

нить стоимость оптимального рациона с зарплатой в соответствующие годы и выяснить, как изменился уровень жизни за эти годы. Такое исследование задачи привело к необходимости включить в рацион питания любимые для каждого студента продукты. Так как на упаковках всех продуктов указано содержание необходимых питательных веществ, то каждый студент смог ввести свои данные и решить задачу о своем личном оптимальном питании.

Далее студенты пришли к выводу, что, конечно, хорошо есть те продукты, которые нравятся только им, но хотелось бы придерживаться рациональных научно обоснованных норм питания и потреблять те продукты, которые входят в потребительскую корзину. Так возникла необходимость в решении задачи об анализе потребительских цен на продукты за последние 5–7 лет, о стоимости товаров потребительской корзины и о соответствии стоимости оптимального рациона питания тем показателям, которые заложены в потребительскую корзину закрытого административного территориального образования (ЗАТО) «Северск», о сравнении стоимости оптимального рациона питания с уровнем заработной платы различных категорий работников ЗАТО. В настоящее время идет сбор данных о ценах на товары в продовольственных магазинах Северска за последние 10 лет. Задача находится в стадии подготовки к решению, и в ближайшее время мы надеемся проанализировать полученные результаты.

Библиографический список

1. Акулич И. А. Математическое программирование в примерах и задачах. М., 1986.
2. Гарнаев А. Ю. Использование *MS Excel* и *VBA* в экономике и финансах. СПб., 1999.

Н. М. Кропотина

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕПОДАВАНИИ МАРКЕТИНГА

Современные достижения в науке и технике, преобразования в области экономики и менеджмента оказывают влияние на объем и содержание знаний, умений и навыков, которыми должны владеть специалисты. Государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования специальностей 0600 группы, в рамках которых изучается дисциплина «Маркетинг», требуют от выпускника владения компьютерными

методами сбора, хранения и обработки информации, применяемыми в сфере его профессиональной деятельности. Следовательно, умение использовать компьютер для решения профессиональных и учебных задач становится обязательным компонентом подготовки специалиста.

Будущие специалисты должны обладать системой знаний и умений, позволяющих грамотно использовать компьютерные технологии в будущей профессиональной деятельности. Применение компьютерных технологий в преподавании маркетинга дает возможность приблизить обучение к реальной схеме работы в рыночных условиях, где требуется оперативное получение, обработка и использование информации для принятия оптимальных маркетинговых решений на основе анализа рынка.

Основой подготовки преподавателя к использованию компьютерных технологий в учебном процессе служат принципы дидактики, определяющие требования к содержанию, методам, организационным формам и средствам обучения. Информация должна эффективно использоваться на каждом конкретном этапе учебного процесса в каждый момент деятельности преподавателя и студента. Отдавая должное компьютерной технике, необходимо отметить, что при изучении и преподавании маркетинга целесообразно использовать аудио- и видеосредства. Особенности современной компьютерной техники таковы, что аудио- и видеосредства получают дополнительные возможности за счет подключения их к компьютерным системам. Речь идет о системах мультимедиа. Существует широкий спектр компонентов мультимедиа, позволяющих существенно повысить эффективность учебного процесса путем применения интенсивно развивающихся технологий обучения. Это определяет выбор методов, организационных форм и средств обучения, которые должны обеспечивать активность познавательной деятельности студентов, когда все их внимание сосредоточивается на сути изучаемого явления или процесса, а не на компьютере, который выступает в качестве средства обучения.

Один из аспектов использования компьютерных технологий – применение электронного учебника (ЭУ) в процессе обучения, который представляет собой совокупность теоретического, справочно-информационного, практического материала и заданий для тренинга, контроля и оценки качества усвоения знаний. Электронный учебник формируется с помощью специальных программ, позволяющих представить информацию в виде текстового, графического изображения, а также мультимедийных звуковых и видеоэффектов, что способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

Работу с ЭУ рассмотрим на примере учебника по дисциплине «Маркетинг», подготовленного для студентов Белоярского политехнического

колледжа. Учебник разработан в среде визуального программирования *Delphi*. После установки программы ее можно запустить с жесткого диска либо с *CD-ROM*. При автозапуске программы выводится главная форма ЭУ, на которой отражены названия тем (модулей). При выборе темы открывается перечень вопросов. Определившись с нужным вопросом, открываем форму с содержанием текста, который нельзя редактировать. Текст квантован, т. е. разбит на законченные смысловые порции. Цветом выделены ключевые слова, определения. По ходу изучения теоретического материала вниманию пользователя предлагаются иллюстрации, графики, таблицы, анимированные рисунки, имеющие звуковое сопровождение, что способствует развитию таких важных качеств, как интуиция, образное мышление. Каждая тема содержит набор практических заданий различной степени сложности, тест для контроля усвоения знаний, перечень изучаемых терминов, их определение и пояснение, перечень учебных пособий и периодических изданий с информацией по данной теме. Электронный учебник предельно прост в использовании. Есть возможность вывести на печать необходимую информацию, быстро вернуться к любой теме, рисунку и т. д., работать в режиме самоконтроля и контроля студентов со стороны преподавателя по каждой теме и по курсу в целом.

