

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГ-ОБРАЗОВАНИИ

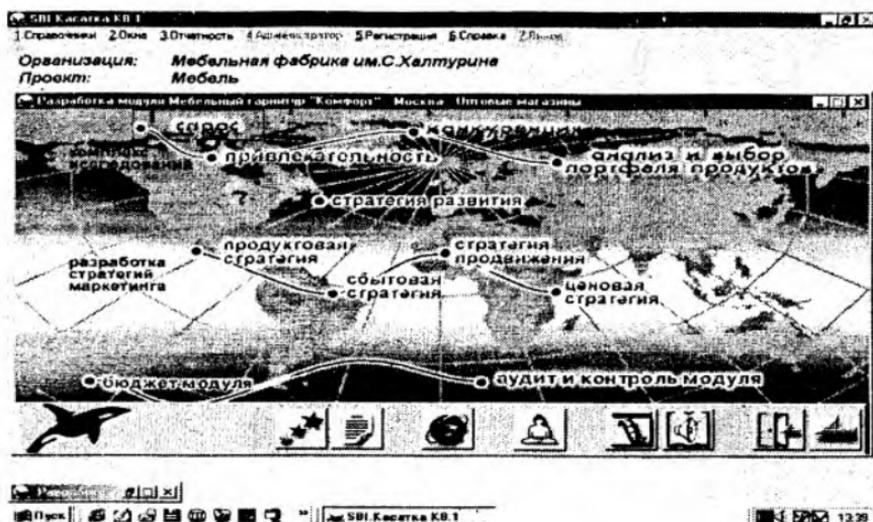
Е.А. Хартман

*Белорусский государственный
экономический университет
(Бобруйский филиал)*

Основным условием успешной работы предприятия по достижению экономических целей является высокий уровень компетентности специалистов, принимающих решения относительно стратегий его развития, и комплекса маркетинга в частности. Для этого необходимо комплексно внедрять в процесс обучения информационные технологии, позволяющие автоматизировать рабочее место специалиста в соответствии с избранной профессией. Работа менеджеров по маркетингу на предприятии связана с принятием сложных управленческих решений, касающихся всех сторон его деятельности. Поэтому без применения технологий, обеспечивающих поддержку принятия маркетинговых решений, невозможно добиться быстрой и адекватной реакции предприятия в меняющейся внешней среде. Примером таких технологий является программный продукт "Касатка 8.1", отличающийся от более ранних версий наличием экономико-математического аппарата для решения сложных маркетинговых, экономических и управленческих задач. Он обеспечивает принятие решений стратегического, тактического и оперативного уровней управления для предприятий малого и среднего бизнеса, а также крупных предприятий и организаций всех форм собственности. В программе обобщены современные разработки в области маркетинга и менеджмента, а также передовой опыт мировых лидеров бизнеса и возможности компьютерной техники в области современных мультимедийных технологий.

Программную технологию "Касатка 8.1" целесообразно использовать при обучении студентов по дисциплинам специального цикла, например, "Товарной политике", "Маркетинговым исследованиям" и ряду других, с целью их адапта-

ции к компьютерным технологиям для последующего применения в условиях производства.



СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫСШЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ: НАУЧНЫЙ И УЧЕБНЫЙ АСПЕКТЫ

Г.А. Хацкевич
*Институт управления
и предпринимательства*

Проблемы научных исследований в области экономической теории. В эпоху информатизации и глобализации изменяется характер экономических отношений между субъектами экономики [1]. Цель экономики, и макроэкономики в том числе, по нашему мнению, заключается в обеспечении достойного существования и выживания человечества.

В современной экономической теории, в которой, в соответствии с переживаемой человечеством эпохой, доминируют исследования открытых систем, актуальными становятся задачи анализа, прогнозирования моделирования экономи-