

онной модели развития, основанной на заимствовании научного опыта, к экономике знаний и инноваций.

Отличие Китая от других стран состоит в том, что он является страной, которая придерживается социалистической доктрины. В Китае в качестве регулятора хозяйственной деятельности выступает принцип «государство регулирует рынок, рынок ориентирует предприятия» ставший прологом концепции «социалистической рыночной экономики». Сущность его заключалась в том, чтобы вся экономическая деятельность была охвачена рыночными отношениями и, но и все рыночные отношения подвергались регулированию и контролю с помощью плана. Китай становится все более активным и весомым участником экономической жизни планеты. Перспективная программа создания «экономики знаний» ставит целью за 15 предстоящих лет сократить зависимость Китая от иностранных технологий.

С приобретением независимости Индии, с учетом национальной специфики правительство провозгласило курс на создание «смешанной» экономики, подразумевающий активное развитие как государственного, так и частного секторов. Государство создает уникальные финансовые, научные, культурные условия для производства того или иного вида товаров и услуг. Вплоть до 1991 г. Индия следовала активной политике импортозамещения, а потом перешла к политике «открытой экономики». Экспортно-ориентированная модель развития экономики Индии предусматривает увеличение экспорта товаров и услуг. Индийская модель развития экономики знаний предполагает развитие высокотехнологичных секторов. Здесь сформировался отдельный сегмент экономики со специальной инфраструктурой, государственным регулированием, образовательной структурой.

Латиноамериканская цивилизация, в отличие от большинства существующих цивилизаций, является смешанной. В 50–60-х годах XX в. В латиноамериканском регионе утвердилась экономика импортозамещающего типа с активной ролью государства. Однако на рубеже 70–80-х гг. на смену ей приходит неолиберальная модель экономики. В 90-е годы в регионе активизировались либеральные реформы, призванные ускорить трансформацию экономик. Во всех странах региона ее внедрение проходило с весьма существенными трудностями.

Экономическая модель африканских стран содержит в себе элементы современного и «мануфактурного» капитализма, феодальные пережитки и черты родоплеменных обществ, подвергается постоянной структурной трансформации. Благодаря модели структурной корректировки на африканском континенте с середины 90-х гг. наметились некоторые положительные сдвиги в экономике многих стран.

Россия имеет уникальную историю и практику различных экономических систем. Это обстоятельство является решающим в подходе к поиску рыночной модели, соответствующей российским реалиям и целям развития страны.

Формирование рыночной инфраструктуры и конкурентного механизма – ключевой элемент российской модели рыночной экономики. Проблемы становления экономики знаний в России приобретают в настоящее время особую актуальность в связи с определением траектории и социально-экономического развития в XXI в.

СТАТИСТИКА (учебное пособие)

Гиззатова А.И.

*Евразийская Академия,
e-mail: alla-gizatova@yandex.kz*

Настоящее учебное пособие включает основные темы курса «Статистика», рекомендованные Министерством образования и науки Республики Казахстан. Книга состоит из двух разделов. В первом разделе содержится системное изложение статистических методов исследования: статистическое наблюдение, сводка, группировка, расчет обобщающих показателей, выборочный метод, анализ рядов динамики, индексный метод анализа, основы корреляционного и регрессионного анализа. Второй раздел посвящен изучению основ макроэкономической статистики, а именно – статистики населения и трудовых ресурсов, СНС, статистики уровня жизни населения. После каждой главы представлены учебно-методические материалы – контрольные вопросы и задания, способствующие усвоению ее содержания. В книге предложены тестовые вопросы для проверки усвоения курса, список рекомендованной литературы.

В учебном пособии обобщен опыт преподавания автором курсов «Статистика», «Региональная статистика», «Социально-экономическая статистика» студентам-бакалавриатам и магистрантам.

Пособие рекомендовано преподавателям, научным работникам, студентам и магистрантам экономических специальностей, экономистам, предпринимателям, работникам органов управления.

МАРКЕТИНГ (учебное пособие)

Горбунов С.И., Генералова С.В.,
Минеева Л.Н., Рябова А.И.

*ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный
аграрный университет им. Н.И. Вавилова»,
Саратов, e-mail: R.J.alyona.1881@yandex.ru*

Рецензенты пособия: д.т.н., профессор ГОУ ВПО «Российский государственный Торгово-экономический университет» (г. Саратов)

Щербаков В.А.; д.э.н., профессор ФБГОУ ВПО «Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова» Шибайкин А.В.

