

Часть III

**ЛУЧШИЕ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

УДК 004.9

Студ. Е.О. Сулима  
Рук. Л.В. Лисицына  
(УГЛТУ, Екатеринбург)

**3D-ТУР КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЯ**

*В статье рассматривается понятие 3D-тура как эффективного способа визуализации. Авторы показывают процесс создания виртуального тура, а также отмечают преимущества применения его в формировании привлекательности на примере музея.*

**Ключевые слова:** 3D-тур, виртуальный тур, процесс создания, музей

В нынешний век информационного переизбытка привлечь целевую аудиторию, как-то выделить свой бизнес среди тысяч похожих становится всё труднее. Однако не стоит забывать, что технологии тоже не стоят на месте, поэтому ведущие маркетологи и бизнесмены советуют обратить внимание именно на создание виртуальных 3D-туров для привлечения внимания к вашему предприятию.

С помощью такого способа визуализации можно представить информацию так, что мимо пройти никто не сможет. Какими бы полезными ни были товары или услуги, которые предоставляются на рынке, какими бы выгодными ни были цены и удобными условия, потенциального покупателя необходимо заинтересовать. Вот тут и приходят на помощь 3D-туры. Создав такой тур, можно ярко выделить его среди аналогичных услуг, предлагаемых конкурентами [1]. Создание 3D туров – это не просто превосходная визуализация для любого предприятия, но и отличная реклама. Согласно статистическим исследованиям, наличие на сайте владельца предприятия виртуального 3D-тура увеличивает в несколько раз поток посетителей ресурса, а также среднее время пребывания пользователя на странице. Преимущество этого предложения, благодаря такой интерактивной цифровой презентации, наглядно раскрываются на Интернет-ресурсе, создавая эффект присутствия [2]. Наиболее востребованным является этот способ передачи информации для отельного бизнеса, экскурсионных бюро, музеев, ресторанов и др.

Создается 3D-тур в первую очередь для того, чтобы максимально проинформировать потребителей о том, какие услуги имеет то место, в которое они хотят обратиться, создать определенную привлекательность предприятию. Немаловажным является тот факт, что вам не нужно будет вставать из своего удобного кресла, чтобы узнать побольше о гостинице или музее. Виртуальный тур имеет ряд достоинств, которые помогают вывести предприятия в первые ряды среди конкурентов. Он очень прост в управлении, и разобраться сможет даже самый неуверенный пользователь ПК. Сам потребитель может приближать и уменьшать предметы, двигаясь в любую сторону. Небольшие размеры изображений позволяют оценить все достоинства номеров отеля, увидеть перечень экспонатов, даже если у вас проблемы со скоростью Интернета [2].

Идею создания виртуального 3D-тура мы рассмотрим на примере музея военной и автомобильной техника в г. Пышме. Не так давно современные технологии внесли инновации в сферы туризма и сервиса, в частности, разместили на официальных сайтах 3D-туры. И музей военной и автомобильной техники УГМК не исключение. Рассмотрим подробнее.

Путешествовать по музею стало возможно с помощью виртуального тура, при этом у посетителей создается эффект присутствия. Нажимая на изображения, они могут передвигаться по всей территории музея и осматривать экспонаты с разных сторон. С помощью индикаторов в нижней части можно переходить от одного места к другому максимально быстро. Шаг за шагом можно посетить выставочный комплекс музея, а также экспонаты, находящиеся на улице. Этот раздел был создан специально для того, чтобы будущие посетители музея имели представление об экспонатах, которые привлекают внимание каждого гостя города [3].

Знание компьютерных технологий и программ, создающих панорамы онлайн, очень велико, поэтому разработка виртуального 3D-тура на примере музея будет не очень трудна и, возможно, процесс создания такого тура увлечет организаторов. Это процесс можно разделить на три этапа: фотосъемка объекта, обработка полученных изображений и конечная сборка виртуального тура. В нашем случае объектами тура стали выставочный центр, экспонаты [4].

Первый этап создания виртуального тура – съемка объекта, представляющая собой очень трудоемкий и крайне ответственный процесс, так как от его результатов напрямую будет зависеть качество снимков, а в дальнейшем полной панорамы.

