

Учреждению нужны перспективные студенты, и получить таковых можно только с помощью хорошей рекламы и тщательного отбора заявок.

Создание информационного и рекламного материала — непростая задача. Это также относится и к используемым фотографиям. Материал должен быть ясным, полным, точным и содержать информацию об учреждении и о курсе. Листовки должны быть разработаны так, чтобы предоставлять четкую и правдивую информацию. Содержательный, ориентированный на потребителя, художественно и технически стилизованный рекламный материал обеспечит успех не только рекламной, но и приемной кампании.

Учреждение может отбирать кандидатов и интервьюировать их заочно. Такая форма заявки должна быть включена в брошюру. Несомненно, должна быть прямая взаимосвязь между критериями отбора, обозначенными в рекламном материале и в форме заявки. Нужно избегать некорректных и не относящихся к делу вопросов. В ней также должны быть четкие инструкции по заполнению и информация о необходимых сопроводительных документах (медицинская и финансовая декларации, дипломы, рекомендательные письма, фотографии и т.д.).

Обычно используют следующие виды рекламы: объявления, статьи и интервью в образовательных и профессиональных изданиях, а также в обычных изданиях, таких как международные и местные газеты и журналы. Когда план набора разработан и запущен в действие, его нельзя прерывать. Это долгосрочная и продолжительная деятельность. Более того, следует поддерживать необходимые контакты как на национальном, так и на международном уровне и продолжать расширять сеть партнеров, обновлять (ежегодно) рекламный материал и вносить все изменения и модификации курсов.

При критическом и систематическом анализе организатор курса отметит все изменения и внесет их в рекламный материал. Это обеспечит качественную рекламу и выполнение плана набора студентов.

**О.Н. Дунаев, И.В. Ершова,
Н.А. Купряжкин**

ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

Глобализация экономических отношений привела к образованию и развитию всемирной торгово-промышленной сети. Особенно актуальным сегодня является то, что новые обширные, многосторонние экономические связи требуют объеди-

нения методов и схем, работающих на территориях отдельных государств, так как существующие различия позволяют гармонично дополнить и взаимно обогатить уже имеющиеся направления деятельности в мировой экономике.

Примерами «нестыковок», свидетельствующими о необходимости унификации содержания экономических дисциплин, служат различия:

- в нормативной базе, используемой отечественной и зарубежной системами бухгалтерского учета;

- в подходах к управлению рисками (основной проблемой для российских менеджеров является недостаточность информации об условиях на рынке и тенденциях рыночного развития, а также сложность их прогнозирования; так, широко используемый в зарубежной практике фактор «бета», учитывающий недифференцируемый риск и рассчитываемый для различных отраслей экономики специальными службами, в России практически игнорируется, организациям приходится определять его самостоятельно, с заранее допускаемой скидкой на достоверность);

- в устоявшихся взглядах населения, в системе доверия — например, в российских условиях будет неэффективным практиковать популярный для западного маркетинга прием социологических опросов населения, нацеленный на выявление приоритетных видов продукции и услуг и т.п.

В рамках международных студенческих обменов в целях сглаживания вышеуказанных различий могут быть предложены: с зарубежной стороны — предоставление учебной информации и практические примеры изучения рынка в целом (маркетинг, логистика), с российской — передача опыта внутренней организации и управления компаниями (техничко-экономическое планирование, контроль и учет).

В.И. Магойченков

НОВЫЕ ФОРМЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА В ТЮМЕНСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ КОЛЛЕДЖЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Несмотря на трудности и издержки, связанные с рядом нерешенных проблем как в экономической, так и в профессионально-образовательной сфере, были сделаны важные, решающие шаги по адаптации инновационных идей по структурно-функциональной перестройке и совершенствованию содержания образования в колледже.