

новые рабочие места для менеджеров малых радиоэлектронных фирм, специалистов по маркетингу радиоэлектронных средств и товаров, специалистов по разработке и внедрению информационных систем и технологий.

Такого рода специалисты в нынешней экономической ситуации должны обладать основательными знаниями в области экономики и предпринимательской деятельности; менеджмента и маркетинга; экономического права; современной радиоэлектроники и информатики, современных вычислительных систем, программного обеспечения информационных систем; стандартизации, сертификации и управления качеством.

К решению данной задачи — подготовки менеджеров для бизнеса в области радиоэлектроники приступил в 1994 г. факультет радиофизики и электроники Белгосуниверситета, где была начата подготовка экономистов-менеджеров по специальности Э.02.01 “Коммерческая деятельность” со специализацией Э.02.01.08 “Коммерческая деятельность на рынке радиоэлектронных средств и информационных услуг”.

Общий объем часов, предусмотренный учебным планом специальности, 5050. Основные блоки дисциплин учебного плана составляют соответственно:

высшая математика — 604 ч. (12 % от общего объема часов);

информатика — 402 ч. (8 %);

общая и прикладная физика — 430 ч. (9 %);

дисциплины специальности — 1452 ч. (29 %);

дисциплины специализации — 826 ч. (16 %);

гуманитарные и социальные дисциплины — 1280 ч. (25 %).

Учебный график на факультете радиофизики и электроники построен таким образом, что позволяет студентам старших курсов специальностей “Радиофизика” и “Физическая электроника” пройти по параллельной форме подготовку по специальности “Коммерческая деятельность”, что позволяет повысить эффективность целевой подготовки специалистов для радиоэлектронных предприятий и фирм различного профиля.

С.А. Портянкин
БГЭУ (Минск)

ПОДГОТОВКА КАДРОВ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Приемы менеджмента и маркетинга постоянно изменяются. Чтобы подготовить квалифицированные кадры в этой области, необходимо, чтобы преподаватели маркетинга и менеджмента имели высокий уровень подготовки и постоянно пополняли запас собственных знаний. Этого можно добиться следующим образом. Во-первых, преподаватели должны проходить обязательную ежегодную стажировку на ведущих компаниях (заводах, организациях, фирмах) Республики Беларусь и других стран. Для этого можно использовать опыт и возможности многих иностранных организаций, занимающихся углублением связей между различными странами. Во вторых, к учас-

тию в преподавательской работе просто необходимо привлекать действующих или практикующих специалистов. Часто можно слышать, что привлечение работающих специалистов к процессу обучения очень дорого для учебных заведений (слишком дорого стоит их рабочее время). В связи с этим хочется отметить, что любой уважающий себя специалист посчитает за честь иметь своих учеников и преподавать (ведь именно это показатель того, что человек что-то знает и что-то умеет). С другой стороны, сами учебные заведения должны создавать обоюдовыгодные и удобные схемы работы с такими преподавателями. Например, обучать специалистов компании в счет преподавания ведущих специалистов.

Менеджмент и маркетинг — это не теоретические дисциплины. Это наука (или искусство?), вплотную соприкасающаяся с жизнью. Жизнь же часто ставит перед людьми поистине, казалось бы, неразрешимые задачи. Чтобы руки не опустились и все препятствия были преодолены, специалисты в области менеджмента и маркетинга должны проходить специальную психологическую подготовку. Они должны иметь четкую установку, что в мире нет ничего невозможного, и какие бы трудности ни встретились на пути, это лишь небольшая помеха. Все процветающие компании мира уделяют огромное внимание психологическому тренингу специалистов, так как это влияет на стимулы к работе, а следовательно на прибыль.

Е.Ф. Правдивая

Московский государственный университет коммерции

ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Почти постоянные экономические и финансовые кризисы в России за период перестройки и вступления в рыночные отношения показали, что на рынке остаются и преуспевают те, кто обладает новыми экономическими, финансовыми, управленческими знаниями и нужной в этих направлениях информацией.

Проблема подготовки кадров стала для многих предприятий очень острой. Анализ ситуации на предприятиях разной формы собственности показал, что решение данной проблемы различно.

Первый вариант. Государственные предприятия. Переподготовка кадров ведется, в основном, планоно, но в меньших объемах, чем ранее. Преобладает краткосрочное обучение персонала нижнего звена. Часто это связано с высокой текучестью кадров и сложностью оборудования, с которым приходится работать.

Формы обучения традиционные — семинары, инструктаж, лекции.

Второй вариант. Полугосударственные предприятия. Подготовка кадров проводится постоянно в разных аспектах деятельности с целью получения новых навыков и информации в схожих операциях или для внедрения нового продукта.

Формы обучения современные — стажировки, использование новейшего оборудования, деловые игры.