

использоваться для торговли не только автомобилями, но и другими товарами.

### **Литература**

Басыров, Р. Постройте профессиональный сайт сами. – СПб.: Питер, 2009.  
– 304 с.: ил.

**Степанова А.Ю.**

БГЭУ, УЭФ, 10-ДЭА-1, 2 курс

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СФЕРА И ОБЛАЧНЫЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ**

Быстрое развитие каналов связи и растущей в геометрической прогрессии потребности как бизнеса, так и частных пользователей, в хранении огромного объема информации требуют проведения реинжинеринга в сфере ИТ. Такие преобразования возможны только на основе облачных вычислений.

**Облачные вычисления** (cloud computing) – это модель предоставления пользователю удобного доступа по требованию к массиву настраиваемых компьютерных ресурсов, которые могут быть быстро зарезервированы и высвобождены с минимальными действиями со стороны их провайдера. [1]

Облачные вычисления включают в себя следующие **технологии**: PaaS (Platform as a Service): «Платформа как услуга»; IaaS (Infrastructure as a Service): «Инфраструктура как услуга»; SaaS (Software as a Service): «Программное обеспечение как услуга»; DaaS (Data as a Service): «Данные как услуга»; WaaS (Workplace as a Service): «Рабочее место как услуга»; AaaS (All as a Service): «Всё как услуга» [1].

Облачные вычисления могут использоваться в бизнесе, банковском обслуживании, в логистике и маркетинге, здравоохранении, проектных и конструкторских организациях, образовательной сфере и др.

Компании, разрабатывающие «облачные» платформы, всегда делают скидку на программное обеспечение для учебных заведений, так они вносят вклад в студентов – будущее своей компании. Преимущества использования облачных вычислений в учреждениях образования [2]:

- *сокращение издержек*: уменьшаются вложения как в программное обеспечение так и в оборудование.

- *эластичность*: учреждение легко может начать предоставление мелких услуг (электронный почтовый ящик), но и в короткие сроки развернуть новый сервис (экзамены или аттестация), причём обеспечивается свободный доступ независимо от степени нагрузки.

- *постоянное обновление программ и простота совместной работы группы пользователей*.

- *увеличение места хранения информации и устойчивость к её потере*.

- *доступность информации с различных устройств*.

- *отказоустойчивость*: технологии позволяют автоматически осуществлять полный контроль работоспособности сервиса или услуги, и предпринимать необходимые действия в случае его сбоя или выхода из строя.

Наряду с преимуществами использования «облачных» вычислений существует ряд крупных недостатков:

- *Необходимость соединения с высокоскоростной сетью Интернет*.

- *Безопасность данных*.

- *Нежелательная реклама или рассылка спам-почты*.

- *Сложность переноса уже готового программного обеспечения на «облачную» архитектуру*.

- *Не все программы или их свойства доступны удаленно*. Если сравнивать программы для локального использования и их "облачные" аналоги, последние пока проигрывают в функциональности.

Т. о. уникальные требования, связанные с методами обучения, экзаменов, режимов финансирования, государственной политики и правовых вопросов образовательных учреждений и их возможные риски означают, что они будут медленнее, чем бизнес переносить свои услуги в «облачную» среду.

### **Литература**

1. [Электронный ресурс]. Режим доступа:  
<http://www.unkniga.ru/innovation/tehnology/228-oblachie-servicy-dla-bibliotek-i->

obrazovaniya.html . Дата доступа: 20.03.2012

2. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

[http://ru.wikipedia.org/wiki/Облачные\\_вычисления](http://ru.wikipedia.org/wiki/Облачные_вычисления). Дата доступа: 01.04.2012

**Таргонская Е. С., Янцевич В. О.**

БГЭУ, ФЭУТ, группа ДГХ-2, 1курс

## **РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Теоретический анализ научной и практической литературы позволяет считать, что реклама в последнее время всё активнее начинает внедряться в процесс торговли. Большинство продавцов на рынке, вне зависимости от того, в каком направлении они осуществляют торговлю, понимают, что без рекламы невозможно их полноценное взаимодействие с потребителем. Реклама создаётся таким образом, чтобы потребителям хотелось покупать рекламируемый товар, завлекая своими яркими красками, незамысловатыми слоганами.

Реклама - это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Развитие электронных технологий позволяет менять взгляд на многие вещи, упрощает повседневные хлопоты, а также влияет на процессы различного рода (экономические и неэкономические).

В данной работе мы рассматриваем как электронные технологии (реклама) влияют на покупательскую способность.

К наиболее часто встречающимся практическим приёмам можно смело отнести: рекламный текст, дизайн слайда, слоган, аудио стиль, свет в рекламе, динамика, контрастность и размер рекламы, секреты фото изображений в рекламе, а также графические и фонетические искажения.