

сложная имитация. Потенциал прибыли – это количественные аспекты, которые приносят нам инновации в кошельке.

Таким образом можно сделать вывод, что исследуемые подходы могут использоваться для оценки инновационного потенциала различных любых инновационных проектов, стартапов. В зависимости от области использования будущей инновации, система факторов в составе критериев оценки будет различаться, значима для процедуры оценки и их выражения в единый комплексный показатель. Только комплексно рассмотрев вопрос развития инноваций, с учетом внешних и внутренних факторов, можно построить инновационную систему, положительно влияющую на процессы стабилизации экономики страны и повышения ее конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. Designorate.com. – 2020. – URL <https://www.designorate.com/estimating-a-design-project-budget/> (дата обращения: 08.10.2020).
2. Quora. – 2019. – URL <https://www.quora.com/How-much-do-product-design-companies-charge-to-execute-an-idea-and-concept-to-a-real-physical-product-Is-the-payment-done-in-stages> (дата обращения: 08.10.2020).
3. Гоннова, С.М. Информационные ресурсы национальных систем НТИ государств — участников СНГ (обзор) / С.М. Гоннова, В.А. Быков, Е.Ю. Разуваева // Научно-техническая информация. Серия 1, Организация и методика информационной работы. – 2020. – №7. – С. 1–13. – (Общий раздел). – Библиография: 4 назв.

УДК 339

ПРОПАГАНДА В СМИ КАК ЧАСТЬ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Д.А. Русанова

Белорусский национальный технический университет

Для оповещения населения о происходящих в мире событиях, используются средства массовой информации (далее – СМИ). СМИ сочетают в себе все каналы, используемые для передачи определенной информации. Это может быть радио, телевидение, печатные издания, интернет и различные сочетания перечисленных каналов. СМИ может использоваться как инструмент воздействия на потребителей, и, как и другие средства коммуникации, может являться инструментом власти. Посредством манипулирования общественным мнением существует возможность склонить его на более выгодную в данный период времени и под определенные цели сторону. При виде информационной статьи на каком-либо новостном сайте, читатель подсознательно начинает доверять правдивости представленной информации. Пренебрегая лояльностью читателей и достоверностью источников, новостные порталы могут публиковать заведомо ложную информацию в целях внушения ложной информации и введения людей в заблуждение. Частым случаем бывает преподнесение информации только с одной стороны, при этом добавляя субъективную оценку автора. Читатель принимает сторону автора за верную, так как доверяет источнику.

Пропаганда – распространение сведений с целью формирования общественного мнения. Пропагандируя в источниках массовой информации идеалы и ценности, новые и непривычные для общества, население может утратить сформированные годами устои и традиции. Данная деятельность является незаконной и может отрицательно сказываться на эмоциональном развитии и стабильности людей.

Основная часть. Распространено мнение о том, что пропаганда – это плохо. Однако здесь важно уточнение: пропаганду ложной информации, направленной на манипулирование людьми и искажение общественного мнения, пропаганду занятий, не входящих в нормы поведения и морали (например, курение, употребление наркотических средств, преподнесение новостей с одной, единственно выгодной стороны) – нельзя назвать хорошим занятием. Пропаганда здорового образа жизни, правильного питания, саморазвития и общественно полезных занятий воспринимается как нормальное занятие и оценивается положительно. Получа-

ется, что пропаганда – это не плохо. Для того, чтобы понимать, пропаганда – это хорошо или плохо, привела сравнительную таблицу достоинств и недостатков пропаганды.

Таблица 1 – Сравнение достоинств и недостатков пропаганды

Достоинства	Недостатки
В большинстве случаев дает достоверную информацию, важную для общества	Нерегулярность
Воспринимается более объективно («Взгляд со стороны»)	Акцентирование внимания прессы на второстепенные и незначительные вещи с целью отвлечения внимания
Широкий охват потенциальных потребителей	Отсутствие гарантий формирования положительного результата
По умолчанию пользуется доверием у людей	Относительно высокая стоимость
Беспричастный источник информации, пользующийся доверием масс	
Постоянное напоминание об истинно важных и правильных устоях поведения для населения	
Хорошо влияет на группы потребителей, не воспринимающих прямую рекламу	
Качественный пропагандистский материал повышает рейтинг СМИ	

Исходя из таблицы видно, что достоинств у пропаганды как части комплекса маркетинговых значительнее больше. Пропаганда по своей сути имеет воздействие на эмоции и разум людей. Следовательно, пропаганда может быть, как позитивной, так и негативной (также называемая конструктивной и деструктивной пропаганда).

СМИ зачастую использует пропаганду не как метод добросовестной рекламы, а как способ привлечения людей на выгодную сторону и внушение интересов, не всегда правильных. В этом и заключается основная проблема использования пропаганды в СМИ. Чтобы использовать пропаганду рационально и достигать необходимого эффекта, нужно соблюдать ряд правил:

- 1) не злоупотреблять властью и возможностью контролировать настроение масс, чтобы избежать негативной реакции населения;
- 2) необходимо проверять информацию, используемую в пропаганде на предмет ее достоверности;
- 3) пропагандировать правильные и общественно-важные ценности, не уводя внимание масс на второстепенные информационные поводы, давать информацию конкретно по интересующей теме без использования «кликбейтов» для привлечения внимания.

Таким образом, пропаганда в качестве комплекса маркетинговых коммуникаций является сильным и активно используемым инструментом на рынке. Если с помощью данного метода освещать действительно важные вопросы и внедрять положительные установки – пропаганда будет ассоциироваться с хорошим и качественным инструментом пиара и формировать общественное мнение без негативных реакций.

УДК 658.3

ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, СПОСОБЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ

Я.В. Рябцева, В.А. Кудрявцев

Белорусский национальный технический университет

Знание того, как и когда назначать задачи нужным людям, является ценным навыком. Эффективный менеджер может делегировать полномочия членам команды и следить за их выполнением, чтобы они выполняли каждую задачу должным образом.