горизонтальных и вертикальных связей и подразумевают делегирование и разделение труда. На состояние отношений внутри группы людей влияет ряд факторов: самочувствие человека, благоприятность окружающей его обстановки, микроклимат коллектива, тяжесть труда, престижность труда, оплата результатов трудовой деятельности, безопасность, организационная культура и др.

Организационная культура представляет собой систему общепринятых норм, ценностей и правил, отличающих конкретную организацию от другой и придающих ей уникальность. Влияние



организационной культуры на отношения в коллективе весьма значительно. Во-первых, сам процесс формирования регламентирующих правил на предприятии занимает порой годы, во-вторых, привлечение сотрудников к соблюдению новых обязательств дается с трудом, так как возможны конфликты по перестроению нормативного регламента, норм и ценностей, привычных для сотрудников.

В любой компании имеются порядки и нормы, соблюдение которых строго регламентируется правовыми документами, уставами и приказами. Значит при неосознанном отношении к работе, целенаправленном нежелании исполнять свои обязанности, полном отсутствии контроля над собой и своей работой, происходит дезорганизация внутренней среды коллектива. Начинаются конфликты, снижается результативность деятельности, падают показатели работоспособности трудящихся. Следовательно, работа не исполняется, а планы не выполняются, растет число недовольных сотрудников, утрачивается конкурентоспособность предприятия.

Целью настоящего исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию внутриорганизационных отношений в трудовом коллективе на основе формирования организационной культуры.

## **АНАЛИЗ РЫНКА НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ В УСЛОВИЯХ РИСКА**

Гольшева А.В., гр. ЭМБ-118

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Появившаяся относительно недавно отрасль по производству нетканых материалов стала довольно активно развиваться в России. Увеличение спроса на данный вид материалов хорошо стимулирует как отечественный, так и мировой рынки. На сегодняшний день трудно представить нашу жизнь без изделий нетканого производства. Нетканая продукция охватила довольно много областей применения, это и медицина, и строительство, и быденная жизнь человека.

В 2020 году спрос на продукцию нетканого производства увеличился в разы из-за пандемии вируса COVID-19. Основными потребителями выступили медицинские учреждения. Большинству производителей пришлось перенацелить свое производство во благо обществу на изготовление защитных масок и специальной одноразовой одежды.

Однако производство нетканых материалов рискует вернуться в докризисное состояние, так как ажиотажный спрос на защитные маски и спецодежду будет постепенно уменьшаться по мере снятия ограничений и улучшения ситуации с пандемией.



Для сохранения объёмов производства и дальнейшего развития рынка нетканых материалов производителям необходимо освоить как можно больше новых областей применения данного вида продукции. Наиболее перспективными считаются процессы, связанные с очищением воды, утеплением трубопроводом, строительством дорог, изготовлением продукции для новорожденных, а также пошивом утепленной одежды для разных групп потребителей с определенными предпочтениями.

Ещё одним немаловажным риском для отечественного производства нетканых материалов выступает нарастание его технологического отставания. Для России нетканые материалы в лёгкой промышленности всё же стали открытием и серьёзным вызовом отечественной экономике.

Несмотря на это, нетканые материалы открывают для промышленности широкие перспективы; они становятся частью важных процессов (бережное отношение к природе, ресурсам и их эффективному использованию, обеспечение энергосбережения). Всё это может привести к разнообразию и расширению потребностей людей, повышению качества их жизни, а также формированию условий комфорта и тепла.

## **РАЗРАБОТКА ОМНИКАНАЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ**

Гритчина А.О., гр. ЭМУ-116з

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Для успешного взаимодействия с клиентами организации требуется эффективная омниканальная стратегия и подходящая платформа для её реализации.

Расширение услуг электронной коммерции ведет к тому, что каждый покупатель проходит свой уникальный путь и ожидает индивидуального отношения на каждом его этапе. Чтобы соответствовать современным требованиям и сохранять конкурентоспособность, организации должны оптимизировать свои омниканальные процессы и наладить взаимодействие с клиентами в каждой точке контакта.

Для омниканальной торговли свойственны особенности, которые являются секретом её успеха:

1. Один источник достоверной информации; объединение всех данных и процессов, связанных с продажей, в единой системе; объединение процессов продаж и маркетинга и обеспечение эффективного взаимодействия между отделами.

2. Отдел продаж оперативно передаёт информацию о взаимодействии с клиентами маркетологам; информация, полученная от маркетологов, помогает отделу продаж реализовать эффективную стратегию, включая индивидуальные предложения для каждого клиента.



3. Интеграция ERP и CRM систем повышает достоверность данных; изменения, вносимые в одну из этих систем (о клиентах, контактах, запасах и т. д.), будут немедленно отражаться и в другой системе.

4. Индивидуальное обслуживание. Необходимо предлагать клиентам персонализированные предложения, которые отвечают их ожиданиям и предпочтениям; это улучшит взаимодействие с клиентами и приведет к повторным покупкам и к росту продаж.

5. Система управления сведениями о продукте (PIM) – часть решения электронной коммерции, которая упрощает обновление каталогов, добавление товаров и редактирование описаний. Это приводит к повышению эффективности маркетинговых кампаний и поисковой оптимизации бренда.

Необходимо обеспечить высокое качество обслуживания и персонализировать его, сохранив единообразие интерфейсов на всех каналах. Организации, которые внедрили правильно спланированную омниканальную стратегию, увеличивают число потенциальных покупателей, обеспечивают дополнительный доход и рост бизнеса.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Гусева Е.А., гр. ЭМУ-117

Научный руководитель: доц. Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Образование является одним из важнейших направлений политики общества в целом и Российской Федерации в частности. Стремительное развитие науки, научно-технического прогресса, цифровизация общества предъявляют особые требования и к модернизации сферы образования.

Последние десятилетия образование в России постоянно подвергалось различным реформам и преобразованиям, направленным на оптимизацию структуры образовательной системы и совершенствование образовательного процесса. Все образовательные проекты РФ ориентированы на глобальные цели и задачи, стоящие перед государством.

Образовательные проекты, исполнителями которых в настоящее время являются два главных образовательных органа Российской Федерации (Минобрнауки России и Минпросвещения России), направлены как на внешнее окружение (международное сотрудничество, лидерство на мировой арене в сфере образования, повышение конкурентоспособности образовательных учреждений и их востребованность), так и на внутреннее (система образования в целом, развитие большинства субъектов образовательных учреждений, формирование уникального и разностороннего кадрового состава, квалификацию профессорско-преподавательского состава, дополнительное образование, воспитание).



Большинство образовательных проектов реализуются в рамках национальных проектов, программ или стратегий, которые включают в себя федеральные или приоритетные проекты. Такие проекты носят долгосрочный характер, при этом национальный проект подразделяется на этапы, а федеральные проекты имеют контрольные точки, которые характеризуются достижением четко поставленных целей и задач, имеющих также и количественные показатели, выполнение которых будет свидетельствовать о достижении цели/задачи, поставленной в рамках реализации проекта. Образовательные проекты в России имеют бюджетные и внебюджетные источники финансирования, при этом различные кредиты и займы не используются.

Кроме того, Минобрнауки России и Минпросвещения России оказывают друг другу содействие и ведут совместную работу по реализации проектов в сфере образования. Стоит отметить, что они могут оба выступать как соисполнители по проекту, но при этом быть самостоятельно-ответственными за конкретный результат. Также, Минобрнауки России реализует проекты в научной сфере, которые связаны с образовательной средой.

## **ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ О ЗАКУПКАХ В ОРГАНИЗАЦИИ**

Гуськов А.С., гр. ЭМУ-1163

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Организация может выступать в роли потребителя при покупке товаров и услуг с целью получения прибыли путем использования покупки для производства других продуктов или путем использования покупки в своих операциях; такими товарами могут быть сырье, полуфабрикаты, комплектующие, оборудование, разнообразные услуги и другие.

Поведение потребителей товаров зависит от условий, которые должны выполняться при осуществлении закупок, структуры и особенностей их использования, влияния на процесс закупок. Важнейшие условия осуществления закупок – доступность товаров, надежность продавцов, стабильное качество товаров, их цена и условия поставок.

Принятие решений о закупках в организации включает этапы:

1. Осознание проблемы или нужды, удовлетворить которую можно путем приобретения на стороне товара/услуги.

2. Обобщенное описание нужды – оценка характеристик товаров/услуг снабженцами совместно с инженерно-экономическими службами и пользователями для установления значимости показателей желательных свойств искомого товара/услуги.





3. Оценка характеристик товара/услуги – предприятие-покупатель составляет технические условия, определяющие необходимые характеристики товара/услуги, методы их контроля.

4. Поиски поставщиков – изучение коммерческих справочников, компьютерных сетей, получение рекомендаций от других фирм.

5. Запрашивание предложений от наиболее подходящих поставщиков, получение каталогов, письменных предложений от каждого потенциального поставщика.

6. Выбор поставщика на основе изучения предложений, оценивания технической компетентности различных кандидатов, их способности обеспечить своевременную поставку необходимых товаров/услуг.

7. Разработка процедуры заказа на закупку от избранных поставщиков, с указанием характеристик товара/услуги, его необходимого количества, расчетного времени поставки, условий возврата, гарантий.

8. Оценка работы конкретного поставщика по удовлетворенности внутрифирменных пользователей организации.

Совместная работа с поставщиками является ключевой задачей в процессе структурирования цепочки поставок. Условием повышения эффективности работы организации является взаимодействие со своими поставщиками и торговыми партнерами.

## **ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КОСМЕТИЧЕСКОЙ**

Денисова Д.С., гр. ЭМБ-117

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Пандемия не только ускорила цифровизацию бизнеса и поменяла привычки пользователей, но и повлияла на переход спроса из офлайна в онлайн. По данным исследований компаний GlobalWebIndex и Nielsen 45% пользователей во время пандемии стали чаще использовать соцсети.

Косметика – товар распространенный и востребованный среди всех половозрастных групп пользователей глобальной сети, но наиболее важная аудитория воздействия скрытого маркетинга – это женщины, так как основными покупателями косметики являются представительницы прекрасного пола – жены, матери и сёстры.

Секрет успешного продвижения косметического бренда в социальных медиа заключается не только в правильно подобранных площадках, креативных сценариях и объеме приложенных усилий, но и в осознании специфики целевой аудитории (ЦА).

Женская аудитория сети отличается:

Практичностью: мужчины – стратеги, а женщины – тактики; при продвижении товаров для женщин мелочей не бывает;



**Критичностью:** женщины – самые ярые борцы за чистоту ресурса; чем внимательнее относиться к истории сообщений персонажей, их профилям тем больший шанс вызвать желаемый отклик и не навредить репутации бренда;

**Экономичностью и бережливостью:** женщины прекрасно ориентируются в ценах на косметику, однако, у каждой свои финансовые возможности и ориентиры. Это нужно учитывать, прежде чем начинать генерировать сценарии и инициировать обсуждения;

**Импульсивностью:** от восторга до критики – один шаг, поэтому важно следить за ответами и своевременно парировать любой негатив и подстегивать любопытство. Если же убедить оппонента невозможно, то не стоит настаивать;

**Отзывчивостью:** продвижение косметики обречено на успех, если сценарии не только завуалированно представляют бренд с лучшей стороны, но и вызывают к помощи, совету, соучастию или сочувствию.

Соцсети перестали быть просто местом для общения; сейчас это площадки для продаж, продвижения, развития бизнеса и создания комьюнити. Соцсети – это отличный способ стать ближе к своей ЦА – не только подружиться с ней и сформировать отношение к продукту, но и повысить её лояльность и, может быть, привлечь амбассадоров бренда.

## **СПРИНТЫ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ГИБКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ**

Дубленкова В.О., гр. ЭМ-119

Научный руководитель: доц. Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Главной задачей каждого управленца является максимизация эффективности использования всех имеющихся ресурсов компании для достижения своей цели. Именно на это и нацелена методика SCRUM, которая и состоит из спринтов. Спринт – одна фаза проекта, в результате которого команда должна получить рабочую версию объекта, над которым совершается работа, результат которой приведет к поставленной цели. Зачастую в процессе деятельности экономических субъектов можно заметить нехватку слаженности и непонимания конечной цели разработки, что приводит к нарушению планов и графиков работ, увеличению бюджета и недопониманию внутри коллектива; эти проблемы может устранить SCRUM, которая поможет избавиться от потери времени, постоянных споров, траты дополнительных средств и т.д.

Подготовка к самому первому спринту начинается после подготовки владельцем продукта («связующее звено» между конечными потребителями и разработчиками проекта) плана проекта, требований к нему и их сортировке в объеме. Далее команда разработчиков определяют



оценки требований, чтобы быть уверенными, что они точны в степени, необходимой для начала работы. Затем они определяют объем работ, который может быть успешно выполнен за один спринт. Когда команда разработчиков выполнит свои задачи и объявит о готовности к реализации, скрам-мастер (лицо, следящее за ходом выполнения проекта и оказывающее помощь команде в решении и устранении препятствий и проблем) планирует спринт. Scrum предполагает разделение проекта на подзадачи, которые выполняются за короткие промежутки времени (от недели до четырех) – спринты. На протяжении спринта должны выполняться все работы, которые нужны для получения рабочей версии продукта. Все участники команды SCRUM несут ответственность по достижению поставленной цели.

Данная методика помогает командам минимизировать любые проблемы на каждом этапе работы в проекте, выбирать и находить оптимальные решения трудных задач, позволяет минимизировать риски в отношениях с заказчиком. Примером Scrum в IT-сфере «Сбербанка» является «Сбербанк Онлайн».

Методология Scrum побуждает команду к более активной и плодотворной работе в проекте, способствует нахождению новых точек роста и постоянному совершенствованию своих знаний и навыков.

## **РОЛЬ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

Карвецкая В.И., гр. ЭЭ-119

Научный руководитель: доц. Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современных условиях хозяйствования российской экономики любое предприятие нуждается в бизнес-планировании. Эффективное планирование снизит издержки и риски, тем самым, обеспечивая некоторую надежность инвестирования в быстроменяющихся рыночных условиях.

Бизнес-планирование описывает особенности функционирования компании, обозначает пути успешного достижения целей, поставленных руководством, показывает способы получения прибыли.

Актуальность данной темы заключается в том, что без хорошо спланированной организации работы предприятия руководство и менеджмент не добьется долгосрочных успехов на рынке. Невозможно добиться высокого результата деятельности, если не использовать имеющиеся ресурсы с максимальным эффектом для достижения цели.

Цель составления бизнес-плана состоит в предоставлении информации об обоснованной, системной оценке перспектив развития



предприятия и о методах эффективного использования ресурсов для получения максимальной выгоды.

Для достижения устойчивого успеха в современных рыночных условиях предпринимателям необходимо эффективно и точно планировать свой труд, регулярно находить и анализировать соответствующую информацию как о собственных условиях и планах на будущее, так и об общем положении рынка и конкурентов. Хорошо разработанный бизнес-план благоприятствует росту предприятия, помогает эффективно планировать деятельность фирмы.

Роль бизнес-плана необычайно велика для благополучного предпринимательства, так как он является инструментом управления фирмой, широко используемым в современных рыночных условиях не только для крупного производства, но и для малого бизнеса.

Значение планирования выражается в уточнении целей развития для всей фирмы и каждого из ее подразделений отдельно в обусловленный момент времени, формировании финансовых ресурсов, которые необходимы для решения определенных задач.

## **СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ АДАПТАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Кириллова А.Д., гр. ЭМ-119

Научный руководитель: доц. Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Сценарий развития каждой страны определяет огромное количество факторов, один из которых – социально-демографическая ситуация. Значимость этого фактора, относительно слабо ощущаемая сегодня, будет с каждым годом все более возрастать с точки зрения развития экономической, социальной и других сфер в Российской Федерации.

Адаптация российского общества к условиям социально-демографической ситуации, рассматривается как процесс приспособления личности и социальных групп к изменяющимся условиям не только социальной среды, но и природной среды (конкурентной среды). У данного процесса существует ряд определяющих адаптационных факторов, таких как: 1) фактор личности (биологический, физиологический и психологический); 2) фактор времени (долгосрочный, краткосрочный, среднесрочный и текущий); 3) фактор условий и событий (политический, социальный, правовой и экономический). Именно они и являются одним из центральных элементов социально-демографической адаптации, в которых выражается стремление субъекта выйти из состояния конфликта со средой. В соответствии с ними строится адаптационная стратегия, реализуемая посредством опробования различных способов, которые представляют



собой конкретные социальные действия, поведение, поступки в новых, нестандартных ситуациях.

Способы адаптации – это действия или поведенческие реакции, которые позволяют реализовать адаптационный потенциал или укрепить адаптационные ресурсы. Так, в качестве примера, можно рассмотреть изменение численности населения РФ: 146880 тыс. чел. на 01.01.2018 г., 146781 тыс. чел. на 01.01.2019 г., 146749 тыс. чел. на 01.01.2020 г., 146240 тыс. чел. на 01.01.2021 г. (предварительная оценка) – численность населения уменьшается; наблюдается неутешительная ситуация, соответственно адаптация населения происходит достаточно медленно, люди медленно адаптируются к новым изменениям. На такой исход событий влияют детская смертность, уровень образования населения, пенсионное обеспечение и т.д. В связи с этим государство активно вводит ряд инновационных факторов, способствующих улучшению показателей. Нынешнее российское общество значительно дифференцировано по уровню адаптации к меняющимся социальным и демографическим условиям, над чем активно работает государство, чтобы избежать отрицательных факторов и повысить уровень адаптации граждан.

## **РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА НА РЫНОК**

Кирсанова М.А., гр. ЭМБ-118

Научный руководитель: доц. Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Брэндинг имеет многовековую историю. Первое известное человечеству применение торговой марки практиковалось еще во времена Царства Шумеров и Древнего Египта, когда ремесленники ставили свое тавро (знак, клеймо) на изготовленные ими кирпичи. Отличительные знаки товаров активно применялись и в Средние века, например, в 1266 г. английское законодательство официально потребовало, чтобы булочники отмечали каждую единицу выпускаемой продукции своим знаком.

Термин «бренд» имеет несколько значений: различные авторы как зарубежные, так и российские трактуют термин бренда по-своему с разных точек зрения, выделяя в нем те или иные черты.

Социальные сети давно зарекомендовали себя как самостоятельный и высокоэффективный канал продвижения сайта, товара, услуги, личного бренда и становятся все более популярными. Аккаунты в социальных сетях сегодня есть уже у 4,14 млрд. человек по данным на октябрь 2020 года. Их активно используют подростки, молодые мамы, руководители крупных фирм, предприниматели, муниципальные службы и многие другие категории пользователей.





По статистике, благодаря социальным сетям в 2019 году, рынок Интернет-торговли в РФ вырос на 26,5% по сравнению с предыдущим годом, до 2,091 триллиона рублей. По итогам 2020 года спрос может увеличиться почти на 20% по сравнению с прошлым годом и составить 2,5 триллиона рублей. По состоянию на январь 2020 года в мире насчитывалось 3,80 миллиарда пользователей социальных сетей, аудитория соцмедиа выросла на 9% по сравнению с 2019 годом (это 321 миллион новых пользователей за год). Сегодня более 5,19 миллиарда человек пользуются мобильными телефонами – прирост на 124 миллиона (2,4%) за последний год. В России количество интернет-пользователей, по данным Digital 2020, составило 118 миллионов. В России интернетом пользуются 81% населения, а больше всего интернет-пользователей в Китае, Индии и США.

Чтобы продвижение бренда в социальных сетях обеспечивало желаемый результат и работало на построение успешного имиджа, стоит доверить ее опытным специалистам. Правильный выбор инструментов, учет всех тонкостей и нюансов, комплексная разработка SMM-стратегии и адекватная оценка возможностей способны вывести даже самую скромную компанию в число ведущих игроков.

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ 3D-МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

Кондратюк Н.А., гр. ДГ-217

Научный руководитель: ст. преп. Феоктистова Т.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

В настоящее время при создании стилей, которые помогают брендам обрести характер, узнаваемость и выстроить эффективную коммуникацию с клиентами, активно используются программы 3D-моделирования. Следует отметить, что подход к разработке визуального образа значительно изменился. Раньше компаниям было достаточно заказать логотип и разместить его на все носители. Сегодня, когда рынок перенасыщен, фирме необходимо создавать мощную дизайн-систему, чтобы обеспечить узнаваемость и управлять вниманием аудитории.

Придумать интересный логотип, напечатать симпатичные визитки, разработать привлекающую внимание упаковку уже недостаточно, чтобы привлечь внимание покупателя. Первоочередная задача любого дизайна – отражать индивидуальную сущность компании, ее конкурентные преимущества. И помочь в реализации этой задачи может 3D-графика, которая является одной из последних тенденций в графическом дизайне, когда иллюстрации, шрифты всё чаще создаются в объёме. Вопрос, который встаёт перед каждым дизайнером, решившим освоить этот приём: какая программа удобнее для моделирования.



Autodesk 3dsMax – профессиональное программное обеспечение для 3D-моделирования, анимации и визуализации при проектировании. В ней сложные фигуры создаются с помощью полигонов, что мешает проектировать сложные плавные или округлые предметы, такие как ткани или персонажи. Применяется для создания мокапов, простых форм: банок, коробок, тубиков. С помощью наложения текстур и цвета в этом редакторе можно создать реалистичные примеры продукции и наложить на них изображение.

Cinema 4D, получает всё более широкое распространение благодаря своему простому интерфейсу и большему спектру возможностей, в том числе и в анимации, а не только в статичном графическом дизайне.

Blender – программа, ставшая самой популярной для 3D-моделирования благодаря гибкому удобному интерфейсу и лёгкости в управлении, кроме того, важным достоинством является тот факт, что программа полностью бесплатная. Её применяют во всём мире.

ZBrush – это программа для 3D скульптуринга.

Сравнив эти программы можно сделать вывод, что на сегодняшний день программа Blender наиболее эффективна и удобна для создания фирменных стилей.

## **ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Кулик Д.М., гр. ЛКШ-118

Научный руководитель: доц. Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Формирование ассортимента продукции – это непрерывный процесс, продолжающийся в течение всего жизненного цикла продукта, начиная с момента зарождения замысла о его создании и кончая изъятием из товарной программы. Управление ассортиментом предполагает координацию взаимосвязанных видов деятельности – научно-технической и проектной, комплексного исследования рынка, организации сбыта, сервиса, рекламы, стимулирования спроса.

Трудность решения данной задачи состоит в сложности объединения всех этих элементов для достижения конечной цели – разработки и оптимизации ассортимента с учетом поставленных предприятием стратегических рыночных целей. Основными элементами процесса планирования ассортимента являются: 1) выявление текущих и потенциальных потребностей, а также особенностей поведения потребителей в данном сегменте рынка; анализ способов использования продукции; 2) оценка изделий-аналогов конкурентов; 3) анализ воспринимаемого качества, определение степени соответствия запросам потребителей; 4) определение структуры ассортимента продукции; 5)



разработка, освоение, запуск в производство новых изделий; 6) модернизация/обновление выпускаемой продукции; 7) тестирование продукции с привлечением потенциальных потребителей для выявления ее соответствия покупательскому спросу по всему кругу основных показателей: качеству, внешнему виду, прочности, удобству в эксплуатации, безотказности в работе; упаковке, цене, потребительной ценности; 8) корректировка ассортимента продукции в соответствии с результатами проведенного тестирования, пробных продаж и т.п.; 9) подготовка рекомендаций по сбыту продукции, включая: определение сроков и графика ввода на рынок нового или усовершенствованного товара, масштабов и начальной формы его реализации (например, только пробные продажи в специально отобранных городах, освоение отдельных региональных рынков или же выход сразу на национальный рынок), планов сбыта продукции, разработку программы проведения рекламных кампаний и других мероприятий по стимулированию сбыта.

В условиях рыночных отношений формирование ассортимента является одним из важнейших условий организации эффективной работы предприятия, от которого напрямую зависит прибыль фирмы, и её устойчивое положение на рынке.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА АДАПТАЦИИ РАБОТНИКОВ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ В РАМКАХ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Кунецкая А.В., гр. ЭМУ-116з

Научный руководитель: доц. Антонов А.П.

Кафедра Экономики и менеджмента

Адаптация персонала в организации является важным звеном кадрового менеджмента. Ведь когда тот или иной человек становится работником организации, он сталкивается с рядом различных организационных проблем, которые без помощи коллег и руководства решить невозможно. Новичок должен принять и приспособиться к новым профессиональным и социально-психологическим условиям труда.

В посткризисных условиях, сопровождающихся значительным высвобождением и, следовательно, перераспределением рабочей силы, увеличением числа работников, вынужденных либо осваивать новые профессии, либо менять свое рабочее место и коллектив, важность проблемы адаптации еще больше возрастает.

Успешность профессиональной адаптации зависит от ряда условий, к которым относятся: отработанность организационного механизма управления процессом адаптации; наличие системы обучения в организации; объективность оценки профессиональных качеств и исполнения функций должности; персональная ответственность



руководителей компании и подразделений и не в последнюю очередь профессиональная компетенция специалиста по персоналу компании.

В современной экономической жизни необходимость применения адаптационных технологий обусловлена еще и таким явлением, как миграция. Без применения технологий адаптации мигрантам довольно сложно интегрироваться в рамках российских предприятий, трудиться в чужой стране.

Необходимо также отметить, что особая значимость адаптации работников в нашей стране еще очень слабо осознается руководством и работниками служб персонала многих государственных и негосударственных предприятий, организаций и учреждений, где не применяются даже базовые программы адаптации не только для молодых специалистов, но и для других категорий работников.

Таким образом, целью настоящего исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию механизма адаптации работников на основе анализа организационных ценностей в рамках проектного управления. И его актуальность не вызывает сомнения.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОПТИЧЕСКИХ ИЛЛЮЗИЙ ПРИ СОЗДАНИИ БРЕНДА**

Леонтьева И.Н., гр. ДГ-217

Научный руководитель: ст. преп. Феокистова Т.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

При визуальной оценке любого объекта существует три этапа: увидеть, опознать и оценить. Каждая из этих операций имеет три стороны: оптический механизм зрения, а также психологическое и мысленное истолкование увиденного. Несовершенства нашего оптического аппарата и мысленного восприятия передаваемой в мозг информации на всех этих этапах могут привести к ложным выводам, которые и называются оптическими иллюзиями.

Визуальный обман рушит все грани сознания, заставляет искать ответы в чертогах своего разума, поэтому он и вызывает большой интерес. Зрительные иллюзии активно используются при создании бренда, для привлечения внимания самой разной целевой аудитории.

В современном мире зрительные иллюзии помогают играть с пространством, создавать фантастические интерьеры, шить одежду, способную скрывать недостатки, подчеркивая достоинства фигуры, а также создавать плакаты, искажающие стандартное понимание форм и цветов. Необычные эффекты всегда создаются из простых элементов, геометрических форм, линий, стандартных цветовых пятен.

Существует целый ряд популярных и актуальных оптических иллюзий: зрительные искажения, нереальные фигуры, иллюзия движения,



следящие картины, ломаная перспектива, перевернутые композиции, запятанные образы и негативное пространство. Все виды иллюзий по своему интересны и привлекательны, но не стоит совмещать их в одной работе, потому что есть шанс получить полную оптическую «неразбериху» (однако существуют и работы, чьей целью и является такая «неразбериха»).

Оптические иллюзии – самый простой и выгодный для дизайнера прием, они способствуют узнаваемости бренда, запоминаются, привлекают и интригуют аудиторию, позволяют подчеркнуть индивидуальность фирмы.

Таким образом, можно сделать вывод, что оптические иллюзии в ближайшее время не потеряют своей актуальности и продолжают «ломать мозг» человека долгие годы. Все люди любят разгадывать загадки и ребусы, поэтому зрительные иллюзии – то, что нужно для создания увлекательного визуального решения бренда фирмы. Глядя на плакат, упаковку, логотип, брошюру, потребители будут складывать фрагменты головоломки, в попытках найти скрытый смысл.

## **СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

Мелехина С.А., гр. ЭМ-119

Научный руководитель: доц. Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Современные социально-экономические условия, изменения, происходящие во всех сферах жизнедеятельности предполагают, что все население находится в состоянии постоянного адаптационного процесса. Люди пожилого возраста – это особая группа населения, которая так же должна адаптироваться под воздействием происходящих процессов. Адаптация – это важнейший вид поведения, деятельности, имеющая цель обеспечить устойчивость и стабильность социального опыта.

Социальная интеграция пожилого человека в общество положительно влияет на поддержание благополучия и сводит к минимуму душевные страдания. Успешное старение связано с поддержанием активности и, особенно – вовлеченностью в социальные взаимодействия, занятием продуктивными видами деятельности.

Доминирующая на сегодняшний день концепция активного старения может рассматриваться как попытка убедить общество и самих пожилых людей в том, что старость – это лучшие годы жизни, время подъема в жизненном цикле, а не спада. Исследования показывают, что чем интенсивнее человек работает творчески, тем дольше его ум сохраняет активность. Жизненные успехи продлевают жизнь больше, чем физическая активность и здоровый образ жизни, поэтому особенно актуальным является создание благоприятной психоэмоциональной сферы средствами культуры, образования, общения в процессе адаптации.





Увеличение доли пожилых людей в составе населения РФ, и не только, остро определяет проблему адаптации к современным условиям, особенно в условиях пандемии коронавируса, которая проявила кризис концепции активного старения. Люди старше 65 лет сегодня определяются во всем мире как группа особого риска, нуждающаяся в изоляции и защите. Многолетняя упорная борьба за активное включение пожилых людей во все сферы жизнедеятельности общества временно сменилась борьбой за ограничение возможных взаимодействий, за их самоизоляцию.

Сегодня пожилые люди, которые не могут работать и даже быть волонтерами, становятся главными потребителями государственной медицинской инфраструктуры. Для них актуализируются и вертикальная, и горизонтальная системы неравенства. Многие пожилые люди, вероятно, уже не смогут вернуться на работу после пандемии, даже если захотят этого.

## **РЕКЛАМА КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС**

Миндагалеев С.Ж., гр. ЭМ-120

Научный руководитель: доц. Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Многие тысячелетия постоянной спутницей человечества является реклама. Характер данной сферы деятельности человека, ее содержание и форма претерпевают изменения одновременно с развитием производственных сил общества и изменениями социально-экономической сферы.

Сегодня реклама является важным экономическим рычагом, а её история начинается с появлением товарообмена и торговли: начиная с Древнего Египта, Древнего Рима и Греции все сообщения записывались на папирусах и досках, гравировались на медалях и костях, а затем публично выкрикивались. В России реклама зарождается в 9-11 веках, когда купцы зазывали покупателей к своим лавкам. История Российской рекламы не обошлась без собственного стиля, а именно неповторимых зазывал (коробейников), которые стали символом русской рекламы, со своими задорными стишками и частушками о своем товаре.

Реклама представляет собой социальное явление. Оказывая многоплановое влияние на человека, она вносит свой вклад в его представления и оценки; информирует о новых товарах и услугах, призванных сделать жизнь человека более удобной и комфортной, а также применяется для решения задач по увеличению прибыли предприятий, реализации маркетинговых целей производителей.

Коммуникативный процесс основной целью имеет обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена, т.е. сообщений. Однако сам факт обмена информацией не гарантирует эффективности общения участвовавших в обмене людей. Чтобы лучше понимать процесс



обмена информацией и условия его эффективности, следует иметь представление о стадиях процесса, в котором участвуют двое или большее число людей.

Рекламная коммуникация принципиально ничем не отличается от других видов коммуникации, ее специфические черты в значительной мере определяются функциональным назначением рекламы: воздействуя на потребителя, решать конкретные коммерческие задачи отправителя.

Реклама является частью системы маркетинговых коммуникаций, а любой этап маркетинговой деятельности фирмы имеет прямую или косвенную связь с ее рекламной деятельностью. Таким образом, основная цель рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций состоит в информировании потребителя о качестве, свойствах и других характеристиках продукта.

## **ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНОК**

Мотовилина С.О., гр. КК-119

Научный руководитель: доц. Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современных условиях хозяйствования многие предприятия поставлены в такие условия, когда им требуется не только производить качественную и недорогую продукцию, но и продвигать ее на рынке. В связи с этим, первостепенной задачей является формирование эффективных маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации – это совокупность сигналов, исходящих от предприятия в адрес разных аудиторий, в том числе клиентов, сбытовиков, поставщиков, акционеров и органов управления собственного персонала.

Основными видами маркетинговых коммуникаций являются реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (PR), личные продажи, прямой маркетинг, брендинг и программы формирования лояльности.

По мере того, как бизнес предприятия становится все более глобальным с расширением доступа к сети Интернет, мобильным телефонам и социальным сетям, возникают новые проблемы, связанные с необходимостью информирования людей на целевых зарубежных рынках. Изменения в мировой экономике и доступ к новым рынкам также приводят к увеличению спроса на доставку продукции и сопутствующих услуг.

С целью обеспечения эффективности, коммуникационные стратегии предприятия должны совпадать с маркетинговыми целями, а также учитывать местные языки, диалекты и культурные нормы. Ключевыми параметрами эффективности маркетинговых коммуникаций можно определить экономическую, коммуникативную и поведенческую ценности.



Экономическая ценность определяется соотношением полученного в результате маркетинговой кампании дополнительного дохода к совокупным затратам, сделанных для её реализации.

Коммуникативная дает представление, насколько транслируемые сообщения получают свое распространение среди целевой аудитории и характеризуется такими факторами как узнаваемость бренда, знание марки, восприятие и понимание передаваемой информации.

Поведенческая ценность характеризуется доверием, приверженностью, принятием и разделением ценностей и включает намерение сделать покупку, сам процесс и желание делать повторные приобретения.

## **ЭКРАННОЕ ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН: ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КИНОТЕАТРОВ**

Нетребко М.Д., гр. ЭМБ-118

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Начавшаяся в конце 2019 года в Китае пандемия COVID-19 привела к возникновению первых серьезных проблем у кинотеатров, что сказалось на общемировых сборах. Вслед за Китаем, кинотеатры стали закрываться в Европе, Азии и США, где закрыли почти все кинотеатры, кроме тех, что позволяли смотреть фильмы, не выходя из машины.

Ближе к июню 2020 г. страны Европы и Азии стали потихоньку открывать кинотеатры, но при условии сокращения заполняемости зала и соблюдения мер безопасности. Но это не особо спасло кинотеатры от финансовых трудностей, так как люди боялись посещать общественные места, да и причин туда ходить не было, так как к тому моменту почти все ожидаемые блокбастеры, ради которых люди были бы готовы идти в кино, перенесли на следующий 2021 год, или вышли онлайн.

Летняя ситуация повторилась и осенью 2020 года, когда кинотеатры начали массово открываться уже по всему миру, в том числе и в США, хоть и с ограничениями, но зрители все ещё туда не ходили. Были надежды, что новый фильм Кристофера Нолана «Довод» сможет вернуть зрителей в кино, но картина не отбила свою бюджет и почти все киностудии решили перенести свои релизы с осени 2020 года на 2021 год, что ещё больше усугубило ситуацию. По итогам 2020 года общемировой прокат сократился на 70% по сравнению с 2019 годом, составив около 12 млрд. долларов против 42,5 млрд. долларов годом ранее.

Первые признаки COVID-19 начали проявляться в России в конце марта 2020 года и примерно через две недели кинотеатры полностью закрыли во многих регионах на 4-9 месяцев. Но даже после их открытия, крупные западные новинки отсутствовали в прокате; зрители стали чаще



ходить на российские картины, которые продолжали выходить на фоне пандемии, тем самым поддерживая кинотеатры на плаву. Однако, несмотря на это, общие сборы в России по данным ЕАИС упали на 50%, а значит, выручка кинотеатров упала не меньше.

Для повышения посещаемости, многие кинотеатры стали проводить повторный показ старых популярных фильмов (например, «Назад в будущее»), сдавать помещения в аренду под частные мероприятия и т.п.

О будущем кинотеатров можно будет судить по следующим двум годам, когда, наконец, выйдут в прокат самые громкие премьеры и можно будет понять, готовы ли зрители вернуться в залы или предпочтут остаться дома, отдавая предпочтение онлайн площадкам просмотра фильмов.

## **ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Нухаев Х.Д., гр. ЭМБ-118

Научный руководитель: доц. Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Продвижение бренда – комплекс маркетинговых действий, направленных на формирование у потребителей длительного предпочтения к компании. Доверия нельзя добиться без постоянной коммуникации с покупателями, эффективной рекламы, разработки фирменного стиля и упаковки бизнеса.

Продвижение бренда, как и всякая предпринимательская деятельность, тесно коррелирует с понятием риска, представляющим собой сочетание вероятности и последствий наступления неблагоприятных событий. Анализ имеющихся рисков и мероприятия, связанные с удержанием и передачей рисков, а также уменьшением их степени – необходимые меры, проводимые при разработке и принятии решений в области рекламы и продвижения. Именно во времена кризисных явлений в экономике и политике наиболее остро ощущается возможность возникновения негативных последствий, что также приводит к поиску инновационных решений и путей развития бренда.

Масштабный кризис, вызванный пандемией COVID-19, все еще не утихает и еще долго будет о себе напоминать. Многие предприятия полностью прекратили свое существование; что оказало негативное влияние на национальные экономики.

Одним из путей продвижения бренда в сложившихся условиях становится «погружение» предприятия в социальные сети, разработка удобных инструментов безопасного для клиентов выбора, покупки и самое главное доставки продукции. Социальные сети – главный инструмент в руках маркетологов по оповещению клиентов о том, что их услуги и товары способны удовлетворить эту потребность.



В результате проведения мер по борьбе с COVID-19 всем предприятиям в разной мере пришлось перестраиваться. После прекращения регулярного потока клиентов руководителям пришлось быстро реагировать и принять меры, которые не только позволили бы адаптироваться к изменениям, произошедшим на рынке, но и толково довести до покупателей, какие меры предприняла компания, чтобы сохранить спрос на свои товары или услуги. Большинство предприятий начали реализацию антикризисных мер: отмена намеченных мероприятий, сокращение точек продажи, оптимизация персонала, неоплачиваемые отпуска. Именно управленческие решения руководителей компаний, а также активная поддержка государства будут способствовать устранению сложившихся негативных последствий.

## **ОБЗОР РЫНКА МОДНОЙ ИНДУСТРИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

Першикова И.С., гр. ЛКШ-218

Научный руководитель: доц. Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Модная индустрия – это не просто изготовление одежды, это самостоятельный сектор экономики, международный глобализированный раздел промышленности, многомиллиардное предприятие, всецело посвященное производству и продаже. Эта отрасль состоит из пяти различных и отдельных уровней: от кутюр, роскошь, доступная роскошь, массовая и демократичная одежда. Модная индустрия составляет 2% в мировом ВВП. 2020 год для модной индустрии оказался, сложным, приходилось молниеносно менять бизнес стратегии, а решения об инвестициях и вложениях принимались в последнюю секунду. Все говорят о катастрофе в данной отрасли, но структурные задачи на 2021 год остаются такими, какими были: стимулирование продаж по полной цене, избегание перепроизводства, снижение издержек и эффективное обслуживание своих клиентов.

Анализ модного рынка России показывает существенное снижение продаж, что явилось следствием мер по самоизоляции, введенных в период пандемии коронавируса. Во время режима самоизоляции единственным каналом реализации оставались интернет-продажи, однако этот способ покупки подходит не всем потребителям, что привело к уменьшению потребительского спроса. В 2020 году объем российского fashion-рынка сократился на четверть, до 1,7 трлн. рублей. Fashion Consulting Group считает, что в Москве не переживут эпидемию до 50% магазинов одежды, обуви и аксессуаров. Как следствие, продажи в период действия ограничительных мероприятий значительно сократились, при этом объём интернет-продаж категории товаров «одежда-обувь» вырос и составил около 20% всего рынка онлайн-продаж. По прогнозу на 2021 г. продажи в





fashion-сегменте продолжают снижаться, поскольку реальные доходы россиян по-прежнему будут падать.

Постепенное восстановление объемов реализации одежды начнется только в 2022 г. Восстановлению показателя будет способствовать наличие отложенного спроса: в 2022-2024 годах покупатели будут удовлетворять не только текущие потребности в одежде, но и приобретать вещи, покупку которых они отложили ранее из-за падения уровня доходов. Ритейлеры отмечают, что могло быть и хуже. На данный момент участники fashion-рынка пытаются оптимизировать свои физические магазины и развивают продажи в онлайн-формате. Прогнозируется, что в 2024 г продажи одежды составят 437,1 млн. шт.

## **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ОХРАННЫХ УСЛУГ**

Петкогло А.А., гр. ЭМУ-117

Научный руководитель: доц. Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Высокая конкуренция в охранной сфере, требует постоянных и активных действий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия. Деятельность охранного предприятия подразумевает продажу услуг, направленных на обеспечение безопасности заказчика. Кроме этого, предоставляемая услуга должна соответствовать законам РФ. Охранные организации обязаны получить официальное разрешение на осуществление охранной деятельности, которое выдается МВД сроком на 5 лет.

Для повышения конкурентоспособности, необходимо поддерживать высокое качество оказания услуг, так как, именно оно определяет степень удовлетворенности потребителя и его желание для дальнейшего или повторного сотрудничества с организацией. При расширении перечня предоставляемых услуг, ни одно предприятие не должно забывать о качестве и связанных с этим рисками. Потеря качества ведет к потере клиента, что способствует снижению спроса и конкурентоспособности. Важным фактором удовлетворенности потребителя в этой сфере выступает также комплексность оказываемой услуги, которая вытекает из самой природы охранного предприятия как сервисной организации. Поэтому профессиональные охранные предприятия применяют индивидуальный подход к своему клиенту, составляя необходимый комплекс услуг, опираясь на требования заказчика.

За 2015-2019 гг. количество частных охранных услуг в России выросла на 16,2% и достигла 92,1 млн. Это обусловлено повышением требований к безопасности и охране объектов, открытием новых промышленных, социальных объектов и др. По итогам 2020 г. численность услуг охраны снизилось на 5,4%. Это связано с закрытием и временным



простоем части организаций в период пандемии. В 2021-2024 гг. прогнозируется рост объема рынка охранных услуг на 1,2-2,5%.

Сейчас рынок охранных услуг характеризуется малым количеством брендов, нечетким определением тарифов на услуги и высокой стоимостью, что и является основными факторами конкуренции в данной сфере. Однако, из-за специфики деятельности, акцент смещается с ценовой политики на профессионализм, качество и расширение спектра оказываемых услуг. Свообразие конкуренции на этом рынке определяется еще и тем, что МВД является одновременно регулятором рынка и его активным участником.

## **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ГИСПА В СТРАТЕГИИ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ С УЧЕТОМ РИСКА КОРОНАВИРУСА**

Петрушенко. И.Е., гр. ЭЭ-220

Научный руководитель: проф. Силакова В.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Государственная Информационная Система Промышленности (ГИСП) создана для автоматизации процессов сбора, обработки информации, необходимой для осуществления полномочий федеральных органов исполнительной власти по стимулированию деятельности на производственных предприятиях, информирования о предоставляемой поддержке субъектам бизнеса, а также для повышения эффективности обмена информацией об их состоянии и прогнозе развития.

ГИСП является одним из существенных элементов промышленной политики страны. В этой цифровой платформе работают более 130000 участников промышленной кооперации; 58000 поставщиков и производителей продукции; около 1000 представителей органов власти.

В первой половине 2020 года текстильная отрасль понесла существенные потери из-за ограничений, вызванных пандемией коронавируса: например, на снижение количества и массовости проведения выставок повлияло отсутствие возможностей для поиска и расширения новых контактов и контрактов, презентации производимой предприятиями продукции; снижению обратной связи с посетителями ярмарок и экспозиций.

Мировой кризис оказал и положительное воздействие на развитие легкой промышленности. Ограничение на проведение мероприятий привело к большей цифровизации легкой промышленности: из-за отсутствия демонстрации продукции и дальнейшей ее реализации, популяризировалось on-line пространство, охватывая целевую аудиторию.

Из-за риска эпидемии увеличилось число пользователей системой ГИСП. Множество субъектов российской промышленности благодаря этой



платформе получили возможность взаимодействовать с другими предприятиями.

Внедрение цифровых технологий в текстильную отрасль промышленности в условиях постепенно снижающимися ограничениями, вызванными карантином, позволяют дать оптимистичный прогноз на широкое использование ГИСП в легкой промышленности. На 2021 год уже запланировано большое количество выставок и мероприятий текстильной промышленности.

## **ОСОБЕННОСТИ ЭТИКИ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Рао Лалима Судхир, гр. ЭМ-120

Научный руководитель: доц. Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Деловое общение людей, касающееся внешнего вида, формального отношения к людям и регулирования манер, определяется нормами и правилами этикета. Свое название этикет получил при дворе короля Людовика XIV, однако родиной этикета считается Италия XIV века, которая отличалась уважением к силе, богатству и родовитости, но также и полагала обязательным наличие у богатых и знатных людей приятных манер, любезного обхождения, умения вести себя в обществе.

В России становление делового этикета происходило постепенно: первые письменные правила поведения были даны в «Поучениях» Владимира Мономаха, а уже в первой половине XVI века в России была написана Сильвестром книга «Домострой». В 1717 г. по распоряжению Петра I была издана книга «Юности честное зерцало...», в которой давались советы молодым дворянам, как вести себя в светском обществе и в обычных житейских ситуациях. Однако во времена царствования императрицы Анны доминирующим стало французское влияние и признаком хорошего воспитания считалось безупречное владение французским языком. При этом все истинно русское стало восприниматься как крепостное (рабское) вплоть до Отечественной войны 1812 года.

