

На данный момент не существует единого подхода в создании успешной маркетинговой стратегии. Все вышеперечисленные примеры – лишь фундамент с перечислением методов. Наполнение производится маркетологами, и на разных этапах создания, и не всегда эти методы удачны. Иногда маркетологам удается провести гениальную маркетинговую кампанию исходя из особенностей самого фильма. Ярким примером является фильм «Дэдпул» 2016 года. Главный герой фильма знает, что он находится в кино, поэтому нередко ломает «четвертую стену», разделяющую зрителей и персонажей и общается с аудиторией. Поэтому студия выпускала видеоролики, в которых главный герой поздравлял зрителей с рождеством и другими значимыми актуальными датами. Исполнитель главной роли Райан Рейнольдс выложил у себя в твиттере фото, впервые открывшее публике дизайн костюма его героя. На картинке, пародирующей знаменитую фотосессию однофамильца Райана и звезды 70-х Берта Рейнольдса, изображен Дэдпул, лежащий у камина на медвежьей шкуре. В преддверие дня Святого Валентина, выпускались шуточные рекламные баннеры, стилизованные под романтический фильм, хотя тематика «Дэдпула» была совершенно иной [9]. Подобная маркетинговая стратегия позволила заработать в прокате 782 миллиона долларов, имея бюджет 58 миллионов.

Сейчас, чтобы фильм окупился в прокате, нужно продумать еще до съемочного процесса все аспекты маркетинговой стратегии, удачная реализация которой поможет обеспечить фильму внушительные сборы даже без огромного бюджета. Намерение создать фильму кассовый успех приводит к тому, что маркетинг внедряется во все этапы кинопроизводства, впоследствии, процессу творческой деятельности приходится следовать рекомендациям маркетологов, что делает фильмы более коммерциализированными.

Список литературы

1. Домарева Е.В., Пишкало В.В. Особенности и место маркетинга в сфере киноиндустрии // Вестник магистратуры. - №9 (48). - 2015. – С. 51-52.
2. Шевченко Д.А. Киномаркетинг: теория и практика продвижения // Практический маркетинг. - №12 (202). - 2013. – С. 3-11.
3. Бессознательный брендинг, или как править миром с помощью эмоций. URL: <https://artjoker.ua/ru/blog/bessoznatelnyy-brening-post/> (Дата обращения: 19.01.2020).
4. Агентство копирайта и интернет-маркетинга: Маркетинг в киноиндустрии. URL: <http://kopiraiting.com/marketing-v-kinoindustrii> (Дата обращения: 19.01.2020).
5. Самые крутые рекламные кампании в кино. URL: <https://teleprogramma.pro/cinema-stop/114365/> (Дата обращения: 19.01.2020).
6. Циленко А. Вирусный маркетинг с того света. URL: <https://www.kinopoisk.ru/blogs/boiler/post/4624/> (Дата обращения: 19.01.2020).
7. Самые необычные рекламные кампании, которые навсегда останутся в истории киноиндустрии. URL: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/chto-byvaet-kogda-sozdateli-krutogo-kino-reshayut-sozdat-esche-i-krutyuyu-reklamnyuyu-kampaniyu-1808265/> (Дата обращения: 19.01.2020).
8. 10 необычных промо-кампаний для фильмов. URL: <http://www.lookatme.ru/mag/live/inspiration-lists/194125-movies-promotional-campaigns> (Дата обращения: 19.01.2020).
9. «Дэдпул»: одна из самых остроумных и хулиганских рекламных кампаний в истории кино. URL: <https://informburo.kz/stati/dedpul-odna-iz-samyh-ostroumnyh-i-huliganskih-reklamnyh-kampaniy-v-istorii-kino.html> (Дата обращения: 19.01.2020).

Маркетинг и организация интерактивных онлайн-курсов различных видов туризма

Б.О. Муканов¹, А.А.Брем²

¹к.т.н., доцент кафедры Маркетинг

²студентка 1-го года обучения по специальности «Туризм»
mukanovbo@mail.ru., brema7400@gmail.com

^{1,2} Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья посвящена идее совмещения онлайн-курсов с закреплением материала посредством реальных и 3D экскурсий. Предложены вариации обучения видам туризма с применением цифровых технологий, таких как: 3D – туры с обучающим контентом, вебинары, видео-

инструктажи и прочее. Рассмотрено использование маркетинговых исследований с целью изучения потребностей обучающихся.

