

the gap between the expected patient service and staff perceptions of the service provided. Identify highly significant micro attribute loyalty, allowing to improve the competitiveness SHCI and available for development in resource-limited settings.

ТРАДИЦИОННЫЕ ПАТТЕРНЫ РОССИЙСКОЙ И ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛЬТУР КАК БАЗИС ДЛЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ СОДЕРЖАНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Чибир Е.В.¹, Макарова Е.Е.²

1 ГБОУ ВПО «НИ Томский политехнический университет», Томск, Россия
(634050, Томск, пр. Ленина, 40), e-mail: chibirelena@rambler.ru

2 ГБОУ ВПО «Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники»,
Томск, Россия (634050, Томск, пр. Ленина, 30),
e-mail: evaforum2012@gmail.com

Мировая экономика меняется содержательно: акцент смещается с товаров и услуг в сторону впечатлений. Особо актуальными становятся исследования тех маркетинговых коммуникаций, которые могут помочь в трансляции требуемого эмоционального контента на целевую группу. Достаточно эффективными при учете не только экономических, но и культурно-исторических особенностей целевой аудитории могут быть специальные события. Учет национальных паттернов при организации и управлении специальными событиями позволяет максимально приблизить транслируемое послание к глубинным формам восприятия информации человеком, что делает его активным реципиентом передаваемого контента. В данной статье предпринята попытка сравнительного анализа европейских и российских паттернов для объяснения степени различия восприятия, а, следовательно, и их экономической целесообразности.

TRADITIONAL PATTERNS OF RUSSIAN AND EUROPEAN CULTURES AS A BASIS OF SPECIAL EVENTS CONTENT DIFFERENTIATION

Chibir E.V.¹, Makarova E.E.²

1 National Research Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia (634050, Tomsk, Leninaave, 40),
e-mail: chibirelena@rambler.ru

2 Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, Tomsk, Russia
(634050, Tomsk, Leninaave, 30),
e-mail: evaforum2012@gmail.com

The global economy is changing the shift in emphasis from goods and services to the impression content of production. The investigations of marketing communications that can provide demanded emotional content to a target group are the most requested. Special events can be suggested as efficient ones in the case of involving economic, cultural and historical particularities of a target auditorium to attract potential clients to producing goods and services by translating information and required impressions both. Orientation of special events organizing and management on national patterns gives a possibility to make a message close to inner forms of acceptance information by a human that helps to make them an active recipient of translating content. The authors make an attempt of comparative study of European and Russian patterns to explain the differences in apprehension of special events and, as a consequence, in their economic efficiency.

ВЛИЯНИЕ ПРОБЛЕМ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Чистякова А.В.

ОАО «ОКБМ Африкантов», Нижний Новгород, Россия
(603074, Нижний Новгород, Бурнаковский проезд, 15),
e-mail: Chistiakova@okbm.nnov.ru

Определено понятие и сущность процесса глобализации. Сделан прогноз относительно того, что в связи с глобализацией общий объем уровня мирового потребления энергоресурсов вряд ли будет сокращаться, наоборот, он может расти в силу развития производственной и социальной сфер жизнедеятельности человека. Проведен анализ перспектив развития атомной промышленности с учетом влияния проблем глобализации. Выявлены тенденции финансирования программ развития атомной энергетики в различных странах после событий на Фукусиме. Отражены причины госфинансирования и госинвестиций атомной энергетики в Российской Федерации и основные факторы устойчивости энергомашиностроительных компаний в условиях глобальной конкуренции. Выявлены основные конкурентные преимущества ГК «Росатом» в развитии и продвижении атомных технологий в мире. Представлены позиции ОАО «Атомэнергомаш» в мировом энергетическом машиностроении.

THE IMPACT OF GLOBALIZATION CHALLENGES TO NUCLEAR INDUSTRY PERSPECTIVE

Chistyakova A.V.

JSC «OKBM Afrikantov»

The concept and essence of process of globalization is certain. The influence of globalization on the utilities intake is outlined. The article provides analyses of nuclear industry perspectives factored in globalization challenges. Global trends of financing nuclear power engineering are disclosed taking into account Fukushima events. The initials of government capital outlay in Russian nuclear power engineering are established. The main features sustainability of the power plant industry during global competition. There are claimed the competitive advantages ROSATOM at the market of advanced atomic production and technologies in the world. Positions of JSC «Atomenergomash « in world power engineering industry are presented.

УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ КОМПЛЕКСАМИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Чумаков А.С.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский Государственный университет сервиса и экономики»,
Санкт-Петербург, Россия (192000, Санкт-Петербург, Кавалергардская, дом 7, лит. А),
e-mail:drozdov_gd@mail.ru.

В статье рассматриваются вопросы совершенствования управления образовательными комплексами в сфере образования. Новые Интернет-ориентированные устройства и Web-технологии делают возможным, с одной стороны, огромное увеличение численности обучающихся, пользующихся услугами дистанционного образования в реальном времени, а с другой – индивидуализацию процесса обучения, при которой каждый обучающийся может лично контактировать с преподавателем в интерактивном режиме вне зависимости от своего местоположения. Благодаря такому технологическому потенциалу, удастся с помощью современных дистанционных систем достичь высокого качества обучения, какое не могло быть обеспечено никогда прежде. С увеличением пропускной способности коммуникационных линий и преодолением существующих сетевых ограничений будет продолжаться расширение доступа к образовательным услугам, базирующимся на единой технологической платформе. Рассмотрен опыт применения дистанционных образовательных технологий в рамках регионального вуза. Предложены направления совершенствования управления информационно-образовательными комплексами в сфере образования.

FORMATION OF DISTANCE EDUCATIONAL SYSTEMS IN THE FIELD OF HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION

Chumakov A.S.

St. Petersburg State University of Service and Economy, St. Petersburg, Russia
(192000, St. Petersburg, Kavalergardskaya, house 7), e-mail:drozdov_gd@mail.ru

In article are considered questions of perfection of management of educational systems in the field of education. New Internet-centric devices and Web technologies make possible, on the one hand, the huge increase in the number of students benefiting from the services of remote education in real time, and with another - individualisation of the learning process, in which each student can personally contact with a teacher in the interactive mode, regardless of their location. Thanks to this technological potential problems with using modern remote sensing systems to achieve high quality of teaching, what could not be achieved never before. With increasing bandwidth communication lines and the overcoming of the existing network constraints will continue expanding access to educational services based on a unified technological platform. The experience of application of remote educational technologies in the framework of a regional University. The areas for improvement of the informational and educational centers in the field of education.

БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Шалыгина Н.П., Селюков М.В., Курач Е.В.

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 узнаваемости Белгородской области посредством брендинга сельского туризма, представлены предпосылки формирования бренда Белгородской области, которая обладает достаточно высоким сельскохозяйственным потенциалом, что способствует созданию материальной базы для сельского туризма, описаны условия формирования успешного бренда области за счет повышения интереса к сельско-