

проведение групповых дискуссий и семинаров по актуальным вопросам модернизации российской экономики. Методические указания к практическим занятиям были составлены для того, чтобы обеспечить студентов и преподавателей необходимым практическим материалом (кейсами, тестами, вопросами для повторения и обсуждения) для эффективного изучения дисциплины за ограниченное время.

Ценность данного учебно-методического пособия заключается в том, что оно позволяет сократить разрыв между теорией и практикой инновационного управления в процессе подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

Пособие состоит из семи разделов, глоссария, списка рекомендуемой литературы и трех приложений.

В первом разделе пособия определен перечень вопросов по основным темам изучаемого курса для их проработки во время самостоятельной работы и на практических занятиях. Вопросы по каждой теме составлены таким образом, чтобы не только проконтролировать усвоение студентом лекционного материала, но и побудить его к самостоятельному поиску ответов, изучению дополнительных источников. Особенно это касается вопросов, связанных со спецификой и современными тенденциями развития инновационной деятельности в Российской Федерации.

Второй раздел состоит из 15 ситуаций, основанных на опыте реальных отечественных и зарубежных компаний по управлению инновационной деятельностью. Данные задания направлены на формирование у студентов представлений о видах инноваций и трудностях, возникающих в процессе их разработки и внедрения. Педагогическая практика показывает, что, выполняя подобные задания, студенты учатся самостоятельно разрабатывать эффективную модель поведения в каждом конкретном случае. Использование предлагаемого материала способствует формированию у студентов навыка принятия решений, умению аргументированно отстаивать свою позицию. Проблемные ситуации могут быть использованы в качестве домашних и контрольных заданий, а также в качестве предмета дискуссий на практических занятиях.

В третьем разделе пособия студентам предлагается провести анализ статистических данных о состоянии инновационной деятельности в современной России и за рубежом. Тренировочные задания этого раздела призваны выработать у студентов навыки расчета и анализа показателей отдельных инновационных проектов, оценить эффективность инновационной стратегии России в целом, проанализировать существующие проблемы. При составлении заданий авторами использованы реальные статистические и аналитические данные Министерства экономического развития РФ, Российской ассо-

циации венчурного инвестирования, рейтингового агентства «Эксперт» и др.

В четвертом разделе пособия сформулированы темы, по которым студентам предложено провести самостоятельные исследования для углубления полученных знаний по дисциплине и расширения кругозора. Например, задание 3 посвящено изучению инновационной политики регионов РФ, а задание 5 предполагает подготовку выступления и электронной презентации по теме «Нанотехнологии».

Содержание разделов 5-6 (тесты и контрольные вопросы) направлено на проверку усвоения учебного материала, и может быть использовано студентами для самодиагностики при подготовке к сдаче зачета/экзамена.

Приложения к пособию содержат пример построения и анализа сетевого графика при реализации инновационного проекта, а также дополнительный графический материал, необходимый для выполнения расчетных заданий из раздела 3 «Задачи».

Как показал опыт использования пособия в процессе преподавания дисциплины «Инновационный менеджмент», содержащиеся в нем материалы позволяют студентам более эффективно за короткое время закрепить знания, полученные на лекционных и практических занятиях. Подобранные задания способствуют развитию разнообразных компетенций, необходимых современному специалисту: развивают аналитические способности студентов, умение быстро принимать управленческие решения, развивают коммуникативные способности и практические навыки управления инновациями.

Методические указания соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта ВПО третьего поколения, адресованы в первую очередь преподавателям и студентам экономических специальностей вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент», «Инновационный менеджмент». Материал пособия будет полезен и интересен и другим категориям читателей: руководителям высшего и среднего звена, специалистам и профессиональным консультантам в области инновационного менеджмента, а также лицам, занимающимся самообразованием в данной сфере.

ДОЛГОСРОЧНАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА (учебное пособие)

Симоненко Н.Н., Симоненко В.Н.

*Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет, Комсомольск-на-Амуре,
e-mail simonenko@knastu.ru*

Рецензенты: доктор экономических наук, профессор Леонтьев Р.Г., главный научный сотрудник ФГБУН «Вычислительный центр Даль-

невосточного отделения РАН, академик РАН; кандидат экономических наук, профессор Федоров В.А., зав. кафедрой Тихоокеанского государственного технического университета (г. Хабаровск).

