

Секция 3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Т.Н. Байбардина, И.И. Грищенко
Гомельский кооперативный институт

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА ПО МАРКЕТИНГУ В ВУЗЕ

Преобразования в экономике предполагают необходимость изменения системы подготовки специалистов, совершенствования модели их обучения в ВУЗе. Ориентация на подготовку специалистов нового поколения, готовых к нововведениям, предопределяет выбор альтернативных вариантов для достижения поставленной цели:

совершенствование традиционной системы образования в ВУЗе через углубленную теоретическую и практическую подготовку студентов; внедрение 2-этапной модели обучения с выходом на присвоение звания бакалавра и магистра;

создание сквозной системы обучения "Техникум--ВУЗ".

Реализация данной задачи возможна через решение таких важных аспектов деятельности ВУЗа, как:

1. Наличие высококвалифицированных, компетентных кадров, повышение их квалификации с учетом перемен, происходящих в экономике, подготовка преподавателей в ведущих отечественных и зарубежных центрах и специализированных школах бизнеса.

2. Привлечение специалистов-практиков, владеющих необходимыми знаниями в сфере коммерческой и маркетинговой деятельности, вопросах менеджмента.

3. Создание соответствующей МТБ, направленной на качественное усвоение и закрепление знаний у студентов через сеть специализированных кабинетов, лабораторий, оснащенных необходимым компьютерным и программным обеспечением.

4. Своевременное и полное обеспечение учебного процесса учебно-методическими и информационными материалами по вопросам маркетинговой деятельности.

5. Создание на базе ВУЗа учебно-маркетингового центра, на основе которого можно проводить учебную практику, проигрывать сквозные

деловые игры совместно с ведущими кафедрами, имитировать работу службы маркетинга с ориентацией студентов на конкретные должности.

6. Успешное функционирование в рамках ВУЗа научно-методической лаборатории маркетинга, основными задачами которой должны стать: создание банка данных маркетинговой информации и ее использование в учебном процессе и научно-исследовательской работе студентов; привлечение студентов к проведению маркетинговых исследований, проводимых по заказу предприятий и организаций РБ.

7. Разработать и внедрить трехэтапную модель обучения, которая включает в себя следующие направления: применение маркетинга в конкретных сферах деятельности, специальные элементы и функциональные средства маркетинга.

8. Создать программный комплекс, позволяющий моделировать маркетинговую деятельность предприятия на рынке, в виде нескольких самостоятельных программных продуктов, базирующихся на едином информационном обеспечении.

9. Организация студенческих кружков по проблемам маркетинговой деятельности.

Таким образом, реализация данных мероприятий в ВУЗе позволит решить проблему подготовки высококвалифицированных, конкурентоспособных специалистов для работы в современных рыночных условиях.

Н.Ю. Бербасова, В.М. Шеменков
Могилевский машиностроительный институт

ОБУЧЕНИЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОТБОР КАДРОВ

В условиях трансформационного периода белорусской экономики коренным образом изменяется характер функционирования систем ее управления. Образовался вакуум в механизме хозяйствования, ощущается недееспособность старых управленческих структур. Создаваемые новые организационные структуры пока не оказывают должного влияния на ход событий. Особо обозначился дефицит производственных, экономических, правовых знаний, управленческой и нравственной культуры в секторах среднего, малого и частного бизнеса. Все это в определенной мере сдерживает стабилизацию экономики Беларуси. Отсюда вытекают три основных проблемы: оценка и профессиональный отбор кадров; организация обучения менеджеров; развитие в Республике Беларусь фирм, занимающихся кадровым консалтингом.

Что касается оценки и профессионального отбора кадров, то она должна основываться на следующих принципах: объективность, своевременность, комплектность и результативность.

Пригодность работников к любой деятельности традиционно оценивается методом сравнения характеристик работников и соответствующих нормативных требований, предъявляемых к должности.

В условиях новой кадровой политики в Республике Беларусь важное значение имеет подготовка кадров не только по конкретным специ-