Современный этикет представлен следующими основными видами: придворный (или королевский), воинский, дипломатический, общегражданский, деловой и этноэтикет. Деловой этикет можно определить как совокупность определенных норм и правил, регулирующих внешние отношения организации, включая отношения с клиентами, заказчиками, партнерами, конкурентами и т.д. на всех уровнях, в том числе и на международном. Деловой этикет является важным инструментом общения и адаптации личности к условиям деловой среды.

При расширении международного сотрудничества деловым людям приходится вести переговоры с партнерами из разных стран, учитывая



стереотипы мышления и поведения субъектов, определяемые спецификой материального и духовного развития представляемого ими народа, государства или региона мира. Процесс взаимного обогащения правилами поведения позволил выработать взаимоприемлемый, признаваемый в главных чертах деловой этикет, закрепляемый в обычаях и традициях. Современный человек должен следовать этим неписаным, но необходимым в деловом общении нормам поведения и стремиться понять их внутренний смысл и содержание.

## **ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗАХ РФ**

Рыбкина Е.А., гр. ЭБ-119

Научный руководитель: доц. Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Отличительной чертой XXI века является стремительное развитие информационных технологий. Внедрение в общество новых смартфонов, программ, новых способов коммуникации привели к иному способу восприятия мира: наше сознание стало привыкать к кадровому методу получения информации, что привело к выработке не долгосрочной, но интенсивной концентрации внимания. Это явление особенно четко наблюдается среди подростков и молодежи, так как эта группа людей наиболее подвержена влиянию информационной среды.

Данные изменения можно выразить как негативное влияние технического прогресса, так как неумение в течение долгого промежутка времени концентрировать внимание на получение информации сильно сказывается на уровне образованности молодежи. Однако навыки, которые неосознанно вырабатываются у нынешних поколений, при правильной их направленности позволяют быстро и эффективно решать проблемы, поставленные в социум, анализировать ситуации и делать выводы, позволяющие найти наиболее продуктивное решение за минимальный срок.

Учитывая эти факторы необходимо формирование новой стратегии развития системы образования. Понимание этого привело к модернизации образовательного процесса во многих университетах мира. В 1930-х годах в Гарвардской школе бизнеса впервые стал применяться инновационный метод обучения. Он основывался на решении студентами кейсов (задач) вместо стандартизированных семинаров. Данная методика показала свою эффективность, и университеты по всему миру стали постепенно внедрять ее в свою программу обучения. В последние 10 лет этот метод стал чаще встречаться и в университетах России.

За этим последовали разработки новых методик, таких как тренинги, деловые игры, работы в парах, дискуссионный формат, нацеленные на развитие креативных и аналитических навыков у обучающихся.



Лояльное отношение к инновационным подходам, которое начало формироваться к началу XXI века, постепенно ведет к их внедрению в образовательные процессы университетов. Как следствие мы можем наблюдать медленные, но верные шаги к развитию внутренних потенциалов студентов во время прохождения обучения. Следование этой тенденции приведет к формированию новой базы специалистов, обладающих незаменимыми в условиях нынешнего времени качествами.

## **ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ЦВЕТОЧНОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Самодурова Д.И., гр. ЭМБ-117

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Торговля цветами оказалась одной из отраслей, пострадавших в условиях пандемии коронавируса. По данным исследования «Анализ рынка срезанных цветов в России», подготовленного маркетинговым агентством BusinesStat, продажи цветов в стране в 2020 году составили 1,58 млрд. шт., что на 9,9% ниже, чем годом ранее. После введения ограничительных мер, большая часть цветочных магазинов закрылась. В несколько менее жестких условиях оказались компании, которые ранее занимались развитием сервиса по доставке цветов, заказываемых онлайн. Но даже у этих компаний выручка в период режима самоизоляции значительно сократилась. Цветы являются скоропортящимся товаром, поэтому большое количество невостребованной продукции было уничтожено, что ещё более ухудшило ситуацию на цветочной рынке.

Кроме того, экономический кризис, вызванный коронавирусом, привел к падению реальных доходов россиян, что также негативно сказалось на продажах цветов. Надо отметить, что срезанные цветы, представленные на отечественном рынке, имеют преимущественно зарубежное происхождение (Экватор, Колумбия, Нидерланды), поэтому ослабление курса национальной валюты вызвало рост рублевых цен на продукцию, что дополнительно снизило спрос на неё. При этом в условиях пандемии большинство розничных продавцов наладило доставку цветов покупателям, существенно не поднимая цену, что позволило рынку избежать ещё большего падения.

РБК выявили основные тенденции цветочного рынка в 2020 году: coll-центры остались в прошлом, теперь заказы делают в мессенджерах или на сайтах; за конверсию в ответе интернет-эквайринг – пользователям важно, чтобы на сайте была возможность оплатить онлайн, особенно, когда цветы заказывают сразу кому-то с доставкой; мобильная версия сайта – must have, которая оптимизирована под мобильные устройства и загружается в





считанные секунды; важность и безопасность сайта – на всех устройствах сайт должен быть с безопасным сертификатом и быстро загружаться.

Цветочный рынок будет восстанавливаться невысокими темпами, поскольку на отрасль будет по-прежнему влиять ряд ограничивающих факторов, среди которых снижение уровня доходов россиян, продолжающаяся пандемия коронавируса, а также снижение численности населения страны.

## **УНИФОРМА КАК ЭЛЕМЕНТ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ И САМОИДЕНТИФИКАЦИИ: НОВЫЙ СПОСОБ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БРЕНДА С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ**

Стукалова Е.О., гр. ДГ-217

Научный руководитель: ст. преп. Феоктистова Т.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Целью работы стало проведение анализа корпоративной одежды заведений, представляющих кофейный сегмент в сфере HoReCa (Хорека) (с англ. Ho-hotel, Re- restaurant, Ca-catering или отель, ресторан, кейтеринг) или общепита с точки зрения ее практических и эстетических функций, оказывающих влияние на степень взаимодействия с целевой аудиторией. В качестве объектов исследования взяты заведения уличной торговли, специализирующиеся на создании монопродукта.

Поскольку заведения Street food (с англ. Стрит-фуд «уличная еда») сфокусированы в первую очередь на скорости обслуживания и качестве продукта, многие факторы формирования и развития бренда отходят на второй план.

На фоне эпидемии коронавируса и неизбежно сместившихся акцентов брендинга, как наиболее эффективного ранее способа дифференциации от конкурентов в контексте создания лишь отличительных характеристик компании, уже недостаточно.

Продолжает возрастать тенденция отказа от восприятия статуса вещей в пользу получаемых от них впечатлений. Согласно исследованиям и опыту прошлых лет, вне зависимости от инфляции и политических циклов, люди склонны сокращать потребление, тратя деньги не столько на удовлетворение потребностей, сколько на получение новых ощущений. Таким образом, будущее строится на «экономике опыта», как новой модели потребления.

Базируясь на критическом анализе опыта конкурентов и их производственных решений, были сделаны выводы о том, что в настоящее время на нише стрит-фуда удерживаются только предприниматели, пересмотревшие свою ценовую политику и явные бренд-лидеры, которым не нужно завоевывать лояльность аудитории по причине ранее сформированных имиджа компании и способов позиционирования. Таким



образом, разработка нового способа взаимодействия бренда с целевой аудиторией становится задачей, в качестве решения которой рассматривается переосмысление униформы как объекта брендинга и её назначения в целом.

## **ВЛИЯНИЕ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

Цепицина М.О., гр. ЭМ-120

Научный руководитель: доц. Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

В XXI веке сложно встретить человека, никогда не слышавшего термин «невербальная коммуникация». Общепринятым является определение, что невербальное общение – это коммуникационное взаимодействие между индивидами без использования слов, то есть без речевых и языковых средств. Однако множество выдающихся культурных и научных деятелей предлагали свое определение данного понятия, зачастую основанное на личном опыте и имеющее уникальный оттенок.

Язык тела люди познают еще с древних времен. Древнегреческий театр масок является отличным примером восхищения значимостью человеческой мимики. Древнейшие ораторы посвящали трактаты знаниям о невербальном выражении эмоций. Обращаясь к античным скульптурам не сложно понять, что и тогда человек осознавал роль поз, жестов и мимики.

Ч. Дарвин в конце XIX века предпринял попытку понять и объяснить динамические аспекты невербального поведения с научной точки зрения, посвятив этой теме целый труд «О выражении эмоций у человека и животных». С.Л. Рубинштейн утверждал, что выразительные движения выполняют функцию общения; они – средство сообщения и воздействия, они – речь, лишенная слова, но исполненная экспрессии.

В современной реальности коммуникация представляет собой намного больше: 55% всей информации во время презентации человек получает при помощи телодвижений; тоном голоса передается 38% информации и только 7% передается содержанием речи. С помощью проведенных исследований учеными было установлено, что при первом восприятии оратора внимание слушателей распределяется следующим образом: 60% – КТО оратор и что из себя представляет; 30% – КАК оратор говорит; 10% – ЧТО он говорит. Общее впечатление, производимое оратором, является совокупностью многих факторов, контролировать которые необходимо и которые важны для создания его облика.

В эпоху глобализации, когда происходит взаимодействие и обмен культурами и обычаями, процесс делового общения предполагает активное использование знаний и навыков невербального взаимодействия с целью достижения желаемых результатов, поэтому для эффективного делового



общения помимо теоретических знаний непременно важны практика и опыт средств невербальной коммуникации.

## КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Чернаков В.Ю., гр. ЭМБ-117

Научный руководитель: доц. Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Предприниматель в современном мире старается использовать все средства коммуникации, чтобы добиться внимания аудитории. Все бренд коммуникации строятся на основе единого позиционирования бренда на целевом рынке и осуществляются в различных формах и видах. Сегодня необходимо использовать все средства коммуникаций, что удерживать внимание потребителя. И в условиях пандемии на первый план выходит интернет-маркетинг, который представляет собой комплекс мероприятий по продвижению с использованием сетевых технологий. Использование коммуникаций в сети Интернет позволяет снизить затраты на привлечение и удержание потребителей, что очень важно в условиях, когда компании нацелены на снижение и оптимизацию издержек. Также использование интернет-технологий позволяет разделять саму целевую аудиторию по заданным критериям, что обеспечивает её адресность и сокращает время предоставления информации.

Особое внимание уделяется межличностным коммуникациям, на которые оказывают влияние множество факторов: правильность и точность символа бренда, доверие, привлекательность, признание, учет интересов и потребностей, отклики потребителей (отзывы, комментарии, рекомендации), уровень сервиса. Также важной составляющей коммуникации бренда является нейминг (название) бренда.

Рассмотрим коммуникации российского бренда «Самокат», который представляет собой экспресс-сервис доставки продуктов питания и товаров для дома. Название «Самокат» ассоциируется с мобильным, удобным транспортом для передвижения на небольшие расстояния. Главная идея и задача компании является быстрая доставка продуктов в течение 15 минут.

Компания активно продвигает себя через социальные сети (ВКонтакте, Instagram, Tik-tok), сайты с акциями и специальными предложениями для пользователей, использует контекстную рекламу, рекламу на ТВ и т.д.

Исследование коммуникаций бренда «Самокат» выявило, что компания «Самокат» получает 65% трафика с помощью сайтов с акциями и промокодами, 17% трафика идёт от Сбербанка, через СберМаркет. Но основной трафик компания получает, взаимодействуя с социальными сетями, в частности сеть ВКонтакте дает почти 80% трафика.



Можно с уверенностью сказать, что сервис доставки продуктов «Самокат» использует эффективные современные способы продвижения в интернете, самыми эффективными из которых являются – партнёрство в своей экосистеме и продвижение в социальных сетях.

## **РОЛЬ УПАКОВКИ В ФОРМИРОВАНИИ БРЕНДА**

Эппингер В.А., гр. ДГ-217

Научный руководитель: ст. преп. Феоктистова Т.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

В стремлении сделать свою торговую марку брендом фирма должна использовать все возможности. Но средств для создания сильных брендинговых решений не так много. И тут на первый план выходит оболочка товара, его упаковка. Выбирая товар потребитель встречается с упаковкой, поэтому чем дороже она выглядит, тем больше человек доверяет этому бренду.

Одной из функций упаковки является стимулирование сбыта, коммуникация с потребителем. Кроме информационной составляющей, что в данном случае более значимо, упаковка передает характер бренда, идею продукта и возникающие, в связи с этим дополнительные преимущества, получаемые потребителем. Дорогие, престижные товары не могут обойтись без соответствующей упаковки, которая произвела бы на человека приятное впечатление сама по себе. Но и недорогие товары массового спроса тоже могут получить конкурентное преимущество благодаря упаковке. Хорошо продуманная брендинговая составляющая товара повседневного спроса формирует у покупателя приверженность данной марке, что в свою очередь приводит к повторным покупкам и создает дополнительную добавленную стоимость.

Самая главная черта в упаковке – это дизайн. Ни одна упаковка никогда не произведет впечатления без дизайна. Всегда интересно взять в руки не только уникальной формы упаковку, но и рассмотреть ее дизайн. В дизайн упаковки входит: интересные шрифты, а также цепляющая графика с необычным сюжетом. С помощью шрифта продукту можно придать желаемую окраску. Каждый шрифт должен быть уникальным и им можно подчеркнуть значимость продукта. Цвета также играют важную роль в упаковке. Яркие и сочные цвета лучше запоминаются и цепляют потребителя. Важно создать упаковку по современным тенденциям, а значит надо проанализировать аналоги современных упаковок и современную графику.

Ещё одна важная черта – уникальность формы, которая выделяет наш товар среди товаров-конкурентов, помогая покупателю запомнить встречу с нашим товаром.



Упаковка играет сегодня огромную роль в развитии потребительского рынка, являясь важной составляющей имиджа брендов. В современном мире люди постоянно используют упаковку, поэтому важно сделать ее уникальной, подчеркнув, таким образом, конкурентные преимущества бренда.

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ОТЕЛЯ КАК СПОСОБ ВЫСТРАИВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ**

Федорук С.Ю., гр. ЭС-117

Научный руководитель: ст. преп. Ордынец А.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Гостиничный бизнес в России развит достаточно хорошо и имеет высокий уровень конкуренции. Согласно данным Росстата, в стране действует около 22 тысяч отелей. Но во время пандемии COVID-19 сфера гостеприимства столкнулась с кризисом.

Закрытые границы, карантин и переход на дистанционную работу – все эти факторы изменили отношение людей к онлайн-сервисам. Теперь вполне нормально стало ежедневно находиться в сети на протяжении 7 ч. 17 мин. в день (по данным We Are Social и Hootsuite). Среди наиболее важных цифр глобального отчета Digital 2020 по части распространения интернета в мире следует выделить: +298 млн. новых интернет-пользователей в сравнении с данными на январь 2019. Общее количество – 4,54 млрд. Рост +7%; +321 млн. новых пользователей в социальных сетях. Аудитория социальных сетей достигла уже более 3,8 млрд. человек.

Сейчас время социальных сетей и приложений, а не время сайтов. Поэтому социальные сети жизненно необходимы для сферы гостиничного бизнеса. Постоянное общение с гостями и потенциальными клиентами в Инстаграме или Фейсбуке – мощный маркетинговый инструмент.

Британская компания Knightsbridge Furniture провела исследование, результаты которого показали, что 83% современных молодых людей бронируют номер в отеле, если видели его фотографии в соцсетях у друзей. 73% миллениалов изучают страницы отеля в соцсетях, прежде чем оформить бронь. А каждый третий вряд ли вообще выберет отель, которого нет ни в соцсетях, ни в мессенджерах. Большинство отельеров согласятся, что ключ к успеху – рекомендации, передающиеся от одного человека к другому, то есть сарафанное радио. А социальные сети усиливают резонанс в сотни раз. Исследование Knightsbridge Furniture это подтверждает: 76% опрошенных поделится фотографиями отеля, в котором остановились, с друзьями, родными и подписчиками.

Интерне-маркетинг и социальные сети считаются наиболее эффективными инструментами для продвижения гостиниц, а также они помогают выстраивать эффективную коммуникацию с потребителями.





Чтобы усилия не оказались напрасными, необходимо позаботиться об интересном контенте на страницах отеля в соцсетях и качественном Wi-Fi для гостей, чтобы они делились фотографиями в интерьерах. Но гораздо важнее – сервис высокого уровня. Именно это дает гостям повод рассказывать об отеле и возвращаться снова.

## **НОВЫЕ ПРИВЫЧКИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ФОРС-МАЖОРНОЙ СИТУАЦИИ**

Федорук С.Ю., гр. ЭС-117

Научный руководитель: ст. преп. Ордынец А.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Вопрос модели поведения потребителей стал особенно актуальным в этот сложный для нашей страны период, когда всем нам, как потребителям, пришлось изменить собственные предпочтения и подстроиться под изменения, вызванные форс-мажором в виде COVID.

Первое, на что оказал огромное влияние вирус, это, конечно, потребительская корзина. Люди, оказавшиеся в определенный период на самоизоляции, в первую очередь обращали свое внимание на товары первой необходимости. На данном этапе потребитель вступил в фазу паники. В последствии потребитель, как и производитель, начали привыкать к изменившимся условиям и плавно перешли к периоду адаптации. После адаптации к новым условиям жизни в online среде, потребители перешли к фазе нормальности. Чтобы производителю соответствовать ожиданиям потребителей, ему необходимо настроить каналы коммуникации (возможно, создать новые).

Несомненно, трансформации в предпочтениях покупателей вызвали необходимость у продавцов в переориентации и создании максимально удобных условий для покупки продукции. Во время пандемии COVID увеличилась доля online торговли и составила 10% от общего оборота российской розничной торговли. Для объяснения данного факта есть две причины. Во-первых, главным фактором роста рынка online продаж является переход потребителей в online режим, в связи с самоизоляцией и переходом на дистанционную работу. Во-вторых, многие организации offline сферы вынуждены были временно или полностью закрыться.

В период самоизоляции homing достиг максимума. Теперь люди стали больше времени проводить со своей семьей, уделять больше внимания себе и своему личному развитию, изменился режим дня, увеличилось количество заказов в службах доставки товаров, 6% покупателей стали чаще заказывать домой готовую еду и продукты.

Самый главный и сложный вопрос, заключается в том, каким же станет потребительское поведение после окончания пандемии и восстановления экономики: что вернется в прежнее состояние, что



сохранится на какое-то время и что изменится навсегда. Руководители, которые будут иметь представление о том, как будет меняться облик потребителя, смогут вывести свою компанию на дорогу к успеху и наметить правильные шаги для его достижения.

## **СЕРВИС В ИНДУСТРИИ МОДЫ**

Сколченкова С.Ю., Прохорова Д.К., гр. ЭС-120

Научный руководитель: ст. преп. Ордынец А.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Конкуренция за потребителя растет с каждым годом, компании стараются придумать что-то новое, усовершенствовать старое, и делают всё, чтобы удержать и привлечь к себе новых клиентов. Глобальный рынок уже отошел от модели производства Генри Форда, который считал, что потребители могут получить любой цвет автомобиля, если этот цвет – черный.

Сегодня самые передовые технологии используются в различных аспектах бизнеса, особенно в сфере адаптации продуктов и услуг к индивидуальным интересам потребителей. Индивидуализация осуществляется на двух уровнях. Во-первых, каждый продукт должен производиться в нескольких вариантах, отличающихся дизайном, отделкой, расцветкой и материалом, которые соответствуют вкусам самой широкой потребительской аудитории. Во-вторых, необходимо сделать так, чтобы этот ассортимент можно было легко модифицировать и адаптировать к индивидуальным требованиям потребителей.

Есть нововведения, затрагивающие интернет-магазины. Некоторые платформы по тегам могут объединять предметы одежды из магазина для создания образа на основе рекомендаций дизайнера.

Другие новые концепции в индустрии моды – использование RFID-меток в примерочных, для того чтобы понять, какие сочетания и комплекты одежды клиентам наиболее привлекательны; приложения для сканирования фигуры, чтобы помочь покупателям выбрать более подходящую одежду и виртуальные раздевалки, в которых используется приложение для сканирования тела.

Дизайнер Дженнифер Даймур выпустила коллекцию одежды Move, которая помогает минимизировать давление на организм человека из-за высокой активности. Одежда оснащена специальной технологией, позволяющей телу правильно двигаться и следить за осанкой при помощи вживленных в ткань мини-датчиков.

Еще один пример «умной» одежды (точнее, обуви) – Google Talking Shoes. Они призваны мотивировать людей к активному образу жизни, а также могут «ругаться» на своего хозяина за низкий уровень физической активности через специально в них встроенный динамик.



2020-й стал годом TikTok для многих модных брендов – на этой платформе они организуют трансляции показов новых коллекций.

Следует отметить, что конкурентное преимущество всегда было и будет у тех компаний и брендов, которые сотрудничают с разработчиками новых продуктов и технологий и активно внедряют данные инновации.

## **ЭКОНОМИКО ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Рыбкина Е.А., гр. ЭБ-119

Научный руководитель: доц. Оленева О.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В настоящее время интернет-маркетинг стал основой успешного развития предпринимательства на современном рынке. Появление на рынке труда новой направленности означает усиление значимости сети Интернета для бизнес-процессов. Особенности этой сферы влекут за собой необратимые изменения в системе анализа рынка и формирования рекламы.

Новая форма маркетинга, как и любая сфера деятельности, должна регулироваться правовыми актами. На данный момент специальных законов, направленных на контроль маркетинговых операций в сети нет, поэтому к вопросу о защите прав потребителей и обеспечении экономической безопасности в социальных сетях необходимо подходить через общие положения о маркетинговой деятельности предприятия.

Подвешенное состояние регулирования интернет-маркетинга влечет за собой появление сложностей в разрешении споров и конфликтов.

Существует некоторая база нормативных актов, которые в общих положениях помогают регуляции новой направленности. Проводя различные маркетинговые исследования необходимо учитывать закон от 27.07.2006 №152-ФЗ (ред. От 23.07.2013 № 205-ФЗ) «О персональных данных», который формирует ограничения по использованию личной информации посредством согласия или несогласия потребителя на хранение и обработку данных. Так же эффективен закон от 07.02.1992 № 2300-1 (в ред. От 18.07.2011 №242-ФЗ) «О защите прав потребителей» обеспечивает право потребителя на получение достоверной информации и предоставляемой услуге или товаре. Один из немногих законов, конкретизирующих работу предпринимателей в сети, является закон от 27.09.2007 № 612 (в ред. от 04.10.2012 №1007) «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом), которые устанавливает свод правил по транспортировке и эксплуатации товаров. Данный нормативно правовой акт обеспечивает работу организаций по доставке еды, одежды, техники и т.д.

Не смотря на обширную имеющуюся базу о применении и контроле маркетинговых операций, обеспечение экономической безопасности



интернет-маркетинга в социальной сети остается незащищенной, что говорит о необходимости модернизации российского законодательства в этой сфере.

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ЕЕ ОЦЕНКЕ**

Ткачук А.Е., гр. ЭТД-119

Научный руководитель: доц. Оленева О.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Производственная деятельность любого предприятия в современных условиях зависит от того, насколько успешно решаются проблемы, связанные с конкурентоспособностью выпускаемой продукции. Только решив эту проблему, предприятие может эффективно функционировать и развиваться в рыночной среде. Этим и обусловлена актуальность выбранной темы.

Существует огромное множество определений термина «Конкурентоспособность предприятия». Были рассмотрены некоторые из них. Существуют следующие виды конкурентоспособности: конкурентоспособность страны, конкурентоспособность региона, конкурентоспособность отрасли, конкурентоспособность организации и конкурентоспособность товара. В соответствии с классификацией указанной выше были выделены методы оценки конкурентоспособности.

Была рассмотрена взаимосвязь качества продукции с конкурентоспособностью товара. Качество продукции – это основной показатель конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия. Конкурентоспособность – это слияние многих свойств продукции, которые варьируются в различных комбинациях.

Были изучены некоторые пути повышения конкурентоспособности товара, используя которые предприятие не только может повысить свою конкурентоспособность, но и укрепить финансовую устойчивость.

Стоит отметить, что проблемы повышения конкурентоспособности являются наиболее сложными и актуальными на данный момент.

Для их решения, наряду с поддержкой отечественных производителей конкурентной продукции, надо совершенствовать рыночную инфраструктуру на товарном и потребительском рынках, устранять негативное воздействие на конкуренцию со стороны монополистов и различного рода посредников. Устойчивое повышение конкурентоспособности может быть обеспечено только при условии долгосрочного, непрерывного и поступательного совершенствования всех детерминантов конкурентоспособности.



## **ВОПРОСЫ СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ТОВАРОВЕДНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Дьячкова Т.С., гр. ВМАГ-ТВ-420

Научный руководитель доц. Оленева О.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Сегодня в хозяйственной деятельности субъектов, особенно, работающих в области реализации товаров широкого потребления п встречается большое количество проблемных ситуаций, которые становятся определенным барьером для роста эффективности этой деятельности. Очень часто компании сталкиваются с определенными трудностями в формировании и аналитическом сопровождении процесса товародвижения как внутри компании (между подразделениями), так и во внешнем окружении (например, от поставщика к производителю, от производителя к коммерческому посреднику и т.п.).

После покупки продукта или услуги компании могут произойти непредвиденные ситуации и любой конфликт предполагает защиту своей позиции, и для этого компания может обратиться к специалистам, которые разъяснят ситуацию на основе товароведной информации. Отсюда и определяется актуальность таких услуг, как экспертиза. Решение таких ключевых моментов можно найти в системе управления качеством позиционирования предприятия. Данную систему можно охарактеризовать как систему, определяющими компонентами которой являются организационная структура, процедуры, процессы и ресурсы, по которым оценивается способность системы качества обеспечивать ее надлежащее функционирование. Отсутствие любого из этих компонентов делает систему качества неполноценной. Вместе с тем система качества – не набор, а органическая совокупность компонентов, в которой каждый из них связан с остальными определенными отношениями.

Использование данной системы направлено в первую очередь на «выживание» организации в конкурентной борьбе.

## **ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

Баркан Е.С., гр. ЭТД-118

Научный руководитель: доц. Оленева О.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В данной теме разбирается проблема открытия собственного бизнеса. Вопросами, как открыть свой собственный малый бизнес с нуля и что надо сделать для эффективного открытия, задаются многие потенциальные бизнесмены.





Для открытия малого бизнеса нужно понимать каким образом происходит регистрация предприятия, в первую очередь, необходимо определить особенности процесса создания данного предприятия.

Открытие эффективного малого бизнеса и управление им предполагает реализацию взаимосвязанных последовательных этапов:

- 1 этап. Проектирование модели малого бизнеса.
- 2 этап. Регистрация малого бизнеса.
- 3 этап. Построение и оптимизация системы управления малым предприятием.
- 4 этап. Организация деятельности малого предприятия.
- 5 этап. Оценка результативности и эффективности деятельности малого бизнеса.

И только после всех 5 этапов можно понять, будет-ли ваш малый бизнес эффективным.

## **НЕПРЕРЫВНОЕ ОТОБРАЖЕНИЕ ОТРЕЗКА НА КВАДРАТ**

Анненкова Е.С., гр. ХТБ-120

Научный руководитель: доц. Суетин В.Ю.

Кафедра Высшей математики

Рассмотрены способы построения кривых Пеано, непрерывно отображающих единичный отрезок на единичный квадрат, изучены свойства этих отображений.

Для получения кривой Пеано построим в квадрате  $Q$  все более извивающиеся «полоски-лабиринты»: будем делить квадрат на 4, 16, 64, ...,  $4n$ , конгруэнтных квадратиков, а затем уберем некоторые из их сторон, причем перегородки, оставленные на одном этапе построения, сохраняются и на всех последующих. Средние линии этих полосок образуют кривую Пеано.

Заметим, что кривая Пеано не является простой дугой: она имеет бесконечно много «склеиваний» (то есть в квадрате имеется бесконечно много точек, через которые построенный путь  $f(t)$  проходит более, чем один раз).

## **КОНИЧЕСКИЕ СЕЧЕНИЯ**

Галимова Г.Р., гр. ХТБ-120

Научный руководитель: доц. Суетин В.Ю.

Кафедра Высшей математики

Конические сечения обладают самыми разнообразными математическими и физическими свойствами, их значение в окружающей нас жизни довольно велико. В основу классификации положено взаимное



расположение плоскости и оси конуса с учетом угла между ними, а также угла между образующей и осью конуса.

С точки зрения аналитической геометрии коническое сечение представляет собой геометрическое место точек, удовлетворяющих уравнению второго порядка.

Существует три главных типа конических сечений: эллипс, парабола и гипербола, кроме того, существуют вырожденные сечения: точка, прямая и пара пересекающихся прямых.

## ГИПЕРКОМПЛЕКСНЫЕ ЧИСЛА

Егорова А.М.

Научный руководитель: доц. Суетин В.Ю.

Кафедра Высшей математики

Комплексным числом называется выражение вида  $a + bi$ , где  $a$  и  $b$  -- действительные числа, а символу  $i$  приписывается свойство  $i^2 = -1$ .

Кроме комплексных чисел и самих вещественных чисел, никакие из этих расширений не образуют поля.

По теореме Фробениуса единственные гиперкомплексные числа, для которых можно ввести деление, без делителей нуля, это: комплексные числа, кватернионы и числа Кэли (октавы).

Кватернионы – упорядоченные четверки действительных чисел, обладающих некоммутативным умножением. Обозначения для кватернионов  $w = a + bi + cj + dk$ , где квадраты  $i, j, k$  равны  $-1$ ,  $ixj = k$ ,  $jxk = i$ ,  $kxi = j$ , и произведение не коммутативно:  $jxi = -k$ , то есть умножение векторное. Поэтому умножение кватернионов не перестановочно.

Дуальные числа или комплексные числа параболического типа — гиперкомплексные числа вида  $a + \epsilon b$  где  $a$  и  $b$  — вещественные числа и  $\epsilon^2 = 0$ . Дуальные числа образуют двумерную ассоциативно-коммутативную алгебру над полем вещественных чисел. В отличие от поля комплексных чисел эта алгебра содержит делители нуля, причем все они имеют вид  $a\epsilon$ .

Рассмотрены также паракомплексные числа, комплексные числа эллиптического типа – гиперкомплексные числа вида  $a + eb$ , где  $a$  и  $b$  — вещественные числа и  $e^2 = 1$ .

## КАНТОРОВА ЛЕСТНИЦА

Галкина Е.А., гр. ММ-120

Научный руководитель: доц. Суетин В.Ю.

Кафедра Высшей математики

Недавно сейсмологи из Уханьского и Миссурийского университетов определили, что последовательность крупных землетрясений, возникающих на Земле можно с большой точностью аппроксимировать особой функцией



так называемой канторовой лестницей, метко называемой «дьявольской». Когда немецкий математик Георг Кантор описывал свою функцию, никакой приставки «дьявольская» у неё не было.

Построение канторовой лестницы. Стандартное. В точках 0 и 1 значение функции принимается равным соответственно 0 и 1. Далее интервал  $(0, 1)$  разбивается на три равные части  $(0, 1/3)$ ,  $(1/3, 2/3)$  и  $(2/3, 1)$ . На среднем сегменте полагаем  $F(x)=1/2$ . Оставшиеся два сегмента снова разбиваются на три равные части каждый, и на средних сегментах  $F(x)$  полагается равной  $1/4$  и  $3/4$ . Каждый из оставшихся сегментов снова делится на три части, и на внутренних сегментах  $F(x)$  определяется как постоянная, равная среднему арифметическому между соседними, уже определенными значениями  $F(x)$ . На остальных точках единичного отрезка определяется по непрерывности. Полученная функция называется канторовой лестницей.

По двоичной и троичной записи. Любое число  $x \in [0, 1]$  можно представить в троичной системе счисления  $x=(0,a_1a_2\dots)_3$ ,  $a_i \in \{0, 1, 2\}$ . Если в записи  $0, a_1a_2\dots$  встречается 1, выбросим из неё все последующие цифры и в оставшейся последовательности заменим каждую двойку на 1. Получившаяся последовательность  $0,b_1b_2\dots$  даёт запись значения канторовой лестницы в точке  $x$  в двоичной системе счисления.

Приведены свойства канторовой лестницы. Производная канторовой лестницы определена и равна нулю во всех точках, кроме канторова множества. Канторова лестница непрерывна, ограниченной вариации, но не абсолютно непрерывна.

## ПРИМЕНЕНИЕ ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫХ УРАВНЕНИЙ К ВЫЧИСЛЕНИЮ ФУНКЦИЙ ОТ МАТРИЦЫ

Богданов А., Кочетков Д., гр. МВА-19

Научный руководитель: преп. Штепин Д.В.

Кафедра Высшей математики

В настоящей работе рассматриваются аналитические функции от матриц специального вида. Функция вещественного аргумента называется аналитической, если она разлагается в сходящийся степенной ряд. Часто такие ряды тяжелы для суммирования даже для специалистов, тем более, ряды от матричного аргумента.

В рассматриваемой работе исследуется новый метод вычисления аналитических функций от матричного аргумента с применением дифференциальных уравнений, при этом задача суммирования сложных рядов сводится к решению начальных задач для относительно простых дифференциальных уравнений четвертого порядка.

Исследование аналитических функций матричного аргумента находят применение в теории динамических систем, устойчивости и в теории групп.



## **ОРТОГОНАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ЗНАКОПЕРЕМЕННОЙ ГРУППЫ, СВЯЗАННОЕ С ГЕОМЕТРИЧЕСКИМИ СВОЙСТВАМИ ЕЕ ГРАФА**

Богданов А., Кочетков Д., гр. МВА-19

Научный руководитель: преп. Штепин Д.В.

Кафедра Высшей математики

Работа посвящена построению геометрического графа группы  $A_4$  четных подстановок степени 4. Граф группы строится с помощью расстояний между элементами группы, вводимых на основании структурных свойств таблицы Кэли группы. Это совершенно новый объект теории представлений групп, который предположительно отражает алгебраические свойства группы посредством геометрических терминов таких как: углы между векторами, ортогональность и инвариантность графа группы относительно вращения.

В настоящей работе вычислены так называемые «мнимые» расстояния между элементами группы, которые позволяют определить евклидовы расстояния на сфере единичного радиуса в пространстве наименьшей размерности, содержащем граф группы.

Предполагается дальнейшая работа над задачей, а именно вычисление геометрического представления группы  $A_4$  вращениями многогранника, который является выпуклой оболочкой вершин графа, и разложение этого представления на неприводимые.

## **АППРОКСИМАЦИЯ ХАГГИНСА И ЕЕ СВОЙСТВА**

Магомедова М.Р., гр. ТТП-119

Научный руководитель: проф. Скородумов В.Ф.

Кафедра Высшей математики

В случае теоретического исследования свойств полимеров в конденсированном состоянии достаточно простой и удобной для проведения соответствующих расчетов является решетчатая модель, впервые примененная Мейером в 1939 году. Согласно этой модели с каждым узлом кристаллической решетки связана ячейка определенного и равного объема, которая может быть занята или молекулой низкомолекулярного растворителя или звеном макромолекулы. Звенья макромолекулы должны занимать непрерывную последовательность смежных ячеек, которые могут укладываться произвольным образом на решетке. Из данной ячейки может исходить много таких последовательностей; макромолекулы могут принять любую из них, соответствующую вращению вокруг валентных связей скелетных атомов и/или координационному числу решетки.



При использовании решеточной модели одной из основных проблем является подсчет числа конфигураций, в которых макромолекулы, принявшие ту или конформацию, могут уложиться на кристаллической решетке. Одни из первых количественных расчеты свойств растворов полимеров на основе решеточной модели сделал Хаггинс в 1941 году. Он рассматривал раствор, содержащий  $n_1$  одинаковых сферических молекул низкомолекулярного растворителя, занимающих каждая одну ячейку кристаллической решетки с  $N$  узлами, и  $n_x$  одинаковых линейных макромолекул с одинаковыми концами, состоящих из  $x$  звеньев, равных по форме и объему молекулам растворителя. Поэтому объем системы  $V$  равен  $Nv = (xn_x + n_1)v$ . Сначала на решетку добавлялись макромолекулы, а затем молекулы растворителя.

При рассмотрении процесса укладки макромолекул Хаггинс отмечал, что действительное число способов размещения звеньев может значительно отличаться от величины  $z_c - 1$  ( $z_c$  – координационное число решетки).

Рассмотрение аппроксимации Хаггинса показывает, что вычисленное число конфигураций является завышенным.

При расчетах Хаггинс неявно допустил, что вероятность того, что узел, в котором предполагается уложить звено цепи, равна объемной доли вакантных ячеек. Также Хаггинс допустил, что вероятность того, что узел-кандидат для размещения второго и последующих звеньев свободен, не зависит от числа уложенных звеньев макромолекулы. Как показывают расчеты, это допущение не является существенным.

## ОСОБЕННОСТИ АППРОКСИМАЦИИ ГУТТЕНГЕЙМА

Шевцова П.М., гр. ТТП-119

Научный руководитель: проф. Скородумов В.Ф.

Кафедра Высшей математики

В случае аппроксимации Гуттенгейма изучался раствор полимер – низкомолекулярный растворитель, содержащий  $n_1$  одинаковых молекул растворителя, каждая из которых занимает одну ячейку объема  $v$  кристаллической решетки с  $N$  узлами, и  $n_x$  линейных макромолекул, состоящих каждая из  $x$  звеньев, причем объем каждого звена равен объему молекулы низкомолекулярного растворителя. Число ближайших соседей молекулы растворителя равно координационному числу решетки  $z_c$ , а число ближайших соседей макромолекулы согласно Гуттенгейму равно  $qz_c = (z_c - 2)x + 2$ .

Полагая устройство молекул на решетке полностью случайным, Гуттенгейм приходит к ряду утверждений, самыми существенными из которых являются:





1) вероятность внешнего контакта макромолекулы с молекулой растворителя равна отношению числа контактов с участием молекул растворителя, равного  $zcn_1$ , к общему числу внешних контактов всех молекул, равному  $qz_c n_x + z_c n_1$ , т.е. равна величине (в ряде последующих работ ее стали называть поверхностной долей вакантных узлов)

$$\frac{z_c n_1}{qz_c n_x + z_c n_1};$$

2) вероятность занятия смежных узлов сегментами одной и той же макромолекулы после преобразований равна  $\frac{(x-q)n_x}{xn_x + n_1} = \frac{2(x-1)n_x}{z_c(xn_x + n_1)}$ .

Аналогичное выражение в улучшенной аппроксимации Хаггинса

$$\frac{2(x-1)\frac{xn_x}{xn_x + n_1}}{xz_c} = \frac{2(x-1)n_x}{z_c(xn_x + n_1)}$$

после преобразований принимает вид

Следовательно, в улучшенной аппроксимации Хаггинса и аппроксимации Гуттенгейма используется одно и то же выражение для вероятности того, что два смежных узла заняты сегментами одной и той же макромолекулы. Это приводит к одинаковой величине числа конфигураций системы. Поэтому логично рассматривать не аппроксимацию Флори-Хаггинса, как это часто делается в литературе, а две аппроксимации – Флори-Хаггинса и Хаггинса-Гуттенгейма.

## МАТРИЧНЫЙ МЕТОД ФЛОРИ: ЕГО ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Терехова М.В., гр. ХТП-120

Научный руководитель: проф. Скородумов В.Ф.

Кафедра Высшей математики

При использовании решеточной модели одной из основных проблем является подсчет числа конформаций, которые могут принять отдельные макромолекулы. Здесь, как правило, используется поворотно-изомерная модель полимерной цепи, согласно которой полагают, что кристаллический полимер обладает совершенным порядком с нулевой энтропией, а молярная конформационная энтропия невозмущенной цепи определяется

$$\Delta S = R \left( \ln Z + T \left( \frac{d}{dT} \ln Z \right) \right)$$

выражением, где  $S$  – конформационная энтропия,  $Z$  – конформационная статистическая сумма,  $T$  – термодинамическая температура.

Флори развил матричный метод, согласно которому конформационная статистическая сумма  $Z$  может быть определена, если



известна матрица  $U_i$  статистических весов для последовательной пары

связей  $i-1$  и  $i$ : 
$$Z = U_0 \left( \prod_{i=2}^{n-1} U_i \right) U_n$$
, где  $U_0$  и  $U_n$  – соответственно вектор-строка и вектор-столбец соответственно первой и последней связи в цепи;  $n$  – число связей в цепи; индекс  $i$  может быть опущен, если все связи в цепи одинаковы. Величины элементов матрицы статистических весов  $U$  зависят от разности энергии связи в различных состояниях и температуры.

Матричный метод Флори показал хорошее соответствие между экспериментальными и теоретическими данными, в частности, оптических свойств растворов различных полимеров при атмосферном давлении.

Недостатком матричного метода является отсутствие учета межмолекулярных взаимодействий, играющих важную роль в таких процессах, как плавление и стеклование полимеров, при исследовании РВТ-свойств полимеров и т.д.

В связи с неоднозначностью параметров в рассмотренном методе и большими трудностями использования данного метода при теоретическом исследовании расплавов полимеров, учитывающем как внутримолекулярные, так и межмолекулярные взаимодействия, наибольшего внимания заслуживает простейший вариант матричного метода – трехуровневая схема состояния химических связей цепи.

## ВЕРОЯТНОСТНЫЕ АСПЕКТЫ УЛУЧШЕННОЙ АППРОКСИМАЦИИ ХАГГИНСА

Пелевина Д.А., гр. ТТП-119

Научный руководитель: проф. Скородумов В.Ф.

Кафедра Высшей математики

В улучшенной аппроксимации Хаггинса на основе решеточной модели теоретически исследовался раствор, содержащий  $n_1$  одинаковых молекул растворителя, занимающих каждая одну ячейку объема  $v$  кристаллической решетки с  $N$  узлами, и  $n_2$  линейных макромолекул с одинаковыми концами, состоящих каждая из  $x$  звеньев, равных по объему молекулам низкомолекулярного растворителя.

При рассмотрении процесса укладки макромолекул на решетке Хаггинс отмечал, что при расчете среднего числа способов размещения четвертого и последующих звеньев любой макромолекулы необходимо учитывать возможность блокировки узлов для возможного размещения звеньев макромолекулы из-за уже уложенных звеньев той же самой макромолекулы. Это важное обстоятельство не учитывалось в некоторых других аппроксимациях, в которых при расчете среднего числа таких способов использовалась объемная доля (вероятность) вакантных узлов



$v_0 = \frac{N - (j-1)x}{N}$ , где  $j$  – число уже уложенных макромолекул. Хаггинс также отмечал, что первое и последующие звенья макромолекулы не могут быть размещены в узле, окруженном со всех сторон занятыми узлами. Используя эти обстоятельства и широко используя при этом такое понятие теории вероятностей, как условная вероятность, Хаггинс получил следующее выражение для среднего числа способов (вероятность) размещения звена  $j, i$  при  $1 < j \leq n_x$  и  $2 < i < x$  ( $j$  – номер макромолекулы,  $i$  – номер звено

макромолекулы  $j$ )

$$v_{j,i} = (z_c - 1) \frac{p_{j,i}}{1 - \frac{2(x-1)}{xz_c} q_{j,i}}, \quad \text{где } p_{j,i} = 1 - q_{j,i}$$

вероятность того, что любой данный узел свободен, а  $q_{j,i} = \frac{(j-1)x}{N}$  – вероятность того, что любой данный узел занят непосредственно перед укладкой звена  $j, i$ .

Сравнивая выражения для соответствующих вероятностей, видим, что они различаются. Это приводит к тому, что и конечные выражения для числа конфигураций рассматриваемой системы также различаются.

## НЕОПРЕДЕЛЕННЫЙ ИНТЕГРАЛ: МЕТОД ИНТЕГРИРОВАНИЯ ПО ЧАСТЯМ

Сухотин В.О., гр. МИД-220

Научный руководитель: ст. преп. Дориомедов А.С.

Кафедра Высшей математики

Данный метод заключается в том, что подынтегральное выражение заданного интеграла представляется каким-либо образом в виде произведения двух сомножителей  $u$  и  $dv$ ; затем, после нахождения  $v$  и  $du$ , используется формула  $\int u \cdot dv = u \cdot v - \int v \cdot du$

За функцию  $u$  всегда принимаем выражение, упрощающееся при дифференцировании. За  $dv$  принимаем выражение, не усложняющееся при интегрировании.

Данная формула дает возможность свести вычисление интеграла  $\int u \cdot dv$  к вычислению интеграла  $\int v \cdot du$ , который может оказаться более простым, чем исходный.

Нахождение неопределенного или определенного интегралов с помощью метода интегрирования по частям, используется при вычислении площади плоских фигур и поверхности; объема и массы тела; статистических моментов и моментов инерции плоской фигуры, материальной кривой и пространственного тела; при отыскании центра тяжести; при отыскании силы, работы, электрического разряда, пути по



известной скорости и скорости по ускорению, при решении дифференциальных уравнений, при вычислении вероятности случайного события и числовых характеристик случайных величин.

## **ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ РОССИИ: МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ ТЕАТР ТАНЦА «ГЖЕЛЬ» и ВЛАДИМИР МИХАЙЛОВИЧ ЗАХАРОВ**

Сёмка А.Н., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Ковтун А.В.

Кафедра Искусства хореографа

Год 1988, 650 лет существования одного из самых известных и узнаваемых исконно русских промыслов – Гжель, а также начало истории одного из ведущих ныне хореографических ансамблей России «Гжель».