Учебное пособие утверждено ученым советом ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет» для студентов экономических специальностей.

Учебное пособие является результатом анализа, систематизации и обобщения практических материалов по финансовой политике и лекционных курсов, читаемых студентам высших учебных заведений по специальности Финансы и кредит и направлению бакалавриата Экономика.

В условиях рынка эффективная финансовая политика является ключевым фактором успеха фирмы. В современном периоде становления рыночных отношений в нашей стране стало заметно, что надежда на их самостоятельно реализующиеся силы не оправдалась, и экономика России, предоставленная самой себе, подошла к критическому уровню. Свидетельством беспорядка и бесхозяйственности в экономической политике стал бюджетный кризис, серьезно угрожавший национальной экономической безопасности страны. Поэтому не случайно в странах с развитой рыночной экономикой важнейшим инструментом государственного регулирования хозяйственной деятельности выступает стратегическое планирование и управление.

Курс «Долгосрочная финансовая политика» продолжает курс «Краткосрочная финансовая политика фирмы» и опирается на такие дисциплины, как «Экономическая теория», «Экономическая статистика», «Экономика организаций (предприятий)», «Экономика и социология труда», «Финансы», «Финансы предприятий», «Ценообразование» и другие общеэкономические и специальные дисциплины. В целом курс «Долгосрочная финансовая политика» является одним из самых современных инструментов менеджмента и вместе с дисциплиной «Финансовый менеджмент» способствует формированию современного высококвалифицированного специалиста-экономиста, что является его главной целью.

Бизнес не может рассчитывать на процветание (или выживание) без разработки планов и без контроля их выполнения. Представление планов в финансовом выражении необходимо потому, что различные направления деятельности фирмы имеют общий измеритель – деньги. Финансовая политика фирмы в долгосрочном аспекте – это бизнес-план развития фирмы. Актуальность проблемы получения навыков в составлении этих планов состоит в том, что на практике большинство финансовых институтов стали применять бизнес-планы, новое для российской экономики понятие. Важной особенностью в составлении бизнес-плана является то, что он должен учитывать различную направлен-

ность множества факторов внешней и внутренней среды предприятия, что успешно решается с применением программных продуктов типа Project-expert.

Планирование, в процессе которого вырабатывается банковская политика, начинается с появления основополагающей цели и продвигается вплоть до ее воплощения в планы конкретных мероприятий и количественные показатели. Общеизвестным инструментом планирования становится бизнес-план. Он представляет собой документ, который используется как средство управления и позволяет установить текущие задачи на соответствующий период, установить приоритеты и определить методы организации работы. Бизнес-план является документом многоцелевого значения:

- служит средством самоорганизации и формирует стратегию или тактику деятельности;
- отражает рыночные, организационные, финансовые стратегии, используется для ознакомления партнеров с деятельностью банка;
- позволяет определить потенциал кредитной организации, поставить новые цели и задачи, выбрать наиболее рациональные управленческие решения, согласовать действия подразделений, выявить слабые и сильные стороны кадров и банка в целом.

Цель настоящего учебного пособия – раскрыть инструменты долгосрочной финансовой политики фирмы и научить студентов проводить обоснования методик разработки бизнес-плана фирмы на примере коммерческого банка и иного финансово-кредитного учреждения.

Первый раздел «Основы разработки долгосрочной финансовой политики предприятия» представлен шестью темами:

1. Финансовая деятельность предприятия и долгосрочное управление ее развитием.
2. Принципы разработки финансовой стратегии предприятия.
3. Формирование стратегических целей финансовой деятельности предприятия.
4. Разработка стратегии формирования финансовых ресурсов.
5. Принятие стратегических финансовых решений.
6. Главные вопросы долгосрочной финансовой политики.

Во втором разделе «Основы планирования деятельности фирмы» рассмотрены четыре темы:

7. Необходимость и предпосылки планирования деятельности фирмы банковского типа.
8. Стратегическое планирование в управлении банковской деятельностью.
9. Содержание этапов планирования.
10. Сущность и значение бизнес-плана банка.
11. Миссия и цели организации;
12. Финансовая политика предприятия в системе государственной экономической политики.

