

ных газах, снижается трение и повышается мощность двигателя.

Экологическая присадка из смеси ацетилацетона железа и ферроцетана снижает содержание оксидов азота, углерода, углеводородов. При обработке топлива перед подачей его в систему питания дизеля азотом и серой снижается выброс твердых частиц в атмосферу. Введение неолина обеспечивает снижение выбросов СО примерно на 40%. Ужесточение требований к защите окружающей среды от загрязняющих веществ, выбрасываемых в атмосферу с выхлопными газами, привело к необходимости снижения содержания фосфора в моторных маслах. Современные моторные масла должны содержать в своем составе не только обычный пакет присадок, но и компоненты для оптимизации режима работы двигателя, что обеспечивает экономию топлива, снижения токсичности отработавших газов, упрощение технического обслуживания автомобиля. Эта проблема вызывает необходимость разработки технологии идентификации и контроля качества моторных масел. Такая технология может быть разработана на базе малогабаритного фотоэлектрического фотометра КФК-3.

Принцип его работы основан на регистрации пропускной способности и оптической плотности моторного масла, с последующей обработкой данных и сопоставлением их с информационной базой, накопленной по данной технологии.

Результаты исследований минеральных, синтетических и полусинтетических масел позволили определить область изменения оптической плотности для каждой группы экспериментальных масел. Условно для наглядности результатов был принят термин «коэффициент основности» (оптическая плотность, уменьшенная на 10). Исследования показали, что коэффициент основности для минеральных масел 1,4 - 1,7, для полусинтетических 1,8 - 2,2, для синтетических 2,5 -- 3,5. Таким образом, данная технология позволяет определять основу моторного масла минеральная, полусинтетическая или синтетическая, выявлять поддельные масла и масла с низким качеством.

### **ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МУЗЫКАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ: РАЗВИТИЕ ВОКАЛЬНО-ИНТОНАЦИОННЫХ НАВЫКОВ НА УРОКАХ СОЛЬФЕДЖИО**

Шлыкова О.С., Говорова А.В.

Современная модель инновационной школы ориентирована на задачу осуществления индивидуальной программы творческого развития личности.

Истоки креативных технологий возникли в мировоззрениях русских философов: Г.Сковороды, В.Соловьева, Н.Бердяева, А.Лосева, которые убеждали в нецелесообразности изучения в младшем школьном возрасте рациональных наук, закрывающих душу для непосредственного творческого восприятия Мира.

Стремление к прогрессивным преобразованиям в области музыкального образования отразилось в деятельности русских и зарубежных педагогов – музыкантов конца XIX – начало XX веков: А.Карасева, П.Мироносицкого, В.Одоевского, С.Смоленского,

Д.Зарина, А.Маслова, А.Городцова, Б.Яворского, Н.Гродзенской, Д.Кабалевского, З.Кодая, Кука-Риверо, К.Орфа, П.Хауве.

Внедряя инновационные технологии, следует учитывать специфику психологической структуры личности младшего школьника: разрозненный, неорганизованный музыкальный опыт; моторная «зажатость», «закрепощенность»; недостаточная вокально-слуховая координация (иногда двигательльно-слуховая); склонность к гедонистическим окрашенным чувствованиям; потребность в смене эмоциональных состояний; замещение форм абстрактных на конкретно «осязаемые»; интеллектуально-волевая регуляция только во имя субъективно привлекательных причин; личностная доминанта (стремление к самовыражению в разнообразных формах: звуковых, зрительных, двигательных). Этот возраст является наиболее чувствительным для проявления склонностей и способностей к занятиям творческой деятельностью.

В учебной работе младшего школьника наличие эмоционального фактора – непереносимое и обязательное условие. В процессе восприятия он выступает в двойственности музыкальных образов, образующихся благодаря совмещению социального и индивидуального, заставляющих работать воображение, фантазию ребенка. В процессуальном плане происходит то, что Л.Выготский называл «смыслообразованием»: переход общественного значения на уровень личностного смысла, который может произойти только в воображении под воздействием эмоций.

Приоритетной в музыкальной педагогике является опора на эмоционально насыщенный способ изучения каждого элемента музыки. Необходим «перевод» отвлеченных понятий на язык доступных младшим школьникам конкретных образов. Это возможно в рамках метода «инновационных попевок», который основан на целостном восприятии «звуко-символов». Он посвящен освоению базовых интонационных моделей: от первичных попевок, к октавным звукорядам мажора и минора, к интервалам и аккордам в ладу. Комплекс вокально-интонационных упражнений опирается на принцип актуализации семантики элементов музыкального языка. Создается устойчивый, субъективно окрашенный «звуко-образ», осуществленный благодаря переводу на вербальный уровень музыкальных параметров. Метод родственен «Релятивной системе сольмизации» с доминированием относительного обозначения над абсолютной высотой. Тенденция: «от попевок – к ступеням – к нотам» - оптимизирует процесс вокализации и артикуляции. Однако, названные системы не тождественны. На первом этапе упражнения пропеваются со словами, а затем с названием ступеней. Но неизменна суть метода, опирающегося на мнемонику (от греческого – «искусство запоминания») – как совокупность приемов и способов, облегчающего запоминания и увеличивающего объем памяти путем образования искусственных ассоциаций. В основе – идея «подтекстовки» попевок, в соответствии с направлением движения, с их ладовой окраской, с интервально-аккордовым каркасом. При этом синхронизируется формирование багажа теоретических знаний и развитие интонационных навыков.