Электронный учебник имеет дидактические преимущества по сравнению с традиционным:

- в технологии мультимедиа создается обучающая среда с ярким и наглядным представлением информации;
- осуществляется интеграция значительных объемов информации на едином носителе;
- предоставляется возможность выбора индивидуальной схемы изучения материала;
- осуществляется обратная связь через систему тестов, что позволяет корректировать процесс изучения материала.

Электронный учебник можно эффективно использовать на лекциях и практических занятиях в аудитории и в зале электронной библиотеки для организации самостоятельной работы студентов в оптимальном режиме и в удобное для них время. В зависимости от уровня подготовки студента, его профессиональных интересов можно обратиться к указанной в ЭУ литературе для более широкого понимания изучаемой темы. Литературу можно запросить здесь же в библиотеке. Таким образом, студент работает в удобной информационной среде, что стимулирует его познавательную деятельность, усиливает мотивацию к обучению и самообразованию.

Кроме этого, с помощью ЭУ стало возможным более эффективно использовать Интернет – на страницах учебника можно делать ссылки на те-

матические *Web*-странички. Таким образом, студенты могут получать информацию из глобальной информационной сети Интернет.

Важность привития умений и навыков работы в сети Интернет в процессе преподавания маркетинга трудно переоценить. Дело в том, что, согласно классической теории, под маркетингом принято понимать систему знаний, направленную на управление потребительским спросом с позиции производителя товаров или услуг. Поэтому важно знать мнение потребителя о товаре или услуге, уровень потребности в данном товаре (степень насыщения рынка товаром), отношение покупателя к цене, способу оплаты или доставки и др. Кроме того, у потребителя возможно нет информации о необходимом ему товаре, его может не устроить упаковка и т. д. Задача маркетинга – выявить и устранить возникающий дисбаланс, свести его до минимально возможного уровня.

Обычно маркетологи тщательно изучают рынок, внимательно анализируют опыт конкурирующих организаций, изучают спрос, проводят рекламные кампании. В результате этих мероприятий нужно «понять» покупателя, выяснить, какие именно действия следует предпринять, чтобы повысить спрос, и как это сделать с наибольшей эффективностью. Кардинально меняется работа маркетолога при использовании глобальной информационной сети Интернет. Основное отличие рынка электронной коммерции от обычного рынка заключается в том, что здесь потребитель и производитель находятся на равных условиях. Выяснить у пользователя Интернета его мнение о предлагаемом товаре не составляет труда, причем сделать это можно очень оперативно. Обработать полученные таким путем статистические данные также относительно просто, собранная же в результате информация всегда будет свежей и актуальной. Именно это и позволит производителю гибко менять свою маркетинговую политику в зависимости от меняющихся обстоятельств – не только рыночных условий вообще, но и колебаний спроса в частности, поскольку в данном случае маркетолог с высокой степенью достоверности знает причины этих колебаний. Следовательно, при изучении соответствующих тем дисциплины «Маркетинг» необходимо ориентировать студентов на работу в сети Интернет, отработку приемов маркетинговой деятельности.

Понятие маркетинговой деятельности с применением электронных и компьютерных технологий гораздо шире, чем простое изучение потребительского спроса. Интернет открывает перед предприятием возможность не только организовать эффективную обратную связь с покупателем и оперативно изучать его потребности, но и необычайно гибко менять собственные маркетинговые планы и рекламные проекты в соответствии с меняющейся экономической ситуацией. Интернет – незаменимый инструмент

для получения свежей маркетинговой информации. Он многократно превосходит и органично дополняет в этом отношении традиционные средства массовой информации, а также представляет собой оптимальный способ поиска потенциальных партнеров и инвесторов. И наконец, использование Интернета значительно сокращает накладные расходы по продвижению товаров и услуг с сохранением требуемой эффективности, резко снижает риск капиталовложений, делая этот риск управляемым. Поэтому обучение работе в Интернете является необходимой составляющей будущей профессиональной деятельности. Причем эта составляющая со временем будет все более весомой, так как число российских пользователей Интернета возрастает и по прогнозам к 2003 г. достигнет 15 млн.

Интернет предоставляет громадные возможности выбора источников информации. Преподавателю при организации учебного процесса в аудитории и самостоятельной работы студентов необходимо учитывать особенности получения информации из сети Интернет. Если студента не обучить методам получения информации, то первые неудачи могут охладить желание работать в этом направлении. Поэтому преподаватели информационных технологий подготовили в качестве методической помощи студентам программу специальных курсов, помогающих освоить поисковые возможности Интернета. В библиотеке имеются учебные пособия и справочные материалы по работе в Интернет, практикумы по Интернет-технологиям. Для получения дополнительных знаний в области маркетинга можно использовать достаточно широкий перечень литературы по электронной коммерции, Интернет-маркетингу.