Ключевые слова: образовательные инновации, онлайн-курсы, туризм, тур, маркетинг, технология, информатизация

В настоящее время отсутствуют онлайн курсы по обучению организации различных видов туризма: спортивного, экстремального, деревенского, познавательного, спелеотуризма и др. Студенты, специалисты и даже директора компаний должны успевать за трендами и приобретать новые знания.

Имеющиеся системы онлайн обучения имеют существенные недостатки, занятия носят преимущественно односторонний характер. Т.е. отсутствует обратная связь. Лекции или записаны в виде видео, или представлены в виде текстового файла. Работа в режиме реального времени ограничивается либо индивидуальной перепиской, либо, что гораздо реже, групповыми чатами. Эта форма общения организуется не во время проведения лекции, а после изучения материала.

Имеющаяся на данный момент система онлайн обучения не имеет практического закрепления материала. Ввиду чего отсутствует наглядность обучению туризму, которая при изучении отдельных видов туризма проста необходима. Например, обучение спортивному и экстремальному туризму и др.

В дистанционных системах обучения организации видов туризма можно применить новый модернизированный вид обучения, лишенный вышеуказанных недостатков.

Цель создания новой системы онлайн-курсов является создание инструментария, позволяющего эффективно проводить обучение пользователей. Это может быть достигнуто за счет применения достижений в области информационных технологий (ИТ), а именно:

- внедрению современных информационных технологий;
- автоматизации процессов подготовки учебного материала;
- автоматизации функций взаимодействия с пользователями;
- применению достижений в области smart-технологий;
- использованию цифровых средств обучения.

Для создания единой системы онлайн-курсов будет создан веб сайт.

Процесс обучения. Обучение туризму в рамках онлайн-курсов будет осуществляться по следующим отраслям: познавательный или культурно-развлекательный туризм, спортивный, экзотический, экологический, сельский, приключенческий, и другие.

Для выявления необходимости организации тех или иных курсов по различным видам туризма на сайте курсов будет размещено голосование с предложенными вариантами видов туризма, по которым могут организовываться курсы и дополнительной свободной формой, где желающий может предложить свой вид туризма для изучения на онлайн курсах.

Предлагаемы курсы включают две части: лекционную и практическую.

В отличие от имеющихся на практике онлайн лекций с односторонним изложением материала, предлагаемые нами онлайн курсы будут использовать возможность не только двустороннего общения преподаватель - обучаемый, но и групповую работу преподаватель - обучаемые. Система лекции должно проходить по типу видеоконференций, когда все участники видят и слышат друг друга, в этом случае вопрос одного обучаемого будет слышен всеми обучаемыми, так же как и ответ. Возможно групповое обсуждение и обмен мнениями и опытом.

Закреплению лекционного материала будет способствовать практическая часть онлайн курсов. В конце всего курса обучения будет проводиться реальная обучающая экскурсия по выбранному виду туризма с закреплением всех необходимых навыков. Все экскурсанты съезжают и под руководством опытного руководителя в реальности осваивают тонкости организации того или иного вида туризма в выбранной местности или на выбранном туристском объекте.

Однако ввиду того, что посетить все туристские объекты по тому или иному виду туризма физически невозможно, и необходимости практического закрепления материала по разным темам, в конце каждой недели обучения будет организовано групповое посещение 3D-тура. Отличительной особенностью 3D-туров будет возможность их одновременного виртуального посещения всей группой под руководством гида. В ходе виртуальной экскурсии, обучаемые могут слышать не только гида, но и друг друга, задаваемые вопросы, обсуждения, опыт, мнения. 3D-туры будут представлять тур с полным погружением в виртуальную реальность, с возможностью параллельного общения с другими участниками тура. 3D-туры позволят побывать не только в Казахстане, но и в различных

условиях в любой точке земного шара, в том числе и экстремальных. 3D-туры позволят обучаться новым навыкам и виртуально увидеть процесс тура и его организации.

