

принимаемых менеджерами управленческих решений во многом определяется качеством их подготовки.

Концептуально, методически и организационно проблема качества подготовки менеджеров, как и специалистов других профессий, нуждается в основательной, системной проработке, включающей многие аспекты этой комплексной проблемы.

Прежде всего, это относится к определениям (дефинициям) ряда понятий в этой области, таких как качество специалиста, качество образовательного процесса, качество образовательной системы (вуза, факультета, кафедры), качество обучения, контроля знаний и др. Не претендуя на законченность формулировок, в первой редакции можно предложить некоторые из этих определений.

Качество специалиста — совокупность существенных свойств, отличающих специалиста от других аналогичной профессии и определяющих пригодность специалиста решать профессиональные задачи на уровне, удовлетворяющем потребности общества и отдельных организаций, востребованность и конкурентоспособность специалиста на рынке труда и конкурентоспособность создаваемой продукции.

Качество образовательного процесса (ОП) — совокупность характеристик ОП, обусловленных его ресурсным обеспечением и определяющих требуемое качество подготовки специалистов.

Качество образовательной системы (ОС) — совокупность квалификационных и ресурсных параметров ОС, определяющих ее способность обеспечить уровень и качество подготовки специалистов, устанавливаемых нормативными документами.

Важной стороной проблемы качества образования и подготовки кадров в области менеджмента является разработка системы количественных показателей оценки качества во всех его проявлениях. Это потребует анализа сущности свойств образовательных категорий и компонентов, влияющих на них факторов и ресурсов, формирования совокупности единичных показателей качества, их группирования и агрегирования, установления в конечном счете обобщенного показателя качества с использованием известных методов. При этом может использоваться опыт решения подобных задач (в том числе и опыт авторов) при количественной оценке качества и технологичности промышленной продукции.

И.Н. Морочковская

Белорусский государственный технологический университет

ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ ВНЕШНЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ

1. Проблемы информационного обеспечения учебного процесса.

В настоящее время достаточно сложно организовать практические занятия по исследованию внешней маркетинговой среды, так как в литературе, рекомендуемой для самостоятельной работы студентов, фактический материал либо отсутствует (Маркетинг /под ред. Уткина Э.А.; Основы менеджмента и маркетинга / под ред. Седегова Р.С.), либо приводятся примеры из зарубежной практики (Маркетинг

Ф. Котлер и другие переводные издания). В некоторой степени необходимую информацию студенты могут почерпнуть из периодической печати: журналы "Маркетинг"; газеты: НЭГ, БР, БДГ, БГ и т.д., различных бизнес-каталогов, а также в результате посещения выставок, ярмарок и презентаций.

2. Для исследования микроэкономических факторов маркетинговой среды студентам ИЭФ, изучающим "Основы маркетинга", было предложено провести самостоятельно поисковую работу по определенному виду товара творческими группами по 2-3 человека (товар определялся исходя из специализации студентов), для чего студенты по своему выбору посещали либо магазины, либо выставки. В ходе интервью, студенты учились задавать вопросы, выяснять интересующую информацию, критически оценивать товар, сопутствующие ему услуги и сервисное обслуживание. Результаты своих исследований каждая группа представляла в виде краткого отчета с указанием даты и места проведения, а также своих выводов.

3. При исследовании макроэкономических факторов внешней маркетинговой среды студентам был предложен метод экспертных оценок. Для его проведения студентами было сделано допущение, что существует некое предприятие, выпускающее товар, выбранный ими ранее и для данного предприятия каждый студент уже самостоятельно составил профиль внешней среды. Т.е. на основе имеющихся данных проведенного ранее исследования, используя обзоры рынков из периодической печати, а также собственный багаж знаний, студенты выделяли ряд факторов, которые, по их мнению, оказывали влияние на предприятие.

4. Положительными моментами в такой схеме проведения практических занятий является самостоятельная работа студентов, приобретение ими при исследовании микроэкономических факторов опыта общения с покупателями, продавцами (производителями), умения поставить перед собой проблему и найти решения, а также получение представления об определенном рынке и товаре.

При использовании метода экспертных оценок студент оценивает свои знания, применяет имеющийся опыт, обобщает информацию, делает логические выводы и может сравнить свои результаты с показателями своих однокурсников. Отрицательными моментами является отсутствие жесткого контроля за процессом выполнения задания со стороны преподавателя, так как в аудитории можно только проконсультировать и задать общее направление исследований, а также недоступность некоторой информации.

С.Г. Мулярчик, В.М. Молофеев
Белорусский государственный университет

ОПЫТ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРОВ ДЛЯ БИЗНЕСА В ОБЛАСТИ РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

Структурные изменения в экономике, значительный рост на рынке товаров и средств производства изделий радиоэлектроники и вычислительной техники, развитие информационного рынка привели к серьезным изменениям на рынке труда. В частности, интенсивно создаются