Основатель, художественный руководитель и главный хореограф Владимир Михайлович Захаров название театру выбрал не случайно, название отражает любовь к русскому народному творчеству, народным промыслам и культуре, а бело-голубой узорчатый фарфор из Гжели стал символом театра.

Владимир Михайлович первый в нашей стране поставил своей задачей воплотить в танце красоту русских народных промыслов, таких как Гжель, Палех, Жостово, Хохлома и Павлово-Посадские узоры.

Театр по праву может считаться культурной визитной карточкой Москвы. Коллектив мирового уровня бережно хранит и развивает традиции русской народной хореографии. Владимир Михайлович в течении своей творческой деятельности использовал культурный материал различных регионов России и сегодня собранные им сведения, народные мотивы и образы легли в основу многих танцев и вокально-хореографических произведений театра, что отличает его от других танцевальных коллективов. Благодаря Владимиру Захарову в театре мы можем наблюдать разнообразный концертный репертуар, что позволяет создавать индивидуальные программы к определённым мероприятиям и обращаться к разным жанрам.

Коллектив прочно завоевал свою аудиторию и занял свою нишу среди многих танцевальных проектов в культурной жизни России и мира. Признание публики и коллег по театральному цеху, покорение крупнейших мировых площадок является подтверждением неподдельного интереса к творчеству коллектива. Артисты балета подкупают молодостью, яркой эмоциональностью, искренностью, огромным потенциалом выразительных средств, пониманием своеобразия души танца.



## ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ АНСАМБЛЬ ТАНЦА ИМЕНИ И.А. МОИСЕЕВА: ИСТОРИЯ И СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ

Благородов А.И., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Ковтун А.В.

Кафедра Искусства хореографа

Государственный академический ансамбль народного танца им. И.А. Моисеева организован 10 февраля 1937 года, главными художественными принципами его развития являются преемственность и творческое взаимодействие традиций и новаторства. Это – первый и единственный в мире профессиональный хореографический коллектив, занимающийся художественной интерпретацией и популяризацией танцевального фольклора народов мира. За свою концертную деятельность, которая продолжается более 70 лет, коллектив по праву был награждён орденом Дружбы народов и является визитной карточкой нашей страны за рубежом.

Главная задача, которую впервые поставил перед артистами основатель ансамбля Игорь Моисеев – творческая обработка бытующих в то время в СССР образцов фольклора. С этой целью артисты ансамбля отправлялись в фольклорные экспедиции по стране, где отыскивали и фиксировали исчезающие танцы, песни, обряды. В результате появились первые программы: «Танцы народов СССР» (1937-1938), «Танцы прибалтийских народов» (1939). В репертуаре ансамбля фольклорные образцы получили новую жизнь и сохранились для нескольких поколений зрителей всего мира.

Отличительными качествами уникальной, единственной в мире, Моисеевской школы танца (1943) являются высокий профессионализм, виртуозная техническая оснащённость, способность к передаче импровизационной природы народного исполнительства. Актёры, танцовщики, воспитанные Игорем Моисеевым, – широко образованные, универсальные артисты, свободно владеющие всеми видами танца, способные воплотить национальный характер в художественном образе. Ярким выражением творческих принципов воспитания актёров-танцовщиков является композиция «Дорога к танцу». Номера, ставшие «визитными карточками» коллектива: «Партизаны», флотская сюита «Яблочко», старинная городская «Кадриль», молдавский «Жок», украинский «Гопак».

«Танцовщик школы Моисеева», – одна из лучших рекомендаций в любой точке планеты, в хореографическом коллективе любого направления, а звание «моисеевца» является синонимом профессионализма.





## СТИЛИЗАЦИЯ «ВАЛЬСА ГЕРЦОГА КЕНТСКОГО» ДЛЯ КОНКУРСНОЙ ПРОГРАММЫ

Владимирова Е.Л., гр. СКХ-118

Научный руководитель: доц. Жукенова С.Б.

Кафедра Искусства хореографа

Актуальность проекта: продолжение традиции изучения исторического танца в рамках концертной программы. Цель: создание детского номера (11-12 лет) для концертной программы методом стилизации конкретного исторического танца («Вальса герцога Кентского»). Объект: «Вальс герцога Кентского». Предмет: детский номер («Вальс юнкеров»), поставленный на материале «Вальса герцога Кентского». Задачи: изучение особенностей «Вальса герцога Кентского» и их претворение в «Вальсе юнкеров».

«Вальс герцога Кентского» – это английский линейный контрданс начала XIX века, основной шаг которого – вальсовый променад (шаг). Основные особенности танца: 1) состоит исключительно из повторяющейся четырёхчастной комбинации; 2) каждая пара имеет свой порядковый номер, меняющийся в зависимости от взаимного расположения танцующих; 3) сохраняется построение пар в две колонны.

Стилизация английского контрданса в концертном номере осуществляется на композиционном уровне (танцевальная лексика сохраняется). От первоисточника детский танец «Вальс юнкеров» заимствует частично первую и вторую его особенности. Другими словами, в постановке присутствует повторяющаяся четырёхчастная комбинация, и парам присваивается определённый порядковый номер, но помимо вышеперечисленного в вальсе есть драматургия и смена рисунков.

«Вальс юнкеров» – это олицетворение петербургских балов начала XIX века, которые устраивали военные училища, и на участие в которых приглашались воспитанницы Института благородных девиц. Музыкальный материал: вальс из оперы «Травиата» Джузеппе Верди.

Традиция дарения цветов юношами девушкам, используемая в концертном номере, взята из котильона. Белый и нежно-жёлтый цвет подаренных роз символизирует непорочность героев и их исполнителей.

«Вальс юнкеров» – это сосредоточение английской танцевальной культуры и русской истории начала XIX века.



## **РОЛЬ ИМПРОВИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ХОРЕОГРАФИИ**

Густилина Е.О., гр. СКХ-118

Научный руководитель: преп. Запечная М.В.

Кафедра Искусства хореографа

Корни импровизации как исследования лежат в начале XX века и с тех пор исследования в области импровизации продолжают, так как эта область остается всегда новой и актуальной. Импровизация возможна в словесном творчестве, музыке, танце, театре. В танце она присутствует с древнейших времён: во многих народных танцах в ответ на «вызов» продемонстрировать силу, ловкость, удачу импровизатор выходил за пределы устойчивых танцевальных форм. Вследствие возросшего значения музыки в хореографическом искусстве начала XX века импровизация стала использоваться как средство интуитивного выражения смысла музыки танцем. А. Дункан, «мать» современного танца, была первой танцовщицей в начале XX в., которая в качестве принципа обучения использовала взгляд внутрь себя и поиск движения, лежащего глубоко внутри тела. «Это называли новой системой танцевания, но в реальности это не было системой. Я следовала своей фантазии и импровизировала, обучая любому образу, что приходил в мое сердце», писала Дункан.

Александр Гиршон говорил, что у импровизации, как и у современной хореографии, есть своя школа, которая работает на другом структурном уровне. В первую очередь, это техники релаксации и осознания тела, более тонкого чувствования партнёра, пространства. Если танцорам традиционных направлений (включая джаз и модерн) нужно проводить много часов у станка, то импровизаторы, как говорила на своём классе Нина Мартин: «Проводят много часов на полу, осознавая связи внутри тела»

Благодаря импровизации, тело танцора становится более послушным, пластичным и многогранным, что позволяет с лёгкостью изучать новые элементы современной хореографии, не сковывать свои движения во время исполнения. Владение импровизацией обеспечит гарантированный прогресс и высокий успешный рост в современном танцевальном искусстве. Она поможет достичь танцевальных и карьерных вершин. В этом и есть её главная роль в современной хореографии.

## **ОСОБЕННОСТИ НАРОДНОЙ ТАНЦЕВАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ**

Капитанова А.Д., гр. СКХ-117

Научный руководитель: проф. Мовчан Л.В.

Кафедра Искусства хореографа

Жизнедеятельность какого-либо этноса подразумевает под собой особое развитие и функционирование культуры. Другими словами, именно



культура является отражением основ и специфики уклада жизни народа, его отличный от других этносов, связь с окружающей действительностью, отношения людей между собой, своеобразие поведения. Хореографическое искусство является частью духовной культуры и смело занимает одно из важнейших мест в жизни любого этноса, тем самым оказываясь главным источником для исследований.

Народный танец – это танец, созданный этносом и распространенный в быту, обладающий национальными особенностями, проявляющимися в характере, координации движений, музыкально-ритмической и метрической структуре, манере его исполнения.

Народная хореография всегда имеет под собой фольклорную основу: традиции, обряды, праздники, обычаи, сказания, трудовые процессы и т.д. В танцевальной культуре Владимирской области нашли отражение ряд игр, обычаев и забав, такие как обряд-игра «Колосочек», исполняется только женщинами в мае; «Коляды», которые на Владимире назвались по-особенному: «Усень»; знаменитый весенний обычай «Березка», во время которого водился хоровод вокруг украшенной березки; а также, один из важных и любимых праздник «Ярило», когда хороводы с нескольких деревень сливались в один большой. С этого праздника получила название владимирская пляска «Ярилины круги»

Хороводы во Владимирской области по характеру исполнения танцуются сдержано и строго, но это выражено не так сильно, как в северных регионах России. Движения тут свободные, естественные, руки же подняты на уровень головы и держат платок.

Появлению сценического танца в танцевальной культуре Владимирской области способствовали различные факторы, в числе которых местные народные промыслы (миниатюрная живопись на лаковых изделиях из папье-маше Палеха, вышивка, называемая «Владимирские швы» (это вышивка по белому с применением глади и решеток)).

Русский народный танец достаточно разнообразен. Во Владимирской области существует своя собственная манера исполнения хороводов и плясок, которая характерная только для этого места.

## **НОВАТОРСКИЕ ПОИСКИ В ХОРЕОГРАФИЧЕСКОМ ИСКУССТВЕ**

Козлова А.А., гр. СКХ-116в

Научный руководитель: ст. преп. Абриталин А.В.

Кафедра Искусства хореографа

Цель данной статьи: проанализировать значимость изучения классической и современной хореографии для профессионалов и любителей.

Задачи: выявить эстетические концепции классического балета и современного хореографического искусства; изучить новаторские поиски в



хореографическом искусстве, выявить значимость изучения классической и современной хореографии для профессионалов и любителей.

Классический танец дает красоту, современный танец – свободу. Для танцоров любого уровня важно понимание истории хореографического искусства. Усвоение богатого наследия открывает дорогу для новых поисков.

В искусстве XX века происходил синтез разных видов искусств, а также проводился поиск новых средств выразительности для эмоциональной передачи чувств, переживаний современного человека. До начала XX века танец был лишен самостоятельного существования.

От изобразительного искусства в искусство в целом пришел такой приём как «коллаж», предполагающий соединение в одном произведении разнородных элементов (пример: одноактный балет «Парад» Л. Мясина).

Ведущие тенденции балета первой половины XX века: метафоричность, бессюжетность, симфонизм, свободная ритмопластика, модерн и проч. Явления второй половины XX века: кино и фотопроекции, эффекты освещения, звука, электронная музыка, хэппенинг (участие зрителей в балете) и т.д. Хореография в XX веке приобрела новый смысл и роль.

## **СТИЛИЗАЦИЯ КАК ОСНОВА РУССКОГО НАРОДНО-СЦЕНИЧЕСКОГО ТАНЦА**

Кондаусова Д.Д., гр. СКХ-117

Научный руководитель: ст. преп. Устюгов Ю.Н.

Кафедра Искусства хореографа

Русский народно-сценический танец представляет собой зрелищный вид искусства. Все этапы развития от скоморохов, обрядовых танцев, массовых плясок до русского народно-сценического танца позволили ему обогатиться новыми движениями и трансформироваться сообразно времени. Различают следующие виды русского народно-сценического танца: хоровод (орнаментальный и игровой), пляска (одиночная, парная, групповая), перепляс (девичий, парный), кадрили (квадратная, линейная, круговая). Каждый вид танца несет в себе важную информацию и неповторимость. Трансформация русского танца происходила в соответствии с временными изменениями, т.е. происходил процесс стилизации.

Стилизация – использование уже встречающихся художественных форм и приемов, стилевых черт в обновленном содержательном контексте, сообразно современной действительности. Она необходима в первую очередь для сохранения национальной культуры и народного творчества, передачи опыта и понимания самобытности, многообразия русского народного танца.



Главным для постановщика является изучение фольклорно-этнографического материала, на основе которого будет строиться все хореографическое произведение. Стилизация затронула все компоненты хореографии: собственно танец, его оформление и музыку. Благодаря современной творческой интерпретации фольклорного материала можно точно приступить к постановке стилизации русского народно-сценического танца.

На данном этапе существует множество хореографов, коллективов, которые используют стилизацию, как один из важных элементов искусства. Благодаря таким ярким примерам бережного отношения к национальному искусству, мы можем наслаждаться качественным и богатым разнообразием хореографических композиций на основе стилизации, хранить опыт и передать его следующему поколению зрителей. Одним из ярчайших создателей такого рода авторского народного танца был И.А. Моисеев.

Необходимость бережного отношения к традициям национального искусства позволит бережно сохранять опыт прошлого и передавать информацию в современном виде, перерабатывая ее сообразно с временем.

## **ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ХОРЕОГРАФИИ В ДЕТСКОМ КОЛЛЕКТИВЕ**

Краснова Д.А., гр. СКХ-118

Научный руководитель: преп. Запечная М.В.

Кафедра Искусства хореографа

**Актуальность:** современный танец сейчас вызывает повышенный интерес как у молодежи, так и у людей более старшего возраста. По моему мнению, ни одно направление так не раскрывает человека, как современная хореография, так как тут человек может полностью расслабиться и довериться своему телу и импульсам, которые оно дает и получает.

**Цель:** проанализировать этапы обучения современной хореографии в детском коллективе.

**Задачи:** изучить особенности освоения навыков современного танца для начинающих исполнителей.

Палитра современной хореографии разнообразна и представляет интерес как для взрослых, так и детских любительских коллективов. Современный танец, в частности contemporary и modern, предполагает частичную расслабленность тела и отдельных его частей. При этом должна сохраняться полная осознанность и определенный контроль движений. Каждая часть тела работает как бы от импульса, исходящего от противоположного участка нашего организма.

Работая с детьми, очень важно, в первую очередь, «не забить» их какими-то правилами и стандартами, а научить чувствовать и осознавать свое тело.





Первый и основной этап расслабления и изучения возможностей каждого отдельного участка организма не заканчивается никогда, к нему возвращаются снова и снова, даже профессиональные танцовщики.

Вторым этапом, я считаю, постижение своего тела через разучивание хореографии и максимальное раскрытие, благодаря многократным повторениям. Конечно, только-только выучив ту или иную связку, мало кто сможет сразу же сделать ее «широко» и технично, а потому, работая с детьми, необходимо дать им возможность для начала запомнить ее. Когда она уложится в их голове начнется танец!

Современный танец невозможен без осознанности своего тела, а также без постоянного совершенствования уже достигнутых результатов. Это большая и кропотливая работа между учеником и педагогом, которая при обоюдной заинтересованности дает прекрасные результаты.

## **ПРИБОЩЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ К ХОРЕОГРАФИЧЕСКОМУ НАСЛЕДИЮ НАРОДОВ ПОВОЛЖЬЯ НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ ЛЕКСИКИ ТАТАРСКОГО ТАНЦА**

Кузнецова В., гр. СКХ-119

Научный руководитель: ст. преп. Абриталин А.В.

Кафедра Искусства хореографа

В данной работе рассматривается и изучается лексика и формы татарского танца, а также приобщение студенческой молодёжи к хореографическому наследию народов Поволжья.

Современные условия развития массовой культуры, нивелирование этнокультурного своеобразия, утрата национальных традиций обуславливают необходимость воспитания молодого поколения.

Богатая традиционная культура татарского народа своими корням уходит в глубокую древность. Одним из исследователей, а в последствии и новатором в области татарского фольклора становится первый татарский балетмейстер Гай Тагиров. Именно он положил начало изучению народной хореографии Татарстана, а затем внедрил свои труды для изучения студентами в профессиональных хореографических учебных заведениях.

Многие танцевальные элементы возникли из подражания трудовому процессу: как в мужских, так и в женских танцах отражен хозяйственный уклад. Элементы многих женских танцев народов Поволжья пластически изображают прядение, сучение, наматывание ниток.

Парный танец и перепляс берут своё начало в народных гуляниях (Сабантуй, свадьбы, вечерние посиделки). В основном они имели игровой, шуточный характер.

Женский танец – всегда стремительный, легкий, воздушный. танцевали девушки обычно на посиделках. Часто танцы исполнялись под народные инструменты – кубыз, гармонь. Танцует девушка мягко,



застенчиво, со скрытым кокетством, движения ее неширокие, скользящие, без больших прыжков. Мужской танец – активный и мужественный. Движения танцоров чеканные, легкие подскоки и акцентированные притопы. Танцуя с девушкой, юноша держит себя уверенно, гордо, напористо.

В настоящее время главной нашей задачей является сохранение, изучение и популяризация танцевального наследия народов Поволжья, в частности, татарского танца.

## **ЦИКЛ «ВРЕМЕНА ГОДА» П.И. ЧАЙКОВСКОГО В ХОРЕОГРАФИЧЕСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ**

Меринова Д.С., гр. СКХ-117

Научный руководитель: доц. Ковтун А.В.

Кафедра Искусства хореографа

П.И. Чайковский – невероятно многогранный композитор. Его творчество представлено множеством жанров, где наряду с масштабными произведениями для оркестра не менее значимое место отводится произведениям камерным.

В цикле «Времена года» гениальность П.И. Чайковского выражена не менее ярко, чем в более крупных формах. Основной чертой стиля композитора является соединение выразительной кантилены с «тяжелой» техникой, придающей драматизм и симфоническую мощь звучания.

Современные хореографы доказывают своими постановками, что музыка П.И. Чайковского, написанная не для балета, может также стать прекрасной основой спектакля. И цикл «Времена года» – не исключение. Например, партитура балета «Евгений Онегин», инструментованная Куртом Штольце, на три четверти базируется на фортепианных пьесах, в том числе из цикла «Времена года». Это объясняется тем, что фортепианные произведения подошли лучше всего для создания коротких танцевальных номеров. В первом акте «Евгения Онегина» главенствующую роль в музыке играет пьеса «Масленица». Она звучит неоднократно. Любовный дуэт Ленского и Ольги поставлен на июльскую пьесу «Баркарола».

Чувственность «Баркаролы» признал не только Джон Кранко, но и русский хореограф нашего времени Павел Глухов, который для любовной темы балета «Времена года. Чайковский» выбрал тот же фрагмент. Более того, произведение Павла Глухова также базируется на музыке цикла. Как и Джон Кранко, он не обращается к смене календарных месяцев. Балетмейстер не отображает времена года буквально, он обращается к внутреннему миру людей, состояние которого, как и природа, очень изменчиво. «Времена года – это атмосфера души».

Таким образом, не только балетная музыка П.И. Чайковского может стать основой спектакля. Камерные произведения не менее достойны того,



чтобы создавать на них хореографические зарисовки или даже полноценные спектакли. П.И. Чайковский оказал огромное влияние на рост культуры русской инструментальной музыки.

## **МОТИВЫ КРЕСТЬЯНСКОГО БРАНЛЯ В НАРОДНЫХ СЦЕНАХ НА БАЛЕТНОЙ СЦЕНЕ**

Мустафенко М.Г., гр. СКХ-118

Научный руководитель: доц. Жукенова С.Б.

Кафедра Искусства хореографа

Историко-бытовой танец – явление социальное. Смена общественных формаций влекла за собой изменения жизненного уклада, возникали новые направления в культуре и искусстве. Каждый этап в развитии общества предъявлял определённый социальный заказ. Подвижный в своей динамике историко-бытовой танец отвечал требованиям той или иной социальной группы.

Бранль (фр. branle – качание, хоровод) – первоначально народный хороводный, позднее также бальный, придворный танец 15-17 веков. Характерными движениями является покачивание корпуса. Темп танца – умеренно быстрый, оживленный. Народный бранль – энергичен, порывист, чеканен, бальный – более плавлен и спокоен, с большим количеством реверансов. Известны его многочисленные разновидности, отличающиеся друг от друга по размеру, темпу, хореографии (простой Бранль, двойной, Бранль прачек, башмака, с факелом, с поцелуями и др.) и местные варианты (Бранль из Пуату, из Шампани). В XVI веке бранль – самостоятельный танец, получивший распространение также в Англии (броул), Италии (брандо), Испании (бран) и др. странах.

Вскоре после своего появления жизнерадостный бранль привлек внимание аристократии и стал бальным танцем. Им открывался и заканчивался бал. Но придворная знать резко изменила танец. Он приобретает торжественно-церемониальный, манерный характер, в нем появляются частые реверансы дам и поклоны кавалеров. Изменился и сам стиль движений: темпераментные прыжки, выбрасывание ног, непринужденные повороты корпуса, уступили место медленным, важным, глиссирующим шагам. Пышная придворная одежда придала танцу чопорность.

Бранль явился первоисточником всех появившихся позднее салонных танцев и сыграл большую роль в развитии бальной хореографии, несмотря на то что по хореографии был еще довольно примитивным.

Историко-бытовой танец позволяет изучить традиции развития танца. Он не только трансформировался, но и отразил изменения в истории развития танца, зафиксировал накопление ценностей, остающихся «живыми» и действенными для последующего развития хореографии.



## **ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ ТАНЦА В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ РЕБЁНКА**

Опрыск Д.М., гр. СКХ-116в

Научный руководитель: доц. Ковтун А.В.

Кафедра Искусства хореографа

Танцы для детей – это не просто серия движений, которые подобраны под музыку, они представляют собой более широкое понятие. Занятие любым видом танцев помогает ребенку в изучении различных культур и расширении общего кругозора.

Танец в формировании ребенка как личности имеет большое значение. Прежде всего – это сила воли, целеустремленность, упорство и настойчивость. Ведь, чтобы получить результат, необходимо терпение и старание. Ребенок становится более собранным и дисциплинированным. Большинство взрослых и подростков испытывают страх при выступлении перед аудиторией. При посещении танцев, ваш ребенок станет выступать перед друзьями и семьей, а, возможно со временем, по мере его успехов в танцевальной карьере, будет выступать перед более широкой публикой. При каждом удачном выступлении у ребенка будет формироваться уверенность в себе, ответственность, а также полная отдача. Со временем он поймет значение обязательств перед кем-либо. Это весьма ценный опыт, который пригодится в любой сфере и поможет добиться успехов.

В танце дети учатся управлять своим телом. В результате они имеют хорошо развитую мышечную систему, правильно держат осанку, не страдают сколиозом и обладают красивой походкой. При постоянных занятиях улучшается работа легких и сердца, укрепляются сосуды, развивается координация движений, моторика, гибкость и пластика, физическая выносливость. Танец оказывает профилактическое воздействие на сердечно-сосудистую, дыхательную и нервную систему детского организма, позволяет поддерживать гибкость позвоночника, содействует подвижности в суставах, развивает ловкость. Увлекательно, в процессе игры, выполняя различные движения и упражнения, укрепляется опорно-двигательный аппарат и развивается координация. Ребенок учится общаться со своими сверстниками, а также в процессе занятий осваивает хорошие манеры.

Танцевальная деятельность стимулирует развитие творческих способностей, эстетического вкуса и артистизма, помогает ребенку развить и применить свое креативное мышление, а также воплотить свои мысли в творчестве.



## РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТАНЦЕВАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Плугатаренко А.С., гр. СКНх-117

Научный руководитель: доц. Жуконова С.Б.

Кафедра Искусства хореографа

Формирование танцевального искусства зависит от многих факторов. Это такие факторы как природно-климатические условия, исторические события, граничащие рядом культуры, от обычаев и обрядов региона и также от остальных составляющих культуры данной области.

Орловская область входит в состав центрального региона России, который населяют русские, украинцы, белорусы, татары, мордва, евреи, карелы, что говорит нам о многообразии фольклорно-этнографических особенностей, обычаев, обрядов, праздников, народного творчества, составной частью которого является и танцевальный фольклор. От Брянской области была взята – активная работа плеч и рук, от Курской области – вращение кистями рук, приподнятых на уровне груди; переводы рук вправо-влево на уровне плеч; района граничащие с Курской областью заменили хлопки в ладоши – трещотками, от Калужской области – лёгкое покачивание бёдрами, у Воронежской области – прищелкивание пальцами. А также соседние области способствовали сочетанию музыкальных размеров  $2/4$  и  $3/4$ .

Танцевальный фольклор формировали две группы: сакрально-функциональные движения человеческого тела, которые несут определённую смысловую направленность, что характерно для религиозных культов, а также эстетические движения в тренировочном, обучающем, развлекательном характере и в невербальном общении.

Танцевальное искусство Орловщины издавна связано с годовым кругом обрядов циклов земледельческих работ. Очень большое значение занимали семейно-бытовые обряды, праздники, гулянья, игрища обильные песнями и танцами. Основными элементами народного танца Орловской области являются: положения рук, головы и корпуса; переменные шаги, бег, веревочка, ковырялочка, вращения, припадания, дробные движения, пересёки, хлопущки, присядки, исполняемые в особой манере, присущей только данной области.

Танцевальный фольклор – важная составляющая традиционной народной культуры, являющаяся этнографическим и историко-культурным источником. Он на протяжении длительного времени собирал в себя всю суть двигательной культуры этноса. Изучение танцевального фольклора необходимо начинать с детства, включая его в репертуар как любительских, так и профессиональных коллективов.





## **ОСОБЕННОСТИ КОМПОЗИЦИИ МАЛЫХ ФОРМ БАЛЕТНОГО СПЕКТАКЛЯ**

Артемьева И.К., гр. СКХ-117

Научный руководитель: ст. преп. Абриталин А.В.

Кафедра Искусства хореографа

Танец – древнее искусство, отражающее потребность личности передавать кому-либо свои эмоции, такие как радость и скорбь с помощью своего тела.

Компонентами танца считаются движения, пантомима, жесты, позы, ритм и темп, которые воплощают смысл танца.

Начало формирования структурных форм балетного спектакля пришлось на XVI век в Италии. А к XVII столетию эти формы укрепились в театральном действии и стали элементом балетного спектакля. Л. Дюпре, Ж. Доберваль, Ф. Гильфердинг начали использовать в своих балетах такие формы, как «вариация», «pas de deux», «pas de trois», «pas de quatre».

Формы классического танца были более распространены в балетном театре. Они и сегодня имеют устойчивые каноны. В хореографическом искусстве существует несколько групп классических форм.

Первая группа содержит «чистый» танец – это вариации, pas de deux, pas de trios, pas de quatre, все имеют устойчивую конструкцию: выход, adagio, вариации, coda.

Вторая группа – «действенный» танец, в него входят монологи (передающие ход мысли), действенные дуэты, формы pas d'action.

Также в балете существуют «смешанные формы» – это сочетание разных форм, их структура не имеет устойчивый порядок. Такой пример можно увидеть в балете «Лебединое озеро» в постановке Л.Иванова adagio Одетты и Зигфрида.

К малым формам относится миниатюра. Миниатюра – это произведение искусства, отличающаяся небольшими размерами, ей более тщательно уделялось внимание. Приведём в пример «Умиряющего лебедя» в постановке М. Фокина для бенефиса А. Павловой в 1907 году.

В настоящее время малые формы имеют большую популярность. Особенно к ним обращаются хореографы, которые работают с материалом современного танца. А также специалисты самодеятельных учреждений.

## **ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ**

Баранов Н.И., гр. СКЛ-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

На данный момент американский кинематограф занимает лидирующую роль в киноиндустрии.



Название – это первое на что обращает внимание среднестатистический потенциальный зритель. Главной задачей заголовка является привлечь внимание, как можно большего количества зрителей.

Когда речь идет о переводе названия необходимо также учитывать так называемый культурный код и этические стандарты местности принимающего языка.

В последнее время значительно снизилась доля прямого перевода, чаще стали применяться стратегии трансформации и замены, что связано с тем, что именно эти стратегии позволяют максимально полно реализовать рекламную функцию перевода.

Переводчик оказывается в очень сложных условиях поскольку название фильма должно появиться в самом начале рекламной кампании, когда сам фильм еще не переведен.

Существует огромное количество примеров, где коммерческий потенциал начинает превалировать над художественной и смысловой составляющей.

Единственное, на что направлено данное исследование – это проследить, как комбинация коммерции и работы с другим культурным кодом могут разрушить что-то настолько прекрасное и уникальное, как искусство.

Тот, кто занимается переводом, должен очень тонко чувствовать слово, но дедлайны обычно вынуждают переводчиков работать настолько быстро, что они не имеют возможности в должной степени осмыслить переводимый материал.

Неадекватный перевод кинозаголовка может ввести реципиента в заблуждение и негативно повлиять на восприятие всего произведения в целом.

Искусство не должно быть поставлено на поток, но, если давать возможность творцам работать сколь им вольно, вы не сможете сделать на этом деньги.

## **НЕЙРОПЕДАГОГИКА В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ**

Иванова Е.В., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Первые исследования на тему нейропедагогики появились еще во второй половине 20-го века. Тогда американские ученые провели ряд опытов и выяснили, что мозг человека по-разному реагирует на различные способы преподнесения информации. Кто-то лучше воспринимает упорядоченные данные. Для кого-то важны эмоции для усвоения информации. Так ученые пришли к выводу, что эффективное усвоение информации зависит от психологических особенностей человека и законов



работы его мозга. На сегодня изучение одного или нескольких иностранных языков очень тесно связано с этой наукой. Одну из основных ролей в изучении иностранных языков по законам нейропедагогики играет разница в восприятии информации полушариями нашего мозга. В классической образовательной системе принято тренировать левое полушарие мозга. К сожалению, такой способ подходит не всем, так как у многих людей доминирует правое полушарие, а это значит, что им нужен другой способ преподнесения информации.

Одним из первых, кто уделил внимание вопросу преподавания иностранных языков, был Ян Амос Каменский. Он считал, что основой для получения образования должен служить латинский язык. Со временем изучение иностранных языков приобретает популярность и возникает все больше методов нацеленных на результаты. Традиционный треугольник «преподаватель, студент, учебник» заменяется новыми способами организации учебного процесса:

метод Р. Каллана, заключающийся в преподавании иностранного языка посредством погружения в языковую среду;

электронное обучение, предполагающие широкое использование информационно-коммуникативных технологий;

обучение на альфа уровне, основанное на стимулировании воли мозговой активности при помощи света и звука, улучшающем способность к запоминанию;

методика «Генки», что с японского переводится как «живой, энергичный», позволяющая преодолеть языковой барьер путем вовлечения учащихся в игру, созданию развлекательной атмосферы.

В современном мире таких методик огромное количество. Они подходят и детям, и взрослым. Самое главное выбрать ту методику, которая наилучшим образом удовлетворяет потребности конкретного обучающегося.

## **ВЛИЯНИЕ ЛАТИНСКОГО ЯЗЫКА НА ТЕКСТЫ СОВРЕМЕННЫХ ИСПОЛНИТЕЛЕЙ**

Селезнева А.П., гр. СКИ-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В современном мире с каждым днем повышается интерес к изучению иностранных языков. Речь современного человека все более обогащается словами из других языков. Тенденция к сочетанию нескольких языков намечается и в текстах исполнителей. Целью данной работы является изучение текстов русских песен разных жанров, в которых в русский язык внедряются слова или выражения латинского языка и дальнейших перспектив развития данного феномена.



Связь латинского языка и музыки идет от богослужений, во время которых исполнялись гимны на латинском языке под органную музыку. С некоторой осторожностью можно говорить о том, когда появились композиции, интерпретирующие средневековую лирику в современных жанрах, так как никаких официальных исследований на данную тему нет, но одной из самых известных интерпретаций можно назвать кантату «Carmina Burana» Карла Орфа 1930-х гг., созданную на основе средневековых поэтических произведений.

Достоверно неизвестно, кто первый из исполнителей стал использовать латинские вставки в своих текстах. В русских композициях такую компиляцию можно наблюдать приблизительно с начала 2010-ых годов. Самыми яркими представителями, использующие такое нововведение являются Гевал – группа, исполняющая композиции в жанре индастриал металла с элементами готики и альтернативы, и Otto Dix – дарквэйв группа, выпустившая в 2012 году альбом «Mortem», где все песни, за исключением 2-х, содержат в себе цитаты на латыни. В фолк-роке можно привести в пример исполнительницу Канцлер Ги с песней «Крестonosцы», а в реп-индустрии – 2rbina 2rista и Pyrokinesis. Большинство песен, в которых мы можем наблюдать феномен компиляции текстов, посвящены исторической или религиозной тематике.

Таким образом, на данный момент существует не так много исполнителей, включающих в свои русскоязычные песни латинские цитаты или фразы. Направления таких композиций связаны с экспериментальными жанрами в музыке, что не делает их очень популярными и известными современному слушателю. Можно предположить, что в будущем в музыкальных композициях латинские выражения будут встречаться чаще, так как данная индустрия тяготеет к экспериментам, а современная интерпретация религиозных или исторических сюжетов становится все более популярной.

## **ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ОБРАЗ КОШКИ В АНГЛИЙСКИХ И РУССКИХ ПОГОВОРКАХ И ПОСЛОВИЦАХ**

Балагурова А.В., гр. СКЛ-118

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Человек с древнейших времен взаимодействовал с окружающей его фауной, и наблюдение за животными и их поведением часто находило свое отражение в поговорках и пословицах. Образ одного из питомцев - кошки - был символом зла и колдовства, приравнивался слугам дьявола за свою хитрость и живучесть и одновременно превозносился практически до божественных существ за свои навыки охотника. И все эти изменения в



восприятию можно проследить в поговорках и пословицах. В данной работе рассматривается образ кошек в английской и русской культурах.

Пословицы и поговорки выступают в качестве древнейших жанров устного народного творчества. Пословицы представляют собой образное, грамматически и лексически законченное изречение, которое чаще всего подразумевает дидактическую направленность, в то время как поговорки – лишь краткое образное выражение, не несущее обобщающего поучительного смысла.

Коты повсеместно присутствуют в английских и русских пословицах и поговорках. Так, в двух культурах всегда показано бытовое превосходство кошек и их навык ловить мышей: Кошка спит, а мышей видит. Кошка мышей ловить не устанет, а вор воровать не перестанет. *While the cat is away, the mice will play.* Однако, другие особенности поведения, связанные с этим питомцем, в английских и русских культурах не совпадают. Чаще всего кошка ассоциируется с живучестью в английских пословицах и поговорках: *A cat has nine lives*; в то время как в русских – кошка традиционно означает озорство и прозорливость: Стар кот, а масло любит. Чует кот в кувшине молоко, да рыло коротко.

Наиболее характерными половицами и поговорками являются те, которые описывают личность человека через его отношение к кошке: Кто кошку любит, будет жену любить. Гордому человеку кошка на грудь не вскочит. Убийца кота станет убийцей человека. *Beware of people who dislike cats. To kill a cat brings seventeen years of bad luck.* По смыслу, который несут в себе эти русские и английские пословицы и поговорки, очевидно, что человек, любящий кошек и хорошо с ними обращающийся, любит и людей.

Таким образом, можно сказать, что несмотря на то, что пословицы и поговорки в двух культурах имеют различия, четко прослеживается взаимосвязь в английских и русской традициях о том, что наличие кота в доме является показателем достатка в семье. В данном случае отражена исторически-бытовая функция кошки – ловить мышей. И если грызуны отсутствуют, то зерно сохраняется в целостности. А хорошее отношение к кошке подразумевает и доброе отношение к людям.

## **РОЛЬ ФИЛЬМОВ И МУЛЬТФИЛЬМОВ В ИЗУЧЕНИИ И ПРЕПОДАВАНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

Вдовыко А.М., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В настоящее время изучение английского языка с помощью фильмов становится все более популярным, поскольку этот способ подходит для людей с разным уровнем владения языком. Просмотр фильма затрагивает не только эмоциональную и досуговую функции, но и образовательную.





Объединение изучения языка и просмотра фильмов позволяет каждому с пользой провести свое свободное время. Во-вторых, просмотр фильмов позволяет узнать интересные выражения, которыми действительно пользуются люди. Зачастую они отличаются своей структурой, несоответствующей грамматическим правилам. В-третьих, просмотр фильмов развивает слухопроизводительный навык, то есть способность правильно воспринимать услышанный звуковой образец и точно его воспроизводить.

Использование фильмов и мультфильмов в преподавании английского языка способствует развитию словарного запаса, помогает лучше распознавать английскую речь, позволяет выстраивать связь между просмотренным и услышанным. Главное преимущество обучения языку с помощью фильмов и мультфильмов в том, что можно индивидуально подобрать тему и соответствующую лексику для изучения. Например, если учащемуся интересен животный мир, то можно подобрать мультфильм с этой тематикой и, соответственно, изучить ее. Также не мало важно разделение на уровни. Например, детям проще воспринять мультфильм нежели фильм, так как в мультке довольно-таки несложная лексика, а главная соответствующая его уровню английского языка, в то время как взрослому будет интереснее посмотреть фильм с более сложными выражениями. Во-вторых, фильмы отлично подходят для преподавания языка в школах и вузах, так как это позволяет ученикам и студентам немного отдохнуть и при этом увеличить уровень знаний языка.

Для самостоятельного изучения языка следует начать с мультфильмов, так как там более простая речь и несложное построение предложения. Например, мультфильмы от Дисней очень подойдут в этом плане. Далее следует переходить на фильмы посложнее. Рекомендуется выписывать интересные фразы и незнакомые слова, стараться придумывать с ними предложения, то есть использовать сразу после просмотра фильма, так они быстрее отложатся в подсознании. Таким образом, фильм станут надежным помощником в изучении и языка.

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАДАЧ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ И ЯЗЫКОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ**

Елохина Д.П., гр. СКЛ-119

Научный руководитель: ст. преп. Имашева О.А.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В недалеком будущем, оцифрованном сильнее, чем настоящее, знать основы программирования будет необходимо так же хорошо, как один из самых распространенных иностранных языков – английский.

Было принято решение определить, какие методики используют преподаватели иностранных языков и программирования. Образцами для



исследования были выбраны учебники «New Headway English Course», авторы: Лиз и Джон Соарс; и «Starting out with Python» Тони Гэддиса.

В ходе анализа мы определили, что оба пособия ориентируются на компетентностный подход в образовании.

Почему мы имеем право сравнивать языки программирования и человеческие языки? Языки программирования так названы, потому что представляют собой знаковую систему, как и человеческий языки.

У обоих языков одинаковые составляющие: алфавит; синтаксис; семантика; алгоритмы; структуры данных (можно сравнить со словарями).

Говоря о различиях в методе преподавания, необходимо отметить некоторые аспекты.

В основе Headway лежит коммуникативная и интерактивная методики, которые невозможно воспроизвести вне группы. И, напротив, подавляющее большинство литературы, которая учит синтаксису языка программирования, направлено на самостоятельную работу. Это имеет смысл: изучая иностранный язык, сложно проверить себя самому, отследить все ошибки. У ученика снижается мотивация и интерес к предмету, когда прогресс не наступает немедленно. С компьютером же, кажется, проще – отклик виден сразу, однако это вовсе не избавляет ученика от скрупулезного поиска собственных ошибок.

Что точно объединяет пути начинающих лингвистов и специалистов в области информационных технологий: никто не рождается со знанием ни иностранного языка, ни языка программирования, ни какого-либо языка вообще. Важно не бояться начинать новое и использовать знакомые из другой области знания подходы.

## **О ПОЯВЛЕНИИ И ЗНАЧЕНИИ ГЕНДЕРНО-НЕЙТРАЛЬНЫХ ФОРМ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Зайцева А.Б., гр. СКЛ-119

Научный руководитель: ст. преп. Мутовкина Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Начиная с 70-х годов XX века английский язык все стремительнее превращается в гендерно-нейтральный, обретает новые формы и постоянно меняется. Но что же породило подобные изменения, как они выражаются в языке, а главное, зачем это нужно?

Гендерно-нейтральные формы стали появляться в английском постепенно, язык же является отражением реальности, он меняется вместе с обществом, а во второй половине XX века активно развивалось феминистическое движение и, соответственно, началась борьба с сексизмом в языке. Сексизм выражается в языке через различные формы, например, тогда активисты боролись с «Unnecessary-gendered language» (Parks & Roberton, 1998a, p. 455) или излишне гендерным языком. Под это



определение подходят слова, фразы и выражения, которые излишне различают мужчин и женщин, даже там, где это не нужно, или умаляют значение определенного пола. Примером могут служить непараллельные структуры (man and wife), лексическая асимметрия (governor – правитель, губернатор и governess – гувернантка), а также в широкое употребление мускулиных форм вне контекста (he/man). Итак, в 1970-х годах активисты добились проникновения гендерно-нейтральных форм в английский, например, существительные с суффиксами, так или иначе подчеркивающими принадлежность к мужскому полу, были заменены: вместо «fireman» в использование вошел термин «firefighter», термин вместо «policeman» заменил более нейтральный «police officer» и т.д., появились формы «they» и «she» вместо родового «he». В первую очередь это было сделано, чтобы бороться с гендерным неравенством и дискриминацией по половому признаку. Тем не менее, в конце XX века на законодательном уровне во многих англоговорящих странах было запрещено использование гендерно-окрашенных форм в объявлениях о найме на работу, в трудовых договорах прочих документах. Это привело к большей инклюзивности и репрезентации женщин на «традиционно мужских» должностях, а также помогло ввести гендерно-нейтральные формы в более широкое использование.

## **ОБРАЗОВАНИЕ И УПОТРЕБЛЕНИЕ ФЕМИНИТИВОВ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

Иванова Т.С., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Прежде всего следует отметить, что феминизация лексических изменений является важной задачей движения за гендерное равенство в России. Существует два способа борьбы с гендерной асимметрией в языке: феминизация и нейтрализация. В русском языке присутствует грамматическая категория рода, значит, для него подходит путь феминизации; для английского характерен процесс нейтрализации гендера.

Феминитивы уже давно закреплены в словарях, но употребляются они в письменной и устной речи очень редко. Феминистки и представители феминистской лингвистики призывают использовать уже существующие феминитивы и предлагают новые модели образования неологизмов: -иня (для слов на -лог и -граф): неврологиня, филологиня; -эсса, -иса: электресса, директриса; -ка, -ша: президентка, агитаторша; -тельница, -ница, -ица: воспитательница, плотница; -иха: пловчиха. Суффикс -к является наиболее продуктивным и нейтральным, потому что в языке уже существует большое количество номинаций женского рода, образованных с его помощью.



Пока в русском ко всем доступным словам стараются придумать феминитивы, в английском все больше используют гендерно-нейтральную лексику. Среди простых нейтральных слов – lawyer, user, director. Несмотря на стремление к нейтрализации гендера в речи, феминитивы в английском языке все же используются для контекстной конкретизации. Есть несколько способов образования феминитива: суффиксальный – к корню слова добавляется суффикс (чаще всего это -ess или -ette, но есть и другие), как в словах author – authoress, astronaut – astronette, administrator – administratrix; а также замена существительных мужского рода на существительные женского в корнях слов: businessman – businesswoman, landlord – landlady.

В заключение, необходимо подчеркнуть, что подобные неологизмы смогут «прижиться» в языке и стать нормой только в том случае, если сами ‘режиссерки’, ‘авторки’ и ‘профессорки’ начнут так себя называть. Нас окружает множество образованных, талантливых, успешных женщин, и они больше не нуждаются в повышении статуса с помощью номинаций мужского рода.

## **ОБУЧЕНИЕ ЧТЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Коробкова Ю.Ю., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Чтение – один из важнейших навыков, необходимых для изучения иностранного языка. Этот навык необходим для полного погружения в языковую среду, культуру страны, его практика помогает расширять словарный запас и значительно повышает уровень владения языком.

Существует несколько методов обучения чтению, которыми может воспользоваться ученик, овладевший алфавитом и базовыми навыками произношения.

Традиционный метод, который в связи с развитием педагогики и технологий уходит на второй план, изучение транскрипции – системы знаков, использующейся для записи звуков. Для того, чтоб читать, используя этот метод, обучающемуся необходимо обратиться к словарю и знать, как произносятся знаки транскрипции.

Второй способ – метод ассоциаций. Он особенно хорош при обучении английскому детей. Этот способ заключается в прочтении ряда слов, которых объединяет определённое правило фонетики. К примеру, в словах bad, dad, cat, bat буква а читается как [æ]. Основной плюс этого метода в том, что он помогает ученику без страха читать незнакомые слова, что делает его более универсальным.

Главной элементом обучения чтению является практика. Необходимо читать каждый день и тратить на это не меньше 30 минут.



Крайне полезны книги, снабжённые аудиозаписями текстов. Они помогают набрать темп, научиться правильно произносить слова.

Параллельно с чтением важно практиковаться в письме. Это навыки неразрывно связаны, ведь, изучая их, люди пользуются одной графической системой.

Чтение – ключевой навык, необходимый для изучения языка. Те, кто освоили его и не забывают о практике, становятся на шаг ближе к достижению высокого уровня владения английским языком.

## **ГИПЕРБОЛА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ КОСМЕТИКИ**

Крылова Д.В., гр. СКЛ-118

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Цель рекламы – повлиять на целевую аудиторию и побудить ее купить тот или иной продукт. Разнообразные стилистические приемы – важный компонент любого рекламного текста, и один из наиболее часто используемых – гипербола. Гипербола – это художественное преувеличение с целью привлечь внимание читателя, иногда гиперболизация создает комический или иронический эффект.

