

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.