

МАРКЕТИНГ КАК ЭКОНОМИКО-ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ОСНОВА РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Проведение экономических реформ связано с необходимостью решения сложных социально-экономических задач, наиболее актуальными из которых становятся проблемы структурных преобразований экономики, использование прогрессивных хозяйственных механизмов, поиск путей преодоления кризисных явлений и т.д.

Идеологией, способной инициировать широкое развитие творчества во всех звеньях хозяйственного механизма и обеспечивающей достижение его качественного роста в динамических условиях рыночной конъюнктуры, является внедрение в управленческую практику принципов и методов маркетинга.

Современная маркетинговая парадигма уже перешагнула границы традиционной производственно-предпринимательской деятельности и представляется сегодня как новое системно-ориентированное образование, агрегирующее предпринимательскую деятельность в области маркетинга.

Системное видение объекта исследований предполагает широкое применение экономико-математического моделирования, взаимосвязывающего основополагающие модели экономической теории и методологию управления рыночными процессами, в стратегической перспективе.

Мировой опыт показывает, что основой процветания многих государств является инновационная деятельность человека, его творческая инициатива и личная ответственность. Без массового участия трудоспособного населения страны в малом бизнесе невозможно формирование нового мышления, акцентирующего внимание на удовлетворении возрастающих потребностей. Можно считать, что важнейшей проблемой дальнейшего экономического развития является создание условий для активизации личностных потенциальных возможностей каждого студента, а также эффективное использование маркетинга для развития предпринимательских возможностей личности.