

ответственность за принятие в штат того или иного сотрудника, либо увольнение последнего. Все претенденты на вакансию, после прохождения тестирования и собеседования, проходят месячный испытательный срок, по окончании которого они либо зачисляются в штат либо ему сообщают о несоответствии его кандидатуры предъявляемым к данной вакансии требованиям. Руководители структурных подразделений отвечают за организацию работы в них, занимаются текущим планированием деятельности отдела и стратегическим маркетингом.

Таблица 1. Должностные обязанности

Должность	Обязанности
Ответственный секретарь	Планирует, контролирует и направляет весь рабочий процесс в агентстве
Менеджер по производству печатной продукции	Готовит рекламу к печати: работает с наборщиками, специалистами по цветоделению, печатниками и прочими субподрядчиками
Художник	Отвечает за художественную часть печатной/эфирной рекламы: контролирует разработку либо сам создает композицию рекламы, нанимает фотографов и иллюстраторов
Менеджер	Служит связующим звеном между клиентом и рекламным агентством: определяет средства информации для использования в рекламных целях и планирует их сочетание, подбирает конкретные носители, проводит исследования СМИ

Правильная организация деятельности всех структурных подразделений позволяет агентству наиболее действенно, эффективно и прибыльно реализовывать свои услуги.

**Ю. А. Забелло**

*Институт управления и предпринимательства*

## **ОСОБЕННОСТИ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ**

Стратегическому планированию деятельности организации предшествует выбор и формулировка миссии и целей ее деятельности. Миссия задает общие ориентиры, ограничивает сектор деятельности организации. В пределах этого сектора организация достигает цели, которые могут изменяться по мере смены ситуации. Цели служат отправной точкой деятельности организации.

Пути достижения целей организации не единственны. Процесс стратегического планирования позволяет рассмотреть и оценить несколько возможных вариантов развития.

Процесс стратегического планирования основан на обработке и преобразовании информации, на использование которой налагается целая группа различных ограничений и допущений, связанных с ее разнородностью и слабой структурированностью.

В докладе на примере деятельности ВУЗа рассматривается процесс переработки информации и стратегического планирования.

Методика преобразования предполагает:

1. Выделение источников первичной информации. Для института такими источниками являются Указы Президента, Постановления КМ, приказы, распоряжения и методические указания министерства образования, справочные и методические материалы, средства массовой информации, внутренняя документация и т. д.

2. Определение приоритетных источников информации.

3. Комплексирование полученных данных включает в себя выделение необходимой информации из различных источников и ее первичная обработка.

4. Преобразование этих данных в форму, необходимую для осуществления стратегического планирования.

На основании анализа внешней среды и внутреннего состояния подразделений института оценивается текущая ситуация. С учетом этого, а также миссии, нормативно-правовых ограничений и вновь поступившей информации разрабатывается концепция необходимых изменений.

**В. С. Зеньков**

*Белорусский государственный экономический университет*

## **КОНСТРУКТИВНАЯ МЕТОДОЛОГИЯ В МАРКЕТИНГОВОМ АНАЛИЗЕ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ**

В процессе изучения курса маркетинга целесообразно использовать кейсы, которые описывают реальные ситуации, т. е. являются своего рода моделями. Любое исследование предполагает постановку цели, которую можно сформулировать только на глубоком понимании исследуемой проблемы, т. е. сущности ситуации. Сущность любого явления, в том числе и экономического, представляется вполне конкретно и измеримо, только в случае опосредованного суждения. Следовательно, задача состоит в том, как сформулировать проблему сущего, либо только в сущем можно усмотреть симптомы будущего, т. е. должного, к которому приходим в результате проведенного ситуационного анализа.

Логика учит: с одной стороны, необходимо исследовать элементы, составляющие логический процесс мышления, а с другой — методы построения логической модели.