Преувеличение применяют и при продвижении декоративной косметики (которая предназначена для коррекции внешности), и при рекламе косметики уходовой (для поддержания и улучшения состояния той или иной части тела). Гипербола может присутствовать в названии самого продукта, которое обыгрывается в рекламной кампании, или только в рекламном тексте.

Рекордсменом по применению гиперболы в рекламе декоративной косметики является тушь для ресниц. Например, дочерняя компания Loreal, Maybelline NY, активно прибегает к преувеличению, подчеркивая исключительность продукта и непревзойденность результата с помощью эпитетов: «Magic mascara», «unforgettable eyes». Сегодня у многих тушей гипербола, дополненная графоном, содержится уже в названии: LASH SENSATIONAL SKY HIGH, THE COLOSSAL, GREAT LASH. Действие рекламы зиждется на том, что визуальные изменения заметны быстро и легко.

В сегменте уходовых средств гипербола чаще всего представлена в рекламе антивозрастных и омолаживающих средств. Преувеличение скрывается в сроках получения эффекта. Например, компания POND'S использовала слоган: «Look younger in 7 days», привлекая клиентов, жаждущих скорейшего омоложения. И продажи данного средства увеличивались несмотря на то, что стать моложе с помощью крема невозможно в столь сжатые сроки и без хирургического вмешательства, а компания и не претендовала на то, что содержание рекламного текста –





правда. Даже здравомыслящие, образованные клиенты порой прислушиваются к подобного рода гиперболам.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что гипербола – это очень сильное стилистическое средство в контексте косметической рекламы. Оно действительно способно стимулировать рост продаж благодаря наличию у потенциальной целевой аудитории желания и готовности приобрести поистине уникальный продукт, способный дать видимый результат в короткие сроки.

## **ВЫРАЖЕНИЯ ДЛЯ «ВЗРАЩИВАНИЯ» СЛОВАРНОГО ЗАПАСА**

Кунгурова П.В., гр. СКЛ-119к

Научный руководитель: ст. преп. Имашева О.А.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Фразеологизмы, как устойчивые сочетания слов, исторически сложились несколько веков назад, и продолжают свое развитие до сих пор. Их происхождение напрямую связано с традициями, менталитетом, культурой той или иной страны.

Так, на примере культуры Великобритании, можно проследить за наиболее значимыми культурными аспектами и их влиянием на обогащение английского языка, одним из наиболее важных и влиятельных является садоводство.

Садоводство сейчас имеет такую же ценность для англичан, как и культура чая и пабов. Все слои общества в равной степени заинтересованы темой культивирования растений, начиная от королевской семьи с их роскошными палисадниками, и заканчивая обычными рабочими, которые облагораживают задний двор дома.

Таким образом, получив широкое распространение в обществе, такой культурный аспект, как садоводство, внес большой вклад в обогащение языка. Одна из старинных мудростей гласит: «If you would be happy for a week take a wife; if you would be happy for a month kill a pig; but if you would be happy all your life plant a garden».

Существует огромное количество выражений и фразеологизмов, которые появились благодаря развитию садоводства, рассмотрим некоторые из них:

- 1) Don't let the grass grow under your feet – не теряй время зря;
- 2) To nip something in the bud – пресечь что-то на корню, пресекать на ранней стадии;
- 3) To reap the harvest of something – пожинать плоды чего-то;
- 4) To be as fresh as a daisy – энергичный, бодрый, как огурчик;
- 5) The grass is always greener on the other side of a fence – хорошо там, где нас нет;



б) Never a rose without a/the prick/thorn – не бывает жизни без огорчений.

Изучение таких выражений невероятно важно для понимания культуры, ценностей другой страны, так как подобные изречения складываются самим народом и напрямую отождествляют их культурно-исторический код.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТАФОР В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ**

Курбакова А.А., гр. СКЛ-218

Научный руководитель: ст. преп. Имашева О.А.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Изучение метафоры как важного средства эффективного инструмента риторики продолжает занимать значимое место в исследованиях дискурса. Метафорология стала одним из наиболее перспективных направлений в современной лингвистике.

Большое влияние на ученых оказала концептуальная теория метафоры. Она позволила доказать тезис о центральной роли метафоры в конструировании социальной и политической реальности. На ее основе вырабатываются новые подходы к изучению метафоры в дискурсе, такие как критический анализ метафоры и метод выявления диагностического потенциала метафоры для обсуждения социально-политических вопросов. Отмечается, что до XX века метафора, в основном, обсуждалась философами и риториками как фигура речи, чтобы украсить то, о чем говориться в тексте, либо как способ проявления творческого потенциала языка, который может приводить к двусмысленности или недопониманию содержания, и даже искажению истины. В середине XX века метафора стала предметом активных исследовательских поисков. Лингвисты начали переосмысливать ее сущность. В этот период появляется множество теорий и подходов к ее изучению, доминирующим из них стал когнитивный.

Исходя из того, что в политическом дискурсе каждая языковая единица является прагматически обусловленной, исследователи выделяют как окказиональные, то есть авторские (речевые) метафоры с эксплицитным эмоционально-экспрессивным звучанием, так и конвенциональные (языковые) метафоры со «стертой» образностью. Стоит отметить, что конвенциональные метафоры косвенно влияют на сознание публики, заставляя ее делать тот выбор, который является наиболее выгодным для говорящего. Выявление метафор способствует определению метафорических моделей в тексте.

Можно выделить пять основных типов метафор в политическом дискурсе: метафора персонификации, метафора природы, метафора движения, метафора строительства и медицинская метафора.



В зависимости от функционально-коммуникативных особенностей речи метафоры способствуют порождению у слушающих или читателей необходимых для «нужного» восприятия текста эмоций. Они помогают автору текста оформить политические идеи наиболее эффективным и доступным образом, а также обеспечивают структурную и смысловую оригинальность текста.

## **ВЛИЯНИЕ СНА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАПОМИНАНИЯ ИНОСТРАННЫХ СЛОВ**

Кутейников Д.В., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В современном мире, которым правит глобализация и мультикультурализм, практически каждый человек понимает, что незнание иностранных языков лишает его многих преимуществ в различных жизненных сферах, но далеко не у всех хватает времени исправить эту проблему. Целью данной работы является изучение эффективности методики запоминания иноязычных слов во время естественного сна, предлагая обучение во сне как одно из средств для ускорения процесса познания языка.

Идея использования гипнопедии как инструмента для изучения иностранных языков стала популярна относительно недавно. Ключевые исследования на эту тему были проведены в двадцатом веке такими учеными, как Близниченко Л.А. и Свядоц А.М. Проводя свои собственные эксперименты и никак не консультируясь друг с другом, им обоим с одинаковым успехом удалось доказать, что спящий человек способен воспринимать речь, которая впоследствии усваивается и сохраняется в памяти с результатом, сравнительно равным обыкновенному изучению материала. Эти данные позволили Близниченко разработать методику обучения людей иностранным языкам во время сна. На практике оказалось, что при соблюдении правильного режима, включающего такие вещи, как фиксированное время отхода ко сну и пробуждения, ночное прослушивание речей преподавателя, утреннее повторение и следующее за ним закрепление нового материала днем, студент узнавал в среднем несколько десятков новых слов за ночь.

Кроме того, рядом других экспериментов, связанных с обучением во время сна, было доказано так же и повышение качества самого сна. К примеру, улучшенные рефлекс засыпания и пробуждения в определенное время.

Таким образом, на данный момент следует признать гипнопедию и методику Близниченко, в частности, заведомо недооценённым и незаслуженно забытым методом заучивания, так как проведенные



исследования подтверждают эффективность запоминания новых иностранных слов во сне, а потенциал современных технологий и непременно растущий темп жизни подталкивает общественность на рациональное использование ночного времени суток.

## **ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРАКТИКЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

Лакеева К., гр. СКП-120

Научный руководитель доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В настоящее время непрерывно развивается интернет-пространство, следовательно, возрастает роль социальных сетей в жизни человека. Социальная сеть – средство массовой коммуникации и передачи информации. Среди учеников и преподавателей популярностью пользуются такие сервисы как «ВКонтакте», «Instagram» и «Facebook».

Эффективность применения социальных сетей в образовательном процессе обуславливается удобством и простотой использования различных площадок. Социальные сети позволяют преподавателям создавать общий чат со студентами, где публикуется различного рода информация, как учебные материалы по иностранному языку, так и какие-либо организационные моменты.

Помимо общих чатов, социальные сети предоставляют преподавателям возможность индивидуальной работы со студентами, что в свою очередь помогает выявить пробелы в знаниях учеников и заполнить их, и впоследствии, повысить уровень иностранного языка студента.

Также социальные сети предоставляют широкие возможности для самостоятельного изучения студентами иностранного языка. Например, существует площадка под названием «Tandem», специально созданная для языкового обмена. Tandem позволяет вести переписку с носителем любого языка, что является огромным толчком в развитии уровня иностранного языка студентов, ведь общаясь с носителем, можно пополнить свой запас сленговых слов и узнать много нового о культуре страны изучаемого языка.

Кроме того, в социальной сети «ВКонтакте» существует огромное количество разнообразных групп по изучению иностранного языка, где публикуются обучающие видеокурсы, вебинары и лекции.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

Лунина В.В., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е. В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации



Изучение английского языка стало неотъемлемой частью современного мира. Английский язык является международным языком, и его знание обеспечивает не только более комфортные путешествия и свободную коммуникацию, но и построение успешной карьеры.

Одной из основных проблем, возникающих в процессе изучения английского языка, является потеря мотивации у студента. Это происходит из-за использования устаревших методов обучения. Традиционные методики проводят жирную черту между теорией и практикой, причем теория тоже подразделяется на отдельные темы, которые не пересекаются. Геймификация является новейшей технологией организации учебного процесса, помогающей сохранить интерес к освоению иностранного языка.

Геймификация в обучении – применение игровых правил, используемых в современных онлайн-играх, для мотивации учащихся и достижения реальных образовательных целей в курсе изучения учебного предмета. Говоря об изучении иностранного языка, геймификация подразумевает тесное переплетение теории и практики построение учебного процесса таким образом, что новый материал основывается на уже изученном.

Геймификация основывается на том, что делает любой процесс похожим на игру, воодушевляет и мотивирует людей, даёт им интерес и желание работать над чем-либо дальше, но, по сути, игрой не является. Главное преимущество данного метода в том, что любое действие можно превратить в привычку, используя элемент игры в наскучившей, казалось бы, деятельности. В процессе игры студенты не только запоминают новые слова, выражения или правила, но также развивают внимание, память, мышление, наблюдательность и, безусловно, творческие способности.

В геймификации обычно используются элементы игрового оформления для улучшения взаимодействия с учеником, организационной производительности, повышения эффективности обучения. Исследования по геймификации показывают, что большинство из них находят положительное воздействие на индивидов.

Исследователи из Наньянского технологического университета в Сингапуре изучили эффективность современных геймифицированных приложений для изучения второго языка. Они обнаружили, что эти приложения имеют преимущества для результативного обучения и что то, как информация строится сама по себе, может усилить ранее усвоенные уроки.





## **СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДОВ СОНЕТА №3 УИЛЬЯМА ШЕКСПИРА**

Мацкевич А.М., Черкасова А.С., гр. СКЛ-120

Научный руководитель: доц. Герасимова С.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В данной работе рассмотрены варианты переводов вышеуказанного сонета, которые сопоставлены с оригинальным текстом. В результате удалось выявить сходство и различия между оригиналом и существующими переводами. На первом этапе исследования были выделены ключевые слова и стилеобразующие тропы сонета, которые нужно бережно сохранить в переводе. На втором этапе они были сопоставлены с их русскими эквивалентами. В работе проанализированы лексические трансформации, характерные для стихотворных переводов, и мастерство поэтов-переводчиков, которые смогли обойтись минимумом подобных трансформаций.

Работа выполнена в виде таблицы, которая позволяет:

ознакомиться с вариантами текста первоисточника и переводами С. Маршака, М. Чайковского, А. Финкеля, Н. Гербеля, а также нашим переводом, предельно приближенным к подстрочнику, но передающим формальные особенности оригинала, такие как размер, тип рифмовки, жанр;

сравнить текст сонета в целом и отдельные его строки и строфы на уровне смысла: значимые слова оригинала и их русские эквиваленты для упрощения понимания выделены разными цветами;

сделать вывод о точности и близости вариантов перевода к оригинальному тексту, дать краткую общую оценку переводов.

Таким образом, в работе представлен поэтапный разбор с подробным анализом всех выбранных вариантов текстов, отмечены особенности каждого перевода и их близость между собой, а также сделана попытка объяснить те или иные сходства и различия между текстами.

В результате подобного анализа было установлено, что самым близким к оригиналу является перевод Александра Финкеля, по которому можно судить о шекспировском сонете наиболее полно.

## **ИЗУЧЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ЧЕРЕЗ ВИДЕОИГРЫ**

Мельникова Е.С., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е. В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Многие до сих пор воспринимают компьютерные игры, как пустую трату времени, отвлекающую от учебного процесса, упуская из виду тот факт, что во время игры информация воспринимается и запоминается в несколько раз быстрее и эффективнее, Компьютерные игры положительно



вливают на изучение английского языка, расширяют словарный запас игроков, совершенствуют их слухо-произносительные навыки.

Во время игры мозг использует очень сложный алгоритм запоминания, и любая свежая информация образует ассоциативные цепочки связей со сведениями, которые уже находятся в постоянной памяти. Чем больше ассоциаций формируется, тем лучше закрепляются новые знания.

Компьютерные игры являются средством совершенствования английской речи, и они поддерживают интерес к изучению английского языка, дают ему возможность в своём темпе учиться понимать английскую речь на слух, правильно и красиво читать, говорить на английском, а также запомнить нужные английские слова – и всё это в игровой форме.

Можно отметить следующие положительные Плюсы в изучении английского языка через видеоигры:

1. Игры увеличивают словарный запас (Во время игры человек обрабатывает большой объем лексики. Если игроку интересно, и он хочет разобраться в сюжете, то обязательно посмотрит неизвестные термины в словаре).

2. Игры улучшают восприятие на слух (Слушая диалоги персонажей, тренируются навыки аудирования).

3. Игры упрощают восприятие грамматики (Грамматические конструкции, идиомы и интересные фразы, которые используют игровые персонажи, откладываются в памяти).

4. Играющий погружается в языковую среду (Это помогает не просто учить английский, а думать на нем).

Подводя итог, следует отметить, что видеоигры вызывают эмоции, а эмоции способствуют появлению ярких ассоциаций. Высокий интерес и эмоциональный фон создают благоприятные условия для усвоения информации. Таким образом запоминание происходит без лишних усилий.

## **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ВОЙНЫ В КОМИКСЕ Х. КУРЦМАНА И А. ТОТА «УМИРАЮЩИЙ ГОРОД!» («DYING CITY!»)**

Мельников Д.Г., гр. СКЛ-118

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Комикс «Умирающий город!» («Dying City!») был впервые опубликован издательством EC Comics в журнале комиксов на военную тематику Two-Fisted Tales (выпуск #22) в 1951 г. Его авторы – американский писатель, комиксист, карикатурист, сценарист и издатель Харви Курцман и художник Алекс Тот, не менее популярный комиксист 40х-50х гг. XX в.

Сюжет истории разворачивается во времена Корейской войны (1950-1953). В центре сюжета – корейская семья в городе, охваченном войной. Главные персонажи – юноша Ким, вдохновленный революционными



настроениями, и его дедушка, выступающий против военных действий. Ким отправляется на театр военных действий в составе северокорейской армии с целью освободить страну от американских интервентов. Вернувшись домой, он узнает, что его родители и младшая сестра погибли, а сам он получает ранение и затем умирает. Дедушка в данной истории представляет позицию автора и его главный посыл – война несёт лишь смерть.

Авторы комикса прибегают к различным лингвостилистическим и художественным приемам с целью раскрыть тему войны наиболее ярко и живо. Например, выделение жирным шрифтом (графон). На лексическом уровне широко используются метафоры, метонимии и эпитеты для раскрытия основного конфликта комикса – сути войны. На синтаксическом уровне выделяются перечисление, последовательный лексический повтор и эпифора, которые выражают пик эмоциональной напряженности говорящего, а также эмотивная пунктуация (использование исключительно восклицательных знаков в конце предложения).

Поскольку комикс представляет собой единство вербальной и визуальной информации, необходимо отметить то, как вышеупомянутые лингвостилистические средства сочетаются с изображениями. Например, изображение может отвечать за прямой смысл высказывания, а вербальное – за переносный, тем самым создавая единое целое. Контрасты теней олицетворяют жизнь и смерть. Прямые резкие линии и переходы «действие – действие» между рамками передают эффект войны наиболее ярко.

Подводя итог анализу данного комикса, можно сделать вывод, что с помощью различных лингвостилистических и художественных приемов, авторам Х. Курцману и А. Тоту удалось изобразить войну как символ смерти и разрушения. Такая репрезентация войны полностью противоречила тенденциям милитаристски настроенного военного комикса США 1950-х гг.

## **ПСИХОЛИНГВИСТИКА РЕКЛАМЫ И ПРОПАГАНДЫ**

Морозова И.Г., гр. СКЛ-118

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Развитие рыночной экономики стимулирует рекламную индустрию, как связующие звено между производителем и потребителем, что формирует необходимость изучения и выяснения особенностей практического применения психолингвистики в формировании рекламного текста с целью усиления влияния на аудиторию. Можно выделить несколько задач рекламы: привлечение и удержание внимания, установление эффекта доверия реципиента к источнику рекламы, создание конкретного имиджа, формирование необходимых образов в сознании целевой аудитории. К тому же, крайне важно задействовать одновременно несколько каналов



восприятия информации, то есть, помимо текста задумываться и о визуальной составляющей. Для создания качественной и убедительной рекламы необходима серьезная исследовательская работа, связанная с социальной психологией и психологией личности. Сущность процесса рекламы с психолингвистической стороны заключается в определенном воздействии на психику ее реципиента, способном вызывать желаемые изменения в его сознании в целом. Термин, близкий психолингвистике по значению – это языковое манипулирование. Если бытовая коммуникация – это обмен определенной информацией между говорящим и слушающим, преследующими собственные цели, то языковое манипулирование – это осознанное использование особенностей языка с целью скрытого, то есть, неочевидного для адресата, воздействия на него в необходимом для говорящего направлении. Управление внутренней активностью слушающего целесообразно воспринимать как координирование его мыслительного процесса или как побуждение его к формированию мыслей, важных для субъекта речевого воздействия. Общность сознаний коммуникантов, потенциально необходимая для построения речевого общения, состоит из общности знаний о мире и языке. Грамотная реклама должна учитывать следующие составляющие: мотив, интерес и доступность. Иными словами, первое – причину, по которой реципиент обратит свое внимание на рекламу, второе – способы задержать это внимание как можно дольше и вызвать заинтересованность потенциального покупателя, и третье – использование понятных и близких для целевой аудитории образов. Любой правильно оформленный текст должен быть структурирован, создавая единый, связный и логически обоснованный образ.

## **ФЕМИНИЗМ В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ**

Невредимова Е.С., гр. СКЛ-119к

Научный руководитель: ст. преп. Мутовкина Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В 90-х годах XX столетия возникла отрасль современной науки – лингвокультурология. но предпосылки ее развития были заложены еще в трудах Вильгельма фон Гумбольдта, А.А. Потебни, Э. Сепира, В.Н. Топорова, Н.И. Толстого и других отечественных и зарубежных исследователей, выдвигавших идею изучения культуры через язык.

В лингвокультурологии изучение концепта феминизма начинается с уточнения понятий: «женщина» и «мужчина». Они характеризуются неразрывной связью с исследованием двух других концептов – «мужественности» и «женственности» (маскулинности и фемининности). Объединяя в себе совокупность противоположных начал,



«мужественность» и «женственность» являются фундаментальной оппозицией человеческой культуры.

Вся традиционная западная культура маскулиноцентрична, что в первую очередь сказывается на языке. Во многих европейских языках понятие «человек» ассоциируется только с мужчиной (английское a man, немецкое ems-Man, французское homme – мужчина и человек). В русских лексемах «мужчина» и «женщина» также отразилась андроцентричность культуры.

Следует отметить, что сравнение женщины с мужчиной придает ее образу положительные коннотации: например, girlFriday – (по аналогии с manFriday) – «помощница, надежный работник», bachelorgirl – «одинокая девушка», живущая самостоятельно». Однако употребление «женских определений по отношению к мужчине содержит в себе явную негативную оценку: например, weaksister – «ненадежный человек». Именования женщин, несущие положительную коннотацию, присутствуют в английском, и в русском языках: например, beautifulsex, softersex, one'sbetterhalf эквивалентны соответственно русским фразеологизмам прекрасный пол, слабый пол. Например, в славянских языках слово «женщина» изначально имело негативную коннотацию презрения или пренебрежения, характерную для всех слов, оканчивающихся на -щина (деревенщина, казенщина). Но по мере развития общества, словом был утрачен этот смысл. Для русских женщин существенными чертами продолжают оставаться красота, любовь, самоотверженность, материнство.

## **РОЛЬ МЕМОВ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ**

Погодина О., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В настоящее время интернет-мемы это непрерывно развивающееся социальное и культурное явление. Мем (англ. meme) – комплексная единица значимой для культуры информации, которая состоит из двух компонентов вербального и невербального, представляется возможным рассмотреть интернет-мемов и с лингвистической точки зрения. Использование интернет-мемов в качестве средства визуализации при изучении иностранных языков все стремительней набирает популярность.

Эффективность использования мемов в изучении иностранного языка обуславливается развитием ассоциативного и наглядно-образного мышления. При применении мемов в обучении задействуются интересы обучающихся; в коллективе происходит сближение как самих учеников, так и педагога с классом Информация подается в развлекательной форме, что способствуют ее лучшему усвоению. Кроме того, мемы часто отражают проблемы современного мира и заставляют задуматься, побуждают к





созданию проектов, расширяя кругозор обучающихся. Возможности применения мемов в обучении иностранному языку достаточно разнообразны. Учащиеся могут выполнять задания, связанные с их созданием, нахождением и/или исправлением ошибок, выявленных в текстах мемов, выбирать из нескольких более подходящие. Учитель может использовать их при объяснении материала, привлекая внимание учащихся, делать подборку по темам, преподнося новую лексику. Кроме того, мемы – это возможность обучения с помощью ассоциаций. Таким образом ученики смогут запомнить не только новые слова или грамматические правила, но и идиомы и фразовые глаголы, которые у многих вызывают затруднения.

В заключение следует отметить, что применение мемов в преподавании иностранных языков соответствует принципу наглядности, который всегда был одним из основополагающих принципов изучения иностранных языков и представляется перспективным инструментом, способным повысить эффективность процесса обучения и сделать его более приятным и в какой-то мере занимательным.

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СУБТИТРОВ В КИНОФИЛЬМАХ**

Остапенко А.А., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Необходимость перевода кинофильмов на иностранные языки возникла практически одновременно с появлением кинематографа. Как только показ движущихся на экране объектов превратился из простой демонстрации одного из важнейших изобретений в коммерческое начинание, появилась необходимость донести данное изобретение до как можно большего числа зрителей. Поэтому можно утверждать, что проблема перевода кинофильмов существует более века. В настоящее время наиболее распространены такие виды перевода фильмов, как дубляж, перевод с помощью субтитров и «пиратский» перевод.

Перевод с помощью субтитров является старейшим способом перевода, поскольку долгое время являлся единственно доступным с технической точки зрения. На постоянной основе субтитры используются при переводе кинофильмов с 1929 года.

Субтитры – это текстовое сопровождение видеоряда на языке оригинала или переводное, дублирующее и иногда дополняющее, например, для зрителей с нарушенным слухом, звуковую дорожку кинофильма или телепередачи. В субтитрах отражена прежде всего речь людей и персонажей в кадре.

Следовательно, субтитры бывают двух видов: те, которые воспроизводят речь персонажей на языке оригинала, а также те, которые являются переводом фильма на язык, понятный носителям, составляющим



зрительскую аудиторию фильма. В данной статье рассматривается второй вид субтитров, так как именно он представляет интерес с точки зрения теории перевода.

Переводчикам необходимо учитывать особенности устной речи персонажей фильма, адаптируя их к требованиям представления субтитров на экран: адекватный перевод шуток и устойчивых выражений, трансформация идиом и аллегорий. Это позволяет сделать смысл и суть фраз понятными и простыми для восприятия.

Перевод кинофильмов с помощью субтитров является широко распространенным способом перевода. На основании жанровых особенностей субтитров следует учитывать художественный вид перевода, его особенности, а также технические требования к представлению субтитров на экране.

## **СОНЕТЫ ШЕКСПИРА КАК ОТРАЖЕНИЕ КУЛЬТУРЫ РЕНЕССАНСА**

Поликарпова С.И., гр. СКЛ-119

Научный руководитель: ст. преп. Мутовкина Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Творчество Уильяма Шекспира является основополагающим для современной поэзии, драматургии и литературы в целом. В данном исследовании раскрывается историческая значимость именно сонетов. Удивительно как через малую лирическую форму писатель способен передать дух эпохи Возрождения. Сонеты У. Шекспира не только могут затрагивать струны души при прочтении, но и передавать картину эпохи и потому обогащать человека исторически.

Шекспир, как представитель данной эпохи стремился создать новое мировоззрение, основанное на принципах развития личности, её освобождения от опеки, религии и личности. Интеллектуальные деятели называли себя гуманистами (от лат. *humanus* – человеческий), подчеркивая этим словом светский характер создаваемой ими культуры, устремленность к чисто человеческим, земным идеалам. Слово «гуманизм» приобрело свое основное значение – «человечность» в смысле утверждения свободы и прав личности. Весьма характерной чертой деятельности гуманистов эпохи Возрождения являлось «открытие мира и человека». В эпоху Возрождения происходил широкий общественный подрыв духовной диктатуры церкви, который вел от преобладания религиозного сознания к формированию сознания, исходящего из земных, материальных и духовных, интересов человеческого общества, гармоничного развития человека и его интеллектуального совершенствования.

На примере 66 сонета можно представить себе историческую эпоху и отношение писателя к ней. Здесь, поэт обращается к другу, однако посыл У.



Шекспира – ко всем современникам. «Tired with all these» (уставший от жизни – пер. автора) читаем в первой строке, то есть Шекспир отягощён тем, что видит вокруг. Данный сонет один из немногих имеет остросоциальный подтекст. Поэта злит, что у власти стоит «needy nothing» (духовное ничтожество – пер. автора), и эти люди могут позволить себе любую роскошь, такую как «misplaced honors» (почести – пер. автора). К тому же здесь Шекспир упоминает об искусстве, которому власть связала язык (примером чего стала ситуация освещения события 1572 года, когда Елизавета I принимает акт о наказании бродячих артистов). Таким образом, сонеты Шекспира отразили ситуацию современной ему культуры Ренессанса.

## СЕМАНТИКО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ КОНЦЕПТА В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Рожковская Э.Д., гр. СКЛ-117

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Человеку свойственно познание окружающего мира через призму своего собственного восприятия. Благодаря этому – мир отдельного человека будто окрашен в разнообразные краски. Мир является результатом взаимоотношений человека с окружающей его средой, а картина мира – является результатом обработки информации и конструирования некоторых познаний о реальности. Уместно заметить, что картина мира – совсем не «картинная галерея» человеческих представлений, а сама деятельность изучения мирообразования. Используя накопленный опыт, человек формирует его в те или иные концепты, которые, в итоге, образуются в концептуальную многообразную среду, которую человек форматирует, улучшает и перестраивает постоянно.

Также следует дать определение термина «концепт». Концепт (от лат. Conceptus – мысль, понятие) – смысловое значение имени (знака), т.е. содержание понятия, объект которого есть предмет (денотат) этого имени. В изучении концепта выступают два основополагающих направления: лингвокультурное и конгитивное.

Касательно языкового коллектива, у «софийного» человека, в первую очередь, появляется статичное представление концепта как общеэтнической, общезыковой константы. Концепт представляется как «сгусток» национально-культурного смысла, «ячейка культуры», по словам Ю.С. Степанова.

Концепт, будучи ментальной деталью, иначе говоря, является результатом того, как человек производит осмысление окружающей его реальности на основе этнического, социального и индивидуального опыта.



Таким образом, эта совокупность, в итоге, приобретает индивидуальную личностную значимость. Концепт представляется как первоочередное звено культуры в ментальном мире человека.

Концепты находятся под влиянием прочих концептов и самостоятельно трансформируются. Конструируется спустя время и число концептов, и объем их содержания. Последовательное построение концептуальной системы в сознании находит ответ в принципах логики. Именно это и определяет доступность логического перехода от одного концепта к другому, выявление одних концептов через другие, выстраивание новых концептов на основе ныне существующих. Т.е. возникновение концептов формирует тип культуры, и наоборот культура запускает механизм производства концептов.

## **ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НЕВЕРБАЛЬНОЙ СЕМИОТИКИ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

Рябова В.А., гр. СКЛ-117

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Как известно, общение является одним из важнейших элементов жизнедеятельности. В широком смысле коммуникация может происходить как вербально, так и не вербально. Процесс общения, в котором применяются иные способы передачи информации, называется невербальной коммуникацией. Наука, изучающая невербальное поведение индивидов, называется невербальной семиотикой. Выделяются частные науки, которые входят в состав невербальной семиотики: паралингвистика, кинесика, окулесика, аускультация, гаптика, гастика, ольфакция, проксемика, хрономика, системология.

В данной работе мы рассматриваем лексические и фразеологические единицы языка, с помощью которых описывается несловесное поведение человека (эмоциональное состояние индивида в виде движений глаз, изменений мимики, жестов рук и ног и различных телодвижений) в различных ситуациях. Найденные примеры проявления эмоций мы классифицировали по специфическому содержанию (модальности): радость, удивление, страх, отвращение, стыд. Так, радостные эмоции, несомненно, связаны с улыбкой и смехом: *Smile from ear-to-ear* – Улыбаться во все 32 зуба; *To laugh till one cries, to double up with laughter* – сгибаться, корчиться от смеха. Кроме того, взгляд также может сказать о положительном настрое человека: Глаза блестят – *with blinking eyes*. Удивление, замешательство или даже страх отражаются в следующих фразеологических оборотах: Глаза на лоб полезли - *smb's eyes nearly popped out of his head*; Делать большие/круглые глаза – *to be amazes, to be all eyes*;



Разинув рот – the mouth drops open, open-mouthed. Такая эмоция как отвращение или неприязнь проявляется на лице человека с помощью движения носа, бровей и губ/рта: Поморщиться – wrinkle / crinkle one's nose, to screw up one's face; Скривить губы/рот – curl lip/mouth; Нахмуриться, насупиться – bend one's brows, knit one's brows.

Чувство стыда или смущения, которое человек испытывает человек за свои неправильные поступки, действия передается в данных устойчивых выражениях: не знать, куда глаза девать – hide head, сгорать от стыда – to burn with shame, поджать губы – purse up one's mouth.

Таким образом, исследование лексических и фразеологических элементов языка, которые описывают невербальное поведение, помогли получить дополнительную информацию о внутреннем мире человека, его чувствах и эмоциях в данный момент, лучше понять его коммуникативные намерения.

## **ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

Санкавец А.Н., гр.СКЛ-116з

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Последние события, происходящие во всем мире, порождают абсолютно новые социальные практики. Особенно сильно это отразилось на межкультурной коммуникации – серьезные ограничения живого межкультурного общения способствуют обособлению каждой отдельно взятой страны. Соблюдение мер безопасности при личном общении приучило людей выражать эмоции только глазами и голосом (так как нижняя половина лица скрыта). Изменилась культура приветствия – рукопожатие и объятия сменили касание локтем и голосовое приветствие с соблюдением определенной дистанции. Использование социальной дистанции оказало серьезное влияние на национальную культуру всех стран – где-то в меньшей степени (Япония), где-то в большей (Испания). В связи с этим при окончании пандемии и открытии границ потребуются пересмотр правил межкультурного общения. Также при ограниченном межкультурном контакте продолжает развиваться язык. В связи с широким доступом к интернету межкультурное общение перетекло в сферу технологий. Удаленная работа позволила освободить часть времени, которое люди готовы потратить на углубление культурных знаний. В явной форме это можно увидеть при просмотре статистики языковых онлайн-школ. Онлайн-кинотеатры стали более широко востребованы – а кино с момента своего появления несет культурную печать страны создания фильма, наряду с книгами. Массовые мероприятия перестают быть таковыми. Праздники, карнавалы, которые ранее посещали большое количество людей со всего





света, и которые служили органично площадкой для живой межкультурной коммуникации, теперь находятся под строгим контролем. Стоит также отметить появление в языке новых слов и выражений, связанных непосредственно с пандемией. При ограничении развития языка во время живого межкультурного взаимодействия, происходит углубление национальной семиосферы. В связи с невостребованностью теряют актуальность такие понятия, как рунглиш, спанглиш и им подобные. В то время как слова «ковидиот», «зумиться», «дистант», «корониалы» и им подобные приобретают всё большую актуальность независимо от течения пандемии.

## **ВАЖНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ**

Скобельцын А.Е., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Куликова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Владение иностранными языками является одним из основополагающих умений, которые сегодня становятся чуть ли не решающим обстоятельством при приеме молодого специалиста на высокооплачиваемую должность. Можно даже сказать, что умение говорить на английском языке является одной из ключевых компетенций «человека XXI века».

Обучение иностранным языкам, в первую очередь английскому, становится возможным для человека еще со школьной скамьи. В большинстве школ английский язык уже появляется в расписаниях первоклассников, однако многие преподаватели и методисты в своих научных статьях и учебниках, например, Сазонова И.Н. в работе «Зачем изучать английский язык с дошкольниками?» сообщают о том, что обучение иностранному языку необходимо начинать с еще более раннего периода детства – с подготовительных курсов школ. Однако, какие для этого есть основания и почему реально стоит вводить иностранный язык в программу, осваиваемую дошкольниками?

Во-первых, одним из ключевых аргументов «За» является тот факт, что программа учеников начальных классов весьма загружена и потому обучение азам английского языка стоит начинать заранее для того, чтобы обеспечить более качественное и эффективное освоение других предметов в будущем.

Во-вторых, дети дошкольного возраста, в силу биологических процессов формирования мозга, более склонны к изучению и запоминанию иностранных языков. Наиболее эффективной методикой преподавания в таком возрасте, также в силу особенностей развития ребенка, является игра.



В-третьих, раннее освоение английского языка оказывает непосредственное влияние на языковую личность ребенка и становится своего рода «пропуском в жизнь», ведь полученные знания помогут не только в будущей учебе и получении престижной специальности, но и станут отличным подспорьем для изучения других иностранных языков.

Таким образом, становится возможным проследить прямую зависимость между эффективностью обучения английскому языку и возрастом ученика – чем раньше начинается учеба, тем существеннее будут ее результаты.

## **ПРИМЕНЕНИЕ ТЕАТРАЛЬНЫХ МЕТОДИК В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ**

Сульимова Д.Б., гр. СКЛ-116з

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Динамичный, быстро меняющийся мир заставляет системы образования искать новые пути и методы обучения, соответствующие современным запросам. И, хотя театр – древнее искусство, его обучающий потенциал использован не в полной мере, сегодня к нему обращаются для улучшения методов обучения разным дисциплинам, в том числе иностранным языкам.

Впервые театральные методы внедрены в систему образования в 1930-е гг. в Великобритании для улучшения памяти, внимания, приобщения к родной истории и культуре и, конечно, для развлечения. В этом главное преимущество этих методик. Вместе с тем развитие психологии и педагогики привело к пониманию того, что методы театра способствуют развитию навыков общения и взаимодействия в группе, снимают напряжение у учащихся, формируют навыки восприятия и адаптации к меняющейся действительности, помогая осознавать себя как личность среди других личностей.

При обучении иностранным языкам применяются следующие театральные методы: элементы обучения технике речи (для формирования и развития произносительных навыков, понимания и реализации функциональных стилей языка в речи), импровизации (по сути, ролевые игры, в которых разыгрываются типовые коммуникативные ситуации, а учащийся должен проявлять адекватную эмоциональную и интеллектуальную реакцию в соответствии с требованиями игры), инсценировки и спектакли (для знакомства и погружения с иной культурой, работы с качественными литературными текстами, решения индивидуальных задач в рамках коллектива). Плюсом является то, что эти методики можно использовать с учащимися всех возрастов, мотивируя их к дальнейшему изучению другого языка, основным минусом – то, что



применение этих методик требует достаточного количества времени, поэтому целесообразнее использовать их в специализированных школах либо в системе дополнительного образования. Однако и в обычных школах можно применять отдельные техники драматизации и постановки речи.

В целом театральные методы повышают эффективность обучения иностранному языку и создают устойчивый интерес к литературе, истории, повседневной жизни другой страны.

## **ЯЗЫКОВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Торосян К.А., гр. СКЛ-217

Научный руководитель: доц. Пак Е.С.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Манипулирование общественным сознанием – это тип воздействия на человека, целью которого является убеждение собеседника в чем-либо для получения собственной выгоды.

В большинстве случаев на успешное манипулирование влияет несколько факторов, но одним из важнейших средств считается речь и, как следствие, языковые средства, которые употребил говорящий. Такой тип воздействия называется языковым или речевым манипулированием, когда с целью изменить мнение слушающего говорящий прибегает к суггестивному употреблению языка, что подразумевает скрытое речевое воздействие. При этом конкретных языковых приемов, предназначенных для манипулирования, не существует, но практически каждый из них может быть применен с такой целью.

Языковое манипулирование в полной мере встречается в политическом дискурсе, где очень важно правильное использование речевых средств на каждом уровне языка. Отбор стилистических приемов, которые будут использованы в речи политика, зависит от его цели, но, тем не менее, есть те средства, которые встречаются чаще остальных, так как помогают передать завуалированное представление о чем-либо или же косвенную оценку. Например, основным приемом, к которому прибегают в политике, считается метафора, потому что она сильно влияет на мышление людей, помогая создавать ассоциативные связи и формулировать у них необходимое мнение. Кроме того, в политике часто встречаются различного типа повторы, в особенности, синтаксический параллелизм. Таким образом обращается внимание слушающего на то, что действительно важно, по мнению оратора. Также широко используются стилистические средства, которые влияют на появление определенных эмоций, то есть риторические вопросы и восклицания. Благодаря этому оратор заставляет слушающего размышлять о проблеме или же думать, что это равная беседа, вовлекая его в активное обсуждение.



Итак, любой политик хочет не только передать информацию, но и убедить слушателя в правдивости своих слов, что и определяет использование тех или иных стилистических средств. Одновременно с этим нужно не забывать о том, что человек любит принимать решения сам, из чего следует, что одним из условий речевого манипулирования в политике является воссоздание иллюзии свободы выбора.

## **БРИТАНСКИЙ ПАНК-РОК: ЛИНГВОКУЛЬТОРОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД**

Туганова П.А., гр. СКЛ-218

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Зародившись в США, феномен панк-рока в Соединенном Королевстве имел колоссальное значение для дальнейшего развития культуры. От панк-рока произошли другие стили – альтернатива, пост-панк, синти-поп, гранж.

Панк-движение было массовым культурным событием, охватившим всю молодежь во времена экономического кризиса 1970-х гг., сложной ситуации с урбанизацией городов, массовой безработицы или поисками лучшей работы. Сформировавшаяся идеология и часто провокативные тексты панк-рока породила всплеск беспорядков и стачек, группы вдохновляли людей меняться, а также что-то улучшать в обществе. Радикальные, неординарные выходки музыкантов обсуждались в обществе, которое тяжело воспринимало утрату традиционных ценностей и изменение сложившихся устоев.

Всемирно известные Sex Pistols, импресарио Малкольм Макларен и дизайнер Вивьен Вествуд создали модную мекку для молодежи: магазин, который продвинул панк-стиль – кожаные вещи с шипами, футболки с провокационными надписями, ирокезы и рубашки со свастикой. Sex Pistols эпатировали публику у телеэкранов и в общественных местах обценной лексикой. Они дебоширили и бунтовали, ведя себя нарочито грубо и чересчур откровенно. Правительство отрицательно реагировало на вызывающие выходки музыкантов, не желающих мириться с официальной политикой, но панк это не остановило.

Группа The Clash во главе с Джо Страммером пытались сделать панк геополитическим протестом для того, чтобы изменить мир, успешно боролись за права женщин быть на равных с мужчинами в бизнес-индустрии.

Но время классического панк-рока оказалось коротким, слава и популярность стали резко падать, а группы меняли жанры и стили направления, чтобы удержаться на плаву. Появился пост-панк (The Cure, The Smiths, Joy Division); синти-поп прочно оккупировал всю нишу 1980-х



гг, став одним из самым популярных видов музыки (Duran Duran, Soft Cell, Deseche Mode, Pet Shop Boys), а также гранж 90-х, зародившийся в США.

В Великобритании панк-рок нес важный социальный посыл, музыканты открыто высказывались против истеблишмента, а их стиль стал образцом дерзости и воплощением принципа никогда не сдаваться. Язык улиц, рок и мода изменились, хотя современные артисты до сих пор обращаются за вдохновением к панк-движению, которое изменило не только музыку, но и мировоззрение людей, подарив расширение представлений о либеральных ценностях, сексуальную и моральную свободу.

## **ЛОНДОН ПОСЛЕ ВЕЛИКОГО ПОЖАРА 1666 г.: НОВЫЙ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ЛАНДШАФТ**

Филимонова Н.В., гр. СКЛ-119л

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Великий пожар в Лондоне (2-6 сентября 1666 г.) – событие, способствовавшее изменению канонов городского строительства Англии и формированию облика столицы. В результате многодневного пожара выгорел север города и Сити, 90% жителей этой части Лондона потеряли кров. Хотя из соображений экономии деловой центр было решено восстановить в прежнем виде, послепожарный Лондон открыл новые возможности для английской архитектуры и градостроительства

Во-первых, изменился принцип строительства: учитывались требования пожарной безопасности, стали использовать кирпич и камень вместо дерева, построены более широкие улицы, открытые и доступные причалы вдоль Темзы с доступом к реке. Отказались от джеттинга (нависающих друг над другом верхних этажей). Обращают внимание на гигиену. Во-вторых, восстановление старых зданий было поручено профессионалам, в частности Кристоферу Рену (1632-1723). Его план основывался на лучших примерах градостроительства эпохи барокко в Италии и Франции. Главными произведениями были собор Святого Павла, колокольня Сент-Мэри-ле-Боун и Памятник Великому Лондонскому пожару. При этом собор Св. Павла перестраивался уже как главный храм англиканской церкви, Рен отошел от католических архитектурных канонов, но отдал дань красоте стиля барокко. В-третьих, значительные нововведения были произведены в социально-экономической сфере. С 1667 г. по 1672 г. был создан специальный «Пожарный суд», который разбирал споры о владении имуществом и платежах за реконструкцию. в 1667 г. Николасом Барбоном была учреждена первая в Англии страховая компания. Была организована Лондонская пожарная бригада с пожарными машинами





в виде бочек на колесах с насосами, создана одна из лучших в Европе систем противопожарных гидрантов.

Таким образом, стихийное бедствие стало фактором, повлиявшим на формирование и развитие нового социокультурного ландшафта Лондона, который теперь считается классическим. Лондонцы сумели быстро преодолеть последствия пожара, отметив это сооружением мемориальной колонны. В 1982 г. Питер Акройд написал об этом роман «Великий лондонский пожар». В широком смысле Великий пожар обозначил будущие культурные и социально-экономические сдвиги в обществе XVIII–XIX вв.

## **МЕМЫ КАК КРЕАЛИЗОВАННЫЕ ТЕКСТЫ В СОВРЕМЕННОМ КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ**

Астафурова Е.А., гр. МАГ-Ф-320

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Популярность интернет-мемов растет с каждым днем, они отражают культурные явления, политические события, а также часто вносят новые элементы в популярную культуру, которая позже уже тиражирует это между интернет-пользователями. Как следствие, в лингвистическом сообществе появляется необходимость в научном осмыслении и обосновании этого феномена.

Актуальность исследования обусловлена возрастанием научного интереса к изучению мемов. Активно развивается новая область науки – меметика, которая изучает мемы с различных точек зрения – лингвистической, психологической и социологической.

Объектом исследования послужили креализованные интернет-мемы, данный выбор обусловлен возросшей частотой употребления в киберпространстве.

Целью работы является выявление специфики креализованных интернет-мемов.

Первоначально сам термин «мем» был разработан оксфордским профессором, биологом-эволюционистом Ричардом Докинзом. Некоторые исследователи при этом называют мем средством коммуникации. Еще раз указывая на его важность в интернет-общении, Н.Г. Марченко так же, как и Р. Докинз, называет мем «хранилищем культурных кодов сетевого сообщества».

Интернет-мемы обладают некоторыми характеристиками, типичными для постеров, комиксов, мультфильмов. Этот факт доказывает жанровую связь интернет-мемов с другими креализованными текстами.

Комический эффект достигается, когда пользователь понимает культурный контекст. Наиболее известные мемы при этом могут выходить за пределы интернета. Жизнь мемов чаще всего недолговечна, срок их



службы от нескольких дней до нескольких лет. Они обязательно вытесняются новыми, которые появляются каждый день.

## **СЕМАНТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ СОЗДАНИЯ ИРОНИИ В ПРОЗЕ С. ДОВЛАТОВА**

Атаманова О.Н., гр. МАГ-Ф-319

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Сергей Довлатов является ярким самобытным представителем иронического реализма, сочетающего в себе традиции классической традиции и эксперимента в сфере построения сюжета, типологии персонажей, использовании различных языковых средств.