Учебное пособие по курсу «Маркетинг» позволяет освоить одну из основополагающих дисциплин для профессиональных деятелей рынка, роль которых в современной российской экономике возрастает.

Представленное учебное пособие состоит из 2-х частей: теоретической и практической.

В теоретической части пособия рассмотрены основные вопросы маркетинга: сущность, принципы, цели, основные понятия и концепции маркетинга. Подробно изложены основные элементы комплекса маркетинга: товарная и ценовая политика, система распределения и товародвижения продукции и услуг. Также в пособие особое внимание уделено вопросам проведения маркетинговых исследований, системе показателей анализа рынка, маркетинговым инструментам, рекламной деятельности современного предприятия, механизму сегментации рынка.

В практической части учебного пособия представлены практические задания по основному содержанию дисциплины. Выполнение типовых задач и анализ практических ситуаций позволяет освоить маркетинговые инструменты для принятия эффективных управленческих решений, способствует формированию профессионального мышления у будущих специалистов по маркетингу. Практический курс маркетинга позволяет получить не только теоретические знания, но и профессиональные практические навыки в области маркетинга.

Материал учебного пособия богато иллюстрирован таблицами и графиками.

При подготовке учебного пособия использовались труды отечественных и зарубежных ученых. Пособие предназначено для студентов экономических специальностей, изучающих современную рыночную экономику, специалистов предприятий и учреждений, так или иначе связанных с работой в области маркетинга, работникам рекламных агентств, всем интересующимся этой увлекательной и полезной дисциплиной.

ВВЕДЕНИЕ В МЕНЕДЖМЕНТ (монография)

Дюков В.М., Шайхутдинова Р.В.

МБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 82»,
Красноярск, e-mail: rai17081972@mail.ru

И компании и некоммерческие структуры должны эффективно работать, живя в плохих предсказуемых и постоянно меняющихся условиях. Поэтому им нужен не просто руководитель, а менеджер, владеющий специфическими знаниями и навыками менеджмента в организациях.

Монография «Введение в менеджмент» издана Международным издательским домом LAP

LAMBERT Academic Publishing (Германия), реализуется на сайтах: More Books publishing и Люблю книги, написана с учетом требований Федерального Государственного Образовательного Стандарта Высшего Профессионального Образования (ФГОС ВПО) по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» (квалификация (степень) «Магистр»). Данный стандарт утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 20 мая 2010 г. № 543.

Данная монография посвящена основным чертам и проблемам российского менеджмента и рассчитана на будущих и настоящих менеджеров или, используя терминологию А. и Б. Стругацких, на «научных работников среднего возраста».

Блез Паскаль, знавший толк в словесной архитектуре, заметил, что «только кончая задуманное сочинение, мы уясняем себе, с чего нам следовало его начать». Видимо, такое утверждение можно распространить и на эту монографию не в укор её авторам, а лишь в силу некоего закона, подмеченного философом.

Ученые, занимающиеся гносеологией, говорят: если вы хотите в чем-либо разобраться, что-либо понять, усвоить самое основное, существенное, то обратитесь к трем вопросам: Что? Зачем? Как?:

- вопрос «**Что?**» предполагает определение предмета разговора или изучения: о чем будет идти речь, о каком явлении или объекте;

- вопрос «**Зачем?**» предусматривает ответ, для чего мы изучаем тот или иной предмет, то или иной модуль или учебный элемент;

- вопрос «**Как?**» направлен на определение каким образом, каким способом будет достигнута поставленная цель или в какой степени, насколько будет реализовано предназначение.

На вопрос «**Что?**» мы отвечаем: монография «Введение в менеджмент» посвящена основным чертам и проблемам российского менеджмента.

На вопрос «**Зачем?**» мы отвечаем: менеджеры, другие специалисты, преподаватели в области менеджмента должны:

- реализовывать идеи «Итогового документа саммита «группы восьми» (Санкт-Петербург, 16 июля 2006 года) «Образование для инновационных обществ в XXI веке» и находить пути и способы генерирования новых знаний и стимулирования инноваций для достижения устойчивого роста предприятий и организаций в долгосрочной перспективе;

- понимать и реализовать на практике, проектные разработки суть инновационного менеджмента, которое можно выразить фразой: «Не догонять прошлое, а создавать будущее»;

- добиться, чтобы в лучших своих образцах преподавание курса «Введение в менеджмент» было ориентировано не столько на передачу знаний, которые постоянно устаревают, сколько на овладение базовыми компетенциями, позволяю-