

ми «бренд», «имидж» и «репутация». Определены важнейшие характеристики понятий «региональный бренд» и «бренд региона». Представлен классический подход к процессу формирования бренда на уровне региона.

DEVELOPMENT OF REGIONAL BRANDING MARKETING TECHNOLOGY

Selyukov M.V., Shalygina N.P., Shalygina T.O.

Belgorod state national research university, Belgorod, Russia (308015, Belgorod, Pobeda, 85), maxisel@mail.ru

In the article the questions connected with increase of efficiency of branding on the regional level, the relevance of the process of formation of the region's brand on the modern stage of market relations. Describes the essence, content and features of regional branding marketing technology, the role and importance of brand-technologies in the system of management of socio-economic development of the region. Special attention is paid to the etymology of the brand category, from the point of view of a series of hikes prevailing both in theory and in practice marketing, namely, historical, sociological, socio-cultural, economic, marketing (business-oriented) and institutional. Raises the question of the connection between the notions of «brand», «image» and «reputation». Defines the key characteristics of the concepts of «regional brand» and «brand of the region». A classic approach to the process of brand building at the regional level.

О РОЛИ И ЗНАЧЕНИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Селюков М.В., Шалыгина Н.П., Кулик А.М.

ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»,
Белгород, Россия (308015, г. Белгород, ул. Победы, 85), maxisel@mail.ru

В статье рассматриваются вопросы, связанные с повышением эффективности деятельности хозяйствующих субъектов посредством технологизации процесса маркетинговой деятельности, роль и значение технологий маркетинга на современном этапе рыночных отношений. Описаны сущность, содержание, особенности и свойства маркетинговых технологий. Определены базовые факторы, лежащие в основе технологизации маркетинга, в частности, дробление маркетингового процесса на отдельные процедуры и операции, с последующей регламентацией выполнения процедур и операций. Особое внимание уделяется рассмотрению этимологии словосочетания «маркетинговые технологии», представлены различные авторские трактовки данной дефиниции, с теоретических, методических и управленческих позиций. Определены важнейшие характеристики современных маркетинговых технологий, такие как ориентация маркетинговых технологий на стратегические цели развития, их интегрированность с общей системой управления, комплексность, непрерывность и обновляемость, динамизм реализации, а также адаптивность.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF MARKETING TECHNOLOGIES IN INCREASING OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF ECONOMIC ENTITIES

Selyukov M.V., Shalygina N.P., Kulik A.M.

Belgorod state national research university, Belgorod, Russia (308015, Belgorod, Pobeda, 85), maxisel@mail.ru

In the article the questions connected with increase of efficiency of activity of economic entities by means of technologizing of the marketing activities, the role and importance of marketing technologies on the modern stage of market relations. Describes the nature, content, features and properties of marketing technologies. The basic underlying factors of marketing, in particular, the splitting of the marketing process for individual procedures and operations, with the subsequent regulation of the implementation of the procedures and operations. Special attention is paid to the etymology of the phrase «marketing technologies», presented different authors' interpretations of this definition, with the theoretical, methodological and managerial positions. Defines the key characteristics of modern marketing technologies, such as the orientation of the marketing technologies on the strategic development objectives, their integration with the overall control system, comprehensiveness, continuity and updatability dynamism implementation, and adaptability.

ПРИМЕНЕНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРЕПОДАВАНИИ ФИНАНСОВЫХ ДИСЦИПЛИН

Семененко М.Г.¹, Унтилова Л.А.^{1,2}

¹ Калужский филиал ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Калуга, Россия (248016, Калуга, ул. Чижевского, 17), e-mail: msemenenko@mail.ru

² Калужский филиал ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана», Калуга, Россия (248000, Калуга, ул. Баженова, 2), e-mail: akpulat@yandex.ru

Облачные вычисления – это новый подход к организации вычислительного процесса, предполагающий распределенную удаленную обработку и хранение данных. В связи с переходом к двухуровневой системе подготовки специалистов остро встает проблема интенсификации учебного процесса, в том числе за счет использования