

Кадровый потенциал традиционно служит основой для формирования эффективной и конкурентоспособной организации. Физические и духовные способности человека являются движущей силой производственного процесса.

Как фактор производства человек выполняет многочисленные функции, которые объективно не может выполнять ни один из других факторов. И данным фактором нужно эффективно управлять, поскольку человек выступает как совокупность способностей, изучает рынок, внешние и внутренние условия ведения бизнеса, определяет и оптимизирует структуру производства, мотивирует труд, подчиняет деятельность организации целям роста объемов производства, повышения прибыльности.

Сегодня задача управления воспроизводством кадрового потенциала заключается не только в наполнении рынка труда традиционной рабочей силой, но и в формировании нового трудового ресурса, новых знаний и компетенций для экономики.

Новый этап развития современного общества, широкое использование информационных технологий, модернизация и цифровизация предъявляют новые требования к человеку, существенно меняют его место и роль в производстве и обществе, и приоритетными условиями развития конкурентоспособности становятся не природные и финансовые ресурсы, а человеческая профессиональные и личностные характеристики.

Важно обеспечить готовность науки и образования к новым реалиям, создать предпосылки для обновления подходов к обучению, использования существующих тенденций.

УДК 659.441.81

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ И ТЕХНОЛОГИИ PR

Рябченко А.В., Пильчук А.Ю.

Научный руководитель: к.п.н., доцент Володько О.М.

Белорусский национальный технический университет

Связи с общественностью (PR) – это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или действие, а также это управленческая функция, направленная на установление и поддержание взаимопонимания между организацией и общественностью.

Цель PR — создание положительного образа организации в сознании потенциального потребителя, а также других заинтересованных сторон. Объектом воздействия PR является общественное мнение (или мнение части общественности).

PR-технология – совокупность методов, приёмов, средств, направленных на повышение эффективности процесса и достижения желаемого результата. В современную информационную эпоху одним из важнейших направлений PR становятся компьютерные и интернет-технологии.

К характерным признакам PR- технологий относят: системность, концептуальность, инновационность, оптимальность, гарантированность результата. Способы PR-деятельности определяют, как осуществляется воздействие на общественное мнение. Основными способами являются: контакты со СМИ, пропагандистские акции, работа с информацией, лоббирование.

На данный момент одни из самых популярных и действенных PR технологий: Cross Marketing (взаимовыгодная форма сотрудничества, при которой несколько компаний совместно продвигают дополняющие друг друга товары, либо занимаются взаимным пиаром), Event Management (комплекс мероприятий, ориентируемых на эмоциональное восприятие аудитории, позитивное освещение в СМИ и отклик со стороны социальных групп, IPR (Интернет PR).

Современная PR-деятельность вышла за рамки маркетинга и трансформировалась в самостоятельную крупномасштабную функцию управления, направленную на установление гармонии в отношениях с обществом. Залог успешного функционирования PR лежит в правдивой и полной информации.

УДК 338.27

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ПАРЕТО ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ

Семченкова Д.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Унукович И.В.
Белорусский национальный технический университет

В нашей жизни присутствует множество законов, которые не создаются людьми, а являются естественными принципами, по которым живет общество.

Одним из таких законов является метод Парето.

Принцип Парето – это способ, позволяющий оценить, насколько эффективна та или иная деятельность. Он гласит, что 20 % усилий, затрачиваемых на достижение результата, приносят 80 % эффективности, а 80 % усилий дают всего 20 % результата. Зная этот закон, можно выбрать