

когда Майкл Дуглас в «Разоблачении» пьет кока-колу, сидя за столом в офисе компании, рядом находится и автомат по продаже «Кока-колы». В фильме «Перевозчик» главный герой передвигается на автомобиле «AUDI». И таких примеров можно привести множество. Такой вид как корпоративное размещение предполагает, например, размещение логотипа определенной компании в объекте индустрии. Еще одним видом является создание и продвижение имиджа новой продукции. Примером может служить появление в фильме автомобиля BMW Z8 Джеймса Бонда, который демонстрируется еще до начала его серийного производства. Общее размещение предполагает, например, что по заказу производителей кофе в фильме, спектакле или видеоклипе могут специально создаваться такие ситуации, когда персонажи вместо предложенного чая предпочитают выпить чашечку кофе. Также возможен такой вид Product Placement как размещение страны или региона.

Следующие виды Product Placement – это: размещение идеи, нейтральное размещение, творческое размещение, размещение образа продукта. Размещение идеи подразумевает, например, разъяснение разных видов медицинских услуг в медицинском сериале, описание преимуществ страхования в сериале о страховой компании и т.д. Нейтральное размещение предполагает, например, размещение сюжета, где главная героиня использует модный макияж от известной фирмы (такое можем наблюдать в фильме «Сбежавшая невеста») у героини Джулии Робертс). О творческом размещении можем говорить тогда, когда, например, основные актеры используют мобильные телефоны различных марок или моделей, но одной фирмы. Такое наблюдаем в фильме «The Matrix» – использование телефонов Nokia. И, наконец, размещение образа продукта, когда, например, электронная почта America Online решает личные проблемы героев в фильмах «Вам письмо». Целиком рекламным проектом можно считать известный фильм Леонида Гайдая «Спортлото 82» [4]

Кроме непосредственно размещений Product Placement включает в себя другие направления бизнеса. Назовем некоторые из них. Это: кросс-промоушн, киномерчендайзинг, Talent Relations (привлечение талантов), лицензирование. Например, кросс-промоушн – это когда товар «продвигается» при помощи объекта искусства, или наоборот. Компания McDonald's проводит ежегодно акции к художественным фильмам. Каждая из акций может оцениваться в миллионы долларов.

Основоположителем Product Placement в России, как уже говорилось ранее, можно считать Леонида Гайдая. Именно он в своих фильмах начал рекламировать товары, услуги, идеи. Например, в фильме «Бриллиантовая рука» это «Советское шампанское», автомобиль «Москвич». В фильме «Иван Васильевич меняет профессию» - авторучка с перетекающими фигурками, Сберегательный банк, сигареты «Мальборо». Именно герою этого фильма принадлежит крылатая фраза: «Граждане, храните деньги в сберегательной кассе». Кроме того, что сам фильм «Спортлото 82» является рекламной акцией игры «Спортлото», в нем можно встретить напиток «Байкал», сигареты «Прима» и т.д.

Заключение. Таким образом, приведенные примеры свидетельствуют о том, что Product Placement может рассматриваться в качестве инструмента PR. Однако данные примеры, а также анализ источников по теме исследования подтверждают, что в странах СНГ, в том числе и в Республике Беларусь, Product Placement еще довольно слабо развит в силу и экономических, социальных и иных причин. Вместе с тем, умеренный Product Placement, грамотно вписанный в общий сюжет фильма, передачи, романа, клипа не только не испортит их, но послужит средством донесения мысли создателя до зрителей и читателей с помощью ненавязчивого упоминания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глаголева И.В., Подольская В.А. Product Placement: История возникновения, современные тенденции и перспективы развития // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. XXI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 2(21). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nauchforum.ru/studconf/social/xxi/6249> – Дата доступа: 07.12.2018.
2. Продакт-плейсмент коммерциализирует искусство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://re-port.ru/articles/72459/> – Дата доступа: 07.02.2020.
3. Технологии Product Placement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.su/14_115394_tipi-i-vidi-Product-Placement.html – Дата доступа: 03.02.2020.
4. Технологии применения Product Placement в продвижении брендов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://turboseo.net.ua/blogue/product_placement_1.htm – Дата доступа: 20.02.2020.