В третьем разделе представлена Методика составления бизнес-плана коммерческого банка.

Четвертый раздел является примером составления бизнес-плана на практике.

Каждый раздел курса имеет контрольный тест из 15-25 вопросов. Представлен список вопросов, выносимых на экзаменационную сессию.

Курсовая работа выполняется в виде бизнес-плана по одному из пяти типов: внутренний бизнес-план фирмы; бизнес-план для получения кредитов с целью пополнения оборотных средств; инвестиционный бизнес-план; бизнес-план финансового оздоровления фирмы; финансовый бизнес-план.

Учебное пособие рекомендуется для студентов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» и направления «Экономика», а также может быть полезно для преподавателей экономических специальностей и практических работников в финансовой сфере деятельности.

МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ (учебное пособие)

Хузиханов Ф.В.

Казанский государственный медицинский университет, Казань, e-mail: faridx@yandex.ru

Современное состояние здравоохранения характеризуется рядом негативных моментов, обусловленным недостаточным бюджетным финансированием лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ), что не дает им возможности реализовать в полном объеме в необходимом качестве комплекс лечебно-диагностических мероприятий. В связи с этим ЛПУ вынуждены искать пути самофинансирования, среди которых значительное место уделяется платным медицинским услугам. ЛПУ должны изучать состояние спроса населения обслуживаемой ими территории на различные виды медицинской помощи с тем, чтобы выявить неудовлетворенный спрос и организовать внедрение наиболее приоритетных медицинских услуг, для которых имеется лечебно-диагностическая база, квалифицированный персонал и условия для комфортного обслуживания населения. Такие медицинские услуги, оказываемые на платной основе, являются фактором конкурентоспособности ЛПУ на рынке учреждений здравоохранения.

С целью определения перечня видов медицинской помощи экономической службе ЛПУ целесообразно регулярно проводить исследования качества обслуживания населения и одновременно выявлять спрос населения, обращая особое внимание на неудовлетворенный спрос.

Большой опыт преподавания маркетинга на кафедре Общественное здоровье и организация здравоохранения Казанского государственного медицинского университета позволил выделить наиболее, на мой взгляд, актуальные и приоритетные проблемы данного предмета. При рабо-

те над пособием использовались действующие нормативные акты, отечественные и зарубежные литературные источники, методические рекомендации, собственный опыт.

В данном пособии даны основные понятия, виды и цели, этапы развития маркетинга, особенности рынка медицинских услуг, виды спроса и цен на медицинские услуги, маркетинговые коммуникации, методика проведения маркетинговых исследований.

Цель учебного пособия – освоение студентами основных принципов маркетинга, применение маркетинговых подходов в здравоохранении.

Пособие может быть полезно также слушателям системы последипломного профессионального образования, руководителям органов учреждений здравоохранения, частнопрактикующим врачам.

МЕНЕДЖМЕНТ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ (учебное пособие)

Хузиханов Ф.В.

Казанский государственный медицинский университет, Казань, e-mail: faridx@yandex.ru

В новых экономических условиях проблема эффективного управления ресурсами является одной из наиболее актуальных в системе здравоохранения России. В решении этого вопроса важную роль играют руководители медицинских учреждений (или его структурных подразделений), работники органов управления здравоохранения, специалисты страховых медицинских компаний и территориальных фондов обязательного медицинского страхования – все те, кто непосредственно участвует в управлении кадровыми, финансовыми и материальными ресурсами здравоохранения.

По оценкам экспертов около 60% (!) руководителей здравоохранения различного уровня не имеют специального образования по организации здравоохранения и основам менеджмента. Назначение на должность руководителя учреждения практикующего врача, а не менеджера, отсутствие базовой специальной подготовки у главных врачей, их многолетний опыт работы, построенный на авторитарных, командно-административных принципах руководства, не позволяют таким руководителям «успевать» за происходящими переменами, тормозят внедрение новых методов управления сферой здравоохранения. В то время как, на современном этапе динамичного развития общества и системы здравоохранения, руководитель должен обладать весьма обширными знаниями в области экономики и организации здравоохранения, разбираться в правовых аспектах трудовых отношений, налогового и финансово-экономического законодательства, владеть компьютерными технологиями, уметь грамотно руководить коллективом, финансовыми ресурсами учреждений