В Белоярском политехническом колледже обеспечена возможность работы с ресурсами Интернета в зале электронной библиотеки, в Интернет-клубе, на курсах дополнительного образования, практических занятиях, при выполнении проектных работ по заданию преподавателя. Но только этих видов деятельности становится недостаточно. Все в большей степени выделяются студенты, самостоятельно работающие в сети Интернет в домашних условиях, на рабочем месте, особенно если при решении производственных задач в период практики необходимо использовать ресурсы Интернета. Это стимулирует преподавателя использовать дифференцированный подход к организации самостоятельной работы студентов, чтобы эффективнее управлять процессом их обучения.

Успешное применение современных компьютерных технологий требует от преподавателя проработки на высоком научно-методическом уровне следующих вопросов:

- отбор содержания обучения в соответствии с дидактическими свойствами и возможностями компьютерных технологий;

- прогноз возможного воздействия компьютерных средств обучения на характер мышления и поведения студентов;
- выбор способов сочетания и интеграции компьютерных средств обучения с традиционными.

Конкретные приемы использования компьютерных технологий для организации познавательной деятельности студентов определяются особенностями изучаемой дисциплины, уровнем сложности поставленной преподавателем задачи. Цель преподавателя – помочь студенту, используя компьютерные средства обучения, наиболее эффективно организовать свою учебно-познавательную деятельность, рационально планировать и осуществлять самостоятельную работу, а также обеспечивать формирование общеучебных умений и навыков. Но возможности компьютеров не нужно переоценивать, так как передача информации сама по себе не обеспечивает передачи знания, поэтому компьютерные технологии следует рассматривать как очень эффективное, но вспомогательное средство обучения и организации самостоятельной работы.

Обобщая вышеизложенное, можно отметить, что применение компьютерных технологий в преподавании маркетинга позволяет:

- расширить и углубить знания в области будущей профессиональной деятельности специалиста, раскрыть его творческий потенциал, развить познавательные способности;
- сформировать умение оптимизации таких видов деятельности, как сбор, систематизация, хранение, поиск, обработка и представление информации, что является необходимым в маркетинговой деятельности и имеет общеучебное значение;
- значительно повысить эффективность усвоения информации в процессе обучения и расширить возможности ее получения.

Кроме того, использование компьютерных технологий позволяет более полно реализовать педагогические цели, в первую очередь те из них, которые направлены на развитие личности обучаемого, подготовку его к самостоятельной продуктивной деятельности в условиях информационного общества. Это предполагает помимо передачи информации и заложенных в ней знаний:

- развитие конструктивного, алгоритмического мышления благодаря особенностям общения с компьютером;
- развитие творческого мышления за счет уменьшения доли репродуктивной деятельности;
- развитие коммуникативных способностей на основе выполнения совместных проектов;

- формирование умений принятия оптимальных решений в сложной ситуации (в ходе компьютерных деловых игр и работы с программами-тренажерами);

- развитие навыков исследовательской деятельности (при работе с моделирующими программами);

- формирование информационной культуры, умений осуществлять обработку информации (при использовании текстовых, графических и табличных редакторов, локальных и сетевых баз данных).

Поэтому вполне закономерно, что современные концепции образования в нашей стране все в большей степени ориентируются на организационные идеи, дидактические принципы и требования, связанные с широким применением компьютерных технологий.

Н. Н. Лазаренко, Ю. М. Екимова,
В. М. Рудов, А. Л. Юнак

АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО ПСИХОЛОГА В КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ «СЕВЕРСКИЙ ПРОМЫШЛЕННЫЙ КОЛЛЕДЖ»

В настоящее время обострилась проблема сохранения психического, соматического и социального благополучия обучающихся (воспитанников) в процессе воспитания и обучения в учебных учреждениях. Особенно это актуально для учебных заведений закрытого административного территориального образования, где довольно слабая социализация обучающихся. Кроме того, «перестроечные» процессы привели к еще большему социальному и психологическому расслоению воспитанников. Отсутствие национальной идеологии и идеи, трудности, связанные с поиском гарантированного рабочего места после окончания учебного заведения, а также необходимость оплачивать обучение ведут к еще большей психологической дестабилизации личности не только студентов, но и преподавателей.

В этих условиях возникает необходимость улучшения количественных и качественных характеристик и показателей работы педагога-психолога посредством создания и активного использования автоматизированного рабочего места в рамках корпоративной информационной системы «Северский промышленный колледж» (КИС СПК).

Под автоматизированным рабочим местом мы понимаем рабочее место любого преподавателя, оснащенное персональным компьютером (ПК).