УДК 35.08

ЛИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО РУКОВОДИТЕЛЯ ГЛАЗАМИ УЧАЩИХСЯ БРЕСТСКОГО КОЛЛЕДЖА СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Н.В. Рожкова, учащаяся гр. БС-49

А.В. Тихонович, заместитель директора по УМР

УО «Брестский государственный колледж сферы и обслуживания»

Введение. В настоящее время, когда наблюдается быстрый темп роста уровня развития производства, когда происходят изменения во всех сферах общества, в том числе в экономической и социальной, со стороны государства и общества предъявляются повышенные требования к человеку в его профессиональной деятельности. Изменения в обществе и в производстве требуют, чтобы приоритетное значение в профессиональной деятельности уделялось ответственности за принятые и реализуемые решения. В связи с этим становится понятной необходимость «пересмотра» стратегии и тактики управления при осуществлении выбора руководителем предприятия (организации) форм общения и методов воздействия на подчиненных. В связи с этим нами было проведено исследование, направленное на выявление представлений учащихся Брестского колледжа сферы обслуживания о личностных качествах, являющихся важными для руководителя.

Цель исследования – выявить представления учащихся Брестского колледжа сферы обслуживания о личностных качествах, являющихся важными для руководителя.

В соответствии с поставленной целью решались следующие задачи:

4. Уточнить понятие термина «руководитель», а также осуществить составление «набора» личностных качеств, присущих руководителю в ходе теоретического анализа научных источников.

5. Разработать анкету, направленную на выявление представлений учащихся о личностных качествах, являющихся важными для руководителя.

6. Провести анкетирование учащихся.

7. Оценить результативность работы.

Для решения поставленных задач применялся комплекс методов исследования, в том числе теоретический анализ научных источников, синтез, сравнение, обобщение, а также анкетирование как эмпирический метод.

Объект исследования: образ современного руководителя.

Предмет исследования: профессиональные и личностные качества руководителя.

Работа состоит из введения; теоретической части; практической части; заключения; списка использованных источников.

Основная часть. Руководитель – это лицо, отвечающее за конкретный участок в системе управления, имеющие в своем подчинении коллектив работников управления и наделенные правами и полномочиями по принятию и руководству реализацией управленческих решений, касающихся объекта руководства и подчиненного коллектива работников. Выделяют два типа руководителей: линейные – руководят структурными звеньями производства; функциональные – руководят отделами или участками в аппарате управления[3].

Часто личность руководителя сравнивают с личностью менеджера. Современный руководитель, (менеджер) назначается на должность, поэтому его способность влиять на других людей определяется должностными (организационными) полномочиями [1]. Руководитель принимает на себя различные роли и выступает как управляющий, дипломат, лидер, воспитатель, инноватор, коллега и т.д. Это человек, который организует конкретную работу и руководствуется при этом современными методами управления, сориентированными на получение конечных положительных результатов в условиях рыночной экономики. Без высококвалифицированных, культурных, знающих свое дело управленческих кадров невозможно достижение поставленных целей [2, 4].

В зависимости от уровней управления персоналом менеджеров (руководителей) подразделяют на три категории: высшего звена; среднего звена; первичного (низшего) звена. Управляющие высшего звена концентрируют свое внимание на планировании будущего, постановке целей, определении курса действий, правил и процедур их выполнения. Руководители среднего звена управления обеспечивают реализацию политики функционирования организаций, разработанной высшим руководством, и отвечают за доведение заданий до подразделений и отделов, а также за их выполнение. Первичное (низшее) звено представлено специалистами, непосредственно руководящими конкретными работниками. Они в основном осуществляют контроль за выполнением заданий. Считается, что для успешного управления руководителю любого уровня необходимо иметь семь навыков: технический, аналитический, умение принимать решения, умение работать с компьютером, коммуникабельность, коммуникативный, концептуальный. Рассмотрим каждый из перечисленных навыков.

Технические навыки - это способность использовать в работе специальные знания, методы, ресурсы.

Аналитические навыки - означают умение использовать научные идеи или методы для решения задач управления, т. е. определять и оценивать ключевые факторы, приоритетность в той или иной ситуации.

Умение принимать решение или избирать лучшее из нескольких альтернативных определяет уровень квалификации менеджера. На способность принимать решения оказывает влияние прежде всего уровень аналитического мышления менеджера. Если он низок, то и решение будет принято неэффективное и расплывчатое.