Фотопанорамы создаются из нескольких специально подготовленных перекрывающихся фотографий с помощью специальных программ, которые сшивают снимки в единую панораму, удаляя неизменно возникающие искажения. Виртуальные туры собираются из предварительно созданных фотопанорам в других специализированных

приложениях — строителях туров. Отдельные фотопанорамы связываются между собой плавными переходами за счет выделения на них активных зон, которые не только отвечают за перемещение от одной панорамы к другой, но и используются для отображения дополнительной информации об объектах. Технология активных зон позволяет сделать акцент на отдельных частях панорамы — на деталях интерьера, на новых товарах в торговых центрах, на интересных достопримечательностях, на конкретных выставочных стендах, а также на любой другой информации, на которую необходимо обратить внимание виртуального посетителя. Кроме того, возможно включение в виртуальный тур интерактивных планов помещений и навигаторов, позволяющих пользователям определять свое «местоположение». Просмотр тура может осуществляться по плану, по точкам перехода автоматически в соответствии с планом, определенным при создании проекта. Виртуальные туры, как и фотопанорамы, можно просматривать как в Интернет-браузере, так и в специализированных обозревателях виртуальных туров, особых для каждого строителя туров [3].

После того как будет закончена работа с созданием виртуального 3D-тура, запускается демо-версия на сайт, чтобы выявить достоинства и недостатки уже при просмотре готовой работы. Непременно нужно проконтролировать ряд факторов: быстрота загрузки тура, скорость и темп передвижения, качество изображений, четкая видимость подписи наименований объектов, размер изображения при открытии, доступность для компьютеров с низкой скоростью Интернета, а также для телефонов и планшетов, предотвратить возможные перебои и сбои. Для тестирования приглашается группа людей, чтобы провести анализ и оценить данную идею с взгляда будущего посетителя при учете всех нужных критериев. После оценки идет доработка. И 3D-тур загружают на официальный сайт музея.

После загрузки на официальный сайт музея идет анализ ее работоспособности. Для этого необходимо выявить, сколько было просмотров виртуального тура за день, увеличилось ли количество посетителей, есть ли отзывы и др. Всё это нужно учитывать, чтобы знать, будет ли данная идея конкурентоспособна на рынке среди других музеев.

Создать 3D-тур мало, нужно еще о нем и рассказать. Для продвижения и узнаваемости 3D-тура необходимо использовать рекламные технологии. Можно сделать на сайте всплывающее окно для хорошей видимости и привлечения внимания, указывать информацию на раздаточном материале, который выдается в музее непосредственным посетителям. Также можно сделать отдельную ссылку с рекламой на виртуальный тур, чтобы при переходе по ней человек сразу попадал на 3D-тур и мог увидеть помещение и экспонаты музея изнутри.

Итак, мы видим огромный потенциал инновационного предложения 3D-тура. Несмотря на то что технологический процесс создания достаточно трудоемкий, размещение виртуального тура расширяет возможности привлечения клиентов. Ведь, как правило, после посещения 3D-тура в разы увеличивается желание увидеть в реальности то, что только что было представлено на экране. Помимо всего прочего виртуальный тур является отличным средством продвижения, увеличения осведомленности о предприятии. 3D-туры помогают сделать выбор, когда актуальным становится вопрос, куда поехать или сходить, чтобы с пользой провести свободное время. Именно 3D-тур исключает так называемый эффект «кота в мешке» и увеличивает доверие к компании.

### Библиографический список

1. Виртуальный тур и сферическая 3D-панорама [Электронный ресурс]; URL: <http://kssite.ru/VirtualRound/>
2. «3D панорама» - создание виртуальных туров для вашего бизнеса. [Электронный ресурс]; URL: <http://www.3dpanorama.spb.ru/>
3. Музей военной и автомобильной техники УГМК [Электронный ресурс]; URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Музей\\_военной\\_и\\_автомобильной\\_техники\\_УГМК](https://ru.wikipedia.org/wiki/Музей_военной_и_автомобильной_техники_УГМК).
4. Преимущества 3D туров. [Электронный ресурс]; URL: <http://astana3d.kz/article/6/>

УДК 379.85

Студ. А.С. Матвеева  
Рук. С.Ф. Масленникова  
(УГЛТУ, Екатеринбург)

### О НАУЧНЫХ МІСЕ-МЕРОПРИЯТИЯХ УРАЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЛЕСОТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

*Авторы раскрывают некоторые аспекты организации научных мероприятий кафедры социально-культурных технологий и иностранных языков Уральского государственного лесотехнического университета.*

**Ключевые слова:** МІСЕ-мероприятия, конференция, Уральский государственный лесотехнический университет, научно-исследовательская компетенция

В России в силу особенностей социально-экономического и политического развития в XX веке МІСЕ-индустрия сформировалась