

В нашей стране под неймингом принято понимать несложное действие – создание красивого звучного названия для нового товара. В действительности же нейминг является одним из основных понятий маркетинга, а также теории эффективных продаж, согласно которой именно от имени товара во многом зависит его успех на рынке.

Очевидно, что грамотный маркетолог должен иметь общее представление о формальных и содержательных требованиях к именам, о технологиях словообразования, методиках анализа имен и т.д. В данной связи представляется целесообразным включение в программу курса «Разработка товара» темы, посвященной неймингу. В процессе рассмотрения данной темы учащимися могут быть опробованы методы работы над собственной креативностью, рассмотрены примеры удачного и неудачного нейминга, изучены способы управления аудиторией с помощью имени, отработаны самые эффективные методики разработки имен и слоганов для товаров и услуг всех типов рынков и отраслей бизнеса.

В результате учащийся получит возможность приобрести как теоретические знания, так и практические навыки в области разработки имени товара, что сделает его как будущего специалиста по маркетингу более конкурентоспособным на рынке труда.

Е.В. Белова, А.А. Шайдуров

Российский государственный профессионально-педагогический университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАТИКИ

Во-первых, я бы хотела рассмотреть проблемы информатики в школе. Все мы прекрасно знаем, что информатику, как предмет, вводят в школах с первого класса. Это нововведение, конечно же, можно назвать очень значимым и современным, но я считаю, что оно не доведено до идеала. Ведь для изучения этой науки на практике требуются современные, новые, мощные компьютеры, что может себе позволить не каждая школа. Так же это нововведение может породить два исхода: 1) в школах, с высоким уровнем образования, учеников будут качественно обучать этому предмету. В результате, будущие выпускники либо не будут нуждаться в изучении информатики в ВУЗе, что является большим минусом для любого ВУЗа, потому что становятся невостребованными преподаватели по информатике, следовательно, их увольняют и кафедру ин-

форматики полностью закрывают; либо будут нуждаться в знаниях более высокого уровня, что повлечет за собой необходимость изменить учебную программу, учебные пособия и необходимость в переквалификации преподавателей; 2) школы сельского типа будут не в состоянии обучать своих учеников на достойном уровне, что приведет к резкому отставанию в знаниях по сравнению с учениками, обучавшихся в школах с более высоким уровнем образования.

Во-вторых, я бы хотела рассмотреть проблему информатики в высших учебных заведениях. Мое поколение, приходя в ВУЗ после школы, изучает на первом курсе информатику. Программа, представленная нам для изучения, практически та же, что и в школе. Я не вижу смысла изучения в ВУЗе того же, что и в школе, ведь все-таки это высшее образование. Я бы хотела изучать, что то новое, а не повторять старое. Я считаю, что в программу неплохо бы добавить программирование, изучение внешних и внутренних устройств компьютера на практике, наглядное изучение расположения внутренних частей системного блока, рассмотрение большего количества программ, изучение возможности применения информатики для экономической специальности. Так же, я считаю, что неплохо бы развивать студентов с помощью творческих заданий по информатике, так как это интересно и дает возможность узнать больше программ и больше возможностей компьютера. Ведь ВУЗ должен выпускать специалистов, развитых в столь важной науке, потому что сейчас на всех предприятиях, компаниях и т. д. нельзя обойтись без знания компьютера, а что бы его знать, нужно изучить его с максимально больших сторон. Таким образом, я считаю, что нужно модернизировать программу обучения в ВУЗах, так как это будет большим плюсом для нынешних студентов и будущих студентов, которые будут выходить из школы с одиннадцатилетним образованием по информатике.

Н.Л. Бузмакова, А.С. Сипер

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ВЛИЯНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВУЗА

Стратегия - направленное на будущее действие вуза в соответствии с поставленной целью и вынужденных реакций на неожиданные условия.

Заинтересованная сторона – это лицо или группа, заинтересованные в деятельности или успехе организации. Заинтересованными сторонами в системе