

согласно целевым показателям, а в долгосрочной перспективе происходит формирование положительного конкурентоспособного имиджа вуза. Маркетинговые коммуникации вуза через социо-технологии возможны благодаря основным социальным каналам: непосредственно сами социальные сети, блог, видеохостинг, фотохостинг и микроблог.

Синергетический эффект маркетинговых социо-технологий, применимый в системе высшего образования, рассматривает образовательное учреждение как открытую самоорганизующуюся систему, обладающую эмерджентными свойствами, для управления которой необходимо знание и правильное применение принципов синергетики с целью продуктивного использования информативного потенциала вуза.

К наиболее важным принципам синергетического подхода в результате исследовательской работы следует отнести: принцип открытости образовательной среды для коммуникации инновационного характера и преобразований; иерархичного построения и организации образовательного процесса; ситуационности и социального резонанса; последовательности уровней трех динамичных компонентов маркетинговых социо-технологий, а именно: стадии привлечения (формирование базовой охвата), вовлечение (формирование целевого охвата, т. е. выделение целевой аудитории потенциальных абитуриентов) и конверсия (формирование продуктивного охвата).

Ключевая позиция маркетинговых социо-технологий как основной составляющей в повышении конкурентоспособности вуза и роль синергетического подхода в проведенном исследовании обеспечивает возможности проектирования новых путей достижения качественной информации и улучшения образовательного процесса в целом.

УДК 658 (075)

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Магистранты Филипп К. Д., Соломко М. В.

Канд. экон. наук, доцент Гурина Е. В.

Белорусский национальный технический университет

На современном этапе развития рыночных отношений важное место занимают инновации. Инновации способствуют развитию предприятий, увеличению их конкурентных преимуществ, а также влияют на экспортную активность организаций. Ключевым средством создания, развития и продвижения инноваций является маркетинг. Маркетинг инноваций оказывает активное влияние на рынок путем внедрения новых продуктов или услуг.

Рынок инноваций обладает определенной спецификой, которая кардинально отличает его от остальных. Отличительные черты рынка иннова-

ций заключаются в следующем: чаще всего рынок инноваций является новым и для продавца, и для покупателя; низкое влияние цены на спрос;

исключительная степень неопределенности результата (риска), вызванной непредсказуемостью реакции потребителей на инновационный продукт; достаточно узкий по сравнению с другими рынками.

Маркетинг наряду со сбытом непосредственно участвует в продвижении инновационного продукта, а также осуществляет непосредственный контроль над этим процессом, выполняя различного рода исследования, такие как:

- выявление потребительских запросов и предпочтений в инновационном продукте и прогноз его потребительских свойств;
- проведение комплексного изучения рынка и анализ сложившейся экономической конъюнктуры;
- оценка инновации с точки зрения производственных и финансовых возможностей предприятия;
- разработка маркетингового плана коммерциализации инновации;
- проведение мероприятий по внедрению разработанного плана;
- анализ эффективности проведенных мероприятий и выявление узких мест и коррекция маркетингового плана по мере необходимости.

Управление маркетингом – это координирование разнообразных его элементов, определение целей, которые должны быть достигнуты этими элементами, составление смет затрат, достаточных для реализации этих целей, разработка специальных программ (например, рекламных кампаний, презентаций, демонстраций), оценка работы и принятие корректирующих мер в случае, если результаты не согласуются с целями.

УДК 535.317

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ

Студентка гр. 11306114 Прикота Е. С.

Канд. экон. наук, доцент Гурина Е. В.

Белорусский национальный технический университет

Реальным инструментом повышения конкурентоспособности экономики и качества жизни населения стала реализация инновационных программ. Эффективная инновационная политика основана на активной роли государства, выступающего в качестве посредника между участниками инновационных процессов. Основным инструментом реализации государственной инновационной политики в РБ выступает Государственная программа инновационного развития (ГПИР).