

гестів (Пандектів) Юстиніана, яке містить паралельні тексти російською мовою та латиною. (Див. Дигести Юстиніана / Перевод с латинского; Отв. ред. Л. Л. Кофанов. У 8-ми т. — М.: Статут, 2002).

І. Ф. Шатарська, старш. викл.,
кафедра економіко-математичних методів

ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ ЦИКЛУ ДИСЦИПЛІН «ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ В МАРКЕТИНГУ»

В країнах з розвиненою ринковою економікою маркетинг розглядається як одна з головних функцій управління, що визначає ринкову і виробничу стратегію підприємств і фірм, їхню діяльність в області наукових і практичних досліджень, у фінансовій та комерційній сферах і в сфері технічного обслуговування.

Вивчення циклу дисциплін «Економіко — математичні методи і моделі в маркетингу» спрямоване на одержання студентами основних понять системного аналізу та методології економіко-математичного моделювання; оволодіння ними підходами та навичками для проведення кваліфікованого *аналізу* результатів моделювання, отримання основи для проведення економічних досліджень. Головною метою нашої роботи є підготовка не просто майбутніх фахівців, а спеціалістів — аналітиків.

Мотивацією вивчення дисципліни повинне бути переконання, що система економіко-математичних методів і моделей є необхідною базою для обґрунтування прийняття раціональних рішень в області маркетингу, їх застосування покликане підвищити якість та ефективність діяльності маркетингових служб організацій та фірм.

Для досягнення цієї мети потрібно вимагати від студентів конкретизації етапів побудови моделі дослідження в лабораторних роботах, індивідуальних завданнях: постановку економічної проблеми, виділення предмету, об'єкту моделювання. Посилену увагу слід приділяти проведенню ними аналізу отриманих результатів у ході виконання цих робіт, пошуку альтернативних рішень для покращення результатів досліджень, що якраз викликає певні труднощі. Цілеспрямована діяльність у цьому напрямі обов'язково призведе не тільки до позитивних результатів, але й до певної зацікавленості студентів. Так, наприклад, при проведенні лабораторної роботи з ЕММ «Розв'язання задачі лінійного програмування: визначення оптимального

плану виробництва» студентами II курсу О. Шпортець (6108-3) і О. Чеховською (6108-2) були не просто проаналізовані отримані результати з пропозицією провести певні технологічні зміни, а й розраховані нові нормативні показники для покращення результатів і оптимізації цільової функції.

Слід зазначити, що велике значення для цієї проблеми має творчий характер індивідуальних завдань. Так, проводячи якісний аналіз ризикотвірних чинників у діяльності окремих підприємств у ході вивчення вибіркової дисципліни «Ризикологія в маркетингу», студентами III курсу була проведена цікава дослідницька робота, серед яких слід відзначити А. Веремечук (6108-1), Є. Корінного (6108-1), О. Савченка (6108-5), А. Мурашову (6108-5), В. Бондаренко (6109-2), Кравчук (6108-3). Вони в своїх роботах звертали увагу на окремі види маркетингових ризиків: конкурентний, постачальницький, посередницький, контактний, споживацький; виокремлювали ризик неякісного маркетингового дослідження, спричинений недоліками проведеного аналізу та інтерпретації отриманих результатів; можливі наслідки та фактори ризику в процесі розробки і виведення на ринок нового товару. Навіть деякі студенти — заочники з більшою зацікавленістю виконують це завдання замість звичайних рефератів. Крім того, потрібно наголосувати на багатокритеріальному підході до обґрунтування вибору раціонального рішення за умов існуючої невизначеності, конфліктності, ризикованості для різних економічних проблем.

Ще одним фактором, що може підвищити зацікавленість студентів у навчанні, вивченні дисциплін циклу, є використання міжпредметних зв'язків, аналіз використання економіко-математичних моделей у різних галузях економіки.

Г. О. Швиданенко, канд. екон. наук, проф., завідувач,
А. І. Дмитренко, канд. екон. наук, доц.,
кафедра економіки підприємств

НОВІТНІЙ ПОГЛЯД НА ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА» ТА «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА-2»

Головною передумовою ефективного функціонування освітньої сфери є постійний розвиток та вдосконалення. У зв'язку зі зростанням конкуренції на ринку освітніх послуг, а також підвищен-