

тельность, а как философия хозяйствования, пронизывающая все сферы предприятия, ориентирующая определенным образом его работу и развитие.

Изложение курса ведется в последовательности, определяемой технологией маркетинговой деятельности. Рассматриваются основные сведения, являющиеся ключевым для понимания концепций современного маркетинга, как целостной системы, а затем – конкретные маркетинговые решения, формы и методы деятельности при выступлении на рынке с товарами. В пособии раскрывается система современных знаний о маркетинге, изложенных в виде логической конструкции научных понятий и категорий, представленных в сжатой и схематичной форме. Сложный теоретический и практический материал доходчив настолько, что превращает книгу в настольный инструмент самостоятельного изучения маркетинга. Каждый читатель может подкрепить теоретические навыки в области маркетинга построением графиков, решением задач и упражнений, проверить свои знания самотестированием.

В процессе изучения учебного курса студенты должны:

- изучить основы маркетинговой деятельности предприятия применительно к сферам производства, товарного обращения и потребления;
- овладеть практическими навыками в организации маркетинговой деятельности предприятия;
- научиться применять основные методы исследования рынка;
- получить четкое представление об организации сбытовой деятельности на предприятии;
- получить представление о процессах планирования и организации маркетинговой деятельности на предприятии;
- овладеть навыками обоснования сбытовой и ценовой политики на предприятии.

В учебном пособии маркетинг представлен как система хозяйствования, направленная на рынок и потребителя, на изучение его запросов и интересов. В пособии отражена организационная структура службы маркетинга, раскрыты вопросы организации товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики фирмы.

Предлагаемое издание оставляет для читателя простор для раздумий и размышлений. Пособие позволит быстро и эффективно обобщить знания, полученные на лекциях и семинарских занятиях, и будет неопределимым помощником при подготовке к экзамену по курсу «Маркетинг».

Предлагаемое пособие содержит материал для практических работ, который включает теоретический раздел, практико-ориентированные задачи, вопросы для обсуждения по теме, тематику рефератов и эссе по изучаемым темам, тесты и рекомендуемую литературу.

Данное издание предназначено как для студентов высших учебных заведений, обуча-

ющихся по экономическим и управленческим специальностям очной и заочной форм обучения, бакалавров, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент», аспирантов, так и для практикующих менеджеров, всех тех, кто интересуется маркетингом.

СОВРЕМЕННЫЙ МИР И РОССИЯ: НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА (монография)

Гришин В.И., Журавлева Г.П., Смагина В.В.
ФГБОУ «Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова», Москва,
e-mail: galinaguravleva@rambler.ru

Монография «Современный мир и Россия: новая экономическая перспектива» является результатом проведенных научных исследований членами научной школы «Экономическая теория» в РЭУ им. Г.В. Плеханова, а также ряда известных отечественных и зарубежных ученых, имеющих собственное мнение по данной проблеме.

Цель предоставленной читателю книги – интеллектуальное осмысление социально-экономического мира и России на переломе эпох, в условиях смены цивилизаций, смены вех эпохального развития.

Современный мир, в том числе и Россия, находится в условиях незатихающих волн глобального, системного, интегрированного, перманентного (длительного), а потому и чрезвычайно сложного кризиса, усугубленного ускоренным нарастанием новых проблем и противоречий. Впервые в истории привычные международные конфликты померкли перед общей проблемой человечества, и ведущим державам еще предстоит разработать совместные пути решения новых насущных угроз: экологических, климатических, идеологических и т.д. – замечает известный политик Зб. Бжезинский.

Подводя итоги радикальным преобразованиям российской экономики по пути создания свободной социально-ориентированной рыночной экономики, возникает сомнение в правильности выбранного пути реформирования экономической системы, объявленном миру «триумфе» капиталистической системы, «совершенстве» неоклассической парадигмы общества. Мир начинает задумываться о будущем, о новой цивилизации, новой стратегии социально-экономического развития, новой ее модели, «другой экономике», о новой экономической перспективе.

В данной книге перечисленные проблемы изложены в четырех разделах.

