Фрейдман О. А.

**МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО КУРСА "МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА В УПРАВЛЕНИИ ТЕРРИТОРИЕЙ"**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/3/72.html

**Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.**

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2008. № 3 (10). С. 180-181. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/3/

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

лиц. Использование регулируемых курсов (горизонтального или наклонного валютного коридоров) является паллиативной мерой, не решающей проблему принципиально.

Выход, по мнению В.Александера, состоит в использовании твердой валюты (долларов, евро) вместо национальной. Для малых стран это может быть сделано явно, а для крупных, таких как Россия, в виде политики Валютного совета (Currency board), при которой страна выпускает в обращение такое количество национальных платежных средств, которое соответствует ее золотовалютным резервам при жестко фиксированном валютном курсе.

Практика показала, что применение этой схемы в Мексике, Аргентине привело к значительным экономическим и финансовым потрясениям, спаду национального производства, нарастанию внешнего долга, потере экономической независимости и отказу платежей по государственным долгам.

Исходным пунктом представленных теоретических построений является тезис о невозможности интеграции закрытой национальной экономики в мировую хозяйственную систему, основанную на либерально-рыночных принципах. Вместе с тем, история знает примеры взаимовыгодного сотрудничества стран, при котором одна из сторон не допускала свободного перемещения частных капиталов и товаров за границу (это не всегда было эффективно, но в принципе возможно). Следовательно, причиной недопущения таких стран к международному экономическому сотрудничеству выступают не экономические, а политические факторы.

В условиях глобализации крупный капитал получает возможность перемещаться в регионы мира, обладающие более привлекательными условиями инвестирования. Речь идет не только об «инвестиционном климате», условия которого теоретически можно выровнять, но и фундаментальных различиях географического и природного характера, определяющих высокий уровень рентных поступлений не только в сельском хозяйстве, но и в промышленности. В этих условиях международное движение капитала будет преимущественно однонаправленным. Следует подчеркнуть, что объединение рынков труда в реализуемом сценарии глобализации предполагается в последнюю очередь. Население депрессивных регионов превращается в доноров, лишенных возможности перемещаться вслед за утекающим национальным капиталом.

Сомнения вызывает и политика Валютного совета (комитета) как универсального средства стабилизации национальной валюты и экономики. При ней страна отказывается от самостоятельной денежной политики. Объем денежной массы увязывается не с потребностью обеспечить национально хозяйство необходимым объемом платежных средств, а с размером золотовалютных резервов. Получить их можно с помощью поддержания активного торгового баланса или кредитов международных финансовых организаций. В первом случае страна должна накопить определенный объем твердой валюты – векселей эмиссионной системы США, - переместив вместо них за границу соответствующий объем своих товаров. Во втором – взять обязательства по обслуживанию внешнего долга в конвертируемой валюте. В обоих случаях происходит перераспределение реальных ресурсов, их отток в страну, в которой расположен эмиссионный центр.

Теоретическая несостоятельность концепции Currency board своеобразно проявилась и в России. Если в 90-е годы в целях макроэкономической стабилизации проводилась политика ограничения рублевой массы путем ее привязывания к золотовалютным резервам, «настоящим» деньгам, то во второй половине первого десятилетия XXI века либеральные теоретики реформ объявили вредными для экономики и твердую валюту – доллары и евро. По итогам 2007 года золотовалютные резервы РФ выросли с 303 млрд. до 474 млрд. долларов - более чем в полтора раза. "Стерилизуя" идущий в Россию поток нефтедолларов, распорядители российских финансов не столько сдерживали инфляцию, сколько возвращали его в США. Причина инфляции — это не избыток твердой валюты, но в первую очередь недостаток производства и предложения товаров и услуг, в том числе инвестиционных, на отечественном рынке.

*Список литературы*

**Боннет А. А.** Теоретические основы экономической политики / А. А. Боннет, А. Р. Тумашев. – Казань: Казанский государственный университет им. В. И. Ульянова-Ленина, 2003. - С. 277-290.

**Alexander V.** The Problem of Optimal Exchange Rate for Central European Countries / Volbert Alexander // Postgraduate Research Programme “Capital Markets and Finace in Enlarged Europe”: Working Paper Series. - 2001. - № 1. - P. 1-30.

## МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО КУРСА «МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА В УПРАВЛЕНИИ ТЕРРИТОРИЕЙ»

*Фрейдман О. А.*

*Филиал ФГОУ ВПО «Сибирская академия государственной службы» в г. Усть-Илимск*

Данная статья посвящена проблемным вопросам преподавания маркетинга и логистики студентам второго и третьего курса специальности «Государственное и муниципальное управление». В учебном плане данной специальности содержаться такие дисциплины как «Маркетинг» и «Логистика», однако, их изучение проводится на старших курсах обучения. Восприятие этих дисциплин, без предварительного вводного курса, оказывается недостаточно эффективным с точки зрения структуризации знания, степени их усвоения, что

влияет на возможность формирования навыков по применению полученной теоретической информации на практике.