Возможность дистанционного обучения и организация онлайн-курсов, позволит проводить занятия с лучшими специалистами, в том числе с зарубежными. Поэтому обучение и 3D экскурсии будут предусмотрены на трёх языках - казахском, русском и английском.

3Dэкскурсии с зарубежными специалистами по зарубежным рекреационным местам, позволят получить навыки отечественным специалистам организовать туры в дальнее и ближнее зарубежье, ознакомиться с мировым опытом организации различных видов туризма.

В данной системе онлайн-обучения предполагается реализовать идею удаленного обучения методом интерактивного общения через любые устройства: компьютер, планшет или смартфон. Система может базироваться на собственной инструментальной web-платформе, поддерживающей аналитику больших объемов данных (BigData).

Предлагается модель интерактивности, в которой обучающийся на постоянной основе взаимодействует с порталом: ведет диалоги, отвечает на вопросы, и, что немаловажно, имеет возможность изменить или откорректировать контекст общения.

Онлайн-курсы позволяют обучаться в любой точке мира с различными специалистами земного шара, что имеет несомненный спрос в наше время цифровых технологий [1].

Исходя из того, что профессиональные знания стареют очень быстро, необходимо их непрерывное совершенствование. Дистанционная форма обучения дает сегодня возможность создания систем массового непрерывного самообучения, всеобщего обмена информацией, независимо от наличия временных и пространственных поясов [2].

Интерактивные методы обучения позволяют осуществить охват большого количества обучающихся, повысить качество и эффективность обучения за счет применения интернет-сайта, мобильного приложения, объёмных электронных библиотек.

Помимо этого, практическая часть онлайн-курсов обеспечивает развитие отечественного туризма, современных технологий в процессе обучения, повышению заинтересованности со стороны иностранных специалистов.

На рисунке показан интерфейс вебпортала онлайн курсов.