Ирония является основным компонентом идиостиля С. Довлатова. Для изучения творчества писателя необходимо понять, какие семантические механизмы и приёмы способствуют реализации иронии в повествовании. Материалом для анализа послужил текст записных книжек автора «Соло на ундервуде» – квинтэссенция иронии в коротких зарисовках, анекдотах, наблюдениях, использованных в известных повестях.

Для объективации иронии характерно наличие двух семантических планов: буквальный (эксплицитный) и тайный (имплицитный).

С. Довлатов прибегает к такому экспрессивному средству усиления ироничности текста, как эвфемизация – замена табуированной лексики на стилистически нейтральную. Просторечие и жаргонизмы как характеристика персонажей в экспликации иронии занимает значительное место и является характерной чертой авторского стиля писателя. При анализе текста выявлен также стилистический разнобой текста, организующий стилистическую дисгармонизацию, присущую идиостилю Довлатова.

Просторечие и жаргонизмы как характеристика персонажей в экспликации иронии занимает значительное место и является характерной чертой авторского стиля писателя.

На процесс экспликации иронии влияют также фразеологические единицы, представляющие собой устойчивые выражения; трансформированные фразеологические выражения, образовавшиеся в условиях контекста; фразеологические единицы, возникшие в условиях советского пространства.

Подводя итог, можно сказать, что ирония в художественном тексте может быть эксплицирована посредством разноуровневых языковых средств, содержащих внутренние механизмы формирования иронического смысла.



## РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ УЧИТЕЛЯ В РАССКАЗЕ В.Г. РАСПУТИНА «УРОКИ ФРАНЦУЗСКОГО»

Гаценбиллер В.Р., гр. МАГ-Ф-320

Научный руководитель: ст. преп. Канарская Е.И.

Кафедра Общей и славянской филологии

Рассказ В.Г. Распутина «Уроки французского» (1973) был посвящен учителю автора А.П. Копыловой. Используя факты собственной биографии, писатель создает образ Лидии Михайловны, обладающей простым и общительным нравом, любящей свое дело и учеников, понимающей подлинное назначение учителя.

Рассказчик является ключевой фигурой в произведении, лишь его глазами мы можем видеть других героев. Именно благодаря ему мы узнаём учителя. Основной формой организации дискурса в этой связи является «внешняя» речь, представленная, как правило, в форме реплик в диалоге с рассказчиком; кроме того, рассказчик характеризует невербальное поведение учительницы, которое свидетельствует о ее мыслях и чувствах. Порой слова учителя ребёнок воспринимает неправильно, например, просьба остаться после уроков ассоциировалась у него с наказанием, а призыва сесть за один стол мальчик боялся, как огня.

Анализ языковой личности основывается на разработанной Ю.Н. Карауловым концепции. Первый уровень – вербально-семантический, единицами которого являются отдельные слова как единицы вербально-ассоциативной сети. Слова, которые учитель употребляет чаще других, это «игр(а)» – 11 раз, «рубл(ь)» – 6 раз, «деньг(и)» – 8 раз, «помощ(ь)» / «помоч(ь)» – 4 раза. Второй уровень – лингвокогнитивный. Ассоциативно-смысловое поле концепта «игра» в данном произведении включает такие понятия, как «помощь» и «заработок». При этом первоначальный смысл слова теряется, не процесс важен мальчику и учительнице, а итог. Часто со словом «игра» сопрягаются также такие слова, как «выигрыш», «молоко», «силы». Третий уровень – мотивационный. Лидия Михайловна преподавала главному герою уроки доброты и равнодушного отношения к другим людям. Она старается рассказать больше о себе, чтобы заполучить доверие мальчика: «...Я тут, бывает, прыгаю, скачу. Человек стареет не тогда, когда он доживает до старости, а когда перестает быть ребенком...». Лишь путём спокойного, неформального и непосредственного общения учительнице удаётся добиться своей цели.

Таким образом, реконструкция языковой личности Лидии Михайловны позволяет охарактеризовать ее как подлинного учителя, сохраняющего человечность и готового помочь ученику даже вопреки формальным нормам, предписываемым профессией.



## РУССКИЙ МИР В СКАЗОЧНОМ ДИСКУРСЕ Б.В. ШЕРГИНА

Голованов С.В., гр. МАГ-Ф-319

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Изучение текстов Б.В. Шергина даёт основание определить их как специфическую структуру, в которой отражается мировосприятие человека, живущего на севере России. Для восприятия текстов имеет значение как автор и реципиент «моделируют» знания о мире: во внимание принимаются не только общие типичные схемы практической и коммуникативной деятельности, но и типичные схемы организации внутреннего мира говорящего.

Для коммуникативно-когнитивной парадигмы характерно изучение заложенных в языке практических, теоретических и культурных знаний и опыта, освоенных, осмысленных и вербализованных носителями языка, представленных в языковой картине мира. Природа, близость к морю, геополитический фактор влияет на язык поморов, он отличается особой образностью. Микроконцепт в концептосфере текстов Б. Шергина формируют четыре основных источника авторского идиостиля:

поморская говоря (живая народная речь поморов с её диалектными особенностями, лаконичностью и выразительностью);

фольклорная стихия, соединение лексики и грамматики УНТ с литературным текстом;

церковно-славянская лексика, почерпнутая автором из древних церковных книг;

русский литературный язык.

Для текстов Шергина характерны меткие образные выражения, сравнения, речевые обороты народной речи, её синтаксические особенности, экспрессивно окрашенные слова, повторы сем, лексем, морфем.

Коммуникативной особенностью литературных текстов Б. Шергина является ориентация на устную речь. Свои литературные произведения писатель неоднократно сказывал перед публикой, отрабатывая и отшлифовывая свой стиль. Сказовая манера повествования, то есть такая форма повествовательной прозы, которая в своей лексике, синтаксисе и подборе интонаций обнаруживает установку на устную речь рассказчика, наиболее близка и дорога автору. Ориентация на живую разговорную речь, на устное слово делает сказовое произведение как бы непосредственно обращённым к читателю.

Типичность образов, лежащих в основе картины мира Б. Шергина, есть плод коллективного представления о некотором народном групповом опыте.



## **ОНЛАЙН-ТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ В РАМКАХ МОЛОДЕЖНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

Попова Е.О., гр. МАГ-Ф-319

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Актуальность исследования теоретических основ и анализа существующего опыта в области специфики речевой коммуникации и организации взаимодействия международного молодежного сотрудничества в дистанционном формате продиктована необходимостью внедрения инновационных подходов в связи с вызовами современности – пандемией covid-19.

Кажется, что термин «онлайн-технологии» применим только в экономической сфере. Однако с недавних пор все сферы жизнедеятельности смело «шагнули в цифру». Особенно ощутимым переход в диджитал-пространство стал с началом пандемии, когда возможность принять участие в очных мероприятиях исчезла.

Мировой опыт показал, что сектор мероприятий оказался слабо подготовленным к полному переходу в онлайн-пространство из-за определенной доли консерватизма.

В настоящее время все чаще стали говорить о том, что современный молодой человек утратил навык выражения мыслей, чувств, эмоций. Это связывают с несколькими факторами. Во-первых, это кризис общения. Во-вторых, существует позиция, что средства массовой информации в контексте массовой культуры предлагают произведения низкого качества. Отсутствие интереса у современной молодежи к классической литературе, отсутствие красочных образцов современной художественной литературы – можно назвать третьей причиной потери навыка.

Весь 2020 год оказал сильное влияние не только на экономическую сферу, но и существенно изменил привычки каждого из нас. В том числе изменения коснулись проведения международных мероприятий в заочном и очном режимах.

Безусловно, пандемия внесла коррективы не только в нашу жизнь, но и в нашу речь. С одной стороны, речь стала более содержательно емкой и в то же время лаконичной, с другой – утратила художественную красоту. Но в любом случае сохранилось главное желание человека – быть понятым.





## **ПРОБЛЕМА РАЗГРАНИЧЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ И НЕТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В ЮРИДИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НА ПРИМЕРЕ СЕМЕЙНОГО КОДЕКСА РФ**

Рыженкова Е.А., гр. МАГ-Ф-320

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Юридическая герменевтика – это учение об интерпретации правовых документов и возможностях определения точного содержания текста закона с целью применения его на практике в конкретной ситуации. Основным вопросом при применении герменевтического подхода становится определение границ интерпретации, так как закон обладает высшей юридической силой и его нельзя нарушить. Поэтому проблема толкования и интерпретации всегда остается в центре внимания. Сложность заключается в том, что терминологические и нетерминологические значения накладываются друг на друга, но этого нельзя допускать при толковании юридического документа.

Юридический термин – элемент юридической техники, словесные обозначения государственно-правовых понятий, с помощью которых выражается и закрепляется содержание нормативно-правовых предписаний государства. Важным пунктом при подготовке будущего специалиста к работе с юридическими текстами является овладение терминологией, правильное ее понимание, умение грамотно использовать в каждом конкретном случае. При толковании текста закона или отдельных юридических терминов необходимо изучать различные словари, справочники, содержащие их точное значение. Ясность и четкость формулировок юридических положений, их смысловое единообразие, правильная интерпретация и применение являются важным аспектом, определяющим значимость права в жизни государства.

В «Семейном кодексе» содержатся термины, которые отличаются по своему значению от общепринятых слов такого же вида. Все они связаны с правом, соответственно, «семья» в таком случае понимается с позиции четкого взаимодействия членов данной ячейки общества, контролируемых законом.

## **ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ПРИЕМ В МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ**

Упенек Ж.Э., гр. МАГ-Ф-320

Научный руководитель: доц. Варзин А.В.

Кафедра Общей и славянской филологии

Важной особенностью текстов СМИ является языковая игра, использующаяся в различных стилях. Она может образовываться путем использования языковых приемов, при этом выполняя разнообразные



функции. Особенно для нас интересно функционирование языковой игры в текстах печатных средств массовой информации, так как цель современной журналистики – это не только сообщение актуальной информации, но и модернизация ее в экспрессивную и эмоционально окрашенную публикацию. Это и определяет актуальность исследования.

В научных исследованиях последних лет изучение феномена игры занимает важное место. Игра в качестве объекта изучения размещена в пространстве, координаты которого задаются психологией, социологией, культурологией, лингвистикой, философией и рядом других наук. Задачей настоящего исследования является анализ научных подходов к интерпретации феномена языковой игры и её механизмов.

Языковая игра – это понимание возможностей преобразования знака, которое обусловлено характером самой системы языка, это своего рода эксперимент, обнаруживающий скрытые возможности языка. Сам эффект языковой игры моделируется не условиями речевого контекста, а условиями системных отношений и отражением модели языка в сознании индивидов, способностью к нарушению механизма вероятностного прогнозирования.

В ходе работы собраны и семантически описаны факты языковой игры современных СМИ, а также проанализированы с точки зрения читателя, для того чтобы понять, как языковая игра влияет на восприятие человека.

В данном исследовании мы изучили женские и мужские журналы, в частности «Cosmopolitan» и «Esquire», а также газету «Вечерняя Москва».

## **К ВОПРОСУ О ЯЗЫКОВОМ СЕКСИЗМЕ В РУССКИХ ПОСЛОВИЦАХ**

Фомичева А.П., гр. МАГ-ФИЛ-319

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Представители гендерной лингвистики, отметили, что женщина и мужчина представлены неодинаково. Это явление получило название гендерных предубеждений или языкового сексизма. Сексизм – это дискриминация по признаку пола, отсюда языковой сексизм – это дискриминация по полу в языке. Языковой сексизм можно наблюдать через: 1) гендерную асимметрию языка; 2) гендерные стереотипы; 3) «невидимость» женщин в языке.

Пословичный материал интересен для лингвокультурологии, которая изучает язык как феномен культуры. Это определенное видение мира сквозь призму национального языка, когда язык выступает как выразитель особой национальной ментальности. Лингвокультурология – это отрасль лингвистики, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и



исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке

В русском пословичном материале четко просматривается образ женщины, который был продиктован традициями и мироощущением того времени: кругла, пухла, бела, румяна. Но кроме внешних данных, в женщине ценились и другие качества (как хорошие, так и плохие), которыми, по определению, должна была обладать «красна девица»: Бабе дорога – от печи до порога; Стели бабе вдоль, она меряет поперек; Баба пьяна, а суд свой помнит. Все эти образы очень долгое время формировали место, облик и качества женщины в русской картине мира.

Для анализа языкового сексизма очень интересен раздел «БАБА – ЖЕНЩИНА» в «Пословицах русского народа» В.И. Даля. Автор собрал красочные примеры пословиц и поговорок про женщин. В основном Даль записал материал, который несет в себе негативный оттенок для восприятия женского образа: вспыльчивые, непостоянные «бабы» с очень сложным характером, существующие только для продолжения рода и служения своему мужу. К сожалению, многие из этих установок сформировали стереотипные представления о женщинах, их интересах и желаниях, что существенно затрудняет им жизнь и в современном мире.

## **СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РОМАНА «СЫНОВЬЯ БЕКИ» АХМЕДА БОКОВА**

Цездоева Хади М.

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Роман «Сыновья Беки» является одним из самых известных и значимых произведений ингушской отечественной литературы. Это самый большой труд, прославивший Ахмеда Бокова как писателя. Этот роман по праву считается историко-революционным, поскольку охватывает значительный период становления ингушского народа.

Цель данной работы исследовать стилистические особенности романа «Сыновья Беки». Для достижения этой цели поставлены задачи: выделить художественно-выразительные средства в романе; определить стилистические особенности произведения.

Ахмед Боков имеет свою особенную стилистику художественной речи. Описывая историю жизни героев, автор передает языковой колорит ингушей определенной исторической эпохи.

Повествование романа очень богато такими изобразительными средствами, как сравнения («ножки и ручки тоненькие, как конопляные нити»), искусно подобранные эпитеты («адская работа», «ввалившиеся глаза»). Использование метафор в тексте произведения, придает ему особенный характер, характеризует силу эмоционального напряжения



исторического нарратива («горе обрушилось на них»). Ингушские слова в романе требуют перевода и толкования для русских читателей, автор прибегает в таких случаях к объяснениям, которые выносятся за рамки текстового пространства, оформляются в виде постраничных сносок, например: беркат – «благоденствие», вададай – «восклицание, выражающее удивление».

Анализ текста романа Ахмеда Бокова дает возможность судить о стилистической насыщенности повествования, богатого изобразительными средствами, помогающими создать яркие образы национальных героев.

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПОНЯТИЙ «НОРМАЛЬНОСТИ» И «НЕНОРМАЛЬНОСТИ» В КОНТЕКСТЕ РОМАНА «ЛЮБОВЬ ГИКА» К. ДАНН**

Башарина М.С., гр. СКФ-117

Научный руководитель: доц. Завельская Д.А.

Кафедра Общей и славянской филологии

В художественной литературе немало примеров исследований человеческих норм, восприятия отдельных личностей обществом и их противопоставления ему. Каждой эпохе присущи свои нормы морали и собственное понимание «нормальности» и «ненормальности», что мы можем увидеть, рассматривая произведения в контексте времени их написания.

Наглядным примером изучения данных категорий стал роман американской писательницы К. Данн «Любовь Гика». Автор рассматривает взаимоотношения общества и гиков, используя последнее понятие во всей его многозначности. Произведение состоит из 4-х книг, поделённых на 28 глав. Две сюжетные линии идут в романе параллельно, и от одного и того же лица, а именно – от Олимпии Биневски. Этот герой-рассказчик повествует читателю о событиях прошлого и настоящего, являясь непосредственным очевидцем и участником всей истории. Однако автор сменяет Олимпию и сам становится рассказчиком, добавляя в конце романа два неких материала «статью» и «письмо», которые связаны уже с событиями после гибели Олимпии. Большинство главных персонажей, в том числе и героя-рассказчика, можно отнести к антигероям или к антизлодеям.

Обе сюжетные линии так или иначе восходят к семье Биневски и к их наследию – семейному цирку «Фабьюлон Биневски», выступающими артистами которого являются не только обычные бродячие циркачи, но и дети хозяина цирка, специально рождённые с физическими отклонениями.

Основные рассуждения об указанных в названии категориях происходят через восприятие героя-рассказчика, диалоги персонажей, а также записную книжку Норвала Сандресона (очевидца событий



прошлого). Автор использует повествование от первого лица для углубления психологизма. Среди художественных приёмов в тексте присутствуют гротеск, граничащий с абсурдом, говорящие имена (Фортунато, Ифигения).

Написание книги в 80-е годы пришлось на зенит постмодернизма в литературе. К. Данн смогла собрать в произведении лучшие традиции течения и пойти дальше. В своём романе автор затронула большое количество обсуждаемых тем и неординарно подала их, что делает произведение и в наши дни не менее актуальным, чем раньше.

## **ДУХОВНЫЙ СТИХ «ПЛАЧ АДАМА»: ИСТОРИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ**

Власова Д.А., гр. СКФз-120

Научный руководитель: доц. Завельская Д.А.

Кафедра Общей и славянской филологии

Фольклорную предысторию духовного стиха собрал воедино Силуан Афонский, писатель и переводчик, причисленный к лику святых. Вдохновлялся писатель, вероятно, текстами, которые узнал от Максима Грека. Адаптировал текст Софроний Сахаров, последователь и биограф Силуана. Уникальность стиха заключается еще и в том, что он выгравирован на иконе, двери в жертвенник (хранится в Центральном музее древнерусской культуры и искусства им. Андрея Рублева).

Покаянный стих «Плач Адама» один из наиболее распространенных в своем жанре. Он встречается в большинстве сборников покаянных стихов в разных вариантах.

Таким образом, отличие данного произведения от других в том, что он выгравирован на иконе, является древнейшим и известнейшим экземпляром. Хоть он и встречается почти в каждом сборнике покаянных стихов, каждый автор пытается оставить частичку себя в этом произведении.

Язык в стихе яркий и разнообразный, но особый интерес представляют следующие художественные методы:

лексический повтор, который усиливает акцент душевной боли главного героя;

взгляд первого мужчины устремлен в прошлое. Он живет лишь воспоминаниями о рае; не пытается смириться с обстоятельствами и идти дальше, а замыкается в себе;

композиционно автор использует метод ретроспекции, а именно постоянного возвращения в прошлое;

Адам всегда обращается лишь к Господу. Бог молчит и взирает на своих детей с осуждением, Адам сосредоточен на своем горе и печален,





сыны Адама деградируют: от интереса к миру они доходят до убийства ближнего;

мораль произведения выдвинута напрямую, что является признаком жанра покаянных стихов. Автор считает, грех уныния съедает жизнь Адама, если бы человек огляделся по сторонам, то он бы увидел: Бог подарил ему рай прекраснее прежнего.

Изучение жанра духовного стиха весьма ценно для понимания мировоззренческих аспектов и их воплощения в художественных текстах.

## **ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ОТСЫЛКИ В ПОЭЗИИ Ф.И. ТЮТЧЕВА КАК МАРКЕРЫ ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКОЙ КАРТИНЫ МИРА**

Дегтярева А.Н., гр. СКФ-117

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Прецедентные отсылки как один из аспектов интертекстуальности привлекали к себе внимание многих исследователей, ученые рассматривали данное явление с разных сторон и указывали на его многоаспектность.

Цель настоящего доклада заключается в выявлении взаимосвязи между особенностями функционирования прецедентных текстов в творчестве Ф.И. Тютчева и спецификой его индивидуально-авторской картины мира. Задача – анализ прецедентных феноменов в произведениях поэта: выявление их источников, функций и отличительных черт.

Объект исследования – прецедентные феномены в поэзии Ф.И. Тютчева. Предмет – их связь с индивидуально-авторской картиной мира поэта.

Материалом для исследования послужили выборочные стихотворения Ф.И. Тютчева 1815-1873 гг. В процессе их рассмотрения применялись контекстуальный и сопоставительный анализ, а также метод художественной герменевтики.

Результаты исследования позволяют сделать следующие выводы.

В дискурсе Ф.И. Тютчева значимыми являются прецедентные феномены, восходящие к мифологическим и религиозным источникам, а также текстам европейских и отечественных авторов различных эпох. При этом прецедентные феномены религиозного и мифологического характера нередко используются поэтом для номинации и описания некоторых явлений действительности.

Анализ отдельных прецедентных отсылок в творчестве Ф.И. Тютчева иллюстрирует наличие ассоциативной связи между библейскими образами и апокалиптической семантикой, а также между безверием и опустошенностью в его индивидуально-авторской картине мира.

Трансформация некоторых прецедентных текстов в стихотворениях поэта может служить показателем его оценки данных произведений. При



этом оценка может меняться, о чем, например, свидетельствует изменение восприятия образа поэта в творчестве Ф.И. Тютчева.

## **ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ РОССИЙСКИХ ГАЗЕТ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ ДВАДЦАТОГО ВЕКА**

Дробот М.С., гр. СКФ-217

Научный руководитель: доц. Завельская Д.А.

Кафедра Общей и славянской филологии

Данная работа посвящена изучению стилистических приемов в российских газетных заголовках второй половины 20-го века. Средства массовой информации крайне популярны, так как оказывают влияние на повседневную речь и отражают ее особенности. Поэтому газета как средство массовой коммуникации неоднократно являлась объектом научных исследований.

Цель работы – исследование стилистических приемов в заголовках российских газет второй половины 20-го века. Задачи работы: выделить основные стилистические приемы, использованные в заголовках популярных газет выбранного периода; проанализировать роль стилистических приемов в отобранных заголовках на лингвистическом уровне; выделить основные функции заголовков в СМИ. Предмет исследования – функционально-стилистическое многообразие в заголовках российских газет второй половины 20-го века. Объект исследования – газетное пространство в СМИ второй половины 20-го века.

Материалом для исследования стали заголовки наиболее популярных периодических изданий: «Известия», «Труд», «Народная газета», «Комсомольская правда», «Вечерняя Москва», отобранные методом сплошной выборки.

Проведенное исследование показало, что во второй половине 20-го века интенсивность употребления в заголовках стилистических приемов возросла. Это свидетельствует об усилении в них оценочного, рекламного компонента. Так, анализ показал, что своеобразие газеты, ее привлекательность для читателя во многом определяется тем, как авторы используют богатые возможности русского языка.



## СИМУЛЯКРЫ И ИХ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ В ДИСКУРСЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ В. ПЕЛЕВИНА И В. СОРОКИНА

Колчанов Н.С., гр. СКФ-117

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Для раскрытия темы использовались такие важные для постмодерна термины как: симулякр, дискурс, текст, интерпретация. В лингвистическом контексте симулякр это знак, симулирующий наличие в себе смысла, путём подражания «внешней оболочке», но на семантическом уровне обнаруживающий свою пустоту. Знак уже не обладает одним конкретным референтом, но может ссылаться на всё, что угодно и означать всё, что угодно. В свою очередь дискурс становится необходимой почвой, на которой симулякр способен реализоваться. И Пелевин, и Сорокин в некоторых своих текстах в определенные этапы творчества занимались деконструкцией и переосмыслением советского коммунистического метанарратива. У Пелевина, например, коммунистическому метанарративу посвящен роман «Амон Ра», в котором он, иронично подражая советскому варианту «романа воспитания», исследует идеологизированное сознание среднего советского человека. Так, например, Луна и на онтологическом, и на языковом уровнях является для него уже далеко не только спутником Земли, но в первую очередь буквальным достижением коммунизма. Ведь в дискурсе холодной войны и гонки вооружений, если гражданин именно СССР первым побывает на Луне или побывает на ней как можно большее количество раз, то это фактическое доказательство победы советской системы над капитализмом. Дискурс буквально уничтожает первичный денотат Луны как в целом политически нейтрального естественного спутника, очищает знак «Луна» от этого смысла и наделяет его, в реальности не существующим, идеологизированным смыслом. У Сорокина в тексте романа «Норма» под нормой понимается не абстрактное понятие о должном, положенном, а субстанция, скажем так, продуктов человеческой жизнедеятельности. в дискурсе советского тоталитаризма было насильственно совершено целая череда операций, в результате которых образуется симулякр: феномен реального мира (продукты жизнедеятельности) был, по сути, упразднен (очищен от любых означаемых) и насильственно наделён совершенно чуждым семантическим содержанием.



## «ЦАРЕВНА-ЛЯГУШКА»: ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ТЕКСТА

Кузнецова А.Д., гр. СКФз-120

Научный руководитель: доц. Завельская Д.А.

Кафедра Общей и славянской филологии

Собирательская деятельность А.Н. Афанасьева – первого исследователя, опубликовавшего в одном издании все известные варианты этого текста с указанием возможных подробностей – основана на изучении покупаемых лично и переданных в архив РГО и в Московский главный архив записей, поэтому точно указать, когда зафиксирована та или иная версия (если только это не указано в документе), нельзя; но можно предположительно назвать старший вариант №268, так как только в нём употреблены устаревшие теперь слова «коник» и «пихтель», записанные В.И. Далем. Встречаются и регионализмы, но помочь определить время записи они не могут, так как классифицированы по географическому, а не по временному признаку. Версии сказки записаны от жителей разных губерний учителями (№268), приезжими исследователями (№267) или другими грамотными и интересовавшимися фольклором людьми преимущественно в центральной и западной частях страны (Пермская губ. – к зап. от центра России – №267; Тамбовская губ. – зап. России – №268; Саратовская губ. – юго-зап. России – №269). Все эти регионы незначительно удалены друг от друга и от Москвы, где были найдены. Устные и письменные тексты могли перемещаться из одной части страны в другую, поэтому сказка о Царевне-лягушке в наиболее законченном виде могла возникнуть в западной части России, относительно XIX века недавно и потому ко времени записи не успела распространиться дальше.

В некоторых вариантах употреблены регионализмы (ист.4), обозначающие лягушачью кожу: «кожух» в Пермском варианте, «кожурина» (ум.-ласк. форма слова «кожурина») – в Тамбовском, «кожурина» – в лубочном (№570) и «кожа» – в Саратовском. Вариант №267 записан с характерным для коми-пермяцкого языка (ист.3) словом «лягуша» – «лягушка». Так отражено освоение текста людьми, принадлежащими к разному времени, месту и культурным группам.

В вариантах различаются имена главных героев (например, Царевна-лягушка в №267 – Елена Прекрасная, в №269 и №570 – Василиса Премудрая, а в №268 – Лягушка. Иван во всех случаях – Царевич, кроме №570, где он – богатырь), состав и значение отрицательных и второстепенных персонажей, причины разлуки Царевны с Иваном, её отношение к нему; не во всех рассказана история Царевны. Эти различия связываю с тем, что текст передавался в устной форме. Рассказчики, сохраняя наиболее интересные, на их взгляд, элементы (поиск невесты, знакомство, превращение лягушки и т.д.), в остальном заполняли рассказы



по своему вкусу, используя привычные им сказочные явления (имена, отрицательные персонажи, испытания).

Проведённое исследование проблемы не приводит к точному решению, так как проблема это сложная и точной информации мы имеем слишком мало, но всё же она должна быть исследована всеми возможными способами и с использованием всей наличной информации, даже требующей проверки.

## **ВОПЛОЩЕНИЕ БЫЛИНЫ «ДОБРЫНЯ И ЗМЕЙ» В СОВРЕМЕННОМ МУЛЬТФИЛЬМЕ**

Пампуха Е.В., гр. СКФ-120з

Научный руководитель: доц. Завельская Д.А.

Кафедра Общей и славянской филологии

Связь фольклора и современного искусства очевидна. Кинематограф зачастую использует былинные и сказочные мотивы, песни, пословицы русского народного творчества.

Былины – это распространенный жанр в русском народном творчестве, обладающий своими особенностями. К чертам былины относят поэтическую форму: тонический слог, повторяющиеся формулы, эпитеты, гиперболы, использование уменьшительно-ласкательных суффиксов. Также данному жанру свойственна повествовательность, сюжетность. В сюжете используются традиционные формулы: седлание коня, бой с темными силами. Центре повествования – героический поступок.

Деятели современного искусства хранят в памяти, а в последующем применяют в своем творчестве богатый опыт предшествующего поколения. Так, студия анимационного кино «Мельница», выпустившая около 30 анимационных картин, создала серию мультфильмов «Три богатыря». Мультипликационный цикл основывается на рассказе о подвигах доблестных богатырей Руси. В каждом мультфильме из этой серии можно заметить черты былины, как жанра русского народного творчества.

В мультфильме «Добрыня Никитич и Змей Горыныч» 2006 г. отобразились все основные черты былин. Здесь нашли свое отражение и поэтическая форма, и сюжетность, и исторический масштаб и центральным событием является подвиг богатыря.

Мультфильм имеет и много различий по сравнению с былиной, но при этом не противопоставлен этому жанру, а являются частью авторского замысла.

Дети, смотря данный мультфильм, формируют представления о добре и зле. Молодое поколение познает коварность азартных игр, воспитывает в себе правильные черты характера, ведь в анимационном фильме высмеиваются такие человеческие качества, как трусость, подлость, лицемерие. Также детвора получает уникальную возможность





соприкоснуться с удивительным богатством русской культуры-фольклором.

## **«ЖЕНСКИЕ» ПЕСНИ, СОБРАННЫЕ ВУКОМ СТЕФАНОВИЧЕМ КАРАДЖИЧЕМ: ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЕРБСКИХ НАРОДНЫХ ПЕСЕН**

Тарантаева Е.В., гр. СКФ-217

Научный руководитель: доц. Манойлович Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Если говорить о сборе, классификации, да и вообще освещении сербских народных песен, мы премного благодарны Вуку Стефановичу Караджичу и его помощникам, которые собирали песни со всех земель Сербии, и таким образом составили множество сборников. Исходя из этих самых сборников, мы видим, что Караджич все собранные песни делит на две большие группы «мужские» и «женские» песни. А каждая группа, в свою очередь, подразделяется на любопытные виды, напрямую связанные с историей и культурой Сербии. Поподробнее разберем именно лирические песни. Согласно Караджичу, поются эти песни женщинами или девушками, но и юношами – по двое, на один голос. Поют их ради «собственного разговора», то есть здесь важно слушать не жели в эпических, где необходимо слышать, в них говорится об истории и подвигах великих деятелей Сербии, таким образом, эпические песни более серьезные. Женские Песни весьма древние: старейшая запись относится к 15 в. Чувства в них выражаются не напрямую. Их отличает многоплановость и особый синкретизм. Поются они на особые мелодии и связаны с танцем и элементами сценического искусства. Одним из основных средств для выражения чувств здесь выступает «психологический параллелизм» (по А. Веселовскому). Личные чувства чаще проявляются в любовных песнях, причитаниях, или в песнях слепцов. Тематически они очень разнообразны. Караджич классифицирует эти песни по назначению и способу исполнения. Обычно их делят на: обрядовые песни, трудовые, религиозные и любовные.

Проанализировав данные песни, можно заметить, что они совершенно разнообразны и двойственны. И, возможно именно поэтому сербский собиратель Вук Стефанович Караджич определил эти песни, как женские. В них показана самая настоящая сущность женского начала, с одной стороны ее непостоянность, с другой стороны ее беспрекословность, с одной стороны ее хрупкость, а с другой сила и превосходство. Именно женское пение ассоциируется с выражением определенной чувственности, с порывами, который мужской голос передать не сможет.



## СИНТЕЗ ФОЛЬКЛОРНЫХ И ХРИСТИАНСКИХ МОТИВОВ В БАЛЛАДЕ Я. КРАЛЯ «ЗАКОЛДОВАННАЯ ПАННА В ВАГЕ И СТРАННЫЙ ЯНКО»

Миляев Ф.В., гр. СКФ-218

Научный руководитель: ст. преп. Канарская Е.И.

Кафедра Общей и славянской филологии

Произведение Я. Краля «Заколдованная панна в Ваге и странный Янко» воплощает существенные признаки жанра баллады: оно построено вокруг одного события, связанного со встречей героев из двух разных миров (обычного и потустороннего), и включает третью сторону в виде Бога (судьбы).

Сюжет баллады представлен читателю как основанный на народном предании о странном Янко, жившем в Ваге. В произведении присутствуют характерные для фольклорных текстов повторы, синтаксический параллелизм и анафоры. При этом фольклорные мотивы вступают в сложное взаимодействие с христианскими.

Нелюдимый герой не облачается в воскресное одеяние и бродит в одиночестве, когда все на службе. Когда семья Янко благодарит Бога за стол перед ужином, герой молчит, а затем уходит. Однако это не значит, что Янко отвергает Бога.

В балладе описана легенда, согласно которой каждый год в долину выходит опасная и пугающая «заколдованная панна». Народное предание соседствует с христианским календарем: выход девы происходит в день Вознесения Господня.

Герой задумывает расколдовать «панну». Перед этим Янко молится, смотрит на небо, дважды крестится, целует крест и чётки. Он также целует землю, что свидетельствует о его связи с природой. Последним словом героя становится «Аминь».

Янко Краль переосмысливает христианские идеалы в романтическом ключе. Главный герой баллады не соблюдает традиционных религиозных обычаев, но он решается на подвиг, посвящая его Богу.

После гибели Янко сливается с природой. В начале лирический герой говорил о том, что его душа лежит под сосной, а в конце вода приносит погибшего Янко в лес к соснам.

Таким образом, Янко остается верен Богу и при этом соединяется с природой, трагически погибая при попытке справиться с потусторонними силами. Автор не осуждает своего героя за дерзость, а сочувствует ему. Следовательно, синтез христианского и фольклорного начал в произведении Я. Краля знаменует трансформацию традиционной сюжетной схемы баллады, устойчивой модели конфликта, новый подход к разработке и авторской оценке характера главного героя.



## ОБРАЗ СВЯТОГО ЦАРЯ НИКОЛАЯ II ГЛАЗАМИ СЕРБСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Лагутова А.С., гр. СКФ-217

Научный руководитель: проф. Радомская Т.И.

Кафедра Общей и славянской филологии

Русский император Николай II Романов укрепился в сознании сербского народа как царь Великомученик, как лидер братского государства, спасший Сербию от полного уничтожения во времена Первой мировой войны и как «ещё один Лазарь», избравший Царство Небесное вместо Царства Земного. Обращаясь к историческим и литературным памятникам, мы можем проанализировать и изучить образ Николая II в контексте сербской культуры.

Глубокая любовь сербов к русскому монарху во многом вызвана его историческими решениями. Так, император неизменно оказывал дипломатическую поддержку братскому народу во время Балканских войн, хотя в Российской империи в то время уже зрело недовольство царской политикой. Во время Первой мировой войны, когда само существование сербского государства было поставлено под угрозу, Николай II твёрдо знал, что не откажет в помощи: «Россия не останется равнодушной к участи Сербии» – и сегодня эти слова из телеграммы Александру Карагеоргиевичу расположены на постаменте памятника российскому императору в Белграде. Также в сербской столице на Новом кладбище стоит памятник «Русской славе», посвященный «царю Николаю Второму и двум миллионам русских солдат, ставших жертвами Первой мировой войны». Святитель Николай Сербский писал о решениях русского царя следующее: «Русский царь и русский народ, вступая в войну в защиту Сербии, будучи к ней не подготовленными, знали, что идут на верную гибель. Любовь русских к своим сербским братьям не убоялась смерти, не отступила перед ней», что открывает для нас великий подвиг любви и отсылает к евангельским строкам: «нет больше той любви, как если кто положит душу свою за други своя» (Ин.15:13).

Особое отношение к русскому императору вызвано ещё и тем, что в сербской культуре он укрепился как «Ещё один Лазарь», «Косовский миф» находит своё отражение в житии русского царя. Так, Николай II, не думая о собственном благе, руководствовался идеалом братства и правды, спасая маленькую дружественную страну, за что принял мученический венец. Как писал Николай Сербский: «Русские в наши дни повторили Косовскую трагедию <...> этот новый косовский завет открывает новую духовную глубину славян». Таким образом, Николай II является знаковой фигурой для сербского народа, и, несмотря на пропасть в шесть столетий, с сербским царем Лазарем его сближает единый духовный подвиг.



## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СИНТЕЗА ИСКУССТВ В ТВОРЧЕСТВЕ В.В. КАНДИНСКОГО НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «ЗВУКИ»

Литвинова Н.П., гр. СКЖ-117

Научный руководитель: ст. преп. Канарская Е.И.

Кафедра Общей и славянской филологии

Творчество В.В. Кандинского относится к абстракционизму, для которого характерно использование отвлеченных элементов в различных сочетаниях. В случае Кандинского речь идет об абстрактном экспрессионизме. Художнику удалось создать универсальную символику цвета и систему взаимодействия красок. Кандинскому принадлежит теория синтеза искусств, отражающая мировосприятие и эстетическое сознание эпохи. В своих работах («О духовном в искусстве», «Ступени. Текст художника», «Точка и линия на плоскости») художник выдвигает тезисы о наличии общей духовной основы всех видов искусства и о возможности «перевода» предметов из сферы одного искусства в сферу другого.

Это особое мировоззрение Кандинского, его вера в Гезамткунстверк, «синтез искусств», проявляется в поэтически-графическом сборнике «Звуки» (1911). По первоначальной задумке, это должен был быть альбом гравюр со включенными в него музыкальными пьесами композитора Ф.А. Гартмана. Но стихи заменили музыку, Кандинский занялся поиском новых форм для выражения звучания изобразительного образа.

Он использовал принцип контрапункта. Неподчинение отдельного слова общему смыслу вывело на первый план его длительность и звучание. Это повысило самоценность каждого слова или звука, подчеркнуло их особенности, а многократное повторение слова создало возможность прикоснуться к истокам его возникновения, к его первопричинности.

Обилие звуковых характеристик – впечатляющее: в стихотворениях звучат речь героев, шумы, музыкальные инструменты, передающие живую картинку, представляющуюся то статичной, то подвижной. Каждое стихотворение неразрывно связано с гравюрой, создает часть абстрактного произведения с помощью слова, как с помощью кисти и красок. Происходит синестезическое сочетание звука и цвета, а также категорий пространства, времени, веса, объема, психологических характеристик.

Кандинский сплетает гравюры с поэзией, в то же время противопоставляя их друг другу, а сами стихотворения предстают в новом качестве за счет необычного подхода художника к слову. Эти приемы помогают ему создать уникальное абстрактное синестезическое произведение, воплощающее представления Кандинского о взаимодействии различных видов искусства.



## РЕЦЕПЦИЯ «МАЛЕНЬКИХ ТРАГЕДИЙ» А.С. ПУШКИНА В РОМАНЕ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО «ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ»

Мурашова А.А., гр. СКФ-119в

Научный руководитель: ст. преп. Канарская Е.И.

Кафедра Общей и славянской филологии

Несомненно, фигура А.С. Пушкина имела особое значение для Ф.М. Достоевского. Осмысляя пушкинское наследие, Достоевский вступает в диалог со своим великим предшественником, «пересоздавая» отдельные композиционные приемы, сюжетные линии, образы.

Остановимся на рецепции двух «маленьких трагедий» А.С. Пушкина в романе Достоевского «Преступление и наказание» (далее – «ПиН»).

Трагедию «Моцарт и Сальери» (далее – «МиС») и роман «ПиН» сближает характер внутреннего конфликта центрального персонажа. В «МиС» Сальери пытается оправдать мысль об убийстве логикой – так же и Раскольников с помощью идеи (теории «крови по совести») оправдывает зло. Оба героя стремятся объяснить свои преступления «арифметикой», разумом и даже верят себе, пока не переступают черту. В итоге и Сальери, и Раскольников страдают.

Еще одно заметное сходство – оба героя заявляют о стремлении восстановить справедливость мироустройства, но при этом исполнены титаническим самолюбием.

В «ПиН» прослеживаются параллели и с другой «маленькой трагедией» Пушкина – «Пир во время чумы», которая «наследует» «МиС», демонстрирует последствия преступлений предыдущей эпохи.

Можно обнаружить композиционное сходство произведений: мы встречаем Раскольникова доведенным до крайней степени отчаяния, когда он готов к преступлению; Вальсингама мы видим в центре кощунственного пира, где герой пребывает в состоянии полной безысходности. Также произведения сближает сходство главных героев: они отрицают весь мир, уверившись в своей силе, но делают это из-за страдания, которое испытывают. Оба героя хотят быть и чувствуют себя сильнее смерти.

Наконец, произведения сближает наличие персонажа, несущего главным героям «христианскую идею» и мысль о покаянии: у Пушкина это Священник, у Достоевского – Соня Мармеладова. Этим персонажей объединяет функция «наставления на истинный путь».

Таким образом, «ПиН» Достоевского и две «маленькие трагедии» Пушкина объединены признаками композиционного, характерологического, идейного сходства, находящими наиболее полное выражение в образах центральных персонажей.





## ТВОРЧЕСТВО А. ДЮМА-ОТЦА В ЗЕРКАЛЕ СОВЕТСКОЙ И ПОСТСОВЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ КРИТИКИ

Тодирош М.Г., гр. СКФ-220

Научный руководитель: ст. преп. Канарская Е.И.

Кафедра Общей и славянской филологии

Отношение русского читателя к творчеству французского романиста и драматурга А. Дюма-отца формировалось на протяжении нескольких столетий. В сравнении с отечественной критикой XIX века советские и постсоветские литературно-критические суждения оказались менее противоречивыми и, как правило, содержали положительную оценку творчества писателя. Приведем несколько примеров.

Как отмечал в своей статье «Александр Дюма-отец и Россия» писатель и литературовед С.Н. Дурылин, гений Дюма-драматурга не покидал русскую сцену больше столетия. Переворот, совершенный «Ричардом д'Арлингтоном», «Терезой» и «Кино», постепенно перерос в фундаментальный успех. Триумф француза у русского читателя, по мнению литературоведа, «был велик и прочен».

Двенадцатитомное собрание сочинений Александра Дюма, выпущенное в 1976 году, предваряла вступительная статья члена Союза писателей и переводчика М.С. Трескунова, который также сделал акцент на исключительной популярности сочинений француза в России: «Дюма – один из тех писателей, которых целые поколения начинают читать с детства, а перечитывают до самой старости. И надо думать, что подобное признание дается не даром».

В конце XX столетия М. Буянов, проследовавший по маршруту французского гостя, в работе «К истории двух путешествий» превозносил проницательность Дюма: «Не понимая русского языка, прожив в России всего около 8 месяцев, он понял страну куда лучше многих исконно русских писателей». С точки зрения исследователя, мировая литература без романов Дюма-отца потеряла бы свой «несравненный алмаз».

В советское время Дюма-отец по количеству изданий входил в двадцатку «избранных» писателей. Несмотря на то, что из внушительного наследия отбирались лишь отдельные произведения, спрос русского читателя был велик.

В оценке постсоветской критики романы француза выступали «катализатором воображения». Невзирая на то, что прозаик оказался по-своему чужд современности, разнообразие его произведений вместе с занимательностью сюжетных переплетений продолжили привлекать внимание русского издателя, критика и читателя.



## ИСТОЧНИКИ И ВАРИАНТЫ СКАЗОЧНОГО СЮЖЕТА О ФИНИСТЕ ЯСНОМ СОКОЛЕ

Уланова Д.С., гр. СКФ-220

Научный руководитель: ст. преп. Канарская Е.И.

Кафедра Общей и славянской филологии

Сюжет русской сказки о Финисте ясном соколе имеет богатую историю в мировой культуре. Очевидно, его мифологической основой можно считать миф о Психее и Эроте, впервые описанный в «Милетских рассказах» Аристида Милетского.

Сказка «Перышко Финиста ясна сокола», в целом, имеет устойчивую сюжетную конструкцию, которая состоит из следующих элементов: получение пера, ранение Финиста, его поиски, взаимодействие с помощниками, выкуп встреч героини с возлюбленным, свадьба героев. Однако отдельные элементы данной конструкции варьируются, в связи с чем выделяют два основных сюжетных типа данной сказки, зафиксированных в сборнике А.Н. Афанасьева. Одним из существенных различий является то, что в сюжете второго типа появляются мотивы приобретения отцом героини редкого цветка и обещанной женитьбы, напоминающие о сюжете сказки «Аленький цветочек», также соотносимой с мифом о Психее и Эроте.

Следует отметить, что сюжет о принце-птице нашел отражение не только в русской, но и в европейских, американских и азиатских сказочных традициях. Как правило, распространение данного сюжета связывают с рыцарской поэзией Средневековья, а именно с новеллой «Йонек» из сборника Марии Французской «Лэ Мари де Франс».

В качестве примера европейского фольклорного варианта данной сказки можно рассмотреть английское произведение «The Earl of Mar's Daughter», где также присутствует образ принца-птицы. Несмотря на то, что в этой сказке образ главной героини во многом противоположен русскому «аналогу», сходство сюжетных элементов свидетельствует о родстве русского и английского фольклорных текстов.

Если обратиться к азиатской культуре, то в качестве примера можно рассмотреть корейский мотив жениха-оборотня, который проявляется в сказке «Гуронгдонгдонгсинсонби». В ней жених обращается не птицей, а змеем и, в отличие от Финиста, олицетворяет собой стихию воды. Однако, при всех незначительных различиях, русская и корейская сказки имеют одну сюжетную конструкцию, что позволяет говорить об их генетической общности.

Таким образом, сюжет сказки о Финисте ясном соколе, уходящий корнями в античную мифологию, имеет различные варианты в русском и в зарубежном фольклоре.



