

ния электронного обучающего курса, ориентированная на максимально эффективное обучение. Выделен перечень результатов, на которые должно ориентироваться проводимое обучение. Данный перечень представлен в виде слоев, где каждый последующий включает в себя предыдущий. Рассмотрены свойства и критерии, которым должен соответствовать обучающий курс, а также проанализированы результаты от его внедрения. Рассмотрена четырехуровневая модель оценки эффективности обучения Дональда Киркпатрика. Для каждого уровня данной модели в работе авторами предложен расчет соответствующих показателей, позволяющих сформировать более полную картину общей оценки обучающего курса, наглядную и точную оценку эффективности, провести более быстрый анализ полученных результатов, а также получить четкую структурированность полученных результатов и оценок.

### **MODERN TECHNOLOGIES OF DISTANCE LEARNING IN BANKING SECTOR**

**Drozdova A.A., Guseva A.I.**

National Research Nuclear University «MEPhI», (Kashirskoye shosse 31, Moscow, 115409, Russian Federation),  
Drozdova-Anya@yandex.ru

This work is devoted to the system of distance learning in the banking sector. There are identified the specific of training in this area, the specific difference and distinctive features. It notes the existing problems and shortcomings. To solve some of these problems, authors propose a generalized model of e-learning course focused on the most effective instruction possible. The article selects the list of main results, on which training should be oriented. This list is presented like layers, where each further layer includes the previous one. The article describes properties and criteria that must be met for a training course, and analyzes the results from its implementation. It considers Donald Kirkpatrick's four-level model of evaluation of training efficiency. For each level of this model authors propose to calculate the relevant indicators to form a more complete picture of the overall evaluation of the training course, objective and accurate assessment of the efficiency, more rapid analysis of the obtained results, and to get a clear structuring of the results and evaluations.

### **РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Дубова Ю.И.**

ФБОУ ВПО «Волгоградский государственный технический университет», Волгоград, e-mail: dubova\_u\_i@mail.ru

Обоснована необходимость использования регионального маркетинга для развития регионов России в условиях рыночной экономики и применены инструменты маркетинга микс к региональному маркетингу. В региональном маркетинге под товаром понимается совокупный ресурсный потенциал региона, то есть те преимущества и возможности, которыми располагает регион, и деятельность региональных органов власти преимущественно направлена на удовлетворение социальных потребностей населения региона через организацию и предоставление населению важнейших общественных услуг, называемых коллективными благами. Отсутствие количественных ориентиров в виде прибыли представляет собой проблему для маркетинга территорий. Неотъемлемой частью деятельности региональных властей в рамках региональной маркетинговой программы развития территории является активная реклама данного региона как местности, удобной для личной жизни индивида и организации предпринимательских объектов хозяйствования. Регион, функционируя в качестве субъекта на рынке, обеспечивает потребителей услугами для удовлетворения индивидуальных и коллективных потребностей различным социальным группам, проживающим в регионе.

### **REGIONAL MARKETING AS A FACTOR OF RUSSIA'S REGIONS IN A MARKET ECONOMY**

**Dubova Y.I.**

Volgograd State Technical University, Volgograd, e-mail: dubova\_u\_i@mail.ru

The author substantiates the necessity the use of regional marketing for the development of Russia's regions in a market economy, and used a mix of marketing tools for regional marketing. In the regional marketing under the item refers to the total resource potential of the region, that is, the benefits and opportunities available to the region and the activities of regional authorities mainly aimed at meeting the social needs of the people of the region through the organization and provision of essential public services to the population, called the collective good. The absence of quantitative targets in the form of profit is a problem for marketing territories. An integral part of regional authorities in the framework of a regional marketing program for the development of the territory is active advertising of the region as a location convenient for the privacy of the individual and the organization of business facilities management. Region, functioning as a subject on the market, provides consumers with services to meet individual and collective needs of different social groups living in the region.

