

ного образования, например мэр города, глава администрации, глава сельского поселения – избираться населением или представительным органом; местная администрация (исполнительно-распорядительный орган), например городская администрация и др.; иные органы МСУ, предусмотренные уставом муниципального образования и обладающие собственными полномочиями по решению вопросов местного значения.

Согласно Конституции РФ, муниципальная собственность признается и защищается государством наравне с другими формами собственности. Для выполнения своих задач, связанных с социально-экономическим развитием территории – муниципальные образования должны обладать необходимыми финансовыми ресурсами, иметь право самостоятельного управления и распоряжения ими.

Муниципальные финансы можно определить систему экономических отношений, посредством которых распределяется и перераспределяется национальный доход; совокупность денежных средств, формируемых и используемых для решения вопросов местного значения, на экономическое и социальное развитие территории.

Более конкретно под местными финансами понимается вся совокупность денежных средств, формируемых и используемых для решения вопросов местного значения и осуществления отдельных государственных полномочий, переданных органам местного самоуправления.

Финансово-экономическая самостоятельность, и самостоятельность вообще, МСУ может быть обеспечена только в случае наличия достаточных средств для покрытия, как минимум, обязательных расходов местных бюджетов.

ОСНОВЫ МИКРОЭКОНОМИКИ (учебное пособие)

Фомина В.П., Попова Е.Н., Ватутина Л.А.
ГОУ ВПО МГОУ, Москва, e-mail: papka5@mail.ru

В учебном пособии изложены основные темы раздела «Микроэкономика» курса «Основы экономической теории, предусмотренные федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования, и учтены требования этого стандарта.

В процессе формирования экономического образа мышления будущих специалистов в области экономики изучение экономической теории занимает особое место. Практика реформирования национальной экономики, интеграция ее в систему мирового экономического хозяйства предъявляет высокие требования к экономическим знаниям современных специалистов, владеющих не только практическими навыками, но и умеющих понимать экономические взаимосвязи происходящих явлений и процессов.

Настоящее учебное пособие представляет собой систематизированное изложение основных проблем микроэкономической теории. Структурирование авторами учебного материала позволило сгруппировать излагаемые проблемы микроэкономики в восемь глав.

Глава первая имеет своей целью, знакомя студентов с основами теории потребительского поведения, показать теоретические подходы к изучению закона спроса, который раскрыт в следующей главе «Теория спроса и предложения». Здесь показан механизм формирования индивидуального и рыночного спроса на товары и услуги. Отдельная глава посвящена изложению вопроса об эластичности спроса и предложения, где особое внимание уделено эффектам дохода и замещения.

Дальнейший материал нацелен на изучение структуры рыночного хозяйства. Овладение им предполагает знание основ теории производства и знакомство с построением производственных функций. Глава «Издержки производства и прибыль» посвящена изложению этого важного вопроса, поскольку он является центральным при освоении материала, посвященного методам анализа выручки и издержек как основе для принятия решений. Поведению фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции также посвящена отдельная глава. В отдельной же главе изложен вопрос о рынках факторов производства и использовании экономических ресурсов. В заключительной главе дано обоснование необходимости государственного регулирования экономики.

В структуре каждой главы выделены теоретическая часть, раскрывающая базовые вопросы дисциплины, и методическая часть, включающая упражнения, тестовые задания, примеры решения задач и задачи для самостоятельной работы. Такое изложение теоретического и учебно-методического материала позволяет не только расширить теоретическую базу знаний, но и способствует приобретению необходимых навыков практической работы с микроэкономическими моделями.

Учебный материал представлен по принципу увеличения сложности проблем в решении задач и ситуаций. Такой метод усложнения материалов способствует усвоению учебного курса, систематизации знаний, развивает у студентов оценку экономической взаимосвязи процессов, явлений и ситуаций, происходящих на микро- и макроуровнях.

Тестовые задания и упражнения направлены на проверку усвоения экономических знаний студентами по конкретным темам и ситуациям, выявление уровня экономического мышления при рассмотрении конкретных проблем. Работа с тестами – это, своего рода, тренировка памяти и ума, с помощью которой легче овладеть и тер-

минологией экономической науки, и присущей ей логикой, и ее основными инструментами.

