

удастся создать привлекательный инвестиционный климат на подобие Венгрии, которая смогла развить свою экономику до уровня, где индустриальные парки (СЭЗ в РБ) приносят \$34 млрд в отличии от \$1,5 млрд в нашей стране. Одной из причин такого успеха является обдуманная политика в области налоговых реформ.

УДК 651.01

## **ЗНАЧЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ СТРАТЕГИИ**

Гудкова А.В., БНТУ

руководитель: ст. преподаватель Аснович Н.Г.

В современном мире при невероятно большом потоке информации, предназначенной для потребителя, производителю товаров достаточно сложно достучаться до него своим сообщением. В этом случае главным средством воздействия на потребителя становится рекламный текст.

Основная проблема провала товара на рынке – неверное составление рекламных текстов, а также наличие различного рода ошибок при его составлении: туманность; клише (штампы, превосходная степень); размытость; использование отрицаний; «яканье»; эвфимизмы; диффамация; языковые барьеры.

Существует ряд рекомендаций для рекламных стратегий, достаточных для того, чтобы избежать ошибок при составлении рекламных текстов:

- необходимо использовать короткие слова (предложения), таким способом появиться возможность лучшей передачи смысла сообщения;
- использование клише потеряло свою остроту, следовательно, не заявляйте слишком категорично о своем товаре и его свойствах;
- хороший рекламный текст, всегда конкретен и может быть соотнесен потребителем со своим собственным опытом.
- подчеркивайте суть вещей и то, какими они могут быть. Слова часто имеют психологическую окраску;

- если вы хотите, чтобы ваше сообщение дошло до читателя и убедило его, избегайте говорить о "своем" отношении. Говорите о читателе как о самом интересном в мире человеке;
- избегайте изображать реальные объекты с отрицательной стороны, последствия могут быть печальными;
- при переводах текстов, воспользуйтесь услугами опытных и квалифицированных переводчиков, тогда ваша реклама, на каком бы языке она ни звучала, будет работать на вас.

УДК 336

## **КОНЦЕПЦИЯ ВСЕОБЩЕГО МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА**

Сгадова В.С., БНТУ

руководитель: доцент Миранович О.Л.

Комплексное управление качеством (TQM) – проводимая в масштабе всей организации программа, цель которой заключается в повышении качества всех выполняемых в организации работ посредством непрерывного улучшения. Задачами TQM являются: постоянное улучшение качества, полное отсутствие дефектов и производственных затрат, выполнение намеченного точно в срок.

Выделим следующие восемь основных принципов TQM: ориентация организации на потребителя; роль руководства; вовлечение сотрудников; процессный подход; системный подход к управлению; постоянное совершенствование; принятие решений, основанное на фактах; взаимовыгодные отношения с поставщиками. Тактика TQM включает в себя: предупреждение причин дефектов; вовлечение всех сотрудников в деятельность по улучшению качества; активное стратегическое управление; непрерывное совершенствование качества продукции и процессов; использование научных подходов в решении задач; регулярную самооценку.

Основные элементы TQM: вовлеченность высшего руководства, акцент на потребителя, всеобщее участие в работе, внимание процессам, постоянное улучшение, базирование решений на фактах.

Всеобщее управление качеством – технология руководства процессом повышения качества. Она состоит из системы применяемых