

дентов позволяет улучшить качество обучения, приобщает обучаемых к творческому освоению зооветеринарных специальностей, необходимых для сельскохозяйственного производства. Интеграция биологической и профессиональной подготовки по зоотехнии и ветеринарии с учетом производственных и экологических ситуаций в животноводческих хозяйствах поможет специалистам лучше организовать выращивание поголовья животных, обеспечить сохранность и повысить их продуктивность, а также увеличить рентабельность различных отраслей животноводства, снизить загрязнение окружающей среды в процессе получения и переработки животноводческой продукции, повысить ее качество.

УДК 339.138:63

Маркетинг на сельскохозяйственном предприятии

Каминский В. С., *Институт управления агропромышленным комплексом*

В условиях обретения Беларусью реального экономического суверенитета и перехода к рыночной экономике важным и нужным становится расширение внутреннего и внешнего рынков. Специалистам нужна не только глубокая компетентность в производственно-технических вопросах создания конкурентоспособной продукции, но и знания по продаже ее на рынках с приемлемой долей прибыли.

Естественно, что проблема подготовки кадров стоит очень остро. Практически специалисты готовятся к периоду широкого внедрения новых процессов в производство. Так как многих специальностей еще просто нет, старые специалисты в связи с новизной процессов, организационных формирований должны доучиваться или переучиваться, учитывая изменение функциональных обязанностей.

При внедрении рыночных отношений в нашу экономику особое место занимает маркетинговая деятельность. Преподавание курса "Маркетинг на сельскохозяйственном предприятии" направлено на организацию производства и сбыта продукции, ориентированной на удовлетворение потребностей конкретных покупателей на основе изучения и прогнозирования рынка, разработки стратегии и тактики поведения на нем.

Развитие различных форм внешнеэкономических связей, и особенно экспортно-импортных операций с зарубежными партнерами,

требует изучения многих правовых и нормативных положений и соблюдения их на внешних рынках.

Специалисты сельского хозяйства, готовящиеся работать в условиях рынка, должны систематически корректировать свои планы в соответствии с изменением рыночной конъюнктуры, маневрировать собственными ресурсами, обеспечивать гибкость в решении стоящих задач. При этих условиях маркетинг является фундаментом для долгосрочного и оперативного планирования производственно-коммерческой деятельности предприятия. Составление экспортных программ производства, организация технологической и инвестиционной работы становится важнейшим элементом системы управления предприятием.

В предполагаемой программе по курсу "Маркетинг на сельскохозяйственном предприятии" следует раскрыть основные принципы, цели, стратегии маркетинга в управлении предприятием, что рекомендует маркетинг в выборе выгодных направлений деятельности, план маркетинга; стратегию и тактику сбыта продукции; особенности маркетинга в сельском хозяйстве; маркетинговый контроль; мировой рынок для сельскохозяйственных продуктов, где нужно указать предпосылки и возможности Республики Беларусь на мировом рынке и типовые условия международной торговли сельскохозяйственными продуктами.

Эту программу следует рассчитывать на проведение аудиторных занятий с использованием активных форм обучения и самостоятельной работы слушателей. Поэтому традиционные способы мышления и основанные на них формы организации руководства и управления слабо приспособлены к меняющейся ситуации в рыночных условиях и нуждаются в перестройке.

УДК 378.14:08

**Роль личности в образовательном процессе
как средство повышения эффективности обучения**

Картунова А.И., Семенюк Р.М., Витебская государственная академия ветеринарной медицины

Образовательный процесс - процесс двусторонний. С одной стороны, в нем участвует обучаемый как объект обучения, а с другой стороны - обучающий, то есть субъект. Более пристальный