Тесты включают вопросы, ответы на которые позволят студентам уточнить формулировки понятий. Тем самым создаются основы для правильной характеристики процессов и явлений в мире экономики.

Пособие содержит тесты открытой и закрытой формы. Такое комбинирование тестового учебного материала является наиболее эффективным методом при формировании у студентов самостоятельности, ответственности и последовательности действий при решении вопросов, перечисленных в заданиях.

Задачи, содержащиеся в пособии, направленные на развитие интеллектуальных умений, они предусматривают расчет, анализ, классификацию, систематизацию, обобщение экономических знаний и умений.

Выполнение практических заданий будет способствовать более полному усвоению теоретического материала, поможет студентам научиться пользоваться различными методами экономического анализа, позволит выяснить, насколько глубоко усвоены рассматриваемые вопросы.

Материал излагается в доступной форме, с использованием графических методов анализа и примеров.

Таким образом, данное учебное пособие представляет собой систему учебных материалов в виде теоретического материала, раскрывающего основные вопросы дисциплины, а также упражнений, тестов и задач, направленных на проверку знаний, умений, навыков и опыта творческой деятельности студентов по усвоению содержания раздела «Микроэкономика» курса «Основы экономической теории».

МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (конспект лекций)

Шадрин В.Г., Коновалова О.В.

*ГОУ ВПО КемГИПП, Кемерово,
e-mail: gda-kuzbass@rambler.ru*

Маркетинг используется не только производственными предприятиями, но также торговыми организациями, организациями сферы услуг, отдельными лицами, на уровне регионов и страны в целом. Но при этом стоит иметь в виду, что маркетинг не является некой универсальной, унифицированной концепцией, направления и методы ее реализации требуют адаптации к типу организации, а также к отрасли, в которой действует данное предприятие.

Конспект лекций «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» под авторством кандидата экономических наук, доцента Шадрина В.Г. и кандидата технических наук, доцента Коноваловой О.В. объемом 64 страницы издан в Кеме-

ровском технологическом институте пищевой и предназначен для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг».

В настоящее время, в связи с возросшей ролью маркетинга в деятельности организаций, будущие маркетологи нуждаются в серьезной подготовке, которая давала бы возможность решать широкий круг задач и использовать теоретические знания на практике. Для этого необходимо получение ими правильного общего представления об отличиях маркетинга в той или иной отрасли. Существующие учебники и учебные пособия по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» зачастую не отражают специфику маркетинга в определенной сфере, а пытаются переложить и адаптировать основы маркетинга к промышленности, сфере обращения и так далее.

Кроме того, отсутствует достаточное количество учебно-методических разработок по маркетингу в пищевой промышленности. Хотя именно производители продуктов питания в силу острой конкуренции и давления импорта стали одними из первых обращать внимание на маркетинг в своей деятельности. Используя маркетинг в сфере пищевой промышленности как метод целенаправленного регулирования производства, его переориентации в соответствии с изменением рыночной конъюнктуры и перспективами развития потребительского спроса, следует также подчеркнуть сложность и специфику рыночных отношений в этой области, особенно ценообразования и планирования ассортимента продовольственных товаров. Для изучения и анализа применения маркетинга в отраслях и сферах деятельности, в том числе в пищевой промышленности, авторами был составлен конспект лекций «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».

В конспекте лекций освещаются такие вопросы, как: состояние и потребители пищевой промышленности, конкуренция и ценообразование в пищевой промышленности, факторы, определяющие спрос на продукты питания, особенности каналов распределения и сбыта продуктов питания, маркетинговые коммуникации, особенности рекламы продуктов питания и технология брендинга, маркетинговые стратегии предприятий пищевой промышленности, промышленный маркетинг и маркетинг услуг.

Данный конспект лекций «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» можно условно разделить на три части: «маркетинг в пищевой промышленности», «промышленный маркетинг» и «маркетинг услуг», которые включают 9 глав:

- особенности маркетинга в пищевой промышленности (понятия, концепции маркетинга, маркетинговая среда, стратегические приоритеты маркетинга);
- характеристика рынков продукции пищевой промышленности;