По этой причине был разработан специализированный курс для студентов третьего курса специальности «Государственное и муниципальное управление», который позволяет осуществить следующие образовательные задачи:

-изучить теоретические основы наук маркетинг и логистика, сформировать понимание их принципов;

-рассмотреть взаимодействие и взаимовлияние при реализации комплексов маркетинга и логистики применительно как предприятию (организации), так и к управлению территорией;

-исследовать отдельные вопросы применения маркетингового и логистического подхода в управлении территорией;

-научить анализировать степень использования различных подходов к управлению территорией и эффективность использования каждого подхода;

-показать роль и место логистической составляющей в комплексе маркетинга;

-научить комплексному рассмотрению и решению управленческих задач с позиций руководства территорией.

В данном случае под территорией понимается любой территориальный объект, муниципальное образование, регион, страна.

Предлагаемый курс составляет 34 аудиторных академических часа, из которых 16 часов являются лекционными, а 18 часов – практическими. В курс включены мини-тесты и контрольная работа. Формой итогового контроля является зачет.

В ходе реализации курса предполагается изучение таких тем, как «Маркетинг и логистика: сравнительный анализ принципов и функций управления», «Комплекс маркетинга и логистики в управлении предприятием (организацией). Особенности комплекса при управлении территорией», «Позиционирование, оценка конкурентоспособности, коммуникации в управлении территорией», «Маркетинговые и логистические стратегии в развитии территории» и так далее. Как видно из представленного списка тем, основной акцент при преподавании дисциплины ставится на применении интегрированного подхода. Дисциплины «Маркетинг» и «Логистика» являются смежными по своему содержанию, имеют много общих тем. Ученые до сих пор не пришли к единому мнению о главенстве одного вида управленческой деятельности (логистики или маркетинга) над другим. Очевидно, что в узких, специфических видах деятельности функциональное маркетинговых или логистических методов управления обязательно будет проявляться. Так, например, в сфере управления качеством по затратам времени, основополагающая роль отводится логистическому подходу, а в сфере работы над качеством по запросам потребителя – маркетинговому. Научить дифференцировать применение маркетингового и логистического подхода с точки зрения конкретной практической ситуации – это и есть цель данного курса. Для того, чтобы реализовать такую цель, необходимо воспользоваться такими методами научного познания как сравнительный анализ, комплексный и системный подходы. Обоснованность применения системного подхода объясняется глобализацией экономики в рамках международного сообщества, в том числе в сфере маркетинга и логистики. Речь идет о таких процессах как:

-создание логистических систем продвижения товаров и услуг;

- создание маркетинговых систем продажи отдельных товаров;

-создание маркетинговых систем продвижения территорий и разработки комплекса маркетинга для продвижения территории.

Для формирования практического навыка у студентов, изучающих данный курс, предусмотрены практические занятия, включающие различные приемы усвоения теоретического материала:

-деловые игры на тему «Разработка маркетинговой стратегии города (на примере своего муниципального образования)», «Разработка комплекса маркетинга для территории (город, регион)», «Разработка логистических систем для управления транспортом в черте города и/ или района», «Формирование имиджа города»;

-круглые столы по темам «Имидж страны (на примере группы стран)» «Логистика в управлении территорией», «Маркетинговые и логистические коммуникации на территории города и района»;

-аналитические работы «Оценка эффективности реализации стратегий маркетинга (логистики)», «Анализ конкурентоспособности территории», «Оценка эффективности управления территорией».

Подготовка к представленным практическим занятиям даст возможность студентам осознать значимость и ответственность деятельности органов местного самоуправления в развитии территориальных объектов, а также покажет необходимость овладения знаниями не только по маркетингу и логистике, но и по таким дисциплинам как «Демография», «Статистика», «Экономическая теория», «География и регионалистика». Изучение данного спецкурса на третий год обучения будет способствовать повторению учебного материала по перечисленным дисциплинам и подготовит их к адекватному восприятию дисциплин специализации.

*Список литературы*

**Кристофер М.** Логистика и управление цепочками поставок. – СПб.: Питер, 2004. – 316 с.
**Панкрухин А. П.** Маркетинг территорий. - 2-е издание, дополн. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
**Родионова В. Н., Туровец О. Г., Федоркова Н. В.** Логистика: Конспект лекций. – М.: ИНФРА-М, 2002. - 160 с.
**Уотерс Д.** Логистика. Управление цепью поставок / Пер. с англ. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 503 с.