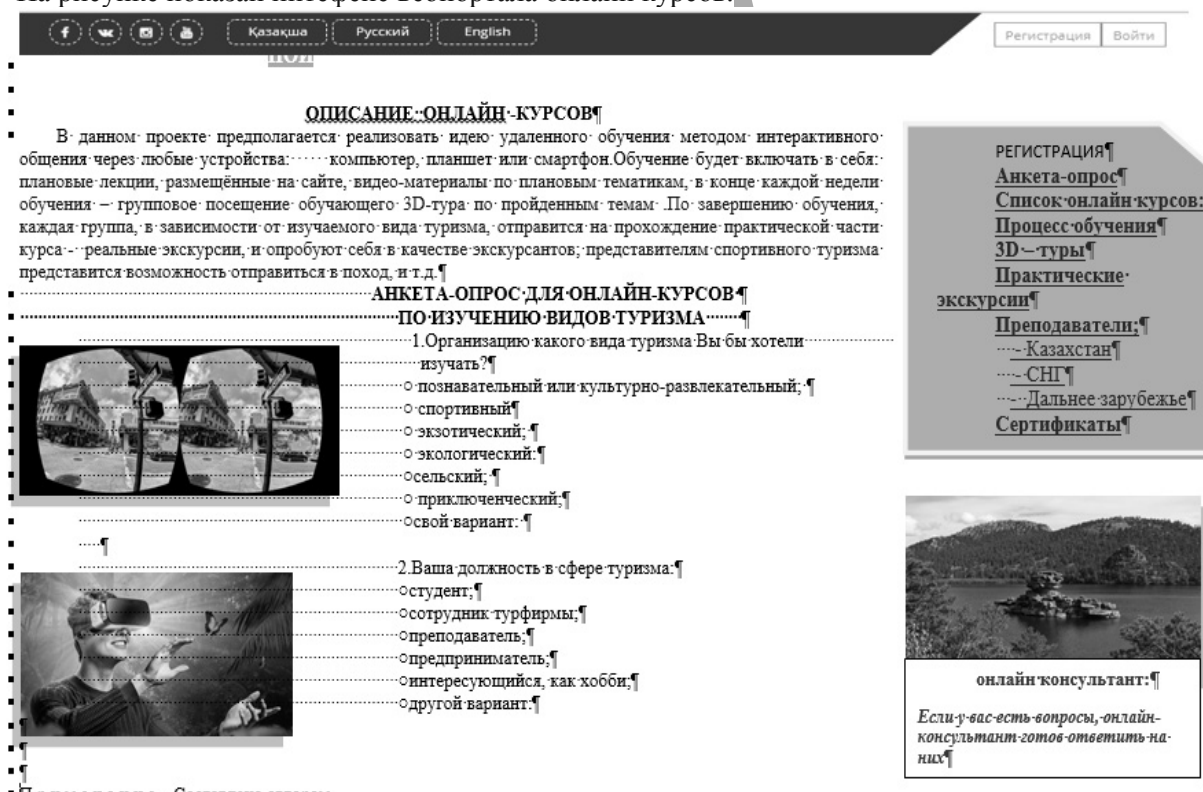


Рисунок 1. Интерфейс сайта онлайн-курсов

Примечание – Составлено автором

Обучение туризму таких представителей этой специальности как студенты, преподаватели, руководители турагентств, работники турагентств, начинающие представители бизнес структур и т.д.

– предоставляет возможность улучшения имеющихся навыков, приобретения новых, обмена опытом с другими профессионалами.

После проведения онлайн голосования, проявившие желание участники будут поделены на группы по интересам, в которых, в последствии, будут осуществлять обучение. Обучение включает в себя:

- плановые лекции, размещённые на сайте;
- видео-материалы по плановым тематикам: пользователям в качестве учебного средства могут быть предложены просмотры небольших видеофрагментов, с дальнейшими ответами на вопросы. Контент может содержать пояснения и комментарии. В качестве медиа могут быть звуковые и видеоматериалы, мультипликация и анимация;
- возможность связываться с преподавателями и устраивать групповые занятия по видеозвонкам: пользователи могут принимать участие в тематических вебинарах, организуемые модераторами портала. Вебинары будут организованы как на портале, так и на других ресурсах в сети интернет. (Вебинар (от англ. «webinar») — это виртуальная встреча ведущего (ведущих) и участников мероприятия, которые слушают выступление и наблюдают за действиями ораторов на экранах своих компьютеров или мобильных устройств [3];
- в конце каждой недели обучения – групповое посещение 3D-тура, с обучающим материалом в процессе него: будут организованы современные 3D-туры с полным погружением в виртуальную реальность, с возможностью параллельно общаться с другими участниками тура, побывать в различных экстремальных условиях в любой точке шара;
- групповой чат с однокурсниками для обсуждения возникших вопросов: предлагается организация видеоконференций среди пользователей, а также коллективное обучение в режиме онлайн с использованием интерактивных досок, средств обмена информации и материалами;
- выполнение заданий: как при любом учебном процессе пользователям будут предлагаться различные задания и сроки исполнения. Задания могут быть разных типов. Пользователь может подобрать для себя удобный тип заданий;
- живое общение: система сможет подобрать партнеров по интересам, с которыми пользователь может начать диалог в учебных целях. Это может быть живое общение.

Процесс обучения должен быть непрерывным в течение всего дня, в свободное время, которое определяется настройками системы для каждого пользователя индивидуально.

Обучение не должно ограничиваться работой за персональным компьютером. Должны быть специальные приложения для мобильных устройств, чтобы процесс обучения мог быть продолжен в любом месте и в любое время.

В процесс обучения могут быть задействованы альтернативные средства коммуникации с обучаемым, например, мессенджеры, социальные сети и т.п.

Интерактивность: Интерактивность должна рассматриваться как инструмент обеспечения общения с обучаемым, который должен реализовываться на базе различных интеллектуальных smart-компонентов, обеспечивающих следующие возможности:

- Общение с учащимися в процессе обучения через ПК в виде подсказок, постановки вопросов, требующих ответа, предложений выполнить задание и т.п.
- Комментарии при просмотре видеоматериалов. Аналогичные действия с картинками и анимационным материалом.
- Постановка задач и целей в онлайн режиме, стимуляция и мотивация к прохождению уровней в виде вопросов-ответов.
- Проведение периодических автоматизированных вебинаров на заданную тему, приглашение соответствующей аудитории по интересам.
- Полноценная обратная связь с обучающимся в виде переписки в мессенджерах, социальных сетях, чатах и СМС.

