

ную сеть для всей туристической торговли. В настоящее время самым распространенным и эффективным способом продвижения услуг туроператоров является размещение таргетированной баннерной рекламы. Стоимость данной рекламы выше, чем традиционных способов продвижения, однако и эффект получается также больше в связи с тем, что реклама попадает к желаемой целевой аудитории.

Заключение. Высокий уровень конкуренции на туристическом рынке способствует поиску новых способов продвижения информации о турах и туристических компаниях в Интернете, что дает ощутимые результаты при наименьших затратах. В настоящее время в условиях пандемии Covid-19 и серьезной стагнации туристической индустрии актуализируется задача получения информации в режиме реального времени, причем как для конечных пользователей, так и для самих туроператоров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Туризм в Китае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/>. – Дата доступа: 26.02.2021.
2. Вишняк, И.В. Управление цифровыми маркетинговыми коммуникациями / И.В. Вишняк, Т.Ю. Гораева. / Тенденции экономического развития в XXI веке : материалы II Междунар. науч. конф., Минск, 28 февр. 2020 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: А.А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. – Мн : БГУ, 2020. – С. 350–352
3. Гораева, Т., Вишняк, И. Трансформация подходов к продвижению традиционной и высокотехнологичной продукции в условиях цифровизации экономики // Т. Гораева, И. Вишняк / Fortus: экономические и политические исследования, 5(7). – 2020. Режим доступа: <https://fortus-science.ru/index.php/fs/article/view/281>. – Дата доступа: 26.02.2021.
4. Хайруллоевна, А.М. Существенные экономические выгоды туризма // Академия, – 2020. – № 3 (54). – С. 95–96.

УДК 339.138

ПСИХОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ

*Е.А. Лихачёва, В.А. Маслович студены группы 10507118, ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Кудрявцев В.А*

Резюме - психолог по маркетингу сегодня является необходимым специалистом любой успешной компании. Каждый отдел маркетинга консультируется, нанимает или создаст команду, посвященную проведению исследований в области маркетинговой психологии. В данной статье будет рассмотрено кто же такой психолог по маркетингу, факторы, которые он исследует, особенности данной профессии.

Summary - a marketing psychologist today is a necessary specialist for any successful company. Each marketing department consults, hires or builds a

marketing psychology research team. This article will consider who is a marketing psychologist, the factors that he studies, the features of this profession.

Введение. Психолог по маркетингу – это тот, кто изучает, что привлекает людей к продукту или услуге. Психолог по маркетингу является важной персоной для тех компаний, государственных учреждений и предприятий, чья роль во многом зависит от покупки продукта. Эта специфическая отрасль психологии классифицируется как производственно-организационная психология. Одним из основных направлений здесь обычно являются те параметры, которые стимулируют производительность; начиная от морального духа сотрудников и заканчивая эффективностью производства [3].

Основная часть. Еще одна особенность, которая не может быть проигнорирована психологом маркетинга, – это процесс принятия решений, осуществляемый потребителем. Здесь все факторы, которые влияют на клиента, чтобы сделать тот или иной вид покупки в определенном месте, должны быть хорошо изучены. Конечно, необходимо учитывать влияние маркетинговых кампаний и культуры на потребительские тенденции. Если профессионал знает факторы, которые играют важную роль в принятии решений о покупке, он может быть лучше осведомлен о том, как лучше всего ориентироваться на конкретную группу потребителей [1].

Маркетинг – это отдельная область от психологии, однако большая часть того, что маркетологи пытаются сделать для продвижения своих продуктов, опирается на основные психологические принципы, в том числе на восприятие. Изучая то, как потребители воспринимают тот или иной продукт или услугу, маркетологи лучше подготовлены к разработке своей маркетинговой стратегии, направленной на то, чтобы побудить потребителей приобрести данный продукт или услугу [2].

Восприятие в маркетинге – это гораздо больше, чем то, что люди думают о продукте; оно также включает в себя то, что кто-то чувствует по этому поводу. Психологи изучают различные факторы, влияющие на мысли и чувства потребителей – упаковку продукта, дизайн самого продукта, маркетинговые стратегии, используемые для продвижения продукта, и даже среду, в которой происходит маркетинг.

Например, психологи, работающие в маркетинге, понимают, что людям вполне естественно хотеть перекусить ближе к вечеру, когда они голодны. Используя эту информацию, они разрабатывают маркетинговые кампании для закусок, которые транслируются по телевидению, радио и другим каналам в это время дня, чтобы извлечь выгоду из человеческой природы. Видя рекламу еды, когда вы голодны, вы меняете свое восприятие продукта как маркетинга. Таким образом, шансы приобрести этот предмет гораздо выше. Таким образом, в то время как восприятие является психологической темой исследования, оно используется для управления маркетинговыми кампаниями [1].

Маркетинговые психологи изучают потребителей и то, как различные факторы, такие как возраст, образование и личные привычки, приводят их к покупке определенных предметов. Помимо людей, они изучают, как различные продукты рассматриваются потребителями, такие как упаковка, цвет и цены, все из которых могут повлиять на чье-то решение при покупке. Различные факторы влияют на потребителей и то, что они покупают. Расположение, например, является большим фактором. Люди, живущие в более теплом климате, менее склонны покупать свитера, в то время как люди с более холодным климатом менее склонны покупать сандалии. Это очевидный фактор, но как насчет других? Такие вещи, как возраст, пол, образование и личные привычки, могут способствовать принятию человеком решения о покупке. Психолог по маркетингу способен выяснить все эти факторы при оценке продукта или услуги. Психолог-маркетолог рассматривает такие факторы как: возраст, этническая принадлежность, социально-экономическое положение, уровень образования, географическое положение, пол, вкусы и предпочтения.

Заключение. Таким образом, использование психологии в маркетинговой стратегии - отличный способ привлечь внимание к вашему бренду. Это также поможет вам определить наиболее привлекательный способ общения с клиентами. Маркетинговая психология укажет вам на ваше конкурентное преимущество на рынке и позволит получить более целостное представление о ваших клиентах. Как только психолог по маркетингу получит всю необходимую информацию, он может рекомендовать оптимальный тип маркетинговых кампаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Психолог - маркетолог [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.b17.ru/article/psycholog-marketolog/>. – Дата доступа: 28.02.2021.
2. Психология маркетинга [Электронный документ]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/marketing/psihologiya_marketinga/. – Дата доступа: 01.03.2021.
3. Психология и маркетинг. Общие черты [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://bakunin.com/psychology-marketing/>. – Дата доступа: 01.03.2021.

УДК 005.86

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ПО СОЗДАНИЮ НОВОГО ПРОДУКТА

*А.А. Лысая, студент группы 10507116 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент В.Ф. Карнович*

Резюме – в данной статье рассмотрен способ более эффективного управления проектами. Дается определение понятия «управление проектами». В статье дан способ, который позволяет правильно собрать ко-