

5. Значительную работу по созданию единого европейского образовательного пространства осуществляет Европейский союз. Болонский процесс (The Bologna Declaration), является не просто политическим заявлением, а обязательством следовать определенному плану. Программа действия, изложенная в Декларации, основана на ясно определенной общей цели, крайнем сроке и ряде указанных целей:

– создавать европейское пространство для высшего образования (European Higher Education Area), чтобы увеличить возможность трудоустройства и подвижность граждан и увеличивать международную конкурентноспособность европейского высшего образования;

– европейское пространство для высшего образования должно быть создано к 2010 году.

Новицкий А. Н., НДЦ ПО Национальной академии ГНС Украины

Новицкая Н. Б., НДЦ ПО Национальной академии ГНС Украины

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Развитие информатизации, компьютеризации позволяет автоматизировать процессы по накоплению, анализу, распределению и поиску информации, повышая тем самым эффективность управленческой деятельности. Существование многих разрозненных информационных систем в государственных органах еще не дает повод говорить о существовании интегрированной базы данных, которая могла бы обеспечить нормальный режим работы всех контрольных органов государства. Именно наличие большого количества автоматизированных информационных систем, которые не взаимосвязаны между собой, не только не помогает в работе, а иногда и не дает возможности правильно оценить ситуацию и принять соответствующее управленческое решение. Достижение высокой эффективности работы невозможно без создания автоматизированных, интегрированных между собой информационных систем.

При обеспечении информатизации и компьютеризации разными ведомствами и министерствами использовались разные программы, к информационным системам выдвигались разные требования, и это не дает им интегрироваться друг с другом. Очень часто информация дублируется разными органами. Объединение информационных систем в одну государственную дало бы возможность сэкономить не только время как госслужащих, так и субъектов ведения хозяйства, но и усилить контроль, повысить эффективность отбора необходимой информации, ее анализ и принятие соответствующего управленческого решения.

Необходимость в подготовке менеджеров нового – информационного общества – предполагает совершенно новый подход. В информационном обществе наиболее остро стоит проблема умения правильно и быстро находить нужный объем информации, систематизировать, анализировать его и, учитывая возможные риски, в нужном направлении подготовить управленческое решение.

Невозможно себе представить руководителя, менеджера высокого уровня, который не работает с компьютером, не использует возможности информационных систем. Поэтому при подготовке государственных менеджеров всех уровней необходимо учитывать такой важный аспект, как информационная культура.

Это понятие включает в себя не только умение правильно работать на компьюте-

рах, в Интернете, в корпоративных сетях, но и все остальные стороны многогранного понятия культура, адаптированного к информационному обществу.

Озолина Н., БРИ (Рига),

Голик В. С., Рыбакова Э. В., БГЭУ (Минск)

ИНТЕРНЕТ – РЕКЛАМА И ЕЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Интернет-реклама занимает важное место в списке средств массовой информации. Большое число компаний рекламируют свою деятельность, товары и услуги в Интернете. Мировые обороты интернет-рекламы десять лет назад составляли всего лишь тысячи долларов, а сейчас достигли сотен миллионов.

Интернет-реклама как новое средство массовой информации значительно отличается по возможностям и методам воздействия на потребителей от традиционных каналов – телевидения, радио, прессы и наружной рекламы.

Интернет – реклама предоставляет рекламодателю самый эффективный способ фокусированного взаимодействия с целевой аудиторией или конкретными пользователями. Целевая интернет-реклама стремительно развивается, появляются новые ее формы и способы воздействия на посетителя сайта. Одним из главных преимуществ такой рекламы является таргетинг или фокусирование рекламного воздействия как по индивидуальным, так и по поведенческим характеристикам пользователя. Использование таргетинга позволяет эффективно использовать рекламный бюджет и экономить значительные денежные ресурсы, так как реклама показывается только нужным посетителям.

Таргетинг по индивидуальным характеристикам может быть:

- по географическому положению пользователя;
 - по демографическому портрету пользователя;
 - по провайдеру;
 - по профилю деятельности пользователя или компании, в которой он работает.
- Таргетинг по поведенческим характеристикам представляет собой:
- воздействие на посетителей тематических сайтов или директорий;
 - воздействие в определенный период времени;
 - показ рекламы с учетом словосочетаний, по которым посетитель осуществляет

поиск в поисковой системе;

- воздействие только на посетителей, совершающих определенные действия.

Эффективность использования интернет-технологий в рекламной деятельности компании заключается в том, что они обладают рядом возможностей такими, как:

- персонализация – реклама показывается только нужным посетителям сайта или посетителям с конкретными характеристиками;
- способность контроля за частотой показов рекламы – для каждой рекламной кампании и вида рекламы определена необходимая интенсивность воздействия на потребителя;
- способность контроля последовательности воздействия рекламы – посетителю показывается баннерная реклама в заданной последовательности.

Благодаря интернет-рекламе компания может активно взаимодействовать с потребителями, привлекать их к участию в различных акциях, получать отзывы о своей работе, продавать свои товары или услуги.

Любая небольшая компания может открыть свой бизнес в Сети и конкурировать с крупными компаниями, используя свои инновационные технологии. Для открытия бизнеса в Сети требуется гораздо меньше финансовых вливаний, чем для аналогичного