## **ВНУТРЕННИЙ КОНФЛИКТ И СРЕДСТВА ЕГО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ В ДРАМАТУРГИЧЕСКОЙ ДИЛОГИИ Я. ПУЛИНОВИЧ «НАТАШИНА МЕЧТА» И «ПОБЕДИЛА Я»**

Усачева Е.С., гр. СКФ-220

Научный руководитель: ст. преп. Канарская Е.И.

Кафедра Общей и славянской филологии

Пьесы Я.А. Пулинович «Наташина мечта» и «Победила я» были созданы примерно в одно и то же время: первая – в 2008 году, вторая – в 2009 году. Обе пьесы представляют из себя монодрамы, что предопределяет особую стратегию взаимодействия героя и читателя (зрителя): в сознании героя происходит катастрофа, которая конструируется «здесь и сейчас» и, отражаясь в сознании реципиента, приводит к одновременному «перереформативанию» его картины мира.

Обе пьесы – монологи шестнадцатилетних девочек, которые носят одно и то же имя – Наташа.

Героиня пьесы «Наташина мечта» живет в детском доме, ей постоянно приходится защищаться, скрывать эмоции, быть черствой и грубой. Наташа искренне полюбила первого человека, который, как ей показалось, проявил заботу о ней, и страшно расправилась с соперницей. Внутренний конфликт пьесы основан на том, что у героини есть огромная потребность в любви как преодолении одиночества, но в окружающем мире любви нет, он существует по иным законам. И Наташа принимает его логику – логику насилия, которая для нее становится единственной альтернативой смерти. Форма пьесы – суд, в котором судьями выступают зрители, и в то же время – это исповедь Наташи. Автор ставит вопрос: можно ли осудить героиню за то, что у нее есть мечта, которую оказывается невозможным воплотить? И можно ли оправдать Наташу, которая причиняет боль другому человеку, а, значит, становится очередным звеном в круге насилия?

Пьеса «Победила я» построена зеркально: в ней уже две Наташи, одна из которых соотносится с героиней пьесы «Наташина мечта» (замкнутая, грубая девушка, которую мать выгоняет из дома), а вторая формально представляет из себя ее противоположность, но оказывается столь же одинокой. Эта Наташа тоже борется за обретение любви, и тоже делает выбор в пользу ненависти, уничтожая свою тезку и чувствуя при этом горечь победы над человечностью.

Таким образом, героини пьес «отражаются» друг в друге, подтверждая неизбежность мирового закона, рождающего острый внутренний конфликт между потребностью в любви и невозможностью ее обретения и «подсказывающего» героиням ненависть и насилие как ложные способы его преодоления.



## ЖЕНСТВЕННОСТЬ КАК КОНСТАНТА РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ

Урманчиева С.А., гр. СКФ-217

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Актуальность работы определяется тем, что специфика описания, анализа единиц, представленных константой «женственность», лежит на пересечении таких наук, как когнитивная лингвистика, этнолингвистика, лингвокультурология. Концепты и константы являются объектом активного изучения в современной лингвистике. Анализ константы «женственность» имеет значение для гендерных исследований.

Цель работы – проанализировать восприятие обозначенной константы носителями русского языка, определить наиболее значимые языковые единицы, составляющие данный комплекс знаний, понятий, ассоциаций. В связи с этим были поставлены следующие задачи: разработать вопросы для анкетирования, отражающие индивидуальные особенности респондентов, такие как пол, возраст, род деятельности; провести ассоциативный эксперимент среди людей разных социальных групп; проанализировать полученные результаты и представить выводы на их основе.

Всего было проанализировано 1436 языковых единиц. Опрошенные использовали морфологические категории: существительные (в том числе имена собственные), прилагательные; синтаксические конструкции: словосочетания, предложения. Цитаты составили особую категорию единиц.

Высокую частотность обнаружили следующие единицы: «красота» (84), «нежность» (74), «ум» (39), «забота» (23), «легкость» (23), «ухаживаемость» (17), «сила» (32), «элегантность» (19), «сексуальность» (18), «мягкость» (19), «грация» (24), «любовь» (29), «доброта» (25), «платье» (15).

Исходя из приведенных данных, можно судить о том, что константа «женственность» связана для большинства респондентов в первую очередь с лексическими единицами, имеющими положительную (мелиоративную окраску) и нейтральную коннотацию.

Анализ результатов, полученных в ходе ассоциативного эксперимента, показал, что большая часть респондентов связывает понятие «женственность» с традиционными гендерными стереотипами, а понятия «красота» и «нежность» составляют «ядро» константы «женственность».



## МИФ О ПОЭТЕ В ТВОРЧЕСТВЕ ЖАНА КОКТО НА ПРИМЕРЕ ПЬЕСЫ «АДСКАЯ МАШИНА»

Урманчеева С.А., гр. СКФ-217

Научный руководитель: доц. Новожилов Д.М.

Кафедра Общей и славянской филологии

Актуальность работы обусловлена тем, что в современном литературоведении уделяется большое значение мифу в литературе, взаимодействию мифа и слова. Творчество Жана Кокто в отечественной науке изучено не до конца, а пьесы так называемого «античного периода» рассматриваются лишь в совокупности, как этап в творчестве автора.

Цель работы – проанализировать основные особенности выражения мифа о поэте в пьесе Жана Кокто «Адская машина», выделить среди них черты, характерные для творчества Кокто в целом. В соответствии с целью были поставлены следующие задачи: рассмотреть основные черты мифологичности в пьесе «Адская машина»; проанализировать их и сопоставить с другими произведениями Жана Кокто, а также с биографией автора.

Объектом исследования является миф о поэте в творчестве Жана Кокто, предметом – способы выражения мифа о поэте в пьесе «Адская машина».

Личный миф о поэте находит свое отражение в разных произведениях Жана Кокто, в которых главным героем является поэт. Пьеса «Адская машина» также может быть включена в число этих произведений. Ее назначение в том, чтобы изобразить судьбу поэта в лице главного героя Эдипа. В связи с этим в пьесе встречаются мотивы изгнанничества, распятия, гонений.

Судьба Эдипа представляет собой взаимопроникновение категорий трагического и комического. Корень трагедии кроется в судьбе, которая властвует над поэтом (именно судьба и является адской машиной). Трагичный конец, а именно смерть – один из важнейших элементов творчества Кокто. Восприятие смерти автором (смерть как творческий акт, настоящая любовь возможна только после смерти) также связано с мифологическим сознанием.

«Адская машина» вплетается в канву общего «мифа о поэте» при помощи интертекстуальных связей, приемов поэтики мифа, идеи «возвратности» времени, различных экспериментов с языком и стилем, взаимодействия профанного и сакрального, трагического и комического.





## СЛЕНГ И ЖАРГОН: ПРОБЛЕМА ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Федорова В.А., гр. СКФ-217

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Сленг – неотъемлемая часть общенародного языка, представленная на лексическом уровне и способствующая расширению словарного запаса. Проблемой сленга и его терминологической неопределенности уже давно занимаются многие ученые. В связи с этим, в современном русском языке существует огромное количество определений термина сленг, которые нередко противоречат друг другу. Исследователи для обозначения сленга используют разные наименования, среди которых: родовые понятия – социальный молодежный или групповой диалект, и видовые понятия – профессиональный язык, жаргон, сленг, арго и даже авторские термины, например, британский ученый М. Халлидей использует термин антиязык.

Причина терминологической неопределенности кроется также в том, что четко не определены специфические особенности и свойства сленга. Следующая причина – использование учеными терминов в широком и узком смысле. В узком смысле определения жаргона и сленга совпадают и представляют собой речь определенной социальной группы. Отличие жаргона и сленга в широком смысле понимания терминов заключается в том, что сленг предполагает отход от норм литературного языка, в то время как жаргон опирается на его нормы. Понятие жаргон вошло в русистику в XIX веке, а сленг лишь в 1960-ые. Этимология терминов жаргон и сленг до сих пор вызывает споры ученых.

Специфические черты сленга/жаргона связаны с стилистической маркированностью, большим количеством оценочных слов, а, следовательно, большим количеством синонимов. Использование жаргона и сленга связано с совокупностью возрастных и социальных факторов. По мнению многих ученых, молодежный сленг обновляется быстрее других социальных вариантов языка. К молодежному сленгу относится лексика людей от 14 до 35 лет. Некоторыми учеными социальные варианты языка воспринимаются как своеобразный «код», который призван отличать социальные группы друг от друга. В первую очередь, сленг используют с целью повышения экспрессивности речи. Использование сленга настраивает на «дружеский лад», разряжает атмосферу, привлекает внимание. Иногда сленг выступает как средство самореализации молодежи. Также он является хорошим источником пополнения словарного запаса языка.

Анализ научных работ позволяет сделать вывод, термины жаргон и сленг представляют собой синонимы. Синонимы – это разные слова, обозначающие одно понятие, но имеющие разную стилистическую окраску.



Если в узком смысле термины совпадают и представляют собой речь определенной социальной группы с использованием специфических слов и выражений, то в широком смысле есть различия: сленг предполагает отход от норм литературного языка.

## **КРИТЕРИИ МИСТИЧЕСКОГО В ОТНОШЕНИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ М. БУЛГАКОВА**

Цацулина С.А., гр. СКФз-120

Научный руководитель: доц. Завельская Д.А.

Кафедра Общей и славянской Филологии

Творчество Булгакова во многих случаях демонстрирует мистическое видение окружающего мира, ощущение Рока, владеющего человеком и веру в Высшую Справедливость, не всегда постижимую слабым разумом человеческим.

Для того, чтобы адекватно оценить критерии мистического в литературном творчестве, мы обратились к нескольким толковым словарям. Обобщив все толкования термина «мистика», можно прийти к выводу что мистика – это не только вера в сверхъестественное, но и некое представление о таинственном и загадочном. На основе этого, были сформулированы следующие критерии:

1. В основе идеи и сюжета – тема смерти (потустороннего).
2. Герои и персонажи являются либо обладателями сверхъестественных способностей, либо представителями потустороннего мира (призраки, демоны).
3. Двоемирие – сочетание реальности и ирреальности, причем реальность преобладает, а ирреальный мир добавляет нелогичной остроты привычным явлениям.
4. Зачастую таинственные события и проявления потустороннего мира рассчитаны исключительно на веру читателя в сверхъестественное и никак не объясняются.
5. Атмосфера истории и детали антуража замешаны на страхе, который «выводится» из реальных и логичных вещей – скрипа половиц или воя ветра за окном.

При анализе произведений М. Булгакова «Собачье сердце», «Роковые яйца» и «Мастер и Маргарита», было обнаружено, что роман «Собачье сердце» и повесть «Роковые яйца» схожи по критериям мистики как литературного явления: в обоих произведениях наблюдается тема потустороннего, а герои – представители потустороннего мира, также присутствует двоемирие.

Роман «Мастер и Маргарита» был взят для анализа, чтобы наглядно доказать, что он действительно является мистическим романом. Об этом



нам говорят такие критерии мистики в литературе, как двоемирие, присутствие героев-демонов и наличие таинственных событий.

Проанализировав вышеуказанные произведения, пришли к выводу, что в творчестве М. Булгакова действительно присутствуют критерии мистического такие критерии как двоемирие, тема потустороннего, герои-демоны, таинственные события.

## **ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС И СТИЛЕВАЯ ЭВОЛЮЦИЯ В ТВОРЧЕСТВЕ ТИЦИАНА ВЕЧЕЛЛИ**

Бережнева М.С., гр. СКИ-1163

Научный руководитель: проф. Варакина Г.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Эпоха Высокого Возрождения в Венеции связана с именем гениального художника Тициана Вечелли, творческий путь которого пришёлся на середину XVI в. и был связан с Венецией. Этот город-государство, ставший родным для уроженца Северной Италии Тициана, во многом определил как личную, так и творческую судьбу художника. Торговый город, выстроенный на берегах и отмелях лагуны, был неиссякаемым источником вдохновения во все годы длинной и очень плодотворной карьеры художника. Другим источником вдохновения стали женщины Венеции и Италии.

Женские образы, запечатлённые Тицианом, многообразны и ярки. Это и образы Мадонны (например, знаменитая «Мадонна с вишней»), и святых (полотно с популярным в европейском средневековье сюжетом кающейся Марии Магдалены), и знатных дам, и простых горожанок. Образы, пришедшие из греческой и римской мифологии – Венера, Даная, Флора, стоят в одном ряду с обыденными, но столь любимыми и родными – жена, дочь, и неизвестная прелестница, чьё имя не сохранило время.

Одним из повторяющихся мотивов в работах Тициана является женский образ с зеркалом. Зеркало для Венеции – предмет особенный, предмет гордости и символ экономического процветания. Наличие зеркала рядом с моделью не только подчёркивало и «удваивало» её красоту, но и свидетельствовало о богатстве и причастности к технологически развитой цивилизации, т.к. позволить себе приобретение большого зеркала в тот период могли лишь самые состоятельные, влиятельные и родовитые горожане.

Если в картине 1515 года Тициан на картине «Женщина с зеркалом» героиня изображена возле небольшого выпуклого темноватого зеркала, который держит перед ней мужчина, то «Венера с зеркалом», написанная в 1550-х годах, смотрится в большое плоское светлое зеркальное полотно, которое ясно, без искажений отражает образ богини, передавая ее красоту.



Само творчество художников эпохи Возрождения, словно следуя технологиям производства зеркал, изменяет свой подход к изображению женских лиц и фигур – словно «высветляя», приближая к естественности и живости восприятия, уделяя гораздо больше внимания деталям и естественным пропорциям лица и тела. Технический прогресс и прогресс художественный шли рука об руку.

## **БАУХАУЗ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СТИЛЬ: ПРОБЛЕМА ПРЕЕМСТВЕННОСТИ**

Симоненко Е.Ю., гр. СКИ-119

Научный руководитель: проф. Варакина Г.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Данное исследование рассматривает Баухауз не только как школу дизайна первого поколения, но как стиль, созданный ее преподавателями и учениками, и подхваченный мировым дизайном.

Говоря о стилистике Баухауза, можно выделить следующие принципы формообразования, ставшие поистине революционными: слияние формы и функции, чистый геометризм, энергичный ритм линий и пятен, подчёркнутая конструктивность вещей, нет декора ради декора, цветовые акценты (красный, жёлтый, синий), большие плоскости, зонирование пространства.

Анализ творческого наследия представителей Баухауза позволяют нам определить роль стиля школы в современном дизайне. Он вдохновляет на новые идеи (Lutz Morris и KPM Berlin, коллекция посуды и аксессуаров в стиле Баухауз) и открытия (Э. Гонсалес, светильник «Lo1»; К. Ли, стул-конструктор «Bauhaus»; Э. Барбер и Д. Осгерби, мебель «Shell»), студии перевыпускают их изделия (Thonet и Besau Marguerite, консольный стул Мис ван дер Роэ в новых цветах и материалах). Прослеживаются стилистические и идейные параллели с целым рядом современных объектов: «Lee Broom», светильники «Орион», вазы «Подиум»; А.П. Баррос лофт «Баухауз» и многие другие.

Баухауз в чистом виде найти трудно, он стал уже историей. Однако его характерные черты присутствуют в других стилях, таких как хай-тек (обилие стекла и металла, отсутствие декора), контемпорари (удобство, простота и функциональность как основа), минимализм (лаконичность, интерес к фактурам и естественным текстурам).

Мы выделили черты баухауза как стиля: преобладание чистых геометрических форм и крупных плоскостей одного материала, практичные материалы (металл, дерево, кожа, стекло и пластик), рациональное использование пространства, функциональное зонирование пространства, нейтральная цветовая гамма, продуманное освещение и технологичное бытовое оборудование.



Таким образом, современный стиль баухауз является преемником баухауза 1920-30-х гг.; сохранены все ключевые идеи «исторического» Баухауза – функциональность и особая простота, эстетичность); идеи Школы – источник вдохновения для современного дизайна и архитектуры; черты Баухауза прослеживаются в стилях хай-тек, контемпорари, минимализм.

## РЕКА БЕРЁЗА В НАРОДНОЙ ЭТИМОЛОГИИ ЖИТЕЛЕЙ ОЛЕНИНСКОГО РАЙОНА

Медведева М.К., гр. СКН-117

Научный руководитель: проф. Строганов М.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Река Берёза Оленинского района протекает на юго-западе Тверской области. Исток – болото близ деревни Вяховки Оленинского района. На территории Нелидовского района Берёза впадает в реку Межу, которая, в свою очередь, впадает в Западную Двину (Даугаву) на территории Западнодвинского района. В России есть и другие водные ресурсы с «древесными» названиями; например, река Большая Сосна в Ельце. В настоящем сообщении я постараюсь отразить и проанализировать народную этимологию названия реки Берёза.

Мной были опрошены жители поселка Оленино, деревни Сидорово (находится практически на берегу реки, в среднем течении, но ближе к верховьям). Всего было опрошено мною 18 человек.

Небольшое число информантов (Е.Н. Кузнецова, К.А. Медведев, С.Д. Цветков) сказали, что река Берёза называется так потому, что рядом с ней находится деревня под названием Спас-Берёза. Однако известно, что названия населённых пунктов появляются позднее гидронимов.

Подавляющее большинство информантов (15 человек) связывает данный гидроним с березовыми рощами, располагающимися по течению реки. Настоящее значение этого гидронима позволяет уточнить словарь М. Фасмера. Берёза – древняя и.-е. основа ж.р. \*bhergo, ср.: лит. bėržas, др.-прусс. berse, латышск. bērzs, др.-инд. bhūrjas «вид березы», осет. bærz(æ) «береза», др.-исл. björk ж. «береза», др.-в.-нем. birihha «береза». Далее родственно алб. bardh «белый», готск. baírhts «светлый, блестящий», лит. beršta «белеет» (Фасмер М. Этимологический словарь русского языка)

Таким образом, получается, что истинное значение гидронима – ‘белый’, ‘светлый’. Название же дерева по отношению к индоевропейской основе \*bhergo оказывается вторичным. Данный гидроним – не такое уникальное явление, как может показаться (Березайка (приток Мсты, Новгородская и Тверская области), Березина (приток Днепра, Белоруссия). Возводить название реки к названию дерева совершенно неправильно, так как гидроним не имеет никакого отношения к дереву. Из этого следует, что





народная этимология ошибочна. Но как явление народной художественной культуры даёт большой материал для осмысления познавательных процессов народного сознания.

## **НОВЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О КРАСОТЕ В ОБРАЗЕ «ЮДИФИ» ДЖОРДЖОНЕ: К ВОПРОСУ О РОЛИ ФОРМАЛЬНОГО И ИКОНОЛОГИЧЕСКОГО МЕТОДОВ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВОВЗНАНИИ**

Мархаева А.Б., гр. СКИ-118

Научный руководитель: доц. Мишачева И.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

В искусстве Средних веков Юдифь – пример добродетели, торжествующей над пороками Распущенности и Гордыни. Отмечались не только такие «женские» качества Юдифи, как целомудрие, смирение и благочестие, но также и её мужество, и мудрость, уподоблявшие благочестивую красавицу-вдову – Давиду.

Героическая составляющая подвига, активное действие особенно ценилось художниками кватроченто. В двух картинах Боттичелли 1470 и 1495 гг. и в «Юдифи» Андреа Мантенья (около 1495 г.) изображалось реальное действие: Юдифь кладет голову Олоферна в мешок (у Мантенья), выходит из шатра вместе со своей служанкой, и они обе следуют в иудейский город Ветилую (у Боттичелли). И даже у художника чинквеченто, Бенвенуто Тизио де Гарофало («Юдифь» 1525 г.), героиня высоко поднимает отрубленную голову, наглядно являя зрителю победный трофей. Но в картине Джорджоне 1504 года Юдифь задумчиво и тихо стоит, не глядя на голову Олоферна у своих ног, как бы и не помня о мече в изящной руке.

Г. Вёльфлин справедливо выделял такое качество искусства Италии эпохи Высокого Возрождения, как «аристократичность», его вкус к значительному, торжественному и грандиозному (сопровождающийся отказом от излишней детальности и разнообразия), то, как ценится поэтика спокойствия. Сформулированные им в рамках формального метода признаки идеальной героини чинквеченто легко прочитываются в облике героини Джорджоне, с её античными чертами, спокойствием и плавными, круглящимися линиями в лице. Здесь нет лишних деталей, дробности: волосы аккуратно прибраны, лишь две прядки естественно ниспадают, минимум украшений, а складки платья подчеркивают спокойное движение Юдифи, столь отличное от быстрых движений героини Боттичелли. У Винченцо Катена в картине «Юдифь» 1520-30 гг. героиня также воплощает идеальный тип с мягкими линиями в лице и фигуре.

И выбор момента действия (не самого типичного для ренессансной иконографии Юдифи), и сам облик героини Джорджоне в полной мере



отразили такие качества стиля Высокого Возрождения, как благородный аристократизм и торжественное спокойствие.

## **ИКОНОЛОГИЧЕСКИЙ МЕТОД И ПЕЙЗАЖНАЯ ЖИВОПИСЬ: «ГАВАНИ» КЛОДА ЛОРРЕНА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА МОРСКИЕ НОКТЮРНЫ РОМАНТИЗМА**

Хантимилова А.А., гр. СКИ-118

Научный руководитель: доц. Мишачева И.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Иконологический подход в искусствознании базируется на изучении сквозных для искусства античности, Средневековья и Нового времени персонажах и аллегориях. Однако не одни только антропоморфные герои, но и некоторые устойчивые природные и пейзажные мотивы дают возможность с нового ракурса взглянуть на «дух эпохи».

Тематические, композиционные, световые решения «гаваней» Клода Лоррена надолго закрепились в европейской живописи в качестве некоего образца, «формулы» поэтической марины. В XVIII веке французский живописец Клод Верне вторит Лоррену, оставаясь приверженцем классицистической композиции и эффектного мотива световой дорожки, сохраняет жанровый стаффаж. Новизна подхода заключается в уходе от изображения одних лишь закатов и рассветов, в приверженности Верне морским ночным сценам – так что солнечная дорожка превращается в дорожку лунную. Подобное решение находим и в живописи русского мастера Сильвестра Щедрина. При этом холодный колорит «Лунной ночи в Неаполе» проникновенно меланхоличен – и этим созвучен романтической живописи нового, XIX столетия.

В творчестве немецкого романтика Каспара Давида Фридриха наблюдается уход от жанрового стаффаж, «созерцатели» обращены к постижению природы и к самопознанию. Лиризм и психологизм усиливается и в образе светоносных марин англичанина Уильяма Тернера. Как и у Фридриха, так и у Тернера уже нет привычных архитектурных кулис. У Тернера может исчезнуть и береговая линия, у обоих встречаются полностью безлюдные ландшафты. Разительно отличаются и сюжетные линии – в сравнении с Лорреном и Верне смысл романтических марин более глубок, жанровое и лирическое сменяется эмоциональным (более широкого диапазона) и символическим, сюжет как бы уходит вглубь, усложняется.

В ином, более «вещественном» ключе трактуют тему лунной марины Сильвестр Щедрин и Иван Айвазовский. В их работах можно отметить особую масштабность; погружение в созерцание безбрежного моря и лунного сияния не отменило пристального взглядывания в натуру; важны не только скрытые в природе, свете и море смыслы – но и они сами, часть природного мира, пронизанного отблесками величия Творца.



## «СИВИЛЛЫ» МИКЕЛАНДЖЕЛО В КОНТЕКСТЕ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ ТРАДИЦИИ XV и XVI вв.

Лавренова А.А., гр. СКИ-118

Научный руководитель: доц. Мишачева И.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

К работе в Сикстинской капелле Микеланджело приступил в 1507 году. Первоначальный план, разработанный папой Юлием II, включал в себя изображение двенадцати апостолов над оконными проёмами капеллы. Но Микеланджело обратился к ветхозаветным сюжетам, к Сотворению мира и человека, а над оконными проёмами разместил пророков и сивилл. Сивиллы – в античной культуре пророчицы и прорицательницы. Согласно «Энеиде» Вергилия, предсказания делались ими в состоянии божественного экстаза. Для христианской традиции были важны те изречения сивилл, в которых в той или иной форме предрекался приход Христа. Вероятно, выбор подобных сюжетов был обусловлен ещё и желанием мастера поэкспериментировать с пластикой, именно в этот период Микеланджело активно изучает человеческое тело в состоянии разнообразного и сильного движения, что было отражено и в композиции «Битве при Кашине». Пророки и сивиллы выполнены соразмерно друг другу, что подчёркивает их равнозначность. Так Микеланджело применяет присущий античности принцип: физическая сила синонимична духовной. Такой же приём использован, например, в картине А. Мантеньи «Сивилла и пророк»: героиня отнюдь не наделена чертами женственной хрупкости и равна пророку ростом. Однако, даже в сравнении с образом Мантеньи, сивиллы Микеланджело заметно мужеподобней. О причинах подобного решения спорят до сих пор. Г. Вельфлин видел в нём ещё один признак равнозначности пророков и сивилл. Высказывалось предположение, что это попытка избежать эротического оттенка в образе персонажей, в языческой традиции представлявшихся возлюбленными богов. Другой аспект античного представления о сивиллах сохранен: в глазах героинь Микеланджело иногда ощутима нотка безумия, экстаза, описанного Вергилием (особенно это заметно, пожалуй, у юных сивилл). Но это отнюдь не тот обречённо-проникновенный взгляд, что будет присущ героиням Гвидо Рени, и не тоскующий, в духе Перуджино. Микеланджело ввергает своих героинь в активное состояние. Юные пророчицы даны в сложных позах (особенно выделяется Ливийская сивилла), Микеланджело передаёт динамику: одеяния образуют причудливые драпировки, волосы развиваются. Старые сивиллы изображены сгорбленными, скорчившимися. Это нестандартное решение: как правило, пророчиц изображали молодыми, сильными духом и плотью. Микеланджело вновь прибег к античным источникам – изобразил сивилл в соответствии с их возрастом, и это также синонимично мудрости и духовной силе.



## МАДОННА СМирЕНИЕ В ПОЗДНЕГОТИЧЕСКОЙ И РАННЕЙ РЕНЕССАНСНОЙ ЖИВОПИСИ

Тарабурина А.Т., гр. СКИ-118

Научный руководитель: доц. Мишачева И.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

В духовных сочинениях XII-XIII вв. (свв. Бернард Клервоский, Франциск Ассизский) особое внимание уделяется явленной Богоматерью «набожности смирения». Главная особенность нового иконографического типа Мадонны «Смирение» в живописи XIV в. – размещение Богоматери с Младенцем на земле, полу, подушке и, позднее, на невысокой скамье в знак её величайшего смирения, контрастного величанию пребывающей на троне Царицы Небесной в композиции «Маэста».

Предполагается, что первое изображение, которое впоследствии стало руководством для других художников, принадлежит Симоне Мартини (тимпан авиньонского собора Нотр-Дам-де-Дом, 1339-1343 годы).

Американский искусствовед Миллард Мисс полагал, что в исследуемой иконографии соединяются два мотива – сидящая Дева Апокалипсиса («Жена, облачённая в солнце») и Богоматерь, сидящая на земле пред скромными яслями Христа из сцены Рождества (работа Таддео Гадди «Рождество», 1325 год). Хэнк ван Ос видит в основе образа Мадонны Смирения иной евангельский сюжет – Благовещение. Действительно, в «Мадонне из сцены Благовещения» Симоне Мартини из Эрмитажа (1340-1344 гг.) отчётливо просматриваются черты образа смирения. Примечательно и некоторое сходство образов Мадонны Смирения и Богоматери из сцены оплакивания Христа (в росписи капеллы Скровеньи Джотто изображает Марию, которая также опустилась на землю и прижала к груди мёртвого Сына, как некогда прижимала Младенца).

Иногда художники объединяют изображения «Virgo Lactans» («Дева Кормящая») и «Nostra Domina de Humilitate» как, например, в работе Николето Семитеколо из ГМИИ им. Пушкина (ок. 1350 года). В начале XV века изображение Мадонны Смирение приобретает новое прочтение, – художники используют образ скромно сидящей на земле Девы в природном ландшафте, – появляется иконография Марии «Розария». Мадонна с Младенцем изображаются в саду, иногда ограждённом изгородью или решеткой.

При всей вариативности образа, в вышерассмотренных памятниках сохраняется мотив близости Девы к земле и населяющим её людям (название «Humilita», «смирение», происходит от латинского корня «humus» – земля, почва).



## **РОМАНСКИЕ И ГОТИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ЦЕРКОВНОЙ АРХИТЕКТУРЕ ВОСТОЧНОЙ ПРУССИИ РУБЕЖА XIX-XX ВВ.**

Домненко Д.А., гр. СКИ-117

Научный руководитель: доц. Мишачева И.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

В отличие от других регионов Западной и Центральной Европы, где активнее использовался строительный камень, на территории Пруссии и на рубеже XIX-XX вв. основным строительным материалом остается красный кирпич. Как следствие, новые, выполненные в стиле неоготики здания не обретают пластичности конструкций и сложных декоративных элементов; в приоритете остаются простота и лаконизм архитектурных форм. Тогда же проявляется интерес и к не менее лаконичным, мощным формам романики, в форме так называемого неороманского стиля.

По проекту Фридриха Хайтманна в 1907 г. в Кенигсберге строится пышная неоготическая Кирха Святого Семейства. Обрамление южного фасада выполнено с характерным для немецкой архитектуры ступенчатым завершением щипца. Еще одним украшением, которое активно использовалось в эпоху Орденской готики, являются регулярные ряды перспективных окон и вытянутых фальш-арок. Точно также оформлен Кафедральный Собор Кенигсберга (1333 год).

Элементы неороманского стиля были использованы Ф. Хайтманном в 1901 г. в кирхе памяти Королевы Луизы. На фасадах расположены полуциркульные перспективные порталы с широкими откосами. Однако по периметру архитектор располагает не только полуциркульные окошки, но и окна-розы (наиболее характерны для готической архитектуры).

Единство облика культовых и городских построек Восточной Пруссии вплоть до середины XX столетия во многом определялось влиянием архитектурных традиций Тевтонского ордена, а в сохранившихся средневековых памятниках мы найдем немало примеров соединения романских и готических элементов. Существует также предположение, что Хайтманн при строительстве определенным образом соотносил их с различными направлениями христианства: католичество – неоготика, протестантизм – неороманика.

## **ЭКСПРЕССИЯ ЧЕРНОГО И БЕЛОГО В СКАЗОЧНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ «ЗОЛОТОГО ВЕКА»: РОССИЯ И ЗАПАД**

Засеева З.А., гр. СК И-117

Научный руководитель: доц. Мишачева И.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Эпоха так называемого Золотого века книжной иллюстрации приходится на 1880-1920 гг. – период, когда в искусстве многое





определяется стилистикой модерна, в том числе и его зрелыми и поздними образцами. Важную роль в становлении иллюстрации Золотого века сыграли английские художники, включая Обри Бердслея. В своих работах он соединял тонкую и уверенную линию с плоскостями черного и белого цвета, заострял выразительность персонажей – вплоть до гротеска.

В русской сказочной иллюстрации Ивана Билибина народная орнаментика и стилизация в духе модерна сочетаются с большей приверженностью к передаче реальных, далеких от гротеска образов. В «Русских народных сказках» 1901-1903 гг. черные силуэты в цветных заставках – редкая «ночная» нота. За счет небольших белых штрихов на черном фоне сохраняется большая объемность и в двухцветных иллюстрациях «Contes del' isba» 1930-х гг.

Влияние Бердслея особенно значимо для творчества датского художника Кея Нильсена, который, помимо гротеска и андрогинности героев Бердслея, смело использует большие пласты черного или белого цвета так, что пространство фона производит некий «космический» эффект, уподобляясь пустоте либо бесконечности. Белые фоны часто используются им для изображения статичных композиций, для передачи динамики – черные («На восток от солнца, на запад от луны», 1914).

Большое влияние на область книжной иллюстрации оказывает вид зародившейся в Китае черно-белой графики – силуэт. Силуэтное искусство фактически не использует линию, оно создает экспрессию пятна. Это видно в подвижных многофигурных композициях А. Рэхэма, где острота выразительности достигается за счет использования изогнутых и угловатых четких контуров силуэтов и динамичных поз. Эта угловатость раскрывается и в тонких «парящих» силуэтах русского художника Г. Нарбута, когда он иллюстрирует «китайскую» сказку, «Соловья» Г.Х. Андерсена (1912).

Экспрессия в двухцветной сказочной графике может выражаться по-разному, контрасты черного и белого оказываются не менее выразительными, чем сложные цветовые гармонии модерна.

## **КОНСТАНТЫ И ПЕРЕМЕННЫЕ СТРАСТНОГО ЦИКЛА В ИСКУССТВЕ XIV-XVI вв.: М. ШОНГАУЭР, А. ДЮРЕР, ИХ ПРЕДШЕСТВЕННИКИ**

Терехова Д.С., гр. СКИ-117

Научный руководитель: доц. Мишачева И.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Одна из задач доклада – охарактеризовать различие в понимании и художественной трактовке сцен Страстного цикла в искусстве XIV и рубежа XV-XVI вв. Обоснование выбора сюжетов: Моление о чаше, Поцелуй Иуды, Бичевание и несение креста – в этих сценах максимальный акцент делается человеческой природе Христа.



Анализ композиций алтаря «Маэста» Дуччо (1308-1311 гг., Музей Собора, Сиена) и фресок Джотто в капелле дель Арена (1305-1315 гг., Падуя) позволяет заметить: и Джотто, и Дуччо стремились к изложению событий Священного Писания, но не к его «психологическому» осмыслению. У Джотто в сцене с Иудой главным мотивом становится сам поцелуй, символ предательства, а в Несении креста – крест, как олицетворение грядущего распятия.

Движение «Новое благочестие», которое в дальнейшем переросло в Реформацию, стало духовным стержнем «нового искусства» (ars nova). Именно тогда всё больше внимания начинают уделять человеческой составляющей природы Христа. Такие гравёры, как Дюрер и Шонгауэр, встали у истоков подобного подхода к образу Спасителя (мнение исследователя Е.С. Нистратовой).

В цикле резцовых гравюр на меди М. Шонгауэра акцентируется фигура Спасителя – в качестве центральной. В «Больших Страстях» на дереве Дюрера (1497-1511 гг.) заметны параллели с Шонгауэром: и композиционные решения, и позы действующих лиц – все направляет внимание зрителя на фигуру Христа, который в данный момент времени способен испытывать разнообразные человеческие чувства, страдать от физической боли. При этом Он не выделен чересчур резко (светом), экспрессия близлежащих фигур в сравнении с решениями Шонгауэра нередко – намного сдержанней. Характеристика места действия и индивидуализация людей «из толпы» значительно реалистичней, нежели у Шонгауэра, но не перетягивает на себя внимание. Спаситель, таким образом, и центр (композиционный в том числе), и часть происходящего. Он не над всеми, а вместе со всеми. А. Дюрер сформировался как человек своего времени, в его видении Спасителя личное восприятие сложно отделимо от представлений эпохи.

## **ИМПРЕССИОНИЗМ – РЕВОЛЮЦИЯ В СФЕРЕ ЦВЕТА**

Литвинова Н.П., гр. СКЖ-117

Научный руководитель: проф. Варакина Г.В.

Кафедра Общего и славянского искусствоведения

В основу приемов импрессионизма легла работа химика и ученого М. Шеврёля (1786-1889) «О законе контраста цветов...» (1839 г), именно глубинное изучение природы цвета привело художников этого направления к революции в системе передачи цвета.

Импрессионисты изображали формы и цвета такими, какими они видели их под деформирующим воздействием освещения: например, для передачи земли в их работах могли быть использованы фиолетовые, сиреневые, голубые, розовые или оранжевые оттенки, но никогда – коричневые. За счет использования перечисленных цветов, избавляясь от



черных, серых, чистых белых и коричневых красок, они часто прибегают к технике оптического смешения. Для передачи объемов художники так же применяют насыщенные цвета, отказавшись от приема светотеневой передачи объема. Широкое распространение в их работах получает применение дополнительных тонов, повышающих интенсивность звучания цвета. Таким образом, они отказываются от некоторых традиционных принципов живописи, заменяют контурный рисунок мелкими раздельным и контрастными мазками, обретающими самостоятельное значение. А снижение насыщенности цвета по мере удаления от первого плана, использование более приглушенных тонов, формируют ощущение перспективы, впечатление пространства и объема.

Эти приемы работы с цветом позволили художникам мастерски отражать в картинах движение облаков, игру бликов солнечного света (О. Ренуар. «Качели», 1876), порывы ветра (К. Моне. «Терраса в Сент-Адресс», 1866), струи дождя или падающий снег (К. Писсарро. «Оперный проезд. Эффект снега», 1898), стремительный бег лошадей (Э. Мане. «Скачки в Лоншане», 1865).

Эпоха импрессионизма навсегда изменила взгляд на цвет, его ощущение и передачу. Салонное искусство, как и реалистические течения в искусстве, заимствовали некоторые черты импрессионизма; многие художники конца XIX в. прошли школу импрессионизма в качестве начального этапа на пути к авторской художественной системе (П. Сезанн, П. Гоген, В. Ван Гог, Ж. Сера). Изучение принципов импрессионизма сыграло важную роль в развитии многих национальных европейских художественных школ, где подхватывались и развивались только отдельные черты импрессионизма: современная тематика, эффекты пленэризма, эскизность. Импрессионизм повлиял не только на живопись, но получил своеобразное преломление в литературе, музыке и театре.

## **ИМПРЕССИОНИЗМ И СОВРЕМЕННОСТЬ: АКТУАЛЬНОСТЬ И СВОЕОБРАЗИЕ МЕТОДА**

Егоренкова О.С., гр. СКЖ-117

Научный руководитель: проф. Варакина Г.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Импрессионизм – это экспериментальное направление в искусстве, созданное группой инициативных художников, уставших от стандартов и правил Салона, предприятия, диктующего развитие французского искусства 70-80-х гг. XIX века. Импрессионизм как явление представляет собой непосредственное видение одного момента конкретной личностью, его восприятие окружающей реальности и его ощущения.

Сюжет, ранее являющийся ключевым элементом произведения, в импрессионизме отсутствует. На его смену приходит мотив. Мотив в



данном случае – это явление или ощущение, побудившее художника написать картину. Этот принцип получил дальнейшее развитие в творчестве многих художников. Так, Лю Йи вдохновлялся мотивами Эдгара Дега, наследуя принципы легкости, воздушности, застывшего момента. Роберто Зангарелли передавал изменчивость природы. Джексон Поллок отказался от сюжетности в пользу выразительности абстракции. Бэнкси изображал персонажей, органично вписанных в окружающую среду.

Композиция в импрессионизме сменяется кадром. Это значит, что вместо выверенных объемов и выгодных ракурсов используются фигурные срезы, случайные ракурсы и точки зрения, что создает эффект личного присутствия. Тем самым импрессионисты добивались эффекта случайности, разгружая картину и создавая ощущение легкости и свободы мысли. Нечто подобное можно увидеть в работах Люсьена Фрейда, Маркоса Беккари, Ги Бурдена, которые успешно использовали кадр вместо композиции, создавая картины с эффектом личного присутствия.

Пленер – основной источник вдохновения импрессионистов. Благодаря практике на открытом воздухе художники смогли разработать новый способ написания картин на основе использования чистых цветов, осмысления тени как самостоятельного цветового объема, техники цветного мазка. В творчестве Карлоса Дельгадо, Жана-Мишеля Баския, Пабло Пикассо и многих других также заметно обращение к этим приемам.

Импрессионизм существенно повлиял на искусство: изменил представление о сюжете, изменил представление о композиции и ее возможностях, повлиял на восприятие цвета и формы, ввел пленер в повседневную художественную практику, повлиял на отношение зрителя к искусству.

## **ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ АНРИ ДЕ ТУЛУЗ-ЛОТРЕКА В КОНТЕКСТЕ ЭСТЕТИКИ МОДЕРНА**

Ивашкина А.О., гр. СКЖ-117

Научный руководитель: проф. Варакина Г.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Модерн от – художественный стиль, который возник на излёте XIX века и царил вплоть до начала Первой Мировой войны. Характерными чертами эстетики модерна являются: декоративность, плавность линий, округлость форм, обилие орнаментов и внимание к растительным мотивам. У французского модерна чёткий след японской культуры. Примером для художников того времени послужили цветные гравюры К. Хокусая – они предназначались для упаковки пачек чая. Работы отличались красочностью, пластичностью линий и «плоскостью» контуров.

Одним из ярких представителей французского модерна был художник-постимпрессионист Анри де Тулуз-Лотрек, родившийся в 1864





году и творивший до 1901 года. Деятельность художника развернулась в живописи, графике, рисунке и плакатном искусстве. Путь художника для Анри был выбран практически с самого детства. Отец нашел ему учителя рисования, анималиста Рене Пренсто, который отметил успехи мальчика. Мать Анри, воспользовалась семейными связями и устроила Лотрека в мастерскую Леона Бонна. На первых порах Лотрек писал в импрессионистической манере: его восхищали Эдгар Дега, Поль Сезанн. Кроме того, источником вдохновения служили японские гравюры.

Картину «В цирке Фернандо. Наездница» можно считать предвестницей настоящего стиля Лотрека. Подлинную славу Тулуз-Лотреку принесли плакаты. Его стиль – декоративный и вместе с тем тяготеющий к монументальности, с его резкими и экспрессивными линиями и неожиданными ракурсами, – как нельзя лучше подходил для создания рекламы. К таким картинам можно отнести афиши «Мулен Руж». Ла Гулю 1891 г., Японский диван 1893г. Несмотря на обилие заказов, Тулуз-Лотрек лишь после смерти получил признание официального искусства, а его работы послужили отправной точкой для живописи «ар нуво».

Эстетика Модерна прослеживается в произведениях Тулуз-Лотрека через плавные линии, сочетающиеся с мастерскими колористическими находками, гротесковостью и нарочитой декоративностью. Художник впервые в западной истории довёл жанр плаката до уровня произведения искусства, сыграв большую роль в развитии французской графики конца XIX века. В своих произведениях художник дал собственную, иногда нелюбимую, но остропсихологическую оценку пространству и людям, окружавшим его.

## **ВОЗНИКАЮЩАЯ С ТЕЧЕНИЕМ ВРЕМЕНИ ВАРИАБЕЛЬНОСТЬ МАТЕРИАЛОВ И СРЕДСТВ, ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМУ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА**

Голубева А.С., гр. СКЖ-119

Научный руководитель: доц. Устинов И.А.

Кафедра Изобразительного искусства

Изобразительное искусство – особый вид человеческой деятельности, духовный и материальный (биекция интеллектуально- чувственной основы с формой и техникой), причём замысел первичнее средств. За средствами художники обращаются к научному прогрессу, адаптируя под творчество его достижения. Таким образом, помимо открытия идейного, любой новой форме искусства предшествует большое технологическое и малое технологическое открытия. Первое совершают учёные, второе – новаторы-художники.

Исторические примеры такой взаимосвязи встречаются в каждой эпохе, правда, из-за культурного синкретизма порою трудно отделить друг





от друга участников схемы. В эпоху раннего Палеолита, например, homo habilis придумали растирать минералы для получения красок, от мегалитов архитектурное искусство, благодаря новым конструкциям, развилось до храмовых построек Средневековья и т. п. Второй пример позволяет сделать выводы, что некоторые формы искусства прекращают своё прямое развитие очередными открытиями, – на смену камню пришёл железобетон. Масляная живопись в эпоху Возрождения вытеснила фрески.

В современную эпоху схема возникновения новых форм искусства определённее. Например, изобретение аэрозольных красок для бытовых целей в 20-ом веке способствовало развитию граффити. Другой, самый яркий пример – создание компьютерных технологий. Учёные два столетия работали над машиной по ускоренному решению задач. Никто не создавал компьютер для искусства, однако художники нашли в нём удобное средство. Сейчас в цифровом формате существуют живопись, рисунок, архитектура, дизайн. Совсем недавно появились художники-мультимедиа, художники VR, обслуживающие кино-игровую индустрию, ещё кинетизм.

Помимо прочего, как отдельный вид искусства сформировались инсталляции, их особенность – использование самых разных материалов. Выбор материала влияет на форму искусства в первую очередь, хотя сейчас за пестротой художественных товаров это трудно разглядеть, другое дело раньше, глина – керамика, металл – торевтика.

Искусство в наши дни имеет удивительное количество форм, к которым с каждым днём прибавляются новые – и вопрос даже не в том, какие из них считать истинными. Искусству необходима качественная, а не ценностная, классификация форм.

