

няется сочетанием в них двух элементов – процесса и результата. Результат выражается в определенной сумме знаний, умений и навыков, подтвержденных соответствующим документом, но на практике проявляется с выходом специалиста на рынок труда, где ВУЗ оценивается пост фактум. Поэтому позиционирование вуза в решающей мере зависит от маркетинговой стратегии в организации и обеспечении процессов обучения. Маркетинговые стратегии ВУЗа должны базироваться на анализе его сильных и слабых сторон, возможностей и угроз рынка, конкурентов и определять цели и задачи вуза, его потребителей и целевые аудитории, конкурентные преимущества.

Практическая реализация маркетинга требует решения ряда организационно-методических вопросов, связанных с проектированием и реализацией процессов маркетинга, созданием соответствующих организационных структур в высших учебных заведениях.

Евсейчикова Н. Н., БГЭУ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ

На рынке побеждают фирмы, которые постоянно предлагают новые решения. При этом особое значение приобретает скорость практического воплощения идей в конкретные продукты и услуги. Динамичность компании, то есть ее способность быстро и масштабно маневрировать собственными ресурсами, а также формами партнерского взаимодействия, является важным фактором повышения конкурентоспособности и прибыльности предприятия.

Использование техник бизнес-моделирования ставит процесс совершенствования бизнеса и управления организацией на совершенно новую технологическую основу, что позволит:

- определить место и роль компании среди других участников рыночного окружения и сформировать предназначение компании;
- точно, полно и всесторонне сконструировать и описать организацию бизнеса, необходимую для достижения поставленных целей;
- выработать требования к корпоративной информационной системе управления.

Конечной целью организационного менеджмента должно стать создание постоянно действующей системы управления организационным развитием компании, обеспечивающей:

- целенаправленное моделирование вариантов будущей организации деятельности;
- формирование и контроль реализации планов организационных преобразований;
- структуризацию деятельности и закрепление зон ответственности;
- регулярный мониторинг деятельности организации (организационный учет);
- анализ и совершенствование организации деятельности компании.

Езунов Д. И., БГЭУ (Минск)

БЮДЖЕТ НАЛОГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Процесс налогового планирования на предприятии в рамках общего финансового планирования должен быть подчинен общей логике развития организации с целью достижения поставленных стратегических целей.

Одной из наиболее прогрессивных технологий управления предприятием является система бюджетирования, которая позволяет в текущем режиме анализировать прогнозируемые финансовые показатели и на этой основе корректировать финансовую так-