Таким образом, функция педагога, в частности преподавателя сольфеджио, заключается в умелом содействии развитию творческого мышления учащегося. В итоге, данные тенденции креативной педагогики направлены на преодоление психологической дистанции (учитель – ученик), эстетической (автор –

исполнитель – слушатель) способствуют постижению Культуры как целостного явления – с одной стороны, с другой же являются залогом успешного формирования эмоциональной культуры личности.

*Теоретические и прикладные социологические, политологические и маркетинговые исследования*

**РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В  
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ ОБСЛУЖИВАНИИ  
НАСЕЛЕНИЯ**

Вахитов Ш.М., Курбатина О.Н.  
ЗАО «Шрея Корпорэйшнл»,  
Казань

Маркетинговая деятельность медицинской или фармацевтической организации, должна быть направлена на удовлетворение потребностей потребителя, как составной части общества.

Таким образом, общество и маркетинг оказываются в постоянной взаимообуславливающей связи, так как маркетинг, изучает нужды потребителей и целевых рынков и обеспечивает им желаемую удовлетворенность с одновременным сохранением и укреплением благополучия потребителей и общества в целом.

Для разработки и реализации технологии оказания услуг потребителям, необходимо проводить маркетинговые исследования, включающие: анализ приобретения лекарственных средств, получение информации о потребителях и их предпочтениях в выборе товара (услуги). Результатом исследования будет являться определение реальных и потенциальных потребителей, на основе чего могут вноситься изменения в ассортиментную, ценовую и сбытовую политику (изучение номенклатуры позиций, которые необходимо включить в ассортиментный перечень, определение размеров и условий скидок, способствующих повышению доступности лекарственных средств различным категориям потребителей, достижение высокого уровня обеспечения сервиса). В ходе маркетинговых исследований целесообразно анализировать различные стороны деятельности организации. При этом особого внимания заслуживает изучение ассортимента реализуемых лекарственных средств и изделий медицинского назначения, на административной территории, где осуществляет свою деятельность фармацевтическая организация. Результатом изучения ассортимента будет определение ассортиментной стратегии фармацевтической организации, что позволит ей иметь в своем ассортименте все необходимые для клиента наименования в нужном количестве. Процедура ассортиментного планирования должна предусматривать определение стратегических приоритетов по поддержанию всего спектра хорошо продаваемых лекарственных средств, поскольку это может быть ключевым фактором для аптечных учреждений к увеличению закупок, по сравнению с которым ценовой фактор может отойти на второй план. Важное значение имеет анализ потребительских

предпочтений в выборе услуги, мероприятий, направленных на увеличение объемов продаж.

Проведение маркетинговых исследований является необходимым условием разработки стратегии и тактики функционирования фармацевтической организации на современном фармацевтическом рынке. Ибо постоянное и тщательное исследование рынка позволяет организации разрабатывать и предлагать новые виды услуг обеспечивающие, удовлетворенность нужд потребителей на более высоком уровне по сравнению с конкурентами, успешное функционирование на рынке в данный период времени путем реализации конкурентоспособных услуг

Акцентуация маркетинговой деятельности на социальных вопросах будет не только способствовать успешной деятельности организации, но и окажет существенное влияние на благосостояние всего общества, в котором функционирует данная организация.

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ  
РЕЗУЛЬТАТОВ ВНЕДРЕНИЯ  
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В  
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Долинина О.Н.

Информационные технологии являются одним из факторов успешного функционирования современной организации. С другой стороны, внедрение новых технологий управления не является очевидным процессом, который подчиняется набору простых правил. Опыт внедрения проектов информатизации показывает, что не существует методологий, гарантирующих успешность таких проектов.

Говоря о проектировании информационных систем, нужно помнить о важных аспектах учета различных срезов этого процесса. В особенности это взаимодействие различных групп влияния в таких проектах, которые действуют на соревновательной основе, имеют часто противоречивые интересы. Привлечение к процессу проектирования специалистов из различных областей знания, использование технологий для документирования процесса проектной разработки, способов разрешения конфликтов или расгласования среди участников проектной группы, регламентации деятельности, презентации всего проекта – все это позволяет говорить о комплексной проблеме, решение которой невозможно только в технологических рамках. Необходим учет социальной составляющей, который позволит получить жизнеспособную информационную систему.