

всего оплачивается по часам, поэтому очень важно экономить каждый час и работать по четкому таймингу.

- Отбор и обработка материалов. Лучше сделать в два раза больше кадров, чем в два раза меньше. Из большего материала легче выбрать достойные кадры, которым обязательно найдется применение. Затем снимки попадают в постпродакшен. Как правило, это кадрирование, тонирование и цветокоррекция, отчистка ненужных элементов в кадре, а также может создаваться анимация.

Заключение. Даже создание фотоконтента для социальных сетей, - вещь непростая. Главная особенность – креатив и индивидуальность, с которым нужно подойти к созданию визуала, передать общее настроение и послыл целевой аудитории и держать их взгляд на своем продукте.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бриф фотографа для соцсетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webpromoeexperts.net/blog/kak-smm-menedzheru-provesti-fotosemku-dlya-socsetey/>. – Дата доступа 21.03.2021.
2. Организация съемочного процесса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://redsfilm.ru/services/production/>. – Дата доступа 21.03.2021.

УДК 339.13

ОСОБЕННОСТИ ПОКОЛЕНИЯ Z, ИХ ОТНОШЕНИЕ К РАБОТЕ И КАКИХ ЛИДЕРОВ ОНИ ХОТЯТ ВИДЕТЬ

*К.А. Костевич, студентка группы 10508117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И.Г. Разумовская*

Резюме – в данной научной работе излагаются особенности поколения Z, их общее отношение к работе и начальству, а также важность понимания этого компаниями.

Summary – this paper work outlines the characteristics of Generation Z, their general attitudes to work and leadership, as well as the importance of understanding this by companies

Введение. Благодаря сильному влиянию новых поколений в рабочей атмосфере произошли значительные изменения. Особенно сильно и заметно изменились требования сотрудников к руководству, но это неудивительно, ведь каждое поколение по-разному подходит к рабочему процессу. Пока за последнее десятилетие компании в основном были сосредоточены на понимании отношения и рабочих установок миллениалов, новое поколению уже готово пополнить их ряды. На данный момент демографы не пришли к консенсусу относительно временных рамок поколения Z. Некоторые утверждают, что поколение Z началось еще в середине 1990-х годов, в то время как другие считают его началом лишь середину 2000-х годов. Тем не менее, поколение Z – это группа, которая следует за миллениалами, и сейчас многие его представители заканчивают школу, получают дипломы университетов

или ищут свою первую настоящую работу. Что отличает их от предыдущих поколений и насколько по-другому они будут подходить к жизни вообще и работе в частности? [1]

Основная часть. Как первому поколению, выросшему полностью в социально-цифровом обществе, им легче определять тип работы, которую они готовы выполнять, и типы лидеров, за которыми они хотят следовать. Несмотря на сравнительно близкий возраст и общую технологическую подкованность, поколение Z является совершенно иной и уникальной группой по сравнению со своими коллегами из поколения Y. Для поколения Z, как можно было заметить, основным стимулом к потреблению чего-либо является поиск истины как в личной, так и в общественной форме. Этот поиск подлинности порождает большую свободу самовыражения и готовность понять и принять разных людей. Для них «я» – это то место, где можно экспериментировать и меняться. Представители поколения Z верят, что важно защищать элементы, связанные с идентичностью, поэтому они больше, чем предыдущие поколения, заинтересованы в правах человека, в вопросах расы, этнической принадлежности, лгбтк-сообщества и феминизма. Это поколение очень увлеченное, гибкое и открытое. Многим из них нравится работать с представителями различных слоев населения, что так же отличает их от старшего поколения.

В работе поколение Z предпочитает личное общение, а также ожидается, что они будут работать усерднее, чем их предшественники. Как и миллениалы, представители нового поколения ценят возможность приобретения навыков и развития себя лично и профессионально. Они быстро учатся и жаждут информации. Этому поколению необходима сбалансированная среда, которая позволит им интегрировать работу и нерабочую деятельность. Возможности продвижения по карьерной лестнице – обязательный пункт, позволяющий видеть четкий прогресс по сравнению с их нынешним положением. Основная причина, по которой стоит попытаться узнать и понять это поколение, заключается в следующем: несмотря на свою потребность в ощущении стабильности, они не колеблются в смене работы и сделают это в мгновение ока. Данные также говорят, что представители поколения Z меняют работу с вероятностью в три раза больше, чем представители других поколений.

Смена в предпочтительном стиле руководства произошла, когда влияние на поколение изменилось с авторитарных и более взрослых экспертов, на лидеров, которые вдохновляют и вовлекают в процесс. Эффективный лидер – это тот, кто может общаться рационально, налаживать отношения в коллективе, управлять на практике и руководить стратегически. Успешные лидеры обладают не только высоким IQ, но и EQ – они делятся знаниями и информацией, но понимают эмоции и внутренние взаимосвязи. Это поколение желает работать с людьми, которые ценят постоянное развитие и любознательность, открыты для новых идей, инноваций и изменений. Руководители, которые могут предложить сотрудникам поколения Z сво-

боду и в то же время доверить ответственные задания, не только привлекают их, но и имеют больше шансов удержать эти юные таланты.

Заключение. Молодые люди всегда воплощали дух своего времени, оказывая огромное влияние на тенденции и тренды. Влияние поколения Z сейчас распространяется на все сферы, а поиск правды находится в центре их мотивов и моделей потребления. Технологии предоставили молодым людям беспрецедентную степень связи с остальным миром. Это делает смену поколений более важной, а также ускоряет технологический прогресс. Для компаний это изменение принесет как определенные сложности, так и возможности. Главное запомнить: первый шаг в использовании любой возможности – это быть открытыми для нее [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Meet Generation Z: The Newest Member to the Workforce [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.visualcapitalist.com/meet-generation-z-the-newest-member-to-the-workforce>. – Дата доступа: 16.03.2021
2. Generation Z and its implications for companies [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>. – Дата доступа: 16.03.2021

УДК 338.48

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМОМ В КИТАЕ

*Ли Цзин, магистрантка БГУ, г. Минск,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Гораяева Т.Ю.*

Резюме – в данной статье обосновываются условия использования информационных технологий в современном мире. Анализируется состояние и перспективы развития туристической отрасли Китая.

Summary – this article substantiates the conditions for the use of information technologies in the modern world. The state and prospects of development of the tourism industry in China are analyzed.

Введение. Построение информационного общества является одной из стратегических задач социально-экономического развития Китая, от решения которой зависит состояние экономики в целом, уровень и качество жизни населения, а, в конечном счете, национальная безопасность и возможность вхождения в глобальное информационно-экономическое сообщество в качестве полноправного участника. Использование информационно-коммуникационных технологий играет важную роль в обеспечении национальных приоритетов Китайской Народной Республики, в том числе в развитии туристического бизнеса.

Основная часть. В целом в последние десятилетия туризм стал важным фактором внутренней экономики Китая. Появление богатого среднего