## **ЧЕРТЫ РОМАНТИЗМА НА ПОЛОТНАХ ТЕОДОРА ЖЕРИКО**

Погодина О., Безрукова Е., гр. СКП-120

Научный руководитель: доц. Герасимова С.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Сформировавшийся в конце XVIII в. и достигший расцвета 1820-1830 гг., романтизм пришел во Францию позже, чем в другие европейские страны, такие как Германия или Англия. Первые блестящие успехи романтизма во французской живописи связаны с именем Теодора Жерико (1791-1824), который раньше других сумел выразить чисто романтическое ощущение конфликтности мира. Уже в первых его работах видно стремление к показу драматических событий современности. Таковы картины «Офицер конных стрелков, идущий в атаку» и «Раненный кирасир», отразившие романтику и трагизм наполеоновской эпохи. Огромный резонанс имела картина Жерико «Плот Медузы», посвященная событию, поразившему художника и его современников, – гибели пассажирского корабля по вине морского пароходства. На гигантском



полотне Жерико изобразил тот момент, когда находящиеся на грани смерти люди увидели на горизонте спасительный корабль. Крайнее напряжение подчеркнуто суровой, мрачной цветовой гаммой, диагональной композицией. Эта картина стала символом современной Франции, которая, подобно людям, спасающимся после кораблекрушения, переживала и надежду, и отчаяние. Тему своей последней большой картины «Скачки в Эпсоме» художник нашел в Англии. Здесь изображены летящие, как птицы, кони. Это романтический символ стремления к неизведанному: кажется, летит сама жизнь – вверх, к Богу, вселенной, чему-то масштабному. Впечатление стремительности усиливается определенным приемом: кони и жокеи написаны очень тщательно, а фон – широко. Особый интерес представляют портреты, создание которых ученые-искусствоведы относят к периоду с 1822 по 1823 г.: «Сумасшедшая старуха», «Сумасшедший», «Сумасшедший, воображающий себя полководцем». Они были заказаны другом художника, психиатром одной из клиник Парижа, и должны были стать своеобразными фиксациями психических состояний. Мастер хотел показать не столько внешние признаки и симптомы заболевания, сколько внутреннее расположение больного. Глаза людей на полотнах наполнены болью и скорбью, отражая интерес романтизма к внутреннему миру человека.

Таким образом, практическая значимость моей работы заключается в анализе содержательных образов художественных полотен Теодора Жерико в контексте романтизма. Тезисы данной работы можно использовать при изучении творческого пути и становления французских художников.

## **РАБОТА ХУДОЖНИКА В XXI ВЕКЕ: ХОББИ, ПРОФЕССИЯ, ПОСТУПОК**

Голубева А.С., гр. СКЖ-119

Научный руководитель: доц. Устинов И.А.

Кафедра Изобразительного искусства

Искусство XXI века – это искусство, зашедшее в тупик. Современные художники стараются выйти из него, придумывая всё новые и новые формы, они предлагают множество векторов развития, задают направления: стрит-арт, инсталляция, гиперреализм, транс-авангард и т.д. Но ни одна тенденция не овладевает массами. У каждого направления найдётся свой ответ на этот вопрос. Представители академической школы чаще утверждают, что всё уже сказано; выдумывая что-нибудь такое-этакое, художник извращает сущность искусства, итогом становится гибридное, либо пустое, произведение, лишь эпатажирующее зрителей; шоу. Художники, придерживающиеся гегелевского закона отрицания отрицания, заявляют, будто человечество вконец устало от сложностей, и требуют читаемости образа, но образа современного. Фэнтезисты отдадут предпочтение



сказочным мирам, вместо реального, который может передать и обычная камера. Про чувства импрессионисты говорили уже давно... Но современную проблему ничто не решает. Тогда становится ясно: ответ надо искать вне идейности искусства, а, например, в социальном контексте.

Далее вопрос трансформируется: чем художник XXI века отличается от мастера прошлого? Во-первых, профессия обретает престижность, поскольку она интеллектуальна и прибыльна. Во-вторых, нынешний художник – индивидуалист. Все без исключения направления объединяет особая мера субъективного восприятия. Личность творческая с древнейших времён вбирала в себя значимость, от полного отрицания авторства до признания гения. Но дело не только в полярности: мало кому удаётся соответствовать и требованиям заказчика, и одновременно выражать себя, чаще профессионал монетизирует свой талант (и известен лишь благодаря информационной мобильности), а работы человека, для которого искусство – это хобби, значительно уступают в качестве. Индивидуализм творца выражается ещё и в чрезмерной скрытности из-за конкуренции, в боязни потеряться среди коллег. Время неотвратимо, бесполезно искать прежнего товарищеского подхода к искусству. Остаётся одно: обнаружить в индивидуализации положительную сторону, благодаря которой и исполнить желанный качественный скачок. Человек утверждает себя как личность (особенная, индивидуальная, исключительная), совершая поступок. Работа художнику будущего тоже должна представляться поступком.

## **ИМПРЕССИОНИСТИЧЕСКИЕ НАХОДКИ УИЛЬЯМА ТЁРНЕРА**

Фадеева Л.И., гр. СКЖ-118

Научный руководитель: проф. Варакина Г.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Импрессионизм до сих пор сохраняет свою актуальность в искусстве, находя поклонников среди и художников, и публики. В нем привлекает не только яркая техника, но и та искренность, неподдельность, характеризующая искусство. Художник должен быть, прежде всего, правдив. Это не значит, что он должен изображать в точности то, что видит. Гораздо важнее эмоциональный подход, который в творчестве импрессионистов проявляется ярче всего. Чуткое восприятие состояний природы, внимательное наблюдение за изменениями под действием света, взаимодействие предметов с окружающей средой – всё это воплотилось в работах У. Тёрнера и впоследствии стало основой творчества импрессионистов, разработавших систему приёмов, таких как высветление колорита, расплывчатость контуров, раздельность мазков.

Уильям Тёрнер – представитель английского романтизма в живописи. Он поставил необычную для искусства своего времени задачу: передать на



холсте солнечный свет. Не удивительно, что одним из главных принципов стало написание картин с натуры, чтобы попробовать перенести энергию и свет солнца на полотно. Работая лессировками и применяя покрытие живописных слоёв лаком, он впервые добился в своих работах свечения. Необычен был и лимонно-жёлтый цвет, использовавшийся художником.

Давая волю цвету, художник прежде всего писал стихию, движение, которые после приобретали узнаваемые формы, под которыми порой скрывалось особое значение, поиск истины жизни. Вероятно, этим стремлением «не просто точно изобразить оптический феномен, но выразить духовность мира» объясняется принадлежность творчества английского живописца к эпохе романтизма.

Однако те открытия, который сделал художник в области цвета, имели принципиальное значение в становлении импрессионизма. Художники-импрессионисты, например, Клод Моне, внимательно изучали работы У. Тёрнера, обращая внимание на световоздушные эффекты, богатство рефлексов, оптическое смешение цветов соседних отдельных контрастных мазков.

Таким образом, импрессионистические находки Тёрнера – необычность ракурсов, выхваченность момента, цветовая насыщенность, игра пятен, этюдность, растворение предметов в световоздушной среде, эмоционально-чувственная наполненность – стали определяющими для нового французского направления 60-80-х годов XIX века.

## **ПРОБЛЕМА ИНТЕРПРЕТАЦИИ АНТРОПОМОРФНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ ПЕРВОБЫТНОСТИ НА ПРИМЕРЕ АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО ПАМЯТНИКА ШИГИРСКИЙ ИДОЛ**

Перезовова А.С., гр. СКИ-119

Научный руководитель: проф. Варакина Г.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

Данное исследование рассматривает знаковую систему первобытной деревянной скульптуры как отражение системы верований первобытного человека. Изображения на предметах культа позволяют сегодня выстраивать предположения о жизни древних людей, их социальном устройстве и быте.

Большой Шигирский Идол обладает сложной системой изображений. Семь антропоморфных изображений на идоле выполнены в «рентгеновском» стиле и, скорее всего, вписаны в контекст мифологического сюжета о получении шаманского дара, шаманской инициации.

Интерпретация изображений Большого Шигирского идола весьма разнообразна, начиная с простых обозначений, таких как: прямая линия – символ земли, горизонта, границы между небом и землей; волнистая линия





– водная стихия; ромб – огонь или солнце, и заканчивая различными мифологемами. Одним из вариантов трактовки изображений скульптуры является представление о модели мироздания. Тулово идола разделено на 3 части, что указывает на возможные представления первобытного человека о трехчастности мира. Все три мира отделены друг от друга определенным количеством горизонтальных полос. Это своеобразная граница, отгораживающая один мир от другого. Кроме модели мироздания изображения Шигирского идола трактуются как миф о происхождении мира и людей. Вертикальное расположение фигур говорит о последовательности событий, об очередности появившихся существ или об иерархии духов

Проблема интерпретации касается и персонажей, заселяющих миры. Можно с уверенностью сказать, что на идоле присутствуют мужская и женская фигура, изображение, напоминающее змею и морду какого-то зверя. Все антропоморфные фигуры имеют множество трактовок, но ясно, что идол заселяют как представители животного, так и растительного мира.

Таким образом, мифологема, зашифрованные в изображениях скульптуры, и множество интерпретаций знаковой системы идола говорят о том, что представления первобытного человека об устройстве мира и о его месте в этом пространстве, возможно, были гораздо сложнее и богаче, чем принято полагать.

## **ЗАРОЖДЕНИЕ ГОТИЧЕСКОГО СТИЛЯ НА ПРИМЕРЕ БАЗИЛИКИ СЕН-ДЕНИ**

Яшкина М.С., гр. СКИ-119

Научный руководитель: проф. Варакина Г.В.

Кафедра Общего и славянского искусствознания

В первой половине XII века Франция была одним из наиболее прогрессивных европейских государств, представляя собой средоточие культуры с процветающими экономической, политической и социальной сферами жизни. Несмотря на устойчивость художественных традиций, французское искусство и архитектура были восприимчивы к новым идеям и веяниям. Именно во Франции зарождается кардинально новый стиль, позже названный готикой.

Возникновение готического стиля неразрывно связано с именем аббата Сугерия, под чьим руководством в 30-х годах XII века началась радикальная перестройка церкви монастыря эпохи Каролингского возрождения Сен-Дени. В Европе уже более полутора столетий господствовал романский стиль, влияние которого отнюдь не ослабевало. Романский стиль оставался актуальным и полностью соответствовал духу Средневековой эпохи. Поэтому трудно было представить, что перестройка базилики Сен-Дени повлечет за собой столь разительные перемены в архитектуре, ее стилистике.





Работы над церковью начались в 1137 году. Были перестроены западная и восточная части церкви, в результате чего здание было сильно увеличено. Фасад был воздвигнут западнее прежнего завершения, за ним выстроили нартекс, стены нефов продлили до соединения с нартексом. «Статуи-колонны» явили собой совершенно новую, ранее неведомую, форму. В дальнейшем они на полтора столетия станут неотъемлемой частью готического храмового декора. Западный фасад с двумя массивными башнями, тремя порталами, украшенными множеством скульптур и оконной розой в верхнем ярусе, стал образцом для всех последующих готических храмов. От каролингского храма до наших дней сохранилась только крипта, но и она была расширена аббатом Сугерием. Над криптой соорудили новые хоры.

Безусловно, нельзя утверждать, что готический стиль зародился лишь благодаря трудам аббата Сугерия. В других монастырях Франции также осуществлялись поиски новых архитектурных форм и их декоративных возможностей. Однако именно в базилике Сен-Дени проявилось такое обилие новаторских идей, что она по праву считается отправной точкой в формировании готического стиля в европейской архитектуре.

## **ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГО НОМЕРА НА ПРИМЕРЕ ПОСТАНОВКИ «ЗОЛОТОЙ ВОЛОС» ПО МОТИВАМ СКАЗА П.П. БАЖОВА**

Бородулина А.А., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Бутылкина Е.И.

Кафедра Педагогики балета

Хореограф-балетмейстер – это исключительный человек, который опираясь на воображение, накопленный опыт и личное мнение создает произведения танцевального искусства. Однако для него также важно стараться следовать этапам творческого процесса в создании хореографического номера, чтобы разработать логически верно выстроенное, а потому легко воспринимаемое зрителем хореографическое произведение.

Хореографическим же произведением следует назвать номер, в котором выбранные тема, идея и содержание постановки раскрываются для зрителя с помощью средств движения, мимики и жеста. А поэтапная разработка этого произведения, благодаря которой зрителем ясно и четко прослеживаются главная идея танцевального номера, заложенная в него драматургия, есть творческий процесс создания хореографического номера.

Рассмотрим же этапы творческого процесса на примере постановки «Золотой Волос» по мотивам сказа П.П. Бажова: хореографический замысел и анализ литературного произведения (по сказу П.П. Бажова «Золотой Волос»; идея – истинная любовь, неподвластная трудностям; 3 героя:



Айлып, Золотой Волос, Девушка-Разлучница); выбор музыкального материала, соответствующего хореографическому замыслу (Вальс «Посвящение В.В. Андрееву» В.Д. Бибергана в исполнении Нижегородского Русского Народного Оркестра (дирижер В.А. Кузнецов)); сюжетная линия номера (основа: любовный треугольник); построение линии драматургии (экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, развязка, финал); построение рисунка танца, связанного с драматургией и сюжетом хореографического произведения; создание соответствующего лексического материала (народный стилизованный); выбор и применение в хореографической постановке композиционных приемов (канонов, унисонов, ракурсов и т.д.); дизайн возможного фона и костюмов; постановка номера, работа с исполнителями и репетиционный процесс.

Итак, в работе над хореографическим номером важно детально проработать все пункты в создании хореографического произведения, что даст возможность последовательно развивать и осуществлять воплощение главной цели постановки.

## **НОТА ОБ ОБЪЕКТИВНОМ ОЦЕНИВАНИИ КОНКУРСНЫХ НОМЕРОВ: ФОРМА ИЛЛЮСТРАЦИИ**

Владиминова Е.Л., гр. СКХ-118

Научный руководитель: доц. Усанова Н.С.

Кафедра Педагогики балета

В данной работе не только поднимается проблема выбора музыкального материала для конкурсных номеров, но и ставится цель предложить новый вид номинации для конкурса балетмейстерских постановок, который, по моему мнению, должен способствовать развитию современных танцевальных направлений.

Объект: развитие современных танцевальных направлений. Предмет: иллюстрация как танцевальная форма и новый вид номинации на конкурсе балетмейстеров. Задачи: выявить основные критерии оценивания танцевальных конкурсных постановок; доказать, что конкурсной танцевальной среде необходим новый вид номинации («иллюстрация»).

На балетмейстерских конкурсах постановщикам члены жюри рекомендуют не использовать русскоязычную музыку, особенно в номерах, построенных на лексиках современного и стилизованного танцев. Но возможно ли ликвидировать данный совет? Да, возможно. Этому поспособствует включение в конкурсную программу нового вида номинации.

Название номинации «иллюстрация», одноимённо названию хореографической формы, которая должна её представлять. Особенности иллюстрации как танцевальной формы: 1) танец не должен отражать каждое слово песни; 2) движение не обязано передавать смысл слов буквально; 3)



припев не следует заикливать одной и той же комбинацией. В качестве примера иллюстрации в работе приводится фрагмент из номера «Крик по России» народного коллектива хореографического ансамбля окружного Люберецкого Дворца культуры «Россия» (хореография А.В. Шмелёвой, руководителя ансамбля).

Таким образом, продукт моего проекта – «иллюстрация», новый вид номинации конкурса постановок, представленный одноимённой танцевальной формой, которая должна отражать текст отдельными картинками, постепенно сливающимися в единый коллаж, полноценную иллюстрированную историю.

## **ПЕДАГОГ-ХОРЕОГРАФ КАК ПСИХОЛОГ В ХОРЕОГРАФИЧЕСКОМ КОЛЛЕКТИВЕ**

Воронина Е.В., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Архипова М.Л.

Кафедра Педагогики балета

Вопросы психологии обучения хореографии необычайно важны для успешного построения педагогического процесса. Так знание психологических особенностей общения педагога и учеников обеспечивает оптимизацию процесса обучения. Поэтому данный вопрос заслуживает более подробного анализа.

В процессе занятий взаимодействуют две личности: педагог и ученик, они представляют собой динамически развивающиеся индивидуальности.

Коллективные занятия отличаются тем, что при определённой направленности в работе педагога, между учащимися возникает сплочённость, чувство коллективизма. Она выражается в повышении чувства личной ответственности перед коллективом.

Методы и средства хореографического обучения разделяются на вербальные и невербальные. Затем воздействие взглядом, мимикой, жестом, прикосновением, выразительной интонацией речи, которые также могут быть выражены вербальными и невербальными средствами.

Психологические типы руководителей ярко проявляются в педагогической деятельности. А.А. Бодалёв отличил три типа руководителей – авторитарный, либеральный и демократический. Авторитарный тип педагога-хореографа часто складывается из большого исполнительского авторитета и недостаточной самокритичности. Недостатки перцептивных способностей в сфере общения не даёт ему возможность увидеть и распознать индивидуальность ученика.

Демократический тип общения отличает правильная оценка ученика, у них складывается наиболее желанная форма общения, основанная на взаимоуважении. Весь путь обучения они проходят вместе под руководством педагога, при этом взаимно обогащаясь.



Педагог, прежде всего, показывает пример дисциплинированности и аккуратности, он должен чувствовать нервную и физическую перегрузку класса, в необходимый момент снимать её.

Становится понятным: чтобы обеспечить успешное обучение, педагогу-хореографу помимо методических, необходимо владеть глубокими психолого-педагогическими знаниями и приёмами, помня, что мастерству хореографии учатся всю творческую жизнь.

## **ХОРЕОГРАФИЧЕСКИЕ ЭКСПЕРИМЕНТЫ МИХАИЛА ФОКИНА В РАМКАХ АНТРЕПРИЗЫ «РУССКИЕ СЕЗОНЫ»**

Захарченко Л.Е., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Бутылкина Е.И.

Кафедра Педагогики балета

В начале XX века среди молодых хореографов выделялся Михаил Михайлович Фокин. Ему суждено было стать, выразителем новых веяний в петербургском балете и сыграть в дальнейшем видную роль в истории русского и зарубежного хореографического искусства. Безупречно и свободно владея классическим танцем, он одновременно был одним из лучших исполнителей народно-характерных плясок и справедливо считался прекрасным пантомимным актером. Фокин профессионально владел кистью и карандашом и отлично играл на рояле.

Балетмейстер Фокин отличался критическим отношением к окружающему, независимостью суждений и не желал мириться с рутинной, которая царила в петербургской балетной труппе.

Русские сезоны. Первыми балетами, привезенными в Париж, были уже существующие и показанные на сцене императорского театра в Петербурге постановки. «Павильон Армиды», «Шопениана», «Клеопатра», «Половецкие пляски» и «Пир». Именно во время работы над «Павильоном» в 1908 с художником Бенуа, Фокин знакомится с Дягилевым. В таких «тематических» постановках, Фокин всегда метался между точностью и фантазией.

Позже в «Карнавале», «Шахеразаде», «Жар-птице», «Ориенталиях» и обновленной «Жизели» хореограф вместе с художниками все больше отходит от реальности, используя сцену, как место, где может существовать любой мир.

Третьи «Русские сезоны» 1911 года – это фокинские «Видение розы», «Нарцисс», «Петрушка», где все так же участвуют высокопрофессиональные декораторы, художники, композиторы и танцовщики.

Еще одна балетная реформа – Фокин возродил мужской танец. До него танцы ставились исключительно на балерин, а партнеры были нужны



только для того, чтобы поддержать их в нужную секунду, помочь проявить свой талант, красоту, изящество. Танцоров стали называть «костылями».

Идеи Фокина начали революцию в балете. Хореограф продолжал увлекаться стилизацией, меньше уделяя внимания самому танцу. После первого разрыва с «Русскими сезонами» и после второго окончательного, Фокина снова приняли в Мариинском театре, где он вполне успешно ставил балеты до 1917 года. Революция, эмиграция: Фокин не отходил от танцев до конца жизни, то беря учеников, то ставя для Русского балета Монте-Карло, то Русского балета полковника де Базиля. Рахманинов, с которым Фокин много работал, особенно после «Сезонов», после кончины балетмейстера сказал: «Теперь все гении мертвы».

## **СВЯЗЬ КЛАССИЧЕСКОГО И ХАРАКТЕРНОГО ТАНЦЕВ: ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ И ВЗАИМОВЛИЯНИЕ**

Зыбина П.А., гр. СКХ-119

Научный руководитель: доц. Смелковская Е.В.

Кафедра Педагогика балета

Классический танец – исторически сложившаяся, упорядоченная система танцевальных движений; одно из главных выразительных средств балетного искусства. Система танца складывалась путём отбора из множества бытовых, трудовых движений человеческого тела наиболее законченных, пластически выразительных, представляющих эстетическую ценность. Европейский классический танец изначально впитал в себя выразительные, обладающее определенностью положения и движения, заимствованные из народных плясок, хороводов, бытовых танцев.

Характерный танец – разновидность сценического танца, обобщённо передающая стиль и дух национальной хореографии. Наиболее широкое развитие характерный танец получил в русском и советском балете. Он был строго регламентирован: стоял как бы особняком, служил всего лишь традиционным дополнением, украшением, контрастом к чисто классическим композициям. Балетный характерный танец был очень далёк от настоящего фольклора, от подлинной народности, т.е. в этой области не было такой точной системы строгих канонов, как в чисто классическом танце.

Рассмотрим различия в языке классического и характерного танцев. Принцип абсолютной выворотности ног в характерном танце в нарочитых целях нарушается, в отличие от классического танца. Наряду с классической выворотностью в танце характерном широкое распространение имеют прямо противоположные положения (*en dedans*). Все элементы в характерном танце прodelываются теми же приёмами, к которым прибегает человек в жизни. Классический же танец схематизирует движения, используя все его возможности. Классический танец – продукт





многовекового творчества: в нём всё неестественно. Исключительно многообразны в характерном танце игра пляшущих рук; вольные движения головы и корпуса. Ещё одним из основных принципов всякого танца, не только классического, но и характерного, является использование «переходящих поз».

Итак, опираясь на вышеизложенное, можно с уверенностью говорить о взаимосвязи классического и характерного танцев. Классический танец берёт своё начало в характерном танце, а в последствие совершенствуется. Движения, используемые в представленных танцевальных жанрах, безусловно схожи, но обладают рядом особенностей. В классическом танце движения смягчены и «округлены», обладают большей плавностью. Выворотность, как эстетический признак, присутствуют в обоих жанрах, однако в характерном танце следует говорить об относительной выворотности, а не абсолютной. Движения рук в характерном танце придерживаются выработанным позициям классического танца.

## **СОВРЕМЕННЫЙ ТАНЕЦ – СПОСОБ СНЯТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО НАПРЯЖЕНИЯ И МЫШЕЧНЫХ ЗАЖИМОВ**

Кейм А.О., гр. СКХ-119

Научный руководитель: доц. Усанова Н.С.

Кафедра Педагогика балета

Мышечный зажим – это состояние хронического напряжения всей мышцы.

Эмоциональное напряжение – это психическое состояние, характеризующееся как возрастание интенсивности эмоций и переживаний, реакция на внутреннюю или внешнюю проблему.

Когда мы выражаем эмоции, ресурс, подготовленный организмом, своевременно используется и мышцы расслабляются. Но чаще всего мы не умеем выражать гнев или страх таким образом, чтобы не вредить себе или людям, предпочитая подавлять их.

Тело обмануть нельзя, и то, что мы скрываем от других и от собственного сознания, остается в нем в виде напряжения. Такое хроническое напряжение мышц тела называется «мышечным панцирем». Постепенно оно перестает замечаться, и человек живет, даже не подозревая о нем.

Во время занятий современной хореографией умственное напряжение снимается за счёт перераспределения энергии на мышечные действия.

На занятиях современной хореографией вырабатываются эндорфины. На физическом уровне запускается процесс оздоровления нервной системы.

Свобода мыслей и движения во время занятий помогает человеку раскрепощаться и освобождает от комплексов и стереотипов, делает более уверенным в себе.



В процессе импровизаций снимается психическое напряжение. Сознание концентрируется только на движении, которое в свою очередь не приносит дискомфорт, ведь тело движется в меру своих возможностей. Человек не будет импровизировать на том материале, в котором он слаб и не уверен. Он будет принимать те позы и положения, с которыми он знаком, то, что осталось в его подсознании.

Партнеринг. Для того что бы чувствовать партнёра нужно доверять ему, а доверие в свою очередь дарит чувство уверенности в напарнике, тем самым создавая спокойную обстановку.

## **ВЛИЯНИЕ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГО ИСКУССТВА НА РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА**

Кононова С.В., гр. СКХ-119

Научный руководитель: доц. Архипова М.Л.

Кафедра Педагогика балета

Занятия хореографией содействуют эстетическому воспитанию детей, оказывают положительное воздействие на их физическое развитие, способствуют росту их общей культуры, социализации, поэтому можно утверждать, что хореографическое искусство имеет богатую возможность широкого осуществления разнообразных воспитательных и образовательных задач. Хореография – это универсальное средство, формирующее личностные качества ребенка.

Основными составляющими воспитательного процесса на занятиях хореографией являются: эмоциональное развитие и воспитание, обогащение внутреннего духовного мира; знакомство с историческими и культурными традициями; снятие психологических стрессов и нагрузок, воспитание культуры общения и поведения; разумные и рациональные физические нагрузки на организм ребенка, которых так не хватает современным детям. Также следует отметить и глубокое чувство радости, которое доставляет ребенку движение в танце.

Танцевально-музыкальное воспитание – это процесс развития личности, которая способна не только понять, но и глубоко пережить, почувствовать музыку так, чтобы она надолго осталась в эмоциональной памяти ребенка, сказывалась на его мироощущении и поведении. Только при таком восприятии искусство танца раскрывает свою художественно-этическую ценность, осуществляет свои подлинные задачи, хорошо сформулированные Л.С. Выгодским в его работе «Психология искусства»: «Искусство есть организация нашего поведения на будущее, установка вперед».

Хореографическое искусство у ребенка является дополнением и продолжением его реальной жизни, обогащает ее. В результате активного эмоционального знакомства с хореографией формируется художественный



вкус детей, они начинают подмечать и воспринимать «прекрасное» не только в искусстве, но и в жизни.

## **ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ИСПАНСКОГО НАРОДНОГО ТАНЦА В ДЕТСКОМ ТВОРЧЕСКОМ ТАНЦЕВАЛЬНОМ КОЛЛЕКТИВЕ**

Крутикова М.М., гр. СКХ-119

Научный руководитель: доц. Усанова Н.С.

Кафедра Педагогика балета

Начиная изучение испанского танца в детском творческом танцевальном коллективе, неотъемлемой частью является вводная часть по истории, фольклору и традициям испанского народа.

Нельзя говорить об испанских танцах в целом, так как фольклор каждой провинции своеобразен и неповторим. Знаменитое фламенко, пасодобль-стремительный танец, основанный на ритме и движении корриды.

Представленные танцы, как и классическая хореография, связаны твердыми правилами и условностями. Они не являются импровизациями. Танцевальные движения и положения их узаконены.

Исследуя данные виды танцев, можно выявить три главные составляющие испанского танца: гордая постановка корпуса, гибкие и выразительные изгибы рук танцовщиц и сапатеадо (дробный стук каблучков танцующих).

Влияние классического балета отразилось на характере исполнения испанского танца. Ни один из национальных танцев не подвергся на сцене такой переработке в стиле классического танца, как испанский.

Испанский танец не должен сводиться к топанию, извиванию, изгибанию и ползанию. Никакой танцовщик не держится так прямо, как испанские танцоры.

Широко пользуясь различными комбинациями выстукивания, педагог-балетмейстер может достичь большого танцевального разнообразия, благодаря изменениям положений рук, корпуса и головы.

Основной базой движений в испанском танце для детей могут стать: плавные движения рук, как взмах крыльев фламинго. Чёткий шаг, с выбиванием каблучков. Длинные юбки, дадут возможность, делать взмахи. Кастаньеты, дополняют образ мальчиков и внесут в исполнение живое звучание, при ударе по руке.



## **РАССТРОЙСТВО ПИЩЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ (РПП) У УЧЕНИКОВ ХОРЕОГРАФИЧЕСКИХ КОЛЛЕДЖЕЙ И АРТИСТОВ БАЛЕТА**

Крюкова Л.Н., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Архипова М.Л.

Кафедра Педагогика балета

Расстройство пищевого поведения (РПП) в наше время встречается всё чаще. У учеников и артистов балета, почти у каждого второго были или имеются проблемы с пищевым поведением, но это всегда скрывается и мало кто может рассказать о своей проблеме и попросить помощи. РПП – это психическое расстройство. Основные гипотезы его возникновения: эмоциональные, социальные, личностные и физиологические.

В общественном сознании глубоко укрепился стереотип, что балерина должна быть очень худой. Однако у каждой будущей артистки есть переходный возраст, во время которого идёт активная перестройка организма, и удержать необходимый вес в этот период очень сложно, а иногда и вовсе невозможно.

Педагоги на протяжении 8 лет растят новое поколение и, конечно же, хотят показать обучающихся с лучшей стороны. Поэтому, чтобы как можно быстрее добиться необходимого результата, они нередко оказывают на учеников сильное давление. К сожалению, в неокрепших умах подростков, каждое замечание воспринимается очень тяжело и гиперболизированно. Ученик становится полностью неуверенным в себе и чувствует «загнанным в угол ребёнком», старается всеми силами оправдать ожидания и показать, что он чего-то стоит, поэтому часто идёт на крайние меры, которые могут привести к потере здоровья. Поэтому эта проблема стоит так остро и важна для многих людей.

Основная цель моей работы-показать важность наличия психолога и диетолога в хореографических училищах.

## **ОСОБЕННОСТИ И ЗАДАЧИ РАЗДЕЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ ХОРЕОГРАФИИ**

Махонина О.А., гр. СХИ-120

Научный руководитель: преп. Кабанова О.Е.

Кафедра Педагогика балета

В условиях игнорирования закономерностей развития учеников разного пола воспитание не достигает своих целей.

Необходимо создание отдельных женских и мужских классов.

Благодаря раздельному обучению делаются акценты на развитие тех или иных групп мышц, увеличиваются или уменьшаются физические нагрузки, что помогает лучше воспитать тело танцора.



Кроме того, психические и анатомо-физиологические особенности мальчиков и девочек предполагают различный подход к их обучению и воспитанию.

Адаптация на уроке у мальчиков протекает сложнее, чем у девочек. Она выражается в утомляемости, потере внимания и раздражённости.

Мальчики болезненно воспринимают поражение, тогда как девочки более усердны.

Мальчики более успешны в зрительно-пространственных операциях. Девочки нуждаются в объяснении процесса для достижения результата.

Для мальчиков на уроках хорошо использовать соревновательный метод. Для девочек этот метод не подходит.

Критика по отношению к мальчику должна звучать кратко и четко. Девочкам необходимо излагать всю проблематику ситуации.

Мальчиков необходимо подталкивать к самостоятельному нахождению решения. Девочки лучше воспринимают информацию, четко изложенную педагогом.

Необходимо привлекать к процессу обучения родителей для обеспечения поддержки и оценки успехов учеников.

## **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТИЯМИ ХОРЕОГРАФИЕЙ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА**

Мясникова Н.С., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Усанова Н.С.

Кафедра Педагогика балета

Танец – это искусство движения тела. Любой вид хореографии относится к физической активности. В свою очередь физическая активность считается главной частью здорового образа жизни, но более важной частью является психологическое здоровье. Хореография является универсальным языком общения. Язык тела считается более правдивым, чем сказанные слова.

За последние годы значительно выросло число психологов, использующих в своей практике различные виды танца. Все чаще начало употребляться сочетание слов – танцевально-двигательная терапия.

Танцевальная терапия – это направление психотерапии, которое основывается на творческом самовыражении через хореографию, которая способствует объединению эмоционального, социального и физического аспектов жизни человека.

Американская танцовщица Мэрион Чейз является первым танцевальным терапевтом. Мэрион успешно работала много лет и смогла выделить большое количество благоприятно влияющих психологических составляющих танца.





Основная цель танцевальной терапии – внутренние мысли, страхи, переживания человека. Избавляет от комплексов, неуверенности в себе, низкой самооценки и множества других, более серьёзных расстройств.

Аутентичное движение – это экспрессивная форма импровизации, которая позволяет группе участников добиться свободного и гармоничного взаимодействия со своим телом.

Именно Мэри Старкс Уайтхаус ввела термин «Аутентичное движение». Мэри объединила свои знания о танцах с экспериментальной психотерапией, выполненной в групповом процессе, где участники сливаются воедино в спонтанном экспрессивном изменении положений тела.

Множество направлений психотерапии работает с ментальными расстройствами, воздействуя на психику, но немногие из них способны оказывать терапевтический эффект не только на душу, но и на тело. Почувствовать свое тело, его связь с эмоциями – поможет ощутить танцевально-двигательная терапия.

## **ЗНАЧЕНИЕ МУЗЫКАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ УРОКА ТАНЦА В ВОСПИТАНИИ МУЗЫКАЛЬНОСТИ, ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ И ХАРАКТЕРНОСТИ**

Носкова Е.Д., гр. СПб-118

Научный руководитель: доц. Архипова М.Л.

Кафедра Педагогика балета

Искусство танца теснейшим образом связано с музыкой, но особенно ответственна роль музыки в процессе обучения танцевальному искусству.

Для уроков танца надлежащее музыкальное сопровождение подбирается специально, согласно требованиям специфики.

Музыкальный материал, используемый на уроках танца, должен стать главным помощником эмоционально-творческого самовыражения танцовщика.

Музыкальность будущего танцовщика складывается из трёх компонентов: способность верно согласовывать свои действия с музыкальным ритмом, умение учащихся сознательно и творчески увлечённо воспринимать тему-мелодию и умение учащихся внимательно вслушиваться в интонацию музыкальной темы.

Для музыкального сопровождения урока желательно использовать музыкальную литературу, но в классическом танце допустима так же и импровизация. Музыка должна быть простой и ясной, понятной и близкой психологии и возрасту учащихся. Кроме того, сопровождение урока должно быть более близко по своему характеру психологии мальчиков и юношей, а не девочек и девушек.



Наиболее ярко прослеживается влияние музыкального оформления урока на пластичность, выразительность и характерность на уроках народно-сценического и характерного танца, так как музыкальный материал для него вбирает в себя разнообразный национальный колорит.

## **РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТАНЦЕВАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НАРОДОВ СЕВЕРА НА ПРИМЕРЕ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ**

Печников Д.С., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Бутылкина Е.И.

Кафедра Педагогика балета

Традиционные танцы народов Севера тесно связаны с окружающей природой, обожествлением различных духов, тотемов, олицетворяющих разные явления природы. Так же питательной средой для танцевальной культуры является богатый устный фольклор, разнообразные обряды и традиционные верования этих народов.

Песенная лирика обрядовых и бытовых песен Архангельской губернии; хороводы, танцевальные картинки на свадьбах, переходившие из поколения в поколение. Влияние танцев, привносимых новгородцами, ростовчанами и москвичами, переселявшимися в Северный край. Виды и жанры традиционных танцев Архангельской области. Самобытность костюма.

На Севере хороводы не водили, а «ходили» (говорили так: «ходить в ходуцу»). Построение рисунка танца в основном линейное, ритм медленный.

В Архангельской области распространены хороводы двух видов. Орнаментальные – характерная черта которых линейное построение. «Ходечи» и «ходуцы». Игровые – смешанные по построению и наполнению. «Петровщина» хоровод игра и т.д.

Круговые хороводы, называемые «круг», «кружочки», «кружки» такие как: «Мы капустоньку пололи», «Обойду ли я вокруг города», «Что не нов монастырь становится». Не круговые (линейные), разборные на пары, называемые «косой столб», «застенок»; среди таких хороводов «Вниз по морю», «Из-под дуба».

В Архангельской области выделяют несколько основных видов плясовых такие как Одиночная (сольная), парная, перепляс, массовый, групповая традиционная. Ещё одной характерной чертой народного танцевания Архангельской области являются квадратные, линейные, и круговые кадрили, но чаще всего встречается линейная – двухрядная кадрили. Северяне пляшут всегда в своей, присущей только им манере. В кадрилях Архангельской области, особенно по рекам Мезени и Печоре, распространено кружение «под локоток».



Северный народный танец сохраняет историческую память культуры народа и процесс изучения региональных особенностей. На основании вышесказанных тезисов можно сделать вывод о том, что танцы народов Севера уникальны и не повторяют ни одни танцы других регионов.

## **ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ОБУЧАЮЩИХСЯ ХОРЕОГРАФИЕЙ К КОНЦЕРТНЫМ ВЫСТУПЛЕНИЯМ**

Прудская А.А., гр. СПб-118

Научный руководитель: доц. Архипова М.Л.

Кафедра Педагогики балета

Концерты и конкурсы – это неотъемлемая часть творческой жизни любого исполнителя. Любое выступление – это всегда очень трудный момент для обучающихся, не зависимо от сценического опыта.

Хорошее и качественное исполнение детей во время выступлений зависит не только от степени их подготовленности, но и от их внутреннего настроения. Подготовка обучающихся к концертам определяет содержание всего учебно-репетиционного процесса. Выявив обучающихся, обычно подвергающихся стрессу, или таких, которые могут подвергнуться, необходимо им помочь справиться с ним.

Педагог-хореограф должен приложить максимум усилий, чтобы повысить уверенность детей в своих силах, создавать положительную среду, а также развивать положительное, конструктивное отношение к ошибкам.

Огромное значение для успешной подготовки к концертным выступлениям и непосредственно сценическому исполнению играет правильная мотивация к занятиям хореографией у обучающихся. Можно констатировать, что пока еще ни наука, ни практика не обладает достаточным знанием о детерминантах оптимальных мотивов занятий хореографией среди детей.

Мотивы деятельности существенно зависят от таких личностных различий как ориентация на задачу или эго-ориентация. Когда ребенок ориентирован на процесс, личные достижения он связывает с совершенствованием или стремлением соответствовать уровню требований, которые вызывают у него чувство успеха. При эго-ориентации только победа и демонстрация супервозможностей воспринимается как основа успеха.

Таким образом, умение педагога затормозить нежелательные импульсы и усилить те, которые представляются желательными, составляют основу работы с обучающимися вовремя репетиций и непосредственно концертных выступлений. Юный артист должен



осознавать, что выход на сцену – это не только ответственность перед зрителем, педагогом и родителем, но и самый лучший момент его жизни.

## **ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ И ОСОБЕННОСТИ МОРДОВСКОГО НАРОДНОГО ТАНЦА**

Сафонов Н.А., гр. СКХ-119

Научный руководитель: доц. Бутылкина Е.И.

Кафедра Педагогика балета

Народный танец как особый вид художественного творчества, обладает яркой спецификой, опирается на традиции и носит коллективный характер. Он целостный по своей природе, поэтому связан с декоративно-прикладным, словесным, музыкальным и театральным творчеством.

Существуют общие танцевальные формы, характерные для двух субэтносов: хороводы-гадания, пляски-заклинания, которые у мокши и эрзи практически не отличаются друг от друга в стилевом отношении. Они исполняются в традиционном рисунке хороводной песни, сценическая реконструкция танцев мордвы-эрзи и мордвы-мокши зависит от определения пластического и двигательного характера поведения человека.

Характерные черты мордовского этнического танца складываются из различных составляющих: коллективность, народность, вариативность, традиция. Пластика мордовского народа восходит к древним ритуалам, связанным с почитанием природных стихий и установлением связи со своими богами, что сказалось на формировании танцевальной лексики. Костюм исполнительниц выступает своеобразным дополняющим и направляющим элементом пластики мордовской хореографии в определенное русло оригинальных телодвижений.

Мокшанский этнический танец отличается быстрым плясовой характер, различные позы с наклоном корпуса, мелкая тряска тела, интенсивные движения плеч вперед-назад, вверх-вниз, перевод бедер из стороны в сторону, вращательные движения, колыхание груди, порой нарочитое;

Эрзянский этнический танец связан хороводами и лирическими танцами, пластический текст которых во многом отличается от мокшанской хореографии, за исключением отдельных элементов, связанных с подражательной техникой, имитацией поведения птиц. Пластика эрзянского танца основана на статной осанке, пружинистом шаге, плавности хода с переводом бедер из стороны в сторону, вперед-назад, размеренных наклонах и покачивании корпуса, ударах ног, своеобразных положениях рук и головы.



## **АГРИППИНА ЯКОВЛЕВНА ВАГАНОВА: РОДОНАЧАЛЬНИК РУССКОЙ БАЛЕТНОЙ ШКОЛЫ**

Сёмка А.Н., гр. СХИ-120

Научный руководитель: преп. Смелковская Е.В.

Кафедра Педагогики балета.

В развитии и становлении гармоничной личности значительную роль играет танцевальное искусство. Положительный настрой, формирование культуры тела, придание жизненного и эмоционального тонуса – все это создается благодаря танцу.

Сегодня уровень требований к профессиональным данным исполнителей вырос. Даже в классических балетах вариации редактируются и насыщаются сложнейшими элементами. Порой, именно техника, почти, «трюкачество» выходит на первый план, а о красоте и душе танца забывают. Поэтому, обратиться к истокам русской балетной школы, к ее традициям, просто необходимо.

Основными качествами для саморазвития выступают самодисциплина и искреннее желание достичь успеха и конечно же самоотдача. Безусловным примером такого отношения к делу была А.Я. Ваганова.

А.Я. Ваганова училась хореографии у прима-балерины Императорского театра Екатерины Оттовны Вазем, которая научила свою ученицу не только технически грамотно выполнять движения, но главное думать над ними. А.Я. Ваганова закончила Императорское театральное училище в 1897 году и признает, что французская методика не отвечала тем требованиям, которые тогда уже возникали в балете («черты упадка» – вялость рук, бездушных, с провисшими локтями, слабость виртуозных движений, и т.д.) Она создает свою методику.

Особые методы обучения складывались постепенно. Именно этот поиск новых методов, вероятнее всего повлиял на ее уход со сцены в педагогическую деятельность.

Ваганова на своем курсе всегда начинала с простейших упражнений у станка, даваемых для разогрева мышц и заканчивала широким комплексным творческим использованием сложнейших комбинаций движений.

А.Я. Ваганова подготовила для будущих педагогов универсальный инструмент и воспитания, и оценивания танцовщиков. Методика Агриппины Яковлевны не только создает необходимые и достаточные условия, но и определяет профессиональные качества артистов балета, опираясь на научно-обоснованных принципах обучения искусству классического танца. Даже по прошествии стольких лет эта методика остается актуальной и необходимой педагогам и ученикам. Я полагаю, что





артисты балета лучше готовы осваивать современный репертуар любой степени сложности, пройдя «огонь и воду» классикой.

Свою методику Ваганова изложила в учебнике «Основы классического танца». С самого первого издания (1934 год) было понятно, что значение «Основ классического танца» выходит за границы учебника. «Основы классического танца» – это итог достижений советской хореографической педагогики, а методика Вагановой является выдающимся вкладом в теорию и практику балетного.

## **ОСНОВЫ ТЕХНИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ТАНЦЕВАЛЬНОЙ ПАРЕ НА ПРИМЕРЕ СПОРТИВНОГО БАЛЬНОГО ТАНЦА**

Скоробогатая А.Н., гр. СХИ-120

Научный руководитель: доц. Усанова Н.С.

Кафедра Педагогики балета

Искусство быть хорошим партнером или партнершей – одна из основных задач танцора в дуэтных номерах. Но каковы секреты хорошей пары?

Конечно же, важнейшим фактором успеха является освоение принципов взаимодействия в парном танце, без чего невозможно техничное, грамотное, эстетичное исполнение спортивной бальной хореографии, что в дальнейшем позволяет совершенствовать и манеру исполнения.

Для составления полного представления выбранной темы стоит обратиться к термину дуэтного танца.

Дуэт (парный танец) – парное взаимодействие двух исполнителей, реализация которого возможна с помощью выразительных средств различных видов танцевального искусства. И именно парный танец является основой спортивного бального танца (европейской и латиноамериканской программы).

Фундаментом же любой виртуозной пары является знание способов взаимодействия в паре, с которыми мы ознакомимся подробнее, разделяя их на методы для партнера, партнерши, а также вычленим психологические приемы для пары в целом.

Итак, для партнера важны такие составляющие, как ведение (leading – собственно ведение, и connection – то, как партнер держит партнершу за руку); высокий интеллект; музыкальность; здоровый уровень амбиций; внутренняя дисциплина.

Для партнерши же важны следующие качества: техническая чистота танцевальных движений (особенно исполняемых ногами); быстрая, хорошая реакция на веденческие знаки партнера.

Для пары в целом (психология партнерства) следует учитывать: компромиссность; высокий уровень взаимного доверия и толерантности; зрительный контакт; «синергию пары».



Итак, работа в танцевальной паре – это высокое искусство, и чтобы его достичь очень важно детально знать технику контакта в паре, а также применять на практике освещенные в способы взаимодействия исполнителей в парном спортивном бальном танце.

## **ИМПРОВИЗАЦИЯ КАК ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ ПРИЕМ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ТАНЦОРА**

Скрипченко Ю.И., гр. СКХ-119

Научный руководитель: доц. Бутылкина Е.И.

Кафедра Педагогика балета

Импровизация в танце – это умение двигаться без заученных в порядке движений, без схем и комбинаций, иными словами: как чувствуешь. Основными областями импровизации в искусстве являются музыка, живопись, театр и танец.

Импровизация составляла основу народного творчества, открывая перед исполнителем широкую перспективу самостоятельного творчества. Активное использование импровизации при обучении танцу способствует более глубокому и точному усвоению хореографических стандартов, поскольку зачастую импровизационный танец строится на основе ранее усвоенных элементов, только исполненных «по-своему», оригинально, и выражающих личностные особенности танцора.

Первой танцовщицей начала прошлого века, использовавшей в своем творчестве проявления «прекрасно-естественных», «изначальных» движений, таившихся в глубине собственного «Я», стала А. Дункан, применявшая для этой цели различные приемы импровизации, сочетающие движение и воображение.

Одним из главных танцевальных теоретиков и практиков свободного танца был Рудольф фон Лабан. Он первым обобщает накопленный на тот момент опыт зарождающегося нового направления танца и создает двигательно-аналитическую систему, которая описывает динамические аспекты движения через использование параметров пространства, времени, силы и потока.

