

Окончание таблицы 1

Название пакетов	Преимущества	Недостатки
Eviews	– Содержит большой набор современных методов для продвинутой эконометрики; – обладает простой воспроизводимостью моделей и получения графиков; – имеется возможность создания собственных макросов	– Небольшое количество дополнительных пользовательских макросов; – отсутствует русифицированная версия и справочная система

Литература

1 Мангус, Я. Р. Эконометрика: начальный курс / Я. Р. Мангус, П. К. Катышев, А. А. Пересецкий. – Москва : ДЕЛО, 2004. – 576 с.

Е. В. Боброва

Науч. рук. **О. Е. Корнеенко**,
ст. преподаватель

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

С проблемой оптимизации деятельности предприятия сталкиваются постоянно. Она требует увеличения контроля, уменьшения времени выполнения бизнес-процессов и совершенствования возможности их отслеживания.

Реализация многих задач за счет внедрения автоматизированных информационных систем (далее – АИС) является одним из решений данной проблемы, особенно в условиях развития информационных технологий.

Для разработки и проектирования АИС необходимо в первую очередь создать концептуальную модель использования системы. Начинают с определения целесообразности создания системы, обнаруживают конкретные функции и задачи, которые подлежат автоматизации, проводят оценку целей. Потом анализируют требования к системе и выполняют доскональное проектирование, находят взаимосвязь этапов.

Далее занимаются программированием и тестированием с минимизацией потерь при смене вида предоставления информации от одного к другому. В заключении выполняется интеграция спроектированной АИС в существующую систему, а также ее внедрение и сопровождение.

В результате автоматизации каждого производственного процесса, например, в деятельности заведения общественного питания, сокращается время на обслуживание клиентов, уменьшаются расходы, и повышается точность расчетов. Однако поиск программных продуктов этой задачи сопряжен с некоторыми сложностями. Основные связаны с отсутствием специализированного бюджетного предложения подобных программ.

Большая часть создателей и поставщиков ПО усложняют предлагаемые продукты, так как для них главной целью является охват одновременно всех возникающих проблем. А это влечет за собой дополнительные сложности при внедрении и, конечно же, увеличивает стоимость ПО.

Таким образом, АИС как инструмент оптимизации необходим для повышения эффективности управления предприятием: для учета и контроля продаж, сотрудников,

оптимального распределения ресурсов и минимизации затрат, увеличения уровня сервиса, организации программ лояльности и контроля их эффективности. Именно возможности автоматизации позволяют оптимально сочетать скорость и качество.

А. Г. Буховец

Науч. рук. А. А. Казуцик,

канд. экон. наук, доцент

БРЕНДИНГ И КАПИТАЛ БРЕНДА

Брендинг как деятельность по созданию долгосрочных предпочтений потребителей к фирме и ее товарам играет большую роль в современном маркетинге. Бренд может быть связан с коммерческой и некоммерческой организацией, товаром, услугой, товарными линиями или портфелями продуктов, локацией и т. д. Однако во всех случаях задача бренда состоит в том, чтобы установить отличительную особенность и идентичность субъекта на рынке. Бренд несет в себе сообщение об уникальных преимуществах товаров или услуг организации по сравнению с другими товарами или услугами, которые в противном случае могли бы рассматриваться как аналогичные. Эта выгода может быть как функциональной, так и эмоциональной или социальной. Все чаще бренды отождествляются с потребительским опытом, вовлеченностью потребителя, сопричастностью деятельности фирмы.

Понятие «капитал бренда», предложенное Д. Аакером в 1991 году, включает знания о бренде потребителей (осведомленность, узнаваемость, лояльность, лидерство, популярность, ценность), а также имущественные активы бренда (патенты, сертификаты, свидетельства, грамоты) [1, с. 25].

В мировой практике существуют две точки зрения оценки стоимости брендов. В стандарте ISO 10668 приведены требования к денежной оценке бренда; в стандарте ISO 20671 рассмотрены принципы и основы оценки капитала бренда, в том числе учитывающие инновационную деятельность предприятия, качество материальных, трудовых ресурсов. Бренды с сильным капиталом, имеют большой потенциал привлечения инвесторов, потребителей, стейкхолдеров.

Литература

1 Аакер, Д. А. Создание сильных брендов / Д. А. Аакер. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2003. – 346 с.

В. С. Диденко, А. Н. Калачёва

Науч. рук. Д. В. Дорошев,

ст. преподаватель

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БИЗНЕС

Информационные технологии органично вошли во все сферы бизнеса и стали неотъемлемой частью любого бизнеса. Известно, что информационные технологии – это процессы, которые используют средства и методы сбора, обработки и передачи данных с целью формирования информации нового качества, часто называемой информационным продуктом.