

Факторы можно разделить на управляемые и неуправляемые. К числу управляемых факторов можно отнести следующие: позиционирование услуг, т.е. выбор целевых сегментов; разнообразие предлагаемых образовательных программ; цена образовательных услуг; финансовые ресурсы; научно-технический потенциал.

К неуправляемым со стороны менеджмента вуза факторам относятся: численность целевой аудитории; доход на душу населения; стоимость ресурсов – трудовых, информационных и т.д.; состояние нормативно-технической базы.

Неуправляемые факторы являются средой, в которой существует вуз, и государственная политика должна создать такие условия, при которых спрос на качество образовательных услуг повышался. Т.е. перечисленные факторы могут быть управляемыми со стороны государственной власти и органов местного самоуправления для обеспечения благоприятной возможности развития учебных заведений.

В.Н. Кулагин, Л.В. Сергеева

Тольяттинский государственный университет

МОДЕЛИРОВАНИЕ БАЗЫ ЗНАНИЙ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ АВТОМОБИЛЕЙ

Актуальность исследования, моделирование базы знаний для автоматизированного рабочего места менеджера продаж обусловлена производственной необходимостью для организации и систематизации, специальным образом организованных файлов, хранящих систематизированную информацию (понятия, правила, факторы), совокупность которых представлена в базе знаний необходимой для формирования системы принятия решений. Гипотеза исследования заключается в том, что можно повысить качество принимаемых решений, если разработать базу знаний системы принятий решений с последующим выбором наилучшей альтернативы для лица принимающего решения. Целью проектирования является построение базы знаний, как механизма для сбора и систематизации релевантной информации для последующего принятия альтернативных решений руководством или ЛПР.

В результате исследования было выполнено:

Построена модель социально-экономического процесса на примере автоматизированного рабочего места менеджера продаж.

Системный, функциональный, параметрический, морфологический, информационный анализ, результаты, которого послужили основой для разработки и построения базы знаний АРМ менеджера продаж.

Построена модель семантической сети, разработаны производственные правила и построена фреймовая модель АРМ менеджера. В качестве средств реализации фреймовой модели была выбрана программа ERwin, т.к. она позволяет моделировать логическую и физическую структуру, баз данных и баз знаний и наглядно представлять фреймовую структуру модели и реляционные связи.

Разработана система принятия решений. Применена методика выбора наилучшей альтернативы (Пратто-оптимальность) и рассчитан глобальный критерий. Основываясь на полученных результатах и экспертной оценке, принимаем решение, что для повышения эффективности работы предприятия ООО «МИР» необходимо выбрать альтернативу №4.

Методика расчетов была предложена руководству предприятия. Результаты исследования имеют практическое значение. Разработанная база знаний находится на рассмотрении руководства ООО «МИР» для ее практическом использовании.

Т.Е. Кускова, В.Г.Аникина

Томский государственный педагогический университет

ДИДАКТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Преподавание экономических дисциплин в высших учебных заведениях должно обеспечивать потребности общества в обучении принципам рыночной экономики, которые