В течение короткого времени умение работать с компьютером позволяет решить задачи по экономическому анализу, планированию и т. п.

Индикатором для оценки способностей менеджера является его коммуникабельность, т. е. умение эффективно контактировать и работать с людьми, находить с ними общий язык.

Коммуникационные возможности- совокупность информационных каналов, позволяющих передавать сведения интеллектуального и эмоционального содержания. Менеджеру также необходима обратная связь со своими сотрудниками, т. е. он должен иметь возможность убедиться в том, что его правильно поняли.

Концептуальные навыки-это способность видеть общую сложную картину всей организации, понимать взаимосвязь различных ее составляющих, уметь адекватно оценивать вклад каждой службы и сотрудника в общую деятельность организации.

Следует отметить, что все перечисленные навыки важны, но значимость каждого из них для руководителей различна. В связи с этим представилось важным изучить мнение учащихся Брестского колледжа сферы обслуживания о личностных качествах, являющихся важными для руководителя. Для изучения мнения учащихся нами была разработана анкета, проведено анкетирование, обработаны результаты данного анкетирования. В анкету входили вопросы, касающиеся внешнего вида, возраста, пола, черт личности руководителя. Так, на вопрос о значении внешнего вида руководителя для завоевания авторитета у подчиненных 77 % респондентов ответили, что внешний вид имеет значение. Причем характерными для внешности руководителя указывают строгий стиль одежды, аккуратность, опрятность. На вопрос о том, имеет ли значение возраст руководителя для завоевания авторитета, 64 % респондентов ответили, что возраст для руководителя имеет значение, причем в основном указывается возраст в пределах от 25 до 40 лет. Кроме того, 68 % респондентов считают, что пол руководителя не играет значительной роли в завоевании руководителем авторитета у подчиненных. При ранжировании десяти предложенных черт личности, внесенных в анкету на основании предварительного социологического опроса, респонденты на первых трех позициях расположили ответственность, уверенность в себе, стремление к достижению целей; на последней позиции оказалось чувство юмора.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что руководителю каждого звена необходимо обладание не только системой знаний, умений, навыков в профессиональной области, но также определенными качествами личности, например, организаторскими способностями, энергичностью, стремлением к самосовершенствованию и др.

Таким образом, в результате исследования, направленного на выявление представлений учащихся Брестского колледжа сферы обслуживания о личностных качествах, являющихся важными для руководителя, мы «создали» образ современного руководителя. По мнению учащихся, современный руководитель – это человек (мужчина либо женщина – пол не имеет значения) в возрасте от 25 до 40 лет, ответственный, уверенный в себе, стремящийся к достижению целей, серьезно относящийся к окружающей действительности.

Результаты данной работы могут быть использованы при проведении учебных и дополнительных занятий по учебной дисциплине «Основы менеджмента», при организации самообразовательной деятельности учащихся и в повседневной жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гончаров, В.И. Основы менеджмента : учеб. пособие / В.И. Гончаров. Мн.: ООО «Современная школа», 2006. – 281 с.
2. Кабушкин, Н.И. Основы менеджмента : учеб. пособие / Н.И. Кабушкин. М.: Новое знание, 2004. – 336 с.
3. Климович, Л.К. Основы менеджмента : учеб. / Л.К. Климович. Минск : РИПО, 2013. – 279 с.
4. Краткий конспект лекций по учебной дисциплине «Основы менеджмента» [Электронный ресурс] // Белорусский государственный экономический университет – Факультет экономики и менеджмента. – 202. – Режим доступа: http://fm.bseu.by/wp-content/uploads/sites/17/student_materials/kafedra_organizacii_i_upravleniya/Kratkij_konspekt_lekcij.pdf. – Дата доступа: 06.03.2020.

УДК 347.628.42

ГРАЖДАНСКИЙ БРАК ИЛИ СОЖИТЕЛЬСТВО

А.С. Артем, учащаяся гр. ТС-59

М.Ф. Трофимчук, преподаватель

УО «Брестский государственный колледж сферы и обслуживания»

Введение. Целью данной работы является изучение представлений учащихся о гражданском браке и сожительстве.