

классической синергетики (эффект «1 + 1 = 3») применительно к стремлению развития, стратегиям продвижения и снижению маркетинговых издержек.

Таблица 1 – Классификация кросс-маркетинга

Классификационный признак	Виды кросс-маркетинга
Срок сотрудничества	<ul style="list-style-type: none"> • тактический кросс-маркетинг; • стратегический кросс-маркетинг;
Сфера деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • внутренний кросс-маркетинг; • внешний кросс-маркетинг;
Количество партнёров	<ul style="list-style-type: none"> • бикросс-маркетинг; • тиркросс-маркетинг; • мультикросс-маркетинг;
Объект продвижения и/или продажи	<ul style="list-style-type: none"> • кросс-маркетинг товаров; • кросс-маркетинг услуг; • кросс-маркетинг микс;
Характер специализации	<ul style="list-style-type: none"> • смешанный кросс-маркетинг; • категорийный кросс-маркетинг.
Цель кросс-маркетинговой кампании	<ul style="list-style-type: none"> • информационный кросс-маркетинг; • кросс-маркетинг продаж; • комбинированный кросс-маркетинг;
Место проведения кросс-мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> • экскросс-маркетинг; • инкросс-маркетинг;
Степень значимости партнёров на рынке	<ul style="list-style-type: none"> • кросс-маркетинг лидера и новичка; • кросс-маркетинг двух лидеров;
Концентрированность на определённый сегмент	<ul style="list-style-type: none"> • массовый кросс-маркетинг; • селективный кросс-маркетинг;
Характер спроса	<ul style="list-style-type: none"> • кросс-маркетинг товаров повседневного спроса; • кросс-маркетинг товаров особого спроса;
Конечное использование товара	<ul style="list-style-type: none"> • кросс-маркетинг на B2B рынке; • кросс-маркетинг на B2C рынке;

Литература

1. www.propel.ru/pub/Kross-marketing.php
2. www.ruler.com.ua/pages/26/
3. www.alenashefina.com/2012/01/kak-organizovat-kross-marketing/
4. www.24on-line.com/publ/kross_marketing_sposob_vyzhivaniya_ili_instrument_razvitiya_kompanii
5. www.besttext.ru/cross-marketing.html
6. www.liskovskogo.com/promotion/cross-marketing.html

ПРЕДПОСЫЛКИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОЛЛЕКТИВА ВУЗА

**THE GROUNDS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT
OF A COLLECTIVE OF HIGHER LEARNING INSTITUTION**

**Рассказова С.Н., специалист по кадрам,
филиал ФГБОУ ВПО «МГИУ», г. Рославль**

**Rasskazova S.N., Specialist of the teaching staff
branch FGBOU VPO "MGIU", Roslavl**

Эта статья посвящена исследованию предпосылок инновационного потенциала развития коллектива филиала ФГБОУ ВПО «МГИУ» в г. Рославле.

This paper is concerned with the grounds of innovative potential of a collective development of filiation FGBOU VPO «MGIU» in g. Roslavl.

Ключевые слова: инновация, организация, вуз, управление
Keywords: innovation, organization, high school, management

Успешная деятельность любой организации, в том числе, высшего учебного заведения, зависит не только от квалификации персонала, но и от умелого использования кадров, эффективности управления ими.

Одной из основополагающих функций менеджмента является управление персоналом. На сегодняшний день работа с кадрами во многих вузах сводится, в основном, к документарному оформлению трудовых отношений. Хотя именно человеческие ресурсы любого высшего учебного заведения способны либо повысить его эффективность, либо подставить под сомнение факт существования его на рынке образовательных услуг среди конкурентоспособных учреждений.

В отличие от своих предшественников современный сотрудник вуза должен быть не только специалистом в своем предмете, он обязан обладать знаниями в сфере информационных технологий, педагогики, психологии, иметь широкий кругозор, быть профессионалом в области коммуникаций и новаторства.

