

непосредственное изучение информационных технологий в рамках специальных дисциплин по “Информатике”;

использование информационных технологий для решения, моделирования и прогнозирования экономических задач и ситуаций в специальных дисциплинах по экономике: “Управление”, “Менеджмент и маркетинг”, “Финансы”;

использование информационных технологий для сбора, обобщения и обработки данных в рамках выполняемых контрольных, курсовых и дипломных работ;

использование информационных технологий для ведения дискуссий, конференций со специалистами и студентами других ВУЗов и стран;

использование информационных технологий, ориентированных на обучение студентов по соответствующим дисциплинам, в качестве дополнительного источника получения информации;

использование информационных технологий для решения реальных экономических и управленческих задач и ситуаций, возникающих в процессе деятельности фирмы.

*Л.М. Хухлындина, Л.М. Гайдукевич*  
Белорусский государственный университет (Минск)

## **ПОДГОТОВКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ В ОБЛАСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

Современный этап развития Республики Беларусь характеризуется крупными структурными преобразованиями в экономике, которым сопутствуют социальные изменения и изменения на рынке труда. Отражением этого факта является создание новых рабочих мест в сфере нематериального производства и услуг, особенно в области оказания деловых услуг, финансовой сфере, в сфере туризма. Перспективной программой социально-экономического развития Республики Беларусь до 2000 г. в числе приоритетных направлений экономического развития определено расширение экспортной деятельности. Важной составной частью мирового экспорта является экспорт услуг, среди которых около 30 % составляет международный туризм.

Беларусь вместе с другими государствами СНГ подписала многостороннее соглашение о сотрудничестве в области туризма, которое дает возможность восстановить единый туристский рынок государств Восточной Европы, Кавказа и Средней Азии, создавая единый туристский продукт при участии различных государств, подписавших это соглашение. Практически заложена основа создания нового туристского макрорынка, объединяющего европейский и азиатский регионы.

Расширение международного въездного туризма, кроме расширения туристской инфраструктуры, совершенствования системы управления и др., требует обеспечения отрасли квалифицированными кадрами экономического профиля. Такого рода специалисты должны обладать знаниями в области рыночной экономики и предпринимательской деятельности; менеджмента и маркетинга, международного права; информатики и информационных технологий; реализации экспорта услуг.

Факультет международных отношений Белгосуниверситета располагает высококвалифицированным преподавательским составом, который обеспечивает подготовку соответствующих специалистов. К чтению лекций и проведению занятий приглашаются практические специалисты. Знание двух иностранных языков, которым отведено около 1800 часов учебного времени, является обязательным условием подготовки кадров в области международного туризма. На факультете работают 3 кафедры иностранных языков, преподаватели которых на основе интенсивных методик обучают студентов одиннадцати европейским и восточным языкам.

Учебный план включает общенаучные и общепрофессиональные дисциплины (основы менеджмента, основы дипломатии, прикладные системы обработки данных, информационное обеспечение менеджмента, маркетинг, микроэкономика, макроэкономика, мировая экономика и международные экономические отношения, международное право, дипломатическая и консульская служба и т.д.); дисциплины специальности (международный маркетинг, международный рынок услуг, управление персоналом, стратегический менеджмент, разработка управленческих решений, теория организации). В базовый учебный план включаются спецкурсы по экономике, менеджменту и маркетингу международного туризма (организация и управление туристским предприятием, экономика международных туристских перевозок, экономика предприятий туристского питания, маркетинг в туризме, экономика международного туризма, реклама международного туризма, география международного туризма, прогнозирование международного туристского рынка, региональное планирование туризма), предусматривается организация производственных практик и зарубежных стажировок.

*Н.А. Яцевич*

Белорусский университет культуры (Минск)

## **ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Развитие рыночной инфраструктуры немыслимо без создания информационно-документационной базы управления субъектами хозяйственной деятельности: предприятиями, учреждениями, фирмами и т.п., без системы информационной поддержки как крупных производственных предприятий и организаций, так и фирм малого и среднего бизнеса, которая в Беларуси пока отсутствует.

Известно, что именно информация, информационные продукты и услуги (ИПУ), особенно аналитические, составляют сердцевину и фундамент всей маркетинговой деятельности предприятия. Без полной, точной и оперативной информации - нет полноценной маркетинговой деятельности. В этом плане ИПУ выступают в качестве стратегического ресурса и средства практического управления деятельностью предприятия. Маркетинг как основа обеспечения управления требует серьезной информационной поддержки с помощью подготовленных для этой цели специалистов. Требуются "менеджеры информации". В Беларуси отсутствует система подготовки таких специалистов, хотя в