Первый раздел посвящен исследованию текущей экономической ситуации, сложившейся в России и мире, в первые полтора десятилетия нового столетия, обоснованию необходимо-

сти и возможности новой экономической перспективы социально-экономического развития, политической экономии будущего, основных направлений действий в среднесрочной перспективе.

Второй раздел книги раскрывает общие черты и специфику социально-экономического развития России и ее регионов в условиях новой волны глобального кризиса после 2008 года. Особое внимание уделено разрешению проблем экономического роста, совершенствованию финансовой политики государства, росту потребительских расходов, торговым процессам, влиянию санкций и импортозамещения, новой промышленной политики и т.д.

В третьем разделе рассматриваются отдельные проблемы мировой экономики и международный опыт их разрешения в условиях новой экономической перспективы. К ним относятся обеспечение занятости населения, управление финансовыми рисками, развитие глобальных промышленных сетей, формирование и развитие институтов АЭС, таможенных органов, антидемпингового регулирования и многое другое.

В четвертом разделе настоящего (11-го) выпуска исследований научной школы традиционно представлены взгляды отечественных и зарубежных ученых на проблемы реформирования образования в новых условиях. Уделено внимание возможности для России вновь вернуться в мировые лидеры, специфики университетского образования в прошлом и настоящем, в России и за рубежом и т.д.

Дискуссионность изложенных материалов, по нашему мнению, допустима и составляет внутренний мир монографии, ее многоплановость и специфичность в подходах к оценке событий и фактов, а также общетеоретическим выводам и практическим рекомендациям.

Книга предназначена не только для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов, но и для широкой аудитории читателей, практиков, работников государственного управления – всех, кто заинтересуется экономической теорией.

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ (учебник)

Кусакина О.Н., Рыбасова Ю.В.,
Чердниченко О.А., Куренная В.В.,
Аливанова С.В., Гунько Ю.А.,
Агаларова Е.Г., Косинова Е.А.

*ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет», Ставрополь,
e-mail: chered72@mail.ru*

В настоящее время коммерческие предприятия различных организационно-правовых форм выступают в качестве ключевого звена национальной экономики. В этих условиях роль экономических знаний в решении вопросов управ-

ления организацией является весьма значимой, а изучение дисциплины «Экономика организации» способствует формированию у будущих специалистов целостной системы экономических знаний, умений и навыков в данной области.

Цель издания учебника – содействие подготовке квалифицированных кадров в области экономики, обладающих необходимыми компетенциями для комплексного решения проблем развития хозяйственной деятельности.

В учебнике рассмотрены экономическая сущность организации и механизм ее функционирования, состав экономического потенциала, задействованные в производстве трудовые, материальные и финансовые ресурсы, ключевые аспекты эффективности их использования.

Изучение курса в методическом плане тесно связано со знанием таких дисциплин, как микроэкономика, макроэкономика, экономика отрасли, статистика, экономика труда, экономический анализ и др. Это позволяет обеспечить системное видение того, каким образом возможно достижение наилучшего результата функционирования хозяйствующего субъекта, и способствует приобретению студентами комплексных знаний о принципах и закономерностях функционирования организации как хозяйственной системы, о методах планирования и управления деятельностью организации в целях повышения ее эффективности.

Учебник составлен в соответствии с образовательной программой направления «Экономика». Учебный материал представлен с позиций компетентностного подхода. Изучение теоретических основ и проработка практической составляющей учебного материала, представленного в учебнике, поможет решать текущие и перспективные хозяйственные задачи функционирования коммерческой организации различной отраслевой принадлежности (промышленности, сельского хозяйства, сферы услуг и т.д.), неизбежно возникающие не только в работе экономистов, но и других специалистов реального сектора экономики. Рекомендуются студентам и аспирантам, обучающимся по всем профилям направления «Экономика», руководителям и специалистам организаций различных отраслей экономики.

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА (рабочая тетрадь для практических занятий и самостоятельной работы студентов направления 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление»)

Куренная В.В., Аливанова С.В.,
Чердниченко О.А., Рыбасова Ю.В., Айдинова А.Т.
*ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет», Ставрополь,
e-mail: chered72@mail.ru*

Рабочая тетрадь по дисциплине «Основы маркетинга» составлена в соответствии с об-