

СЕКЦИЯ «ТАМОЖЕННОЕ ДЕЛО»

ИДЕАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТНО-МАРКЕТИНГОВЫХ СЛУЖБ И ПРИМЕР ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В НАЦИОНАЛЬНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, МЕХАНИКИ И ОПТИКИ

Аниськевич Н.С., Санкт-Петербургский государственный научно-исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург

Научный руководитель: д-р ист. наук, зав. кафедрой мировой экономики и международных отношений НИУ ИТМО Хейфец В. Л.

Международный менеджмент и маркетинг применительно к сфере образовательной деятельности являются стратегическими целями международного развития университета. Система непрерывного маркетингового и менеджментного процессов позволяет обеспечить устойчивый и стабильный рост учебного заведения. Это также дает возможность отслеживать происходящие изменения, своевременно адаптироваться к изменениям рыночной среды и спроса потребителей и опережать действия конкурентов.

Для наилучшего функционирования маркетингово-менеджментный комплекс международной образовательной деятельности должен включать следующие подразделения и отделы, который будут решать определенные функциональные задачи:

- ситуационный анализ (общий сбор, анализ и систематизация информации о состоянии на рынке различных образовательных и научных программ вузов конкурентов);
- проведение полевых маркетинговых исследований (получение первичной информации с помощью анкетирования и интервьюирования реальных и потенциальных клиентов, заинтересованных лиц);
- представление информации (обработка полученной информации и дальнейшая ее передача в соответствующие подразделения);

- разработка рекомендаций по товарному предложению (разработка и предоставление информации об образовательных программах, востребованных в данное время или в перспективе);
- контроль за соответствием качества;
- разработка ценовых программ;
- разработка и реализация программ продвижения.

Одним из ярких примеров функционирования различных подразделов данной системы является национально-исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Санкт-Петербург, Российская Федерация). Данный университет включает в свою структуру вышеуказанные подразделения и успешно развивается в сфере маркетинга, менеджмента и коммуникаций. Это можно видеть на ниже следующих примерах:

- Университет успешно интегрирует российские системы образования в Европейское образовательное пространство: он является членом Европейской ассоциации университетов с 2006 года, что положительно влияет на глобальное позиционирование университета; участвует в Болонском процессе, внедрение которого в российские образовательные стандарты началось в 2003 г.; вводит инновационные образовательные программы, существует план стратегического развития университета 2006-2012 гг. В университете обучаются иностранные граждане, численность которых в настоящее время около 200 человек (2,2 % от общего числа обучающихся), а в год получают дипломы около 30 зарубежных студентов.

- В 2009-2010 гг. университет вошел в 5 консорциумов FIRST (программа, которая включает в себя обмен студентами вузов Финляндии и Северо-западного региона России), что предоставляет студентам Университета большие возможности и широкую свободу выбора для осуществления обучения по обмену. Внедряя новые системы образования и взаимодействуя с вузами других стран, НИУ ИТМО осуществляет развитие на рынке мировых образовательных услуг.

- Университет занимается и издательской деятельностью. Его издательство публикует не только научные журналы (входящие в перечень изданий, рекомендованных ВАК России), газеты и учебные пособия, написанные преподавателями университета (за

последние 5 лет было выпущено более 200 наименований учебной литературы). Это оперативно позволяет обеспечивать учебный процесс необходимой литературой.

- В 2002 г. был разработан и запущен Интернет сайт университета (www.ifmo.ru). В 2007 г. начал функционировать информационный отдел обслуживающий этот сайт, являющийся на сегодняшний день важнейшим ресурсом: на нем расположены образовательные, энциклопедические и справочные материалы (электронная библиотека). На сайте также публикуется всех события и сведения о ВУЗе и его деятельности.

- Существует техническая группа (около 15 человек), которая обслуживает и консультирует по вопросам использования, выбора, дизайна и изготовления информационных средств, обеспечивает качественный, удобный, эффективный учебный процесс (служба технической поддержки учебного процесса и оснащения аудиторий необходимыми видео-, аудио- техникой и материалами, служба обеспечения техническими средствами, служба технической поддержки (тех. обслуживание)).

- В университете также используются новые интернет-технологии, которые позволяют улучшить качество и доступность образования и являются отличительной чертой вуза. Таким примером может служить Система дистанционного обучения, созданная в 2003 г., которая дает возможность удобно и эффективно обучаться на расстоянии (она стала продолжением Центра Дистанционного Обучения созданного в 1999 г.). У каждого студента на сайте имеется свой электронный журнал, отображающий его успеваемость и возможность дистанционного обучения, которое включает в себя прохождение тестов по различным дисциплинам, как дома, так и в оборудованной аудитории с 60 специальными компьютерами. Эта система позволяет также осуществлять анонимные оценки работы сотрудников ВУЗа и оперативно получать информацию по изучаемым дисциплинам.

Таким образом, можно сделать вывод, что основными задачами маркетинговых, менеджментных и коммуникационных служб является оценка перспектив развития спроса на рынке образовательных услуг и продвижение на рынке востребованных вузов. А работа подобных служб университета информационных,

технологий, механики и оптики является положительным примером для примерной организации данной деятельности.

Литература:

1) Коммуникации и продвижение образовательных услуг на рынке [Электронный ресурс]: статья А. Панкрухина. – Режим доступа: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/24.php>

2) Материалы семинара «Маркетинг образовательных услуг» [Электронный ресурс]: статьи – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/conf/2002-01-edu/>

3) Информация об образовательных программах НИУ ИТМО [Электронный ресурс]: статьи – Режим доступа: <http://www.ifmo.ru/>

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ТАМОЖЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ PICARD

Шараг Г.В., Санкт-Петербургский государственный научно-исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург

Научный руководитель: д-р ист. наук, доцент, зав. кафедрой мировой экономики и международных отношений НИУ ИТМО,
Хейфец В. Л.

В 2005 году, осознавая значение качества знаний и образования в сфере таможенной деятельности и то, как мало было известно о международных разработках в этом вопросе, Всемирная Таможенная Организация (ВТамО) организовала ряд встреч с университетами и академическими учреждениями.

Первая такая встреча между членами секретариата ВТамО и представителями университетов и исследовательских институтов состоялась в штаб-квартире ВТамО в мае 2005 года. В ходе мероприятия обсуждались возможности совместной работы между «ученым миром» и таможенной для повышения уровня подготовки специалистов. В результате этих встреч была создана Международная сеть таможенных институтов (INCU).

Совместно с INCU ВТамО разработала первый проект международного стандарта признания для институтов, готовящих