### **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ СТЕЙКХОЛДЕРОВ**

**Дуденков Д.А.**

Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Саратов, Россия (410003, г. Саратов, ул. Радищева, 89), e-mail: dudenkov.d.a@inbox.ru

В условиях роста ответственности бизнеса перед обществом, развития концепции корпоративной социальной ответственности роль экономического прогнозирования и своевременной разработки решений эф-

фективного функционирования компаний с учетом интересов всех заинтересованных сторон заслуживает особого внимания. Системы менеджмента все больше внимания уделяют выявлению лиц, заинтересованных в получении той или иной информации о бизнесе и способных оказать влияние на него, а также выявлению их требований. Статья посвящена рассмотрению взаимосвязи и взаимодействия теории стейкхолдеров и теории корпоративной социальной ответственности. Рассматривается генезис теории корпоративной социальной ответственности и обосновывается, что корпоративная социальная ответственность и корпоративная социальная восприимчивость являются взаимодополняющими понятиями. Дается характеристика понятия корпоративной социальной деятельности и на основе этого обосновывается актуальность и необходимость развития теории стейкхолдеров.

### **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE DEVELOPMENT OF THE THEORY OF STAKEHOLDERS**

**Dudenkov D.A.**

Saratov Socio-Economic Institute, Saratov, Russia (410003, Saratov, street Radisheva, 89),  
e-mail: dudenkov.d.a@inbox.ru

It is important to pay a big attention to the role of economic forecasting and timely decision-making of company's effectiveness because of the development of the concept of corporate social responsibility. Management system pay more attention to identify persons interested in obtaining certain information about the business, their requirements and their ability to influence on it. In the article we discuss the relationships and interactions of the stakeholder theory and the theory of corporate social responsibility, consider the genesis of the theory of corporate social responsibility, and argue that corporate social responsibility and corporate social sensitivity are complementary concepts; describe the concepts of corporate social performance and establish the relevance and necessity of development of the theory of stakeholders.

### **ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Думачева Е.В., Кузник М.Н., Поветкина Д.В.**

ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»  
(НИУ «БелГУ»), 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85,  
e-mail: dumacheva@bsu.edu.ru

Рассмотрена рекреация как современная отрасль хозяйства, связанная с географическими компонентами территории и объектами антропогенной деятельности, преобразованными под влиянием общественных потребностей до технологического уровня прямого использования в рекреационном туризме. Проанализированы туристско-рекреационные ресурсы, позволяющие развивать оздоровительный и познавательный рекреационный туризм на Белгородчине, туристско-рекреационные ресурсы области, подтверждающие привлекательность региона как туристской аттракции с благоприятными природно-климатическими условиями. Проведен анализ существующей системы профессиональной подготовки кадров для рекреационного туризма Белгородской области. Установлено, что одним из сдерживающих факторов развития рекреационного туризма является слабое обеспечение высокопрофессиональными кадрами, особенно среднего звена. Разработана программа переподготовки и повышения квалификации в сфере рекреационного туризма «Инновации в сфере рекреационного туризма», предусматривающая внедрение системы дистанционного обучения. Ее основной целью является формирование специалистов, которые на современном этапе могут выдержать значительную конкуренцию на рынке труда на основе единства теории и практики как важной составляющей на всех профессиональных уровнях.

### **FORMATION THE SYSTEM OF PROFESSIONAL TRAINING OF PERSONNEL FOR RECREATIONAL TOURISM BELGOROD REGION**

**Dumacheva E.V., Kuznyak M.N., Povetkina D.V.**

Belgorod State National Research University (The National Research University «Belgorod State University»  
«BelSU»), 85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia, e-mail: dumacheva@bsu.edu.ru

Considered as a modern recreation sector of the economy associated with the geographical territory of the components and objects of human activity, transformed under the influence of social needs to the technological level of direct use in recreational tourism. The analysis of tourist and recreational resources that allow you to develop a health and educational and recreational tourism in Belgorod. The analysis of tourist and recreational resources of the region, confirming the attractiveness of the region as a tourist attraction with favorable climatic conditions. The analysis of the existing system of professional training for recreational tourism Belgorod region. It was established that one of the limiting factors in the development of recreational tourism is weak software highly professional staff, particularly middle managers. Developed a program retraining and advanced training in the field of recreational tourism «Innovations in sphere of recreational tourism», which will introduce distance learning system. Its main goal is to form professionals who at the present stage can withstand the considerable competition in the labor market. The program is supposed unity of theory and practice as an important component in all professional levels.