Наметившиеся тенденции в образовательных учреждениях находят и правовое подтверждение. Так согласно действующему Единому квалификационному справочнику должностей руководителей, специалистов и служащих (Раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденный приказом Минздравсоцразвития РФ от 11.01.2011 № 1н) одним из требований назначения на должности руководителя, заведующего, начальника структурного подразделения высшего образовательного учреждения является наличие высшего профессионального образования по специальности «Управление персоналом», «Менеджмент», «Государственное и муниципальное управление».

На наш взгляд, чтобы решать приоритетные задачи образования в соответствии с концепцией модернизации образования, необходима качественная перестройка сознания педагога. Это возможно осуществить при переходе коллектива вуза в режим инновационного развития, так как инновационный потенциал раскрывается в способности к саморазвитию и реализации инновационных идей, проектов, технологий. Инновации в образовательном процессе, с одной стороны, являются проявлением уровня квалификации и компетентности сотрудников вуза, результатом их творческой деятельности, а с другой – действенным средством, условием ее совершенствования. Наиболее эффективное развитие инновационного потенциала происходит в том случае, когда коллектив находится в инновационном поиске, в непрерывном процессе обновления.

Но прежде чем проводить какие-либо изменения, необходимо оценить готовность персонала к тем или иным трансформациям.

В филиале ФГБОУ ВПО «МГИУ» в г. Рославле было проведено исследование трудового коллектива на предмет готовности к инновациям. Посредством метода анкетирования были сделаны первоначальные выводы о готовности и желании персонала принять изменения, о настроениях внутри коллектива.

Потенциал коллектива филиала был исследован по следующим критериям:

- общие сведения о членах коллектива;
- готовность и желание изменяться, восприимчивость к новому;
- способность и возможность работать в коллективе (команде) филиала;

- подготовленность коллектива к освоению новшеств;
- проявление творческой активности.

В результате анализа заполненных анонимных анкет было выявлено следующее:

а) средний возраст коллектива филиала составляет 41 год, а значит, перемены допустимы, т.к. в коллективе со средним возрастом 50 лет и старше – перемены невозможны;

б) средний стаж работы сотрудников составляет 13 лет, а средний стаж работы в высшей школе составляет 8 лет.

Таким образом, по критерию возрастного состава сотрудников инновационное развитие коллектива возможно.

2. Сотрудники:

а) постоянно следят за передовым опытом в сфере своей деятельности, у них присутствует желание к постоянному совершенствованию в своём деле, а значит, заниматься самообразованием;

б) сотрудничают с научными консультантами;

в) имеют чувство перспективы;

г) открыты новому, а значит, отличному от себя, к инакомыслию;

д) готовы приспособиться к новому стилю работы;

е) уверены в развитии филиала в лучшую сторону.

В дальнейшем организация самостоятельно будет вырабатывать решения, нужные для её развития. Как показывает практика, внедрение концепции реинжиниринга должна сопровождаться убеждённостью работников в добровольности и справедливости проводимых перемен. Поэтому задача руководителя в будущем создать условия для разработки плана действий в сфере изменений коллектива с помощью специальных средств и процедур. И условием успешного развития инновационных процессов в образовании должен стать инновационный потенциал филиала.

Литература

1. Н.Д. Сорокина. Управление новациями в вузах (социологический анализ). – М.: «Канон+», 2009.-255 с.
2. Воронина Т, Молчанова О., Абрамешин А. Управление инновациями в сфере образования/ Высшее образование в России. 2001. № 6.
3. Куртиков Н.А. Психология и социология управления. Учебное пособие. М., 2007.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФЕРМЕРСКОГО КЛАСТЕРА

Basic principles FARM CLUSTER

Вакульская Л.С., ассистент,

УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест

Vakulskaya L.S., Assistant Professor,
Brest State Technical University, Brest

Сельское хозяйство может успешно развиваться лишь в тесной связи с отраслями, поставляющими ему необходимые средства производства и перерабатывающими его продукцию.