



Рисунок 3 – Микротвердость образца без легирования

Заключение. Исходя из полученных экспериментальных данных, наибольшее увеличение показателей микротвердости показал В₄С (до 15900 МПа) при Р = 2 кВ; 5 м/мин. А при режимах 1(1), 2 (2) и 2 (3) зоны расплава и термического влияния были разрушены в процессе подготовки шлифа, что говорит о низких механических свойствах данных поверхностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адашкин, А. М. *Материаловедение и технология металлических, неметаллических и композиционных материалов: Учебник* / А. М. Адашкин, А. Н. Красновский. – М.: Форум, 2018. – 592 с.
2. Астапчик, С. А. *Лазерные технологии в машиностроении и металлообработке* / С. А. Астапчик, В. С. Голубев, А. Г. Маклаков [и др.]. – Минск: Белорусская наука, 2008. – 252 с.

УДК 339.138

СПЕЦИФИКА ВИДЕОМАРКЕТИНГА В МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

*М. Ю. Рапидов, студент группы 10504122 ФММП БНТУ,
научный руководитель – преподаватель А. А. Третьякова*

Резюме – машиностроительная отрасль может использовать видео-контент как эффективный маркетинговый инструмент для привлечения внимания целевой аудитории и повышения узнаваемости бренда. Однако, создание видео-контента должно быть только одним из компонентов маркетинговой стратегии, и для достижения успеха необходимо использовать все возможные инструменты и каналы маркетинга в сочетании с видео-контентом.

Resume – the engineering industry can use video content as an effective marketing tool to attract the attention of their target audience and increase brand

recognition. However, creating video content should be only one component of a marketing strategy, and to achieve success, all possible marketing tools and channels should be used in combination with video content.

Введение. Сегодня, когда потребители все больше используют интернет для поиска информации о товарах и услугах, видео-контент становится необходимым инструментом в маркетинговой стратегии любого бизнеса. И машиностроение не является исключением. Создание и распространение видео-контента может значительно повысить узнаваемость бренда, привлечь новых клиентов и улучшить коммуникацию с уже существующими.

Основная часть. Машиностроение – это отрасль, которая требует постоянного развития и применения инновационных подходов в маркетинге, чтобы привлекать новых клиентов и укреплять свои позиции на рынке. Использование видео-контента в маркетинге машиностроительной отрасли может быть особенно эффективным, так как позволяет продемонстрировать технические особенности продукта и привлечь внимание новой аудитории.

Основными аспектами видеомаркетинга в машиностроительной отрасли являются: адаптация контента под целевую аудиторию; качество видео-контента; продвижение видео-контента; аналитика результатов [1].

При создании видео-контента для машиностроительной отрасли важно учитывать специфику продукции и потребности целевой аудитории. Видео-контент может использоваться для демонстрации работы механизмов, описания преимуществ и функций продукта, а также для обучения клиентов использованию техники.

Существуют также различные технологии, которые могут использоваться для улучшения качества и распространения видео-контента в машиностроительной отрасли, например, анимацию, виртуальную реальность и 3D-моделирование, а также использование искусственного интеллекта. Эти технологии могут помочь создать более наглядный и понятный контент для аудитории, а также упростить процесс демонстрации особенностей и преимуществ машин и оборудования.

Кроме того, необходимо учитывать, что целевая аудитория в данной отрасли может быть достаточно узкой и специфической. Поэтому важно точно определить свою целевую аудиторию и использовать соответствующие платформы для распространения видео-контента. Среди платформ, которые можно использовать для распространения видео-контента в машиностроении, можно выделить YouTube, Vimeo, Facebook, Instagram, а также специализированные платформы, например, Industry Week или Machine Design [2]. Важно также учитывать, что эффективность видео-контента в машиностроении может быть измерена не только количеством просмотров, но и количеством продаж и увеличением узнаваемости бренда. Поэтому при оценке эффективности видео-контента необходимо использовать соответствующие метрики и аналитические инструменты.

Заключение. Использование видео-контента в машиностроительной отрасли является эффективным маркетинговым инструментом, который способен привлечь внимание целевой аудитории и повысить узнаваемость бренда. Создание и распространение видео-контента требует учета множества факторов. Важно учитывать интересы и потребности целевой аудитории для создания качественного видео-контента, который будет эффективным инструментом для продвижения бренда и развития бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Скотт, М. Видеомаркетинг: создание и продвижение видеоконтента / М. Скотт / Пер. с англ. М.: Эксмо, 2019. – 224 с.
2. Григорьева, Е. В. Роль видеомаркетинга в продвижении бренда / Е. В. Григорьев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2017. – № 3. – С. 32–35.

УДК 658.7

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ СКЛАД

*Е. Ю. Рафеев, студент гр. 10505119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – докт. техн. наук, доцент Н. М. Чигринова*

Резюме – создание автоматизированных складов – это потребность сегодняшнего производства. Существует множество программ управления всеми складскими процессами, позволяющими оптимизировать работу склада, обеспечить его конкурентоспособность и снизить потребление энерго- и материальных ресурсов при его работе.

Resume – the creation of automated warehouses is a need of today's production. There are many management programs for all warehouse processes that allow optimizing the operation of the warehouse, ensuring its competitiveness and reducing the consumption of energy and material resources during its operation.

Введение. Современные складские хозяйства с их разветвленной инфраструктурой и сложными логистическими решениями играют все более важную роль в хранении, распределении и сопровождении к заказчику различных объектов. Для обеспечения ритмичной работы склада необходимо постоянно пополнять складские запасы, обеспечивать надежную логистику, рационально организовывать складские операции и обучать персонал. Современные производственные процессы нуждаются в инновациях, новых технологических стандартах и законах. Это же касается и складских хозяйств. Только то, предприятие будет сегодня рентабельным и конкурентоспособным, которое для своего динамичного развития применяет инновационные приемы, использует искусственный интеллект, что позволяет экономно расходовать ресурсы, максимально сокращать потери, повышать производительность и качество труда. Одним из наиболее грамотных