Общее время обучения – 1 месяц.

Практическая часть курсов: По завершению обучения, каждая группа, в зависимости от изучаемого вида туризма, отправится на прохождения практической части курса. Например, обучившиеся познавательному виду, вместе побывают на разного рода экскурсиях, и опробуют себя в качестве экскурсантов. Или же, представителям спортивного туризма представится возможность отправиться в поход.

Для осуществления практики будут отбираться учащиеся из одного региона, с одним изучаемым видом туризма. Прохождение этой части обучения будет способствовать закреплению полученных в

ходе обучения навыков в условиях реальной жизни; участники групп смогут делиться друг с другом опытом и помогать в трудных ситуациях; под наблюдением руководителя, учащиеся смогут закрепить свои знания и получить новые.

При окончании обучения обязательная для получения сертификата часть – тестирование по пройденному материалу. По результатам такого тестирования на портале генерируется сертификат с уникальным номером. Сертификат о прохождении высылается на электронную почту пользователя. Также на портале всегда можно найти подтверждение о прохождении обучения по номеру сертификата или по ИИН.

Маркетинговые исследования во время обучения: Разрабатываемая система должна иметь средства мониторинга пользователей не только с целью анализа возрастных групп, уровня знания, но и эффективности обучения. Для объективной оценки аудитории, предполагается, что пользователи при регистрации должны будут указывать свой ИИН (для детей ИИН одного из родителей). Система должна уметь выдавать отчеты по обучаемым в различных разрезах:

- по временному интервалу;
- по половому и возрастному критерию;
- по уровням знания языка;
- по этапам прохождения обучения;
- по уровням тестирования и его прохождения;
- другие отчеты (промежуточные результаты обучения, отчеты по вебинарам, статистика и т.п.)

Положительные результаты, которые могут быть достигнуты в ходе реализации онлайн-курсов:

- внедрение цифровых технологий в образовательной сфере туризма;
- повышение квалификации специалистов в отрасли туризма;
- развитие отечественного туризма;
- повышение заинтересованности граждан в культуре нашей страны;
- обеспечение практических навыков наряду с получаемыми теоретическими;
- привлечение иностранных специалистов для осуществления образовательной деятельности в рамках курсов.

Список литературы

1. <https://kod.ru/online-sourses-data-science/>
2. <https://moluch.ru/archive/100/20703/>
3. <https://seostayer.ru/chto-takoe-vebinary-i-kak-oni-prohodyat/>

Продвижение турпродукта посредством организации этноцентров на основе современных информационных технологий при отелях Республики Казахстан

А.Ж.Садуов¹, Б.О. Муканов², К. С. Уралева³

¹д.э.н., профессор кафедры Маркетинг,

²к.т.н., доцент кафедры Маркетинг

³студентка 2-го года обучения по специальности «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»

saduovaj@mail.ru, mukanovbo@mail.ru, kseniauraleva7@gmail.com

^{1,2,3} Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье предложена идея создания этноцентров при отелях Республики Казахстан. Назначение этноцентра - ознакомление с культурой и этносом казахского народа. Посредством современных информационных технологий этноцентр будет рекламировать реальные туры и показывать виртуальные, в том числе исторические. Этноцентр будет осуществлять важнейшую маркетинговую функцию - продвижение туризма Казахстана на международные рынки.

Ключевые слова: гостиница, этнос, цифровая экономика, отель, туризм, маркетинг, реклама.

В наше время туристы-нерезиденты приезжают в Казахстан по деловым целям, а также в целях отдыха. Большинство нерезидентов приезжает с деловыми целями и останавливаются в городских гостиницах. В основном гостиницы в Казахстане адаптированы под европейский стиль со стандартным набором услуг, рестораны при этих гостиницах также предлагают в основном блюда европейской кухни. То есть, нет ничего отличающегося от привычного окружения иностранцев,