

экономические, финансовые и международные отношения, исследования и статистика.

Он должен заниматься и профилактикой возможных конфликтов и недоразумений с общественностью, борьбой с нежелательными слухами относительно фирмы и ее деятельности. Например, прежде чем начать строить какое-либо сооружение, необходимо провести очень серьезную работу с местным населением. Иначе население может организовать мероприятия протеста (митинги, демонстрации). Большая доля информации передается не только вербально, но и невербально. Интонация может мгновенно перечеркнуть слова соболезнования или поздравления. Это связано с тем, что люди хорошо умеют контролировать исходящую вербальную информацию и гораздо хуже невербальную.

Практически все, кто в своей работе связан с другими людьми, занимается PR-деятельностью. Сегодня деятельность public relations признана во всем мире как важнейшая функция современного менеджмента, способствующая повышению эффективности любой деятельности, удовлетворению потребностей людей в различных сферах общественной жизни, улучшению общения и установлению взаимопонимания между организацией и ее общественностью.

Управление репутацией, продвижение продукта компании, осуществление связей со СМИ, формирование позитивного имиджа, поддержание положительной, незаменимой для успешной работы всей организации, внутренней корпоративной среды - эти понятия входят в обязанности людей, занимающихся PR.

УДК 338.012

ЗЕЛЕННЫЕ ИННОВАЦИИ ДЛЯ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ

Белоголова П.А.,

Научный руководитель: к.э.н., доцент Сачек П.В.
Белорусский национальный технический университет

Вследствие пандемии экологические, социальные, экономические проблемы нарастают. Зеленая экономика – модель развития, которая предлагает комплексное решение, обеспечивающее одновременно достижения экономического, экологического и социального эффектов. Это очень важно для тех стран и регионов, у которых больше всего проблем.

Исследования таких современных авторов как Батова Н.Н., Точицкой И.Э., Сачек П.В. указывают на то, что третьей по важности проблемой,

особенно в промышленности и торговле, является недоступность технологий.

Проблемы особенно обострились из-за пандемии, закрытия границ и разобщенности экономических контрагентов между собой. Следовательно, нарастает важность и становится особенно актуально разработка собственных белорусских экологических технологий, способных быть внедренными в достаточно развитом белорусском промышленном секторе. Наиболее динамично развиваются такие отрасли как производство пищевой упаковки, производство упаковки из экологического сырья и т.д.

В результате внедрения экологических технологий существенно меняется ландшафт целых секторов экономики как, например, это произошло с сектором общественного питания, полностью отказавшимся от пластиковой упаковки. Однако, остаются еще дальнейшие направления исследований. Быстрее всего на изменения экологических требований реагирует сектор торговли.

Сектор торговли быстрее всего реагирует на изменения экологических требований. Сектор промышленности реагирует в меньшей степени – это вызвано тем, что торговля является двигателем внедрения экологических инноваций. Неравномерность развития промышленности не позволяет сектору торговли внедрять требования к экологическим пакетам, поэтому внедрение экологических технологий требует согласованной инновационной политики.

УДК 366.1

МАНИПУЛИРОВАНИЕ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Березкина А.Б.

Научный руководитель: к.п.н., доцент Володько О. М.
Белорусский национальный технический университет

Манипулирование сознанием потребителя - один из способов управления психикой людей, их сознанием и подсознанием путем создания программы их поведения, выгодной для манипулятора

Основные средства манипулирования потребителем в современном мире: СМИ, мода, реклама, нейромаркетинг, НЛП. СМИ манипулируют общественным сознанием такими методами как: отвлечение внимания, создание проблем, предложение ложных способов их решения, метод отсрочки выполнения, эмоционализация, культивирование посредственности.