

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-

щими затем – по мере необходимости – приобретать знания самостоятельно.

Ключевая идея монографии «Введение в менеджмент» – идея развития системного мышления менеджеров.

Критериями развития системного мышления являются:

- первый и наиболее общий критерий заключается в переходе от частей к целому;
- другим ключевым критерием системного мышления служит способность перемещать фокус внимания с одного уровня системы на другой;
- третьим ключевым критерием системного мышления является то, что это – контекстуальное мышление.

Мысля системно, мы понимаем, что сами объекты являются сетями взаимоотношений, включенными в более обширные сети. Для системного мыслителя первичны взаимоотношения. Границы различных паттернов («объектов») вторичны.

Вслед за А.П. Хилькевичем мы подчеркиваем, что познание, моделирование и практическое преобразование образуют некоторое функциональное ядро в человеческой деятельности, в том числе и в развитии профессиональных компетенций менеджеров, стержневую функциональную триаду.

Эта триада является прямым отражением таких человеческих потребностей (их, на наш взгляд, совершенно необходимо отметить и выделить), как потребности:

- знать, что есть;
- знать, что нужно;
- знать, как это нужное можно получить практически в наличествующих условиях.

Отвечая на вопрос «*Как?*», мы вычленим два среза, или два слоя монографии «Введение в менеджмент»:

- предметный слой, отражающий то, что нужно познать, смоделировать, практически преобразовать и их изменяемые состояния, модификации;

- рефлексивный слой, содержащий вопросы «как?», «каким образом?» по трем основным составляющим в структуре рефлексии:

- как подготовить, организовать, мобилизовать и прочее себя – субъекта деятельности, субъекта решения проблемы?

- как, каким образом действовать, где и как искать решение проблемы?

- как оценивать текущие итоговые результаты и как на них реагировать, какие дополнительные, корректирующие действия выполнить?

Таким образом, подход к проблемам развития системного мышления менеджеров с учетом рефлексии как деятельностиной функции не только позволяет конкретизировать структуру проблем, но и актуализирует во-

прос об их информационной «среде обитания», непосредственном информационном «окружении», или о том, что применительно к задаче порой называют «пространством задачи».

Монография «Введение в менеджмент» состоит из двух частей:

- Часть первая. Сущность и содержание теории менеджмента:

- Раздел первый. Понятия: управление и менеджмент.

- Раздел второй. Сущность и содержание теории менеджмента.

- Раздел третий. Менеджмент как научная дисциплина.

- Раздел четвертый. Системный подход в менеджменте.

- Часть вторая. Развитие науки об управлении:

- Раздел первый. Развитие научных подходов к управлению организациями.

- Раздел второй. Содержание и логика развития управления.

### **КАЧЕСТВО ЖИЗНИ (учебное пособие)**

Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е.

*Кубанский государственный университет,  
Краснодар, e-mail: zad94@mail.ru, ite15@mail.ru*

Введенный в научный оборот американским экономистом Дж. Гэлбрэйтом в книге «Общество изобилия» (1958) [1] термин «качество жизни» приобрел со временем широчайшее распространение. В эпоху постиндустриального развития, нацеленного на поиск новых путей и возможностей повышения благосостояния населения, сообразно иерархической модели потребностей А. Маслоу, «качество жизни» стало рассматриваться как самостоятельная научная категория.

Формирование теоретических основ исследования качества жизни было начато в 60-е годы прошлого столетия в экономически развитых странах. Существенный вклад в определение сущности категории «качество жизни» как многогранного понятия современного общественного прогресса внесли известные зарубежные ученые: Р. Арон, Д. Белл, З. Бжезинский, А. Винер, Г. Кан, Г. Маркузе, А. Тойнби, Э.Фромм, Дж. Форрестер и другие.

В России теоретические исследования в плане систематизации содержания и методологии оценки качества жизни стали проводиться в научных центрах и ведущих вузах страны с 1970-х годов. Проблемы экономической оценки уровня и качества жизни населения в разные периоды активно обсуждались видными отечественными экономистами – С.А. Айвазяном, В.Ф. Безъязычным, И.В. Бестужевым-Ладой, Е.Ш. Гонтмахером, Р.С. Гринбергом, В.М. Жеребиным, Л.Г. Зубовым, В.С. Немчиновым,