

- реализация – конкретные шаги в соответствии с намеченным планом и порядком достижения цели;
- контроль достижения цели, выполнения планов, подведение итогов по результатам. В случае, если лицо или группа лиц, которые практикуют управление временем, планируют и далее осуществлять проекты, то целесообразно вести хронометраж и фиксировать результаты анализа хронометража в виде «карточек проекта».

Тайм-менеджмент помогает более эффективно использовать не только рабочее время, но и время отдыха. В частности, рекомендуется заранее тщательно планировать свободное время и следовать этим планам, в частности регулярно практиковать эмоциональное и физическое переключения. Использовать для активного отдыха не только выходные, но и как минимум один вечер рабочего дня в неделю. В деловых поездках планировать свободное время для осмотра местных достопримечательностей. На время отпуска установить правила использования телефона, электронной почты и придерживаться их.

Таким образом, управление временем касается в большей степени организации рабочего времени, чем его экономии. Менеджер должен стремиться к правильному распределению времени, исходя из личных интересов и интересов бизнеса. Нужно так использовать время, чтобы обеспечить выполнение максимального числа задач, которые в свою очередь обуславливают выполнение промежуточных задач, ведущих к реализации основной цели.

УДК 338.3

СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Студентки гр. 11308114 Кузнецова О.А., Шнырко Т.В.

Ст. преп. Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

Реклама – это направление в маркетинге, направленное на обращение и повышения внимания потребителя на рекламируемый объект.

Рекламу бывает информирующую, напоминающую и увещательную.

Информирующая реклама преследует цель оповещения потребителя о какой-либо новинке или изменении качества или технологий производства уже существующего товара или услуги.

Напоминающая реклама. Главной целью данного вида рекламы является внушить и напомнить потребителю, что потребность в данном товаре может возникнуть в ближайшее время.

Увещательная реклама. У такого вида рекламы целью является развить благожелательное отношение к предмету рекламы, изменить восприятие и установку в пользу рекламируемого товара или услуги.

Средства и каналы рекламирования можно условно разделить на несколько видов, таких как: все виды прессы, аудиовизуальная реклама, прямая рассылка почтой, наружная реклама, система Интернет и другое.

Наиболее традиционный и сравнительно недорогой вариант рекламы в прессе. Вся пресса подразделяется на общепопулярную и специализированную, так и направленность рекламы может быть либо на все слои населения, либо на отдельную его категорию.

Реклама на телевидение очень дорогой вариант, цены во время «прайм» увеличиваются в 2, а то и в 3 раза. Достоинства телевизионной рекламы в том, что она производит визуальное воздействие и слуховое влияние одновременно.

Прямая почтовая реклама или директ-мейл это почтовая рассылка рекламы для особенной категории потенциальных покупателей. Это сравнительно дешевый способ распространения рекламы.

Наружная реклама включает в себя световую рекламу, щиты, афиши, транспаранты, биллборды и другое. Этот вид рекламы нельзя назвать дешевым, но главный плюс ее в том, что она привлекает как пешехода, так и водителя и воздействует на потребителя целые сутки.

Подводя итог можно сказать, что реклама это неотъемлемая часть нашей жизни и она окружает нас по всюду. Реклама влияет на наш выбор, на наше отношение к различным товарам и услугам. Компании тратят огромные деньги на рекламу своего продукта для того, чтобы мы, потребители, были оповещены о его наличии в магазине и купили этот товар.

УДК 338.45

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКО-БЕЛОРУССКОГО ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРКА «ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ»

Студент гр.11306112 Ладутько М.М.

Д-р экон. наук, профессор Енин Ю. И.

Белорусский национальный технический университет

С 2010 года в Республике Беларусь, в рамках межгосударственного китайско-белорусского сотрудничества и подписанных соответствующих межправительственных документов, ведется работа по созданию индустриального парка «Великий камень». Анализ мирового опыта позволяет идентифицировать индустриальный парк как специально организованную для размещения новых производств территорию,