Импровизация возможна и в академических направлениях, но такие движения особенно будут заданы формой и темой.

Существует несколько стимулов импровизации: Импровизация от слышимых стимулов; Импровизация от визуальных стимулов; Импровизация от касательных стимулов.

Контактная импровизация – форма движения в дуэте. Два человека двигаются вместе, в соприкосновении, поддерживая спонтанный телесный, физический диалог через кинетические чувствительные сигналы распределения веса и инерции



Сложность импровизации заключается в том, что танцор должен из набора личных стандартных навыков и знаний при помощи ассоциаций и визуализации в предлагаемых обстоятельствах создать индивидуальное произведение, выходя за рамки своего привычного мышления.

Чтобы импровизировать в народном характере, нужно хорошо знать лексику и традиции, т.к. речь идёт о культуре с древними корнями. Здесь без предварительной подготовки и хорошей школы не обойтись.

Занятия танцевальной импровизацией дают возможность каждому человеку обрести: свободу от психологических зажимов эмоций, чувств и самого тела; усовершенствование собственного репертуара движений, пластичности и грации; гармоничное восприятие себя, своего собственного Я; источник позитивной энергии внутри себя.

Танцевальная импровизация – это особенное отношение к собственной личности, к своему телу, особенный способ мыслить. Импровизация требует постоянного совершенствования, глубокой душевной и физической работы над собой и своим «Я», способностей к конструктивному мышлению, владению системой приемов и хореографической школой.

## **СПЕЦИФИКА ПРЕПОДАВАНИЯ КЛАССИЧЕСКОГО ТАНЦА В ЛЮБИТЕЛЬСКОМ КОЛЛЕКТИВЕ И В ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЙ ШКОЛЕ ИСКУССТВ ДЛЯ ДЕТЕЙ 9-11 ЛЕТ**

Соколова А.Д., гр. СПб-118

Научный руководитель: доц. Смелковская Е.В.

Кафедра Педагогики балета

В хореографическом кружке нет строгих правил, регламентирующих работу хореографа. Он может выбрать любое направление танца, набрать детей одного возраста или открыть двери для всех желающих.

Любительские хореографические коллективы доступны каждому ребенку, их деятельность в первую очередь направлена на развитие хорошей физической формы, поддержание высокого духовного уровня развития.

Такие коллективы хороши тем, что каждый ребенок может прикоснуться к миру танца, не имея балетных данных: хорошей выворотности, гибкости, отличного подъема и т.д.

Деятельность педагога – хореографа любительского коллектива направлена на постановку номеров, их репетиции и концертную деятельность.

Классический танец в любительском коллективе имеет лишь ознакомительную функцию, берутся элементарные движения, доступные каждому ребенку, комбинации простые и понятные, они способствуют развитию мышечной памяти и развитию более хорошей физической формы. Далекое не всегда выполняется экзерсис на середине зала, аллегро и тем



более пальцы, даже экзерсис у станка, порой дается не в полном объём. Длина комбинаций дается не в полной мере, так как не все дети схватывают и занятия ограничены по времени. Степень участия рук также снижена на минимум и даются чаще всего только основные позиции, а также стараются упростить участие рук в комбинациях, дабы добиться более легкой координации.

В коллективе, в отличии от ДШИ, классический танец упрощен до максимума и предоставлен детям в том виде, в котором они смогут его исполнить, зависит от способностей детей.

Школы искусств занимают особое место в системе хореографического образования. Это начальная, предпрофессиональная подготовка, основой которой является учебный процесс. Комплексный и профессиональный подход к обучению детей в ДШИ, позволяет решать задачи физического, эстетического и художественного воспитания и образования детей.

В школе искусств дети обучаются классическому танцу в полном объеме, он занимает большую часть подготовки их танцевальной жизни и рассчитан на детей, которые смогут пройти строгий отбор для обучения.

## **ВЛИЯНИЕ КОРЕЙСКОЙ ПОП-КУЛЬТУРЫ НА ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО В РОССИИ**

Цокирова А.Б., гр. СКХ-119

Научный руководитель: доц. Усанова Н.С.

Кафедра Педагогика балета

Корейская культура в течение последних двух десятилетий активно завоевывает сердца миллионов людей по всему миру, и Россия не оказалась в стороне. Таким образом, встает вопрос о том, что новая тенденция находит свое отражение в танцевальном искусстве в России.

Каким же образом возникла k-поп культура и когда она получила широкое распространение на Западе? На самом деле это коммерческие и идеологическое предприятие, с помощью которого в конце 90-х было решено поднимать экономику страны. Был разработан 10-летний план, один из пунктов которого включал глобализацию корейской культуры.

Зарубежная поп-культура в России, и ее влияние на устоявшиеся привычки населения – явление далеко не новое и уже имело место быть в нашей истории. Не секрет, что отличительной чертой и визитной карточкой корейских исполнителей является яркая выразительная хореография. Но важно понимать, что танцевальное искусство в стиле k-поп – это не новый совершенно самостоятельный стиль. Это смешение всеми известных направлений танца с элементами акробатических элементов.

Увлечение k-поп cover dance положительно сказывается на общей тенденции к занятию хореографией. Кроме того, k-поп cover dance развивает



общие танцевальные навыки исполнителя, знакомит сразу с несколькими стилями, сочетающимися всего в трехминутной постановке, тренирует мышление и даже закладывает основы импровизации.

В результате изучения проблемы влияния корейской поп-культуры на хореографическое искусство в России выдвинутая гипотеза была подтверждена лишь частично. Поскольку танцевальное творчество k-поп является комбинацией многих уже существующих стилей, то его внедрение в хореографию на территории России нельзя считать абсолютно новым явлением. Однако корейская поп культура вносит свои черты в развитие тенденции к популяризации танцев, привлекает новую аудиторию к хореографическому творчеству и расширяет горизонты возможностей.

Поскольку k-поп культура получила признание в России относительно поздно в сравнении с другими западными странами, то можно говорить о том, что ее расцвет только ожидается в ближайшее время, а исследование имеет потенциал к продолжению.

## **ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ МУЗЫКАЛЬНО-РИТМИЧЕСКИМИ УПРАЖНЕНИЯМИ И ТАНЦАМИ НА ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ И КОГНИТИВНУЮ СФЕРЫ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА**

Шевердяева Е.И., гр. СПб-118

Научный руководитель: доц. Архипова М.Л.

Кафедра Педагогики балета

Обучение танцу связано с большими физическими нагрузками. Это ставит задачу бороться с усталостью – как физической, так и нервной.

Урок танцевальных дисциплин для детей должен строиться на основе сочетания физического труда с творчеством, это наиболее полно выражено в принципе комплексного подхода к обучению.

Важнейшей частью урока танцев является музыка.

В основе музыкально-ритмических занятий лежит изучение средств музыкальной выразительности, которые могут быть ярко отражены в движении.

В ритмические занятия включаются движения из области физкультуры, танца, используются сюжетно-образные движения, творческие этюды, ритмические упражнения. Отдельную часть урока занимают упражнения на развитие координации движений.

Обучающиеся знакомятся с различными направлениями танца, каждое из которых помогает решать свои задачи: постановка осанки, работа над грациозностью и красотой движений, ритмичностью, координацией, танцевальностью.

На уроках хореографии воспитывается умение воспринимать задания и замечания педагога, четко представлять на их основе программу действий;





контролировать свое исполнение; согласовывать усилия с усилиями класса, ощущая общий темпоритм урока.

Таким образом, занятия хореографией развивают эмоциональную сферу личности ребенка и его познавательные процессы: произвольное внимание, память, творческое мышление, воображение, воспитывают в ребенке волевые качества, трудолюбие, самоконтроль, умение работать в ансамбле с другими исполнителями, целеустремленность.

## **УКРАИНСКИЙ ТАНЕЦ И ЕГО РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗЛИЧИЕ**

Штольц А.М., гр. СКХ-119

Научный руководитель: доц. Бутылкина Е.И.

Кафедра Педагогики балета

Сегодня народное искусство Украины по своим отличительным чертам и этнографическим особенностям делится на 4 этнографические зоны.

На создание украинской культуры танцевальной, как и культуры вообще, огромное влияние имели культуры соседних народов: России, Белоруссии, Польши, Венгрии, Крымского ханства и др.

Характеризуя общенациональные танцы Украины, следует, прежде всего, отметить то, что на их развитие огромное влияние имели обряды Украины. Изобилие народных обрядов, обычаев, празднований, гуляний – породило новые традиции, новые танцы.

Разнообразие хореографических средств, глубина образов и сюжетов, богатство эмоциональных красок и красота рисунка придают украинскому танцу необычайную привлекательность и делают его ценной составной частью многонационального хореографического искусства.

## **КЛАССИЧЕСКИЙ ТАНЕЦ КАК ОДНО ИЗ СРЕДСТВ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ РЕБЕНКА**

Юсипова К.Р., гр. СКХ-119

Научный руководитель: преп. Кабанова О.Е.

Кафедра Педагогики балета

Занятия по классическому танцу открывают возможность достичь широкого осуществления воспитательных задач, содействуют эстетическому воспитанию детей, оказывают положительное воздействие на их физическое развитие и способствуют росту их общей культуры.

Эстетическое воспитание включает в себя эстетическое развитие – организованный процесс становления в ребенке природных сущностных сил, обеспечивающих активность эстетического восприятия, творческого воображения, образного мышления, эмоционального переживания, а также формирование духовных потребностей.



Занятия танцем учат понимать и создавать прекрасное, они развивают образное мышление и фантазию, позволяют гармоничное пластическое развитие, в особенности классический танец.

Классический танец и его школа являются единственной всеобъемлющей системой воспитания человеческого тела, существует уже более четырехсот лет. Классический экзерсис – это стержень, на основе которого развиваются другие танцевальные направления. Этот комплекс наиболее правильно и гармонично формирует тело, эстетически наполняет и прививает художественный вкус.

Особую роль играет музыкальное сопровождение урока. Связь музыки и жеста, музыки и движения органично для природы человека. Восприятие музыки в классическом танце активно, оно вызывает действие, действие танцевальное, т.е. обусловленное той или иной хореографической образной формой. В этой созидательной активности кроются особенности музыкально-пластического и эстетического воспитания.

Классический танец оказывает большое влияние на формирование внутренней культуры ребёнка. Занятия хореографией органически связаны с усвоением норм этики и немислимы без высокой культуры общения между детьми. Выдержка, чувство меры, простота, скромность – те черты, воспитывающиеся у ребенка в процессе занятия классическим танцем.

## **КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РАННЕГО ТВОРЧЕСТВА А. МУХИ**

Бочарова А.В., гр. СКК-117

Научный руководитель: доц. Мельников Г.П.

Кафедра Славяноведения и культурологии

В данной работе был произведен анализ историко-культурного контекста раннего периода жизни и творчества чешского художника А. Мухи и выявлены общекультурные процессы, оказавшие наиболее сильное влияние на него.

Анализируя биографию художника, мы определили наиболее значимые для его творчества вехи. В первую очередь детство художника, его впечатление от католической церкви и ее обрядов, религиозного искусства и музыки, истории родного города и местности, в которой он родился и проживал, патриотические настроения населения. Всё это стало первыми факторами, оказавшими влияние на творчество А. Мухи.

Следующим значимым моментом стало обучение в Мюнхене. Встреча со славянскими студентами, укрепившая его панславистские взгляды, его мечты об объединении славян и интерес к исторической живописи стали тем аспектом его творчества, который он стремился выразить на протяжении всей жизни, но смог воплотить лишь на поздних этапах творчества.



Учеба в Париже и в целом «парижский период», включая контракт с Сарой Бернар, и последовавшие за ним заказы, также стал важным этапом в формировании творчества А. Мухи. К этому периоду относится знакомство художника с течением символизма, которое оставило глубокий отпечаток на его мировоззрении и творчестве. Так же произошло знакомство с выдающимися французскими живописцами и их концепциями, в которых А. Муха также черпал вдохновение. А. Муха создал собственный стиль («стиль Муша»), закрепивший за ним славу и имя выдающегося художника модерна, но ставший впоследствии помехой в осуществлении серьезных творческих идей А. Мухи.

Отдельно в работе было указано на серьезное влияние мистических и оккультных взглядов, которые, в совокупности с панславизмом, стали основой мировоззренческой концепции художника, в полной мере выраженной позднее в цикле «Славянская эпопея».

Что касается формирования концепции славянского единства, мы увидели, что основы этого были заложены также в детстве, в той культурной среде, в которой он рос и формировался как личность. Мюнхенская, а далее и обе парижские академии, в которых обучалось много студентов из славянских стран, только укрепили А. Муху в его идеях объединения славян не только в политическом, но и в культурном плане.

## **ЗВУКОПОДРАЖАНИЕ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ДЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ: ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРНОЙ ОБУСЛОВЛЕННОСТИ**

Басуева Л.А., гр. СКК-119

Научный руководитель: доц. Жиленко М.Н.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Согласно «Большому энциклопедическому словарю», звукоподражание – «условное воспроизведение звуков природы, звуков, производимых предметами, и т.п.; создание слов, звуковые оболочки которых в какой-то мере напоминают такие звуки».

Особенно ярко звукоизобразительность проявила себя в детской художественной литературе, где она используется для косвенной характеристики персонажа, атмосферы, создания эмоционального состояния. Разнообразие звукоизобразительной лексики в детской литературе обусловлено её наличием в детской речи.

Английский язык богат на звукоподражания. Рассмотрим ряд стихотворений, иллюстрирующих основные особенности использования звукоподражания в английской детской литературе:

«Sweep, sweep, chimney sweep,  
From the bottom to the top»

В данном отрывке мы видим глагол sweep, который является звукоподражанием взмахов или выметания, со вторым значением –



трубочист. В стихотворении отражен факт эксплуатации детского труда в XVIII – XIX веках в Англии. Звукоподражание здесь используется для сохранения звукового эффекта работы и игры слов.

«Baa, baa, black sheep,  
Have you any wool?»

Данный отрывок с использованием звукоподражания звуков, издаваемых чёрной овцой, распространённой в Англии, мог использоваться для объяснения, почему чёрная шерсть была дороже, вводя детей в экономические реалии. Звукоподражание используется для обращения к животному, помогает ассоциативно представить его.

«This is the way ladies ride – Prim, prim, prim;  
This is the way the gentelman ride – Trim, trim, trim;  
Presently come the countrifolks – Hobledy gee, hobledy gee.»

В этой английской потешке наглядно проиллюстрировано социальное деление. Здесь представлено различие одного и того же звука езды у трёх разных людей.

Исходя из всего вышеперечисленного, мы видим, что использование звукоподражания в англоязычной детской литературе обусловлено культурными реалиями того времени. Прямые звукоподражания помогают ребёнку закрепить устоявшиеся социокультурные нормы, усвоить через игровую форму и имитацию существующую действительность и адаптироваться в культурной среде.

## **ТРАДИЦИЯ ПРАЗДНОВАНИЯ РОЖДЕСТВА В ПОЛЬШЕ И В РОССИИ: ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ**

Божко А.А., гр. СКК-119

Научный руководитель: доц. Ланцева А.М.  
Кафедра Славяноведения и культурологии

Как в России, так и в Польше в эртологическом отношении Рождество имеет период предпразднства, самого празднества и попразднства. В Польше предпразднство называется «Wigilia» (аналог русскому «Сочельнику»), празднество – Solemnitas, попразднество – Octava (8 дней празднования Рождества Христова). В работе над темой были использованы материалы, полученные от польской коллеги Юлии Романюк, проживающей в Ольштыне.

Вопрос времени начала празднования сейчас является сугубо индивидуальным. В Польше ещё остались семьи, которые не садятся за стол до появления первой звезды – символа Вифлеемской звезды. Что касается России, то у нас к праздничному ужину приступают в разное время. В нашей семье, например, садятся за стол к семи вечера. Отметим также временное различие традиции готовить подарки. В Польше подарки кладут под ёлку в Сочельник, в то время как у нас это делают в Новогоднюю ночь. У поляков



это связано с традицией одаривания, которая приписывается чуду святого Николая Чудотворца (św. Mikołaj).

Характерный для польского Рождества атрибут – это облатка (аналог православной просфоры). Когда семья собирается за столом, то все получают облатку. Затем каждый даёт отломить кусочек всем присутствующим, при этом обмениваются добрыми словами. Подобная традиция связана с преломлением хлеба на Тайной вечери.

В Польше существует традиция приготовления 12 блюд для рождественского стола. Скорее всего, она появилась на рубеже XIX–XX веков и символизирует 12 апостолов, что совпадает с количеством месяцев в году. В России такая традиция отсутствует, но существует негласное правило «чем больше блюд, тем лучше».

Подводя итог сравнительного анализа, можно сказать, что в обеих странах сохраняются основообразующие общехристианские обычаи, которые при этом оплетаются своими собственными, уникальными, традициями и символами. Разный подход к празднованию даёт своё особенное звучание и колорит.

## **ОБРАЗ ВРАГА В СОВЕТСКОМ ПЛАКАТЕ 1941-1945 гг.: КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Долгих Д.Н., гр. СКК-119

Научный руководитель: доц. Жиленко М.Н.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Великая Отечественная война открыла новый этап в развитии культуры и искусства. Роль агитационного плаката в это время трудно переоценить. Плакат – броское, как правило крупноформатное, изображение, сопровождаемое кратким текстом и сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях.

Главной целью агитплакатов времен Великой Отечественной войны было поднятие боевого духа на фронте и в тылу любыми средствами.

При создании образа врага в советском плакате 1941-45 гг. используются следующие основные принципы:

1. Руководство и солдаты фашистской Германии чаще всего изображаются карикатурно. Нередко враг предстает в образе какого-либо животного, обладающего негативной символикой.

2. Советский солдат/партизан/ребенок композиционно противопоставляется врагу. Положительный герой превосходит противника по размеру. Изображение врага занимает небольшую часть композиции.

3. Враг обычно изображается в темных тонах. Наиболее часто встречается контраст красного и черного/серого, где красный – цвет коммунизма, победы, цвет крови, пролитой в борьбе, черный – цвет фашизма, смерти.





4. Вражеские фигуры часто показаны висящими, летящими кувырком, то есть не имеющими опоры, в то время как советские солдаты изображены твердо стоящими на земле, демонстрирующими силу.

5. Востребован мотив смерти: популярным является изображение немцев в качестве живых мертвецов. Нередко встречаются плакаты с Гитлером и соратниками в виде покойников, иногда – стоящих в крови. Гитлер часто изображается с петлёй на шее.

6. Главные атрибуты немцев: белый флаг, окровавленный топор, веревка, виселица, цепи. Систематически прослеживается указание на кровожадность фашистов и неминуемость их краха.

Таким образом, необходимо отметить, что враг на советском плакате 1941-1945 гг. представляется как нечто полностью негативное, как абсолютное зло. На это указывает и предметная, и цветовая, и композиционная символика.

Плакаты в период войны носили программирующий характер. С первых дней они стали одним из главных средств наглядной пропаганды, действенным орудием мобилизации народа на борьбу с фашизмом.

## **ТЕМА ИСТОРИИ В ПОЛЬСКОМ КИНО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ 20 ВЕКА НА ПРИМЕРЕ ФИЛЬМА «КРЕСТОНОСЦЫ» А. ФОРДА**

Кириллова М.И., гр. СКК-118

Научный руководитель: доц. Мельников Г.П.

Кафедра Славяноведения и культурологии

«Крестоносцы» – одноименная экранизация романа Сенкевича, повествующая о конфликте ягеллонской Польши с Тевтонским орденом и событиях собственно Грюнвальдской битвы в 1410 году. Премьера фильма, снятого польским режиссером Александром Фордом, состоялась в 1960 году. Время создания фильма определило его идейное содержание.

Во-первых, ситуация в стране (смена власти, травмирующие воспоминания о событиях военного времени, отнятые земли), вынуждала Гомулку, пришедшего к власти в 1953 году, использовать «Крестоносцев» как пропаганду, заставив польский народ снова ощутить надежду, вспомнить о могуществе и непобедимости нации. Во-вторых, 550-летие Грюнвальдской битвы, приходившееся как раз на 1960 год, год премьеры фильма. Посылком такого торжества было подчеркивание глубокой многовековой исторической традиции противостояния немцам.

Таким образом, Гомулка посчитал шестидесятый год – идеальным временем, чтобы на примере победы предков показать героизм и самоотверженность поляков и напомнить национальный образ врага – немцев, от которых польский народ страдал не только во время Второй мировой войны, но и на протяжении нескольких сотен лет.



Исходя из этого, фильм «Крестоносцы» содержит пропагандистские антинемецкие черты: присутствует подчеркнутое усиление негативных сторон немцев и преувеличенное восхваление поляков, условное деление фильма на «черное» и «белое», выраженное посредством изображения в киноленте персонажей (Владислав Второй – утрированно «святой» решительный правитель, немецкие рыцари же – страшнейшие враги, убийцы и мучители) и пейзажей (богатые поля и леса Польского королевства и голые, угнетающие картины Тевтонского ордена).

Также, стоит отметить отличия киноленты от романа Генрика Сенкевича, по которому она была снята: несколько сжатое в сравнении с литературным произведением повествование и сосредоточение на линии шляхтича Юранда из Спыхова.

Несмотря на всю идеологизированность, прямолинейность кинокартины, на наш взгляд, не стоит оценивать ее однобоко. Все же именно такой фильм нужен был в тот период зрителям – простой, яркий и запоминающийся. Он давал желаемое ощущение, что польский народ непобедим. И в настоящее время, когда уже не актуальна такая антинемецкая пропаганда, «Крестоносцы» продолжают впечатлять и захватывать внимание.

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЮНЕСКО В РОССИИ**

Овчинникова Е.И., гр. СКК-117

Научный руководитель: доц. Романова Д.Я.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Одним из приоритетных направлений работы ЮНЕСКО является движения за сохранение культурного разнообразия. В 2001 году организация приняла «Всеобщую декларацию о культурном разнообразии» в которой были обозначены главные положения о сохранения многокультурного мира. В рамках этого направления было подписано коммюнике между ЮНЕСКО и Якутией, а также ХМАО – Югра для организации работы, призванной обеспечить сохранение культурного наследия коренных народов этих регионов. Благодаря эффективной работе организации в 2006 году Якутия приняла участие в семи программах ЮНЕСКО: «Человек и биосфера», «Образование для всех», «Управление социальными преобразованиями».

В нашей стране зарегистрировано 30 объектов культурного и природного наследия, что составляет примерно 2,6 % от всего наследия ЮНЕСКО. Правительством РФ были предложены ещё 28 объектов в качестве кандидатов в список всемирного наследия, 5 из которых расположены в Крыму. Россия участвует в основанной в 1992 г. Программе «Память мира», которая призвана защищать документальное наследие. В нее вошли: Архангельское евангелие 1092 года, Евангелие Хитрово, Личная



библиотека Льва Толстого и коллекция рукописей, фотографий и фильмов, Остромирово евангелие (1056-1057), Славянские кириллические издания XV века, Собрание газет 18 века, Собрание карт Российской империи XVIII века, Русские плакаты конца XIX, начала XX веков, Санкт-петербургское собрание исторических фонограмм (1889-1955).

В 2003 году ЮНЕСКО приняла Конвенцию о защите нематериального культурного наследия. Эта программа защищает устные традиции, традиционную музыку, танцы, ритуалы и фестивали, ремёсла. От России в список шедевров устного и нематериального культурного наследия человечества вошла культура семейских, а в 2005 году – якутский героический эпос «Олонхо», в котором отражена космогония религии Айыы. Участие государства в ЮНЕСКО по культуре даёт возможность получить действенную помощь со стороны мирового сообщества в деле сохранения своего культурного и природного наследия, а также способствует росту туризма в этих местах, повышает престиж страны.

## **ФЕНОМЕН ТАТУИРОВКИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ КУЛЬТУРЕ**

Резанова В.А., гр. СКК-117

Научный руководитель: доц. Жиленко М.Н.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Актуальность работы обусловлена тем, что в современной культурологии активно изучается взаимодействие СМИ и культуры, влияние СМИ на общественное сознание, вопросы репрезентации социальных групп в средствах массовой информации.

Цель работы – проанализировать способы формирования представления о феномене татуировки в телепередаче «Мужское/женское», в соответствии с чем были поставлены следующие задачи:

выделить наиболее значимые для анализа фрагменты передачи;

проанализировать выбранные фрагменты с точки зрения представления феномена татуировки;

сопоставить фрагменты с существующими приемами манипуляции в СМИ.

Объектом исследования является репрезентация культуры татуирования в СМИ, предметом – способы репрезентации в передаче «Мужское / Женское. Жутко красивые. Выпуск от 16.01.2019».

СМИ зачастую конструируют «ложную окружающую среду», «псевдо-картину» мира, в том числе – формируют искаженное представление о тату-культуре у нетатуированного большинства, используя для этого различные приемы манипулирования общественным сознанием.



Так, например, в передаче «Мужское/женское» ведущие прибегли к помощи так называемых «очевидцев событий», в результате чего феномен татуировки раскрывается в негативном ключе.

Кроме того, ведущие программы в эмоционально-экспрессивной манере акцентируют внимание на негативном отношении общества к татуированным. Такой вид манипулирования в СМИ называется «эмоциональным заряданием». «Зарядив» нужную информацию необходимыми эмоциями, становится возможным обойти преграду и вызвать в индивиде взрыв страстей, заставив его переживать какой-то момент услышанной информации.

Также программа воздействует на зрителя, прибегая к мнению так называемых «экспертов». В данном случае манипуляции массовым сознанием происходят за счет использования «лидеров мнений», которые осуждают татуированных людей.

Анализ программы «Мужское / Женское. Жутко красивые. Выпуск от 16.01.2019» показал, как телевизионные СМИ манипулируют общественным сознанием, внушая по преимуществу отрицательное отношение к татуировкам, и стигматизируют татуирование как явление.

## **С.А. ЕСЕНИН И «ЕСЕНИНЩИНА» КАК ФЕНОМЕН В ЛИТЕРАТУРЕ 20 ВЕКА**

Семисалова К.В., гр. СКК-118

Научный руководитель: проф. Радомская Т.И.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Противоречивый жизненный путь С.А. Есенина прямым образом отразился на его творческом наследии. Поэт утверждал, что его биография заключена в стихах. «Хулиганские» мотивы произведений Есенина повлекли за собой появление такого феномена, как «есенинщина», о чем Н. Бухарин критически высказался в статье «Злые заметки» в 1927 году, обобщив все творчество поэта данным явлением. Однако лирика Сергея Александровича весьма многогранна и не ограничивается рамками «хулиганских» стихов.

Поэтика Есенина уходит корнями в отечественную православную традицию, привитую ему с детства. Подтверждением тому служит его первый сборник стихов «Радуница» 1916 года, во многих произведениях которого божественная сущность являет себя в конкретном бытии. Таковым, например, является стихотворение «Не ветры осыпают пуши...». В подобной лирике больше мыслей о земной, а не о загробной жизни. Несмотря на отрицание данного периода в своем творчестве, Есенин и в более зрелом возрасте не смог полностью уйти от темы Бога в своих стихах.

Революционные потрясения заставили Есенина встать на путь исканий. Февральскую революцию он воспринял по-христиански, а к



Октябрю пришел с «Инонией» и богохульскими изречениями. На стихах подобного рода лежит явный социокультурный стереотип времени. Есенин, как и многие, искал политического самоопределения.

Знакомство Есенина с Анатолием Мариенгофом в 1918 году сильно повлияло на жизнь и творчество поэта. С этого момента начался его «имажинистский» период, продлившийся практически четыре года. В это время стихи Сергея Александровича стали наполняться чрезмерным цинизмом и натурализмом, приобрели «хулиганское» обличье. Причиной тому стал еще и некий протест Есенина против новой власти и иного строя. Это хорошо показано в поэме «Страна негодяев».

«Хулиганский» пласт не является, однако, определяющим в творчестве Сергея Есенина. Его лира гораздо шире ругательств и непристойных выходок. Она сакральна, нежна, пронизана любовью к Родине и всему живому, полна душевных терзаний. Есенин ни есть «есенинщина», а явление русской души в пространстве революционного лихолетья, потерявшей свой отечественный Дом и оплакивающей эту потерю.

## **КОПИРАЙТИНГ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ СМИ В XXI веке**

Старовойтова Ю.И., гр. СКК-117

Научный руководитель: доц. Запека О.А.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Роль средств массовой информации как никогда начинает набирать обороты. Сегодня невозможно представить организацию, которая бы не взаимодействовала с различными источниками, повышающими ее узнаваемость. Конечно, журналистика – это один из главных двигателей в СМИ, но стоит обратить внимание на такую сферу как копирайтинг. Что сближает копирайтеров и журналистов? Прежде всего, необходимость стремления к уникальности, непохожести ни на кого в своем написании текстов. Поэтому нельзя не сказать, что копирайтинг имеет большое значение непосредственно в продвижении средств массовой информации. Деятельность копирайтера нацелена на то, чтобы не просто донести до аудитории необходимую для нее информацию, а сделать это максимально эффективно с точки зрения рекламы и формирования положительного имиджа компании. От качества работы копирайтера во многом зависит посещаемость и успех данного сайта, ведь посетитель в первую очередь ценит интересный, доступный и качественный текст.

Копирайтинг появился как способ удовлетворения различных человеческих потребностей. Изначально он был результатом устного творчества: люди обменивались информацией во время речевого процесса. Для передачи информации на дальние расстояния использовались также





определенные звуковые сигналы (например, пастухи в горах дули в трембиты).

Однако созданные для звукового общения тексты были ограничены в распространении, анализе, интерпретации, поэтому копирайтинг стал активно развиваться только после создания письменности. Серьезное влияние на него оказали также технический прогресс и филологические науки.

Копирайтинг требует проявления все большей грамотности. Но эта грамотность рассматривается не столько с позиции грамматики, орфографии, стилистики. Нужна грамотность с точки зрения маркетинга, которая может не совпадать с грамотностью, скажем, стилистической. Именно поэтому можно считать копирайтинг одним из главных двигателей в механизме СМИ.

Социолог Юрий Левада говорит о феномене системы современных СМИ: «Наиболее очевидный и быстро развивающийся феномен массового века – системы массовой информации, увенчанные Интернетом, позволяющие связать воедино всю планету и оказывать сильнейшее воздействие на поведение человека».

## **БЫЛИННЫЕ БОГАТЫРИ В ЛИТЕРАТУРЕ И СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ АНИМАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Сычева Е.Г., гр. СКК-117

Научный руководитель: доц. Жиленко М.Н.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Как известно, в современном кинематографе режиссеры и сценаристы при создании очередной киноленты часто обращаются за вдохновением в прошлое. В этом плане анимация не отстает от кино.

Российская анимация также регулярно использует в своих работах истории и героев из прошлого. Одним из таких примеров служит цикл мультфильмов о приключениях трех богатырей – Алёши Поповича, Добрыни Никитича и Ильи Муромца. Студия «Мельница», которая занимается производством данной киноленты, взяла за основу сюжеты о трех русских былинных богатырях. Анимационная лента имеет определенные сходства с текстом былин, но так как мультфильмы рассчитаны на детскую аудиторию (возрастные ограничения мультфильмов б+), то, конечно же, многое в каноничной истории было изменено.

Мультфильмы изобилуют простым и понятным юмором, который по большей части основывается на комичном поведении героев. Однако, если былинные сюжеты отличаются эпичностью и серьезностью повествования, то в анимации богатырям приписывают некоторые «человеческие» качества



и недостатки, что делает образы персонажей более привлекательными и понятными для юной аудитории.

В ходе анализа были выявлены несколько определенных отличий анимационной версии от литературной:

Персонажи мультфильмов многогранны и, как правило, не имеют четкого разделения на положительных и отрицательных героев. В былинах же нет такого разнообразия персонажей и их характеров.

Так как цикл мультфильмов рассчитан на детскую аудиторию, из сюжета были исключены жестокие сцены сражений и смерть персонажей.

В отличие от литературных произведений, персонажи мультфильмов обладают большей мотивацией к действиям, здесь четко прописаны цель и задача путешествия.

Сюжет былин проще, чем сюжет анимационных фильмов.

Несмотря на различия, анимационная кинолента остается все той же доброй сказкой, которая транслирует юному зрителю высокие моральные ценности.

## **ИСТОКИ КУЛЬТУРЫ ОТМЕНЫ В «НАРУШЕННЫХ ЗАВЕЩАНИЯХ» М. КУНДЕРЫ**

Феноменова Л.В., гр. СКК-118

Научный руководитель: доц. Запека О.А.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Понятие «культура отмены» (англ. «cancel culture» «call-out culture») сформировалось приблизительно в 2020 году. Феномен «отмены», первоначально бывший шуткой, становится серьёзным этическим явлением. Однако, как можно увидеть на примере «Нарушенных заветов» М. Кундера, предпосылки для формирования такого типа мышления складывались на протяжении всего 20 века.

Культура отмены – это особая форма поведения пользователей Сети, которые начинают массово бойкотировать какую-нибудь публичную личность или выражать своё презрение к ней за непопулярные и/или спорные высказывания и поступки. Это приводит к «отмене» существования человека в публичном дискурсе, так как другие публичные персоны тут же отрешиваются от «отменённого», боясь быть также осужденными. В эссе Кундера, которое опубликовано в 1993 году, нет понятия «культура отмены», писатель пользуется термином «процесс».

Кундера заимствует понятие «процесс» из одноимённого романа Кафки. Кундера пишет: «процесс, развязанный судом, всегда неограниченный; это значит: он рассматривает не какой-то отдельный случай, определённое преступление (кражу, мошенничество, насилие), а личность обвиняемого в целом». Можно говорить о том, что Кундера составляет целую систему «процесса», которая выражается в его духе,



памяти и режиме. И если попытаться расположить систему культуры отмены в тех же самых координатах, окажется, что они удивительным образом совпадают.

Суть духа процесса Кундера выражает так: «дух процесса – это сведение всего к морали; это абсолютный нигилизм по отношению ко всему, что являют собой труд, искусство и творчество». Режим процесса приводит к «добровольному порабощению обвиняемого обвинителем; отказу от собственного «я»; способу уничтожить собственную индивидуальность».

Кундера пишет, что раньше виновным чувствовал себя только тот, кто действительно виновен. Таким образом, между понятиями «быть виновным» и «чувствовать себя виновным» была простая связь, которая ломается и усложняется в 20 веке и в таком виде по наследству передаётся 21 веку.

Кундера осуждает «процесс», говоря, что «человек – это тот, кто продвигается в тумане». Кундера завершает свои рассуждения, задавая вопрос: «кто наиболее слеп? Маяковский, который, сочиняя свою поэму о Ленине, не знал, куда приведёт ленинизм? Или мы сами, верша свой суд над ним по прошествии десятилетий и не замечая окутывавший его туман?»



## Авторский указатель

### А

Абдуллаева А.А., 66  
Абрамова Ю.Г., 4  
Агафонова В.О., 5  
Агеева М.С., 107  
Адамчевская А.В., 39  
Акиева М.Ж., 142  
Алекперова Д.В., 133  
Алешкин М.В., 117  
Андреева В.М., 143  
Анненкова Е.С., 178  
Артемяева И.К., 198  
Аругюнян А.А., 45  
Астафурова Е.А., 228  
Атаманова О.Н., 229

### Б

Балагурова А.В., 201  
Баранов Н.И., 198  
Баркан Е.С., 177  
Барыкин Д.И., 36  
Басуева Л.А., 295  
Башарина М.С., 236  
Безрукова Е., 268  
Беликова Д.М., 65  
Беляева Д.М., 108  
Белясов И.С., 111  
Бережная А.Р., 120  
Бережнева М.С., 255  
Благородов А.И., 187  
Богданов А., 180, 181  
Божко А.А., 296  
Бородулина А.А., 273  
Бочарова А.В., 294  
Бредихина К.В., 6  
Бреусова В.В., 112

### В

Вашкова П.С., 125  
Вдовыко А.М., 202  
Владимирова Е.Л., 188, 274  
Власова Д.А., 237  
Волкова А.Д., 63  
Воронина Е.В., 275  
Выскребенцова А.В., 99

### Г

Галимова Г.Р., 178

Галкина Е.А., 179  
Галстян Д.Г., 7  
Гаценбиллер В.Р., 230  
Герасимов Н.Э., 82  
Герашенко Е.Е., 37  
Голованов С.В., 231  
Голубева А.С., 267, 269  
Гольшева А.В., 144  
Грачёва В.В., 83  
Гритчина А.О., 145  
Гуменная Н.С., 8  
Гусева Е.А., 146  
Густилина Е.О., 189  
Гуськов А.С., 147

### Д

Данилова М.А., 9  
Дегтярева А.Н., 238  
Денисова А.А., 58  
Денисова А.И., 78  
Денисова Д.С., 148  
Джумаева А.А., 129  
Долгих Д.Н., 297  
Домненко Д.А., 262  
Дробот М.С., 239  
Дрюченко С.Д., 124, 129  
Дубленкова В.О., 149  
Дьячкова Т.С., 177

### Е

Егоренкова О.С., 265  
Егорова А.М., 179  
Егорова Т.М., 38  
Егоян Э.А., 58  
Елохина Д.П., 203  
Еремин П.А., 51  
Ермаков И.В., 50  
Ермакова А.Д., 118, 130  
Ерохина Е.А., 65

### Ж

Жудина Ю.А., 10  
Жуков С.А., 11

### З

Зайцева А.Б., 204  
Зайцева А.Д., 84  
Засеева З.А., 262  
Захарова А.Ю., 105



Захарченко Л.Е., 276

Зыбина П.А., 277

И

Иванова Е.А., 68  
Иванова Е.В., 102, 199  
Иванова Т.С., 205  
Ивашкина А.О., 266  
Игизбаева Г.Х., 85  
Ильченко В.В., 12  
Исаева В.А., 134  
Ишунькина М.А., 138

К

Кабанова А.В., 59  
Калабина Н.М., 76  
Капитанова А.Д., 189  
Карвецкая В.И., 150  
Каримбеков Р.А., 75  
Касьянова А.В., 13  
Каюкова А.Е., 109  
Кейм А.О., 278  
Киволя А.А., 40  
Кириллова А.Д., 130, 151  
Кириллова М.И., 298  
Кирсанова М.А., 152  
Козлова А.А., 190  
Колесова А.А., 96  
Колчанов Н.С., 240  
Кондаусова Д.Д., 191  
Кондратюк Н.А., 153  
Кононова С.В., 279  
Коробкова Ю.Ю., 206  
Косарева В.С., 121  
Косенкова М.Д., 57  
Кочетков Д., 180, 181  
Краснова Д.А., 192  
Крепков И.В., 14  
Криворотова Д.А., 15  
Крутикова М.М., 280  
Крылова Д.В., 207  
Крюкова Л.Н., 281  
Кудрявцева В.А., 67  
Кузнецова А.Д., 241  
Кузнецова В., 193  
Кулик Д.М., 154  
Кунгурова П.В., 208  
Кунецкая А.В., 155  
Купряхина О.В., 16  
Курбакова А.А., 209  
Кургузов В.В., 41  
Куренков В.А., 52  
Курнаева А.С., 74  
Кутейников Д.В., 210  
Кухарюк А.С., 17  
Кушнарева И.В., 41

Л

Лавренова А.А., 260  
Лавриков А.Н., 53  
Лагутова А.С., 245  
Лакеева К., 211  
Лашманова А.В., 126, 128  
Левченко П.А., 86  
Леонтьева И.Н., 156  
Литвинова Н.П., 246, 264  
Ломов А.П., 54  
Лунина В.В., 211

М

Магомедова М.Р., 181  
Макин Е.А., 18  
Малашенко Ю.А., 127  
Мархаева А.Б., 258  
Масеенкова А.Д., 116, 128  
Махонина О.А., 281  
Мацкевич А.М., 213  
Медведева М.К., 257  
Мелехина С.А., 157  
Мельвиль В.А., 136  
Мельников Д.Г., 214  
Мельникова Е.С., 213  
Меринова Д.С., 194  
Меркулов М.А., 122  
Меркулова К.А., 105  
Мехова Д.А., 20  
Мигалев В.В., 73  
Мигалева Т.М., 21  
Миляев Ф.В., 244  
Миндагалеев С.Ж., 158  
Миняйло В.С., 77  
Миняшкина В.Д., 42  
Миронова В.В., 79  
Мирошниченко Д.С., 87  
Михайлова Н.Н., 23  
Молчанова В.А., 81  
Морозова И.Г., 215  
Мотовилина С.О., 159  
Муленкова В.И., 105  
Мурашова А.А., 247  
Мустафенко М.Г., 195  
Мясникова Н.С., 282

Н

Невредимова Е.С., 216  
Нетребко М.Д., 160  
Никитина Е.И., 24  
Новикова Т.Ю., 119  
Носкова Е.Д., 283  
Нухаев Х.Д., 161





О

Овчинникова Е.И., 299  
Ольшевская А.П., 88  
Опрыск Д.М., 196  
Остапенко А.А., 218

П

Пампуха Е.В., 242  
Панарина А.А., 90  
Пелевина Д.А., 184  
Перезовова А.С., 271  
Перетяцько В.О., 132  
Перфильева А.М., 103  
Першикова И.С., 162  
Петкогло А.А., 163  
Петрушенко. И.Е., 164  
Печников Д.С., 284  
Плохоцкая П.В., 57  
Плугатаренко А.С., 197  
Погодина О., 217, 268  
Подольная Т.В., 72  
Поликарпова С.И., 219  
Попкова К.А., 141  
Попова Е.О., 232  
Проданец А.А., 137  
Прохорова Д.К., 174  
Прудская А.А., 285

Р

Раковец В.В., 59  
Рао Лалима Судхир, 165  
Редько А.В., 113  
Резанова В.А., 300  
Рожковская Э.Д., 220  
Росляков С.В., 25  
Рыбкина Е.А., 166, 175  
Рыженкова Е.А., 233  
Рыжова А.И., 26  
Рыкунова Н.С., 104  
Рябова В.А., 221  
Рябчикова Д.Е., 101

С

Сабиржанова Е.В., 27  
Саидова М.С., 44  
Саккак Ш.А., 28  
Самодурова Д.И., 167  
Санкавец А.Н., 222  
Сарханова А.С., 29  
Сафонов Н.А., 286  
Сафронова Д.А., 91  
Селезнева А.П., 200  
Семенова А.А., 30

Семикина С.Д., 64  
Семисалова К.В., 301  
Сёмка А.Н., 186, 287  
Сергеева Н.С., 69  
Симоненко Е.Ю., 256  
Скобельцын А.Е., 223  
Сколченкова С.Ю., 174  
Скоробогатая А.Н., 288  
Скрипченко Ю.И., 289  
Смирнова Л.Г., 70  
Соколова А.Д., 290  
Сорока К.Г., 92  
Старовойтова Ю.И., 302  
Степанова А.В., 61  
Степанова В.А., 95  
Стукалова Е.О., 168  
Сультимова Д.Б., 224  
Сухоярская Е.А., 139  
Сычева Е.Г., 303

Т

Тарабурина А.Т., 261  
Тарангаева Е.В., 243  
Тахер Ж.М., 80  
Терехова Д.С., 263  
Терехова М.В., 183  
Тимофеева Е.А., 78  
Ткачук А.Е., 60, 176  
Тодирош М.Г., 248  
Топильская А.Ю., 31  
Торосян К.А., 225  
Трари А., 46  
Третьякова М.Е., 77  
Третьякова П.С., 32  
Туганова П.А., 226

У

Уланова Д.С., 249  
Ульянова А.С., 71  
Упенек Ж.Э., 233  
Урманчеева С.А., 251, 252  
Усачева Е.С., 250

Ф

Фадеева Л.И., 270  
Федорова В.А., 253  
Федорук С.Ю., 172, 173  
Федянина А.А., 56  
Феноменова Л.В., 304  
Филатова Е.В., 134  
Филимонова Н.В., 227  
Филькина А.А., 114  
Фомичева А.П., 234  
Фролова А.А., 123



Фролова У.Г., 93

Черноусова Д.С., 97

Х

Ш

Халюшев Р.Р., 47  
Халюшева А.Е., 48  
Ханова А.Р., 100  
Хантимирова А.А., 259  
Харебова Н.Л., 33  
Харламова К.В., 34  
Хасянова Н.Н., 110  
Хитрова М.М., 140  
Худенкова Д.А., 131

Швыдкова А.С., 135  
Шевердяева Е.И., 292  
Шевцова П.М., 182  
Шемякина А.А., 55  
Шестириченко С.О., 49  
Ширина Н.М., 35  
Шлямина В.О., 62  
Штольц А.М., 293

Ц

Э

Цаплюк Ю.В., 115  
Цацулина С.А., 254  
Цездоева Хади М., 235  
Цецицина М.О., 169  
Цокирова А.Б., 291

Эппингер В.А., 171

Ю

Юдина Е.С., 106  
Юсипова К.Р., 293

Ч

Я

Чапанова А.М., 98  
Черкасова А.С., 213  
Чернаков В.Ю., 170

Ятимова Д.Г., 94  
Яшкина М.С., 272



## **Научное издание**

73 Внутривузовская научная студенческая конференция  
«Молодые ученые – инновационному развитию общества  
(МИР-2021)»

Часть 2

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы. Все материалы отображают персональную позицию авторов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Усл.печ.л. Тираж 30 экз. Заказ № \_\_\_\_

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина  
115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1  
тел./ факс: (495) 955-35-88  
e-mail:riomgudt@mail.ru

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина

Дизайн Федорова М.В.