

LXX Молодёжная научная конференция

фирмы ООО «Полистар» эта проблема имеет особую актуальность, ведь человеческие ресурсы - это совокупность трудовых, интеллектуальных, творческих, предпринимательских способностей и нравственных качеств работников, которые особо необходимы для устойчивого развития фирмы.

Всего в компании работают 13 мужчин и 12 женщин. На предприятии преобладающий состав коллектива находится в возрасте от 36 лет, что является показателем зрелости и опытности в данной отрасли работ. В то же время руководителю настоятельно необходимо задуматься и об омоложении коллектива.

Главные направления развития человеческих ресурсов компании ООО «Полистар»: планирование персонала, моделирование рабочих мест, набор, адаптация, управление карьерой, формирование и подготовка резерва на всех уровнях, повышение профессионального уровня сотрудников, а также совершенствование существующей системы мотивации труда.

ООО «Полистар» создает проект профессионального обучения персонала по следующим предметам: социальная психология, SMM-продвижение, анализ структуры рынка. Обучаться будут 9 человек 2 недели, на каждого человека выделяется 20000 рублей, в итоге на обучение выделяется 180000 рублей.

В целом, для компании ООО «Полистар» человеческие ресурсы являются одним из ключевых видов ресурсов, и правильная расстановка приоритетных направлений позволит организации умело управлять людьми.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

Е. С. Цыганова¹

Научный руководитель: Н. А. Дубровина, к.э.н., доцент

Ключевые слова: маркетинг в отраслях, особенности применения маркетинга

В настоящее время маркетинг стремительно развивается. У маркетологов появляется всё больше инструментов воздействия. Качественно выполненный маркетинг позволит быстрее продать товар или услугу.

Рассмотрим особенности применения маркетинга на примере промышленного маркетинга, маркетинга в строительстве и туризме.

¹ Елена Сергеевна Цыганова, студентка группы 7421-380302D,
email: helenl136@gmail.com

LXX Молодёжная научная конференция

Маркетинг в отрасли промышленности называют системой разработки и дальнейшей реализации производственной и коммерческой политики на предприятии. Эта система нацелена на получение максимальной прибыли, которая базируется на изучении рынка и создания продукта, который способен конкурировать на рынке. Главной целью данного вида маркетинга является получение запланированной нормы прибыли от продукта, который был выполнен по указанным выше требованиям с использованием коммерческих программ, обеспечения оптимальной скорости продвижения товара на рынок и эффективного, полного сбыта продукта.

Еще одна отрасль, в которой используют маркетинг – рынок жилья (строительства). Здесь работает система экономических отношений, которая предусматривает организацию и управление градостроительной деятельностью путем контроля за факторами внешней среды в соответствии с выявленными потребительскими предпочтениями и стратегическими целями развития предприятий жилищного строительства.

В условиях быстроразвивающегося рынка туризма России важную роль играют маркетинговые мероприятия, а именно: исследование, стратегия и планирование. Маркетинг в туризме – это система управления и организации деятельности туристских компаний по разработке новых, лучше работающих видов туристско-экскурсионных услуг, их производству и сбыту. Конечная цель - получение прибыли на основе повышения качества продукта и учета процессов, которые протекают на мировом туристском рынке.

Таким образом, можно сделать вывод, что маркетинг в различных сферах различается, но имеет общую цель – получение прибыли.

УДК 665.7

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТРОЛОГИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ ДИАГНОСТИЧЕСКИХ ФЛУОРИМЕТРОВ

А. С. Чеботарев¹

Научный руководитель: В. Н. Гришанов, к.т.н., доцент

Ключевые слова: флуоресценция, фантом, КПП

Повышение концентрации конечных продуктов гликирования (КПП) связано с осложнениями диабета, почечной недостаточности и т.д. которые влияют на увеличение интенсивности автофлуоресценции кожи человека. Для диагностики КПП эффективны флуориметры. При эксплуатации флуориметров возникла задача подтверждения

¹ Александр Сергеевич Чеботарев, студент группы 6277-120404Д,
email: 79272693866@ya.ru