

РАЗРАБОТКА СРЕДЫ И СОЗДАНИЕ В НЕЙ ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ПОСОБИЯ ПО ПРОГРАММИРОВАНИЮ В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2»

За последнее десятилетие резко возросла роль систем управления предприятием (ERP). В современных реалиях конкурировать с другими субъектами хозяйствования можно только при условии интенсификации использования ИТ технологий в бизнесе.

Рост рынка информационных услуг ведёт к повышению спроса на квалифицированные кадры, способные создавать, дорабатывать и модифицировать конфигурации под нужды целевых предприятий. Вопрос быстрого обучения специалистов является не решенным в силу темпов увеличения сложности в информационных технологиях, что в свою очередь требует коренного пересмотра подходов к обучению.

Вследствие возросшей потребности в квалифицированных специалистах стремительно набирают популярность такие формы обучения, как дистанционное и самостоятельное обучение. Многочисленные руководства, краткие обзоры, электронные методические пособия, открытые системы тестирования продолжают появляться. В частности, уже существуют Интернет-университеты, одним из ярких примеров которых является INTUIT [2].

Электронные материалы, свободные для скачивания и изучения, начинают конкурировать между собой в части глубины охвата предметной области, доступности объяснений, наглядности и ряда других факторов, что приводит к необходимости выработки перечня объективных критериев для оценки эффективности тех или иных работ.

Основными требованиями к современным электронным учебно-методическим изданиям являются:

1) *Актуальность*. Выход новых версий программных продуктов, вхождение в практику новых технологий приводит к необходимости частого внесения изменений в пособия.

2) *Простота внесения изменений*. Имеет важность предельное упрощение процесса исправления и дополнения руководства, в том числе отсутствие зависимости авторов от владения специализированными редакторами или сложными языками разметки.

3) *Наглядность*. Руководство должно содержать вспомогательные визуальные элементы, включая снимки экрана, иллюстрирующие описанное в тексте.

4) *Структурированность*. Наличие содержания для всего руководства и каждой главы с возможностью удобной навигации между темами.

5) *Доступность*. Простой язык изложения, смысловое выделение блоков цветом, пиктограммами, средствами форматирования.

Описание в тексте обильно иллюстрируется снимками экрана диалоговых окон среды «1С» и элементов управления. Необходимые места на изображениях выделяются красными рамками и дополняются поясняющими блоками текста и стрелками-указателями (рис. 2).

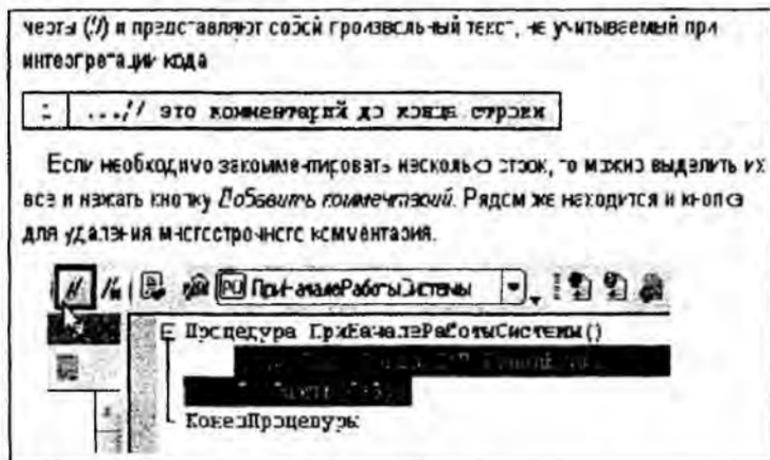


Рис. 2. Сочетание описательной части с визуальным закреплением

Ряд последовательных действий (например, настройка вкладок диалогового окна) и логически связанные картинки объединяются в презентации, снабжаемые по необходимости комментариями к каждому слайду (рис. 3). Стрелки по обе стороны рисунка являются средствами навигации по слайдам.

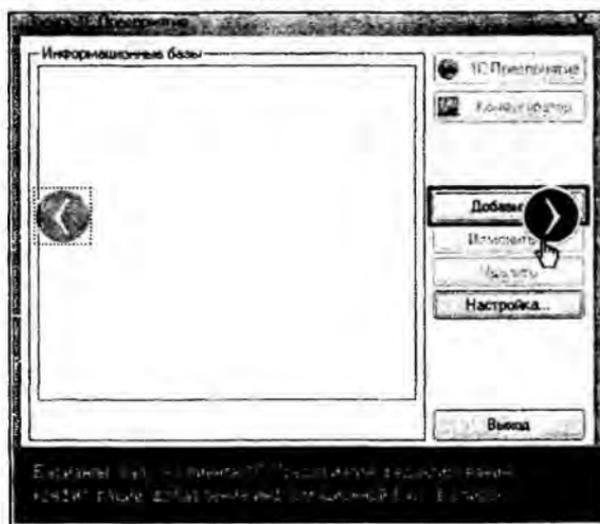


Рис. 3. Использование презентаций

Каждая глава представляет собой список заданий для выполнения в качестве лабораторной работы, список вопросов для защиты при сдаче работы, теоретический материал и тесты для самопроверки.

Данное электронное учебно-методическое пособие будет использовано для обучения в рамках курса «Бизнес-офис организации (предприятия)».

Е.П. Панфилова, В.Н. Смогляков
(Беларусь, Бобруйск)

К ВОПРОСУ О МОНОПОЛИЗАЦИИ РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БОБРУЙСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»)

В настоящее время состояние промышленности Республики Беларусь свидетельствует о сложности создания цивилизованного рынка лишь только в результате пассивного следования за проводимыми рыночными реформами.

Современный опыт мирового хозяйства указывает на необходимость активного вмешательства в этот процесс непосредственных субъектов рынка – предприятий. В первую очередь, это касается формирования методов эффективной работы в условиях развития конкуренции.

Далеко не все отечественные предприятия готовы к ведению конкурентной борьбы. Многие, даже обладая конкурентоспособной продукцией, из-за отсутствия практики использования всего комплекса маркетинга не могут реализовать это преимущество.

Актуальность исследования заключается в том, что конкурентная ситуация с каждым годом все более осложняется постепенным расширением границы рынка и вовлечением в него западных фирм, имеющих значительный опыт работы в условиях жесткой конкуренции. Прямое использование этого опыта на белорусских предприятиях часто затруднено из-за отсутствия универсальных схем конкурентного поведения на рынке.

В современных условиях каждому предприятию особенно важно правильно оценить создавшуюся рыночную обстановку с тем, чтобы предложить эффективные средства конкуренции, которые, с одной стороны, отвечали бы сложившейся в нашей стране рыночной ситуации и тенденциям ее развития, с другой стороны, – особенностям конкретного производства.

В таблице приведена информация о долях, занимаемых предприятиями, функционирующими на внутреннем рынке мясной продукции (таблица).