

ваний, словари информативных признаков, экспертные оценки сложных случаев.

Разрабатываемая интегрированная компьютерная система предназначена для применения в клинической практике для повышения достоверности принимаемых диагностических решений, повышения квалификации врачей, обучения студентов медиков и молодых врачей, в том числе в дистанционном формате.

### **Литература**

1. Интегрированные системы гистологической и цитологической диагностики / Уйба В.В., Никитаев В.Г., Проничев А.Н., и др. // Науч. Сессия МИФИ-2006. Сб. науч. тр.—М.: МИФИ, 2006.Т.1 – С.273.
2. Перспективные направления улучшения диагностического процесса в онкологии / Н.В. Кочергина, Б.И. Долгушин и др. // Науч. сессия МИФИ-2008. Сб. науч. тр. В 15 томах. -М.: МИФИ, 2008.Т.3 – С.70.
3. Стратегия разработки интегрированных компьютерных систем гистологической диагностики / Никитаев В.Г., Бердникович Е.Ю./ «Современные наукоемкие технологии» №9 ,2009

**М.А. Дворецкая**

БГЭУ, ФМк, группа ДМЛ-2, 1 курс

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В БИЗНЕСЕ**

Социальная сеть — интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети, автоматизированная социальная среда.

В нашей стране наибольшую популярность получили русскоязычные социальные сети: В Контакте, Мой Мир@mail.ru, Одноклассники.ru. По при-

меру последнего ресурса создана была первая белорусская социальная сеть Parta.by, по примеру В Контакте – самая массовая отечественная социальная сеть В Сети.

Сегодня социальные сети все шире используются в бизнесе. Ресурсы социальных сетей позволяют проводить маркетинговые исследования, поддерживать взаимодействие с клиентами.

Для рекламодателей социальные сети предоставляют уникальные возможности непосредственного контакта с потребителями. Объем рынка рекламы в социальных сетях неуклонно растет: в 2007 году он достиг отметки в 1,225 млрд долларов, прогнозируется 3,8 млрд долларов – в 2011 году (по оценке аналитической компании eMarketer). [2] При этом реклама, размещаемая в социальных сетях, должна иметь принципиально новый характер – напрямую соответствовать личному опыту посетителя сайта и его интересам.

Позиционирование услуг маркетинга в социальных сетях для клиентов строится на дешевизне и массовости. Стоимость контакта в разы дешевле, чем при использовании других видов рекламы. Согласно данным Direct Marketing Association, инструменты Web 2.0 позволяют компаниям вести диалоги с потребителями в режиме реального времени, что улучшает восприятие бренда и увеличивает продажи. По оценкам специалистов, использование социальных сетей белорусскими компаниями может стать эффективным каналом коммуникации с потребителями. [4] Безусловно, для этого в первую очередь необходимо развитие отечественных социальных сетей.

При нынешнем обилии социальных сетей, появляется тенденция объединения и обмена информацией между ними. Кроме того создание глобальной универсальной деловой сети – одна из перспективных возможностей для развития бизнес-сообществ мира.

Учитывая возрастание роли деловых социальных сетей для развития бизнеса, можно предложить проект создания белорусской деловой сети на базе существующей социальной сети В Сети. В рамках нового интернет-ресурса необходимо предусмотреть возможности создания профилей органи-

заций с использованием стандартных шаблонов, широкий набор инструментов поиска. К инструментам поиска также может быть добавлена функция социального графа, которая позволит легко просматривать объекты, отмеченные как профили. Также необходимо обеспечить эффективное функционирование системы обновлений. Создание такой деловой социальной сети позволит сделать более эффективной и быстрой коммуникацию между организациями, облегчить процедуру поиска деловых партнеров, интенсифицировать движение информационных потоков, помочь в изучении фирменной структуры рынка.

Таким образом, для эффективного ведения бизнеса все большую актуальность приобретает использование социальных медиа, включая размещение рекламы, проведение маркетинговой деятельности, движение информационных потоков. Очевидна необходимость расширения использования социальных сетей в деловой жизни нашей страны.

### **Литература**

1. <http://www.social-networking.ru/papers/49>
2. [http://ru.m.wikipedia.org/wiki/Социальная\\_сеть/](http://ru.m.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть/)
3. <http://blog.artus.ru/socialnyj-marketing-v-internete-ispolzovanie-socialnyx-setej-blogov-i-drugih-servisov-web-20-v-interesah-biznesa/>
4. <http://www.marketing.by/main/market/analytics/0016705/>
5. <http://www.vceti.by>

**Заец Александр Викторович**

БГЭУ ФЭУТ ДГХ-1,1 курс

## **ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА**

Появление глобальных сетей связи, и в первую очередь – интернет, привело к настоящей революции в области организации и ведения коммерческой

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.  
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.