

4. Комяков О. О., Стадніченко В. В. Методичні вказівки до написання розрахункової роботи з дисципліни «продаж та управління продажем». Електронний каталог — кабінет кафедри промислового маркетингу.

5. Ланкестер Д., Джоббер Д. Организация сбыта /Пер. с англ. Л. В. Измаиловой. — Мн. : Амалфея, 2003. — 384 с. ISBN 985-441-318-7

6. Промисловий маркетинг. Під ред. Старостіної А. О. Теорія та господарські ситуації. К. : «Іван Федоров», 1997.-400с.

7. Болт Дж. Практическое руководство по управлению сбытом. М. : 1991. — 271с.

Луцій О. П., к.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу
ПВНЗ «Європейський університет»

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МАРКЕТИНГ»: ЄВРОПЕЙСЬКІ АСПЕКТИ

Дослідженням проблем маркетингу освіти в Україні в період економічних потрясінь дотепер, нажаль, приділялося дуже мало уваги. Саме тому, однією з найбільш небажаних реакцій попиту абітурієнтів на приватну освіту стало зменшення кількості студентів на економічних спеціалізація та на спеціальності «Маркетинг», зокрема. Проте нам дуже важко уявити, що поважні роботодавці зменшать свої витрати на бізнес освіту власного персоналу, коли їх бізнес потребує значно більше, а не менше маркетингу, навіть якщо кошти на управління підприємством розподілені іншим чином.

Стан економічного розвитку нашої держави за останні декілька років вимагає суттєвих інноваційних перетворень маркетингу освіти, а саме:

- Запровадження сучасних методів та методик навчання, які передбачають відхід від примату навчання «по суті» та перехід до навчання студентів навчатися самостійно. Це абсолютно протилежні речі з огляду на світовий досвід сучасного маркетингу освіти;

- Залучення до навчального процесу вчених зі світовим ім'ям, лідерів вітчизняного та міжнародного бізнесу, державних і

політичних діячів. Це виглядає цілком слушним та своєчасним за умови їх згоди і залучення сучасних технічних засобів навчання;

- Впровадження в навчальні плани в університеті обов'язкової виробничої практики студентів на передових підприємствах та їх обов'язкове стажування на закордонних фірмах. Відповідно це передбачає посилення співпраці кафедр маркетингу з підприємствами-базами практики студентів, розширення міжнародних зв'язків між відповідними кафедрами та їх викладачами;

- Кардинальне переобладнання матеріально-технічної бази навчальних закладів. Ми маємо на увазі облаштування кафедр надсучасними інформаційними та комп'ютерними засобами, створення електронних бібліотек, забезпечення аудиторного фонду медіа проекторами, електронними дошками, відео камерами, що надасть змогу отримувати якісні знання в он-лайн режимі у кожному куточку нашої країни.

Безумовно це не всі постановчі аспекти на яких ми хотіли зупинитися у своїй доповіді. Інновації маркетинг в освіті досить ґрунтовна та безмежна тема до подальшого обговорення. Але все таки сучасний розвиток вищої освіти в Україні буде і на далі вимагати суттєвих змін та кардинальних реформ.

УДК 339.138

Наумова О. Е., к. т. н., доцент,
доцент кафедри маркетингу на транспорті
Української державної академії залізничного транспорту

КОНЦЕПЦІЯ ІНТЕГРОВАНОГО МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Ринкові перетворення в Україні викликали зростання конкуренції на ринку освітніх послуг. При цьому інтенсивність конкуренції між закладами освіти посилюється ступенем їх територіальної близькості. Крім того, ні державний, ні регіональний бюджети не можуть у повній мірі фінансувати усі витрати вищих навчальних закладів. За цих умов задачею першорядної важливості для закладів освіти є пошук таких форм і методів управління організацією, які сприятимуть зміцненню їх конкурентних позицій. Вирішення цієї задачі можливо тільки за умов переходу сис-