

Минимальное и максимальное значения Корзины будут равны следующим значениям:

$$\text{Корзина}_{\min} = (960 - 10\%) = 864(\text{бел.руб.})$$

$$\text{Корзина}_{\max} = (960 + 10\%) = 1056(\text{бел.руб.})$$

Вышеуказанной информации достаточно для проведения расчёта небольшого количества параметров Корзины и значений курсов валют, входящих в состав Корзины.

Внедрение автоматизированного расчета стоимости Корзины обеспечило проведение оперативного анализа стоимости Корзины и её предельно допустимых параметров.

В.О. Харченко

БГЭУ, ФФБД, группа ДФЗ-1, 2 курс

КОРПОРАТИВНЫЕ СЕТИ БАНКОВ

Корпоративная сеть банка - частный случай корпоративной сети крупной компании. Важную роль при построении корпоративной сети играет необходимость обеспечения безотказной и бесперебойной работы. Поскольку многие прикладные банковские программы должны работать в режиме реального времени, требуется обеспечить быструю и надежную передачу большого объема данных. Существуют определённые требования к корпоративной сети банка: Сеть объединяет в структурированную и управляемую замкнутую систему все принадлежащие компании информационные устройства. Сеть должна быть надёжной и хорошо защищена. Связь между банковскими отделениями разного уровня должна быть хорошо отлажена. Доступ удалённого клиента должен быть надёжен и безопасен. Архитектура корпоративной сети банка: Топология "звезда", главный офис в центре, соединённый с региональными отделениями. Когда необходимо связать региональные

офисы друг с другом напрямую, актуальна топология "каждый с каждым", отличается повышенной надежностью и отсутствием перегрузок. [1,с 28]

Телекоммуникационные технологии и услуги для банковских сетей:

Корпоративная сеть может быть построена на самых различных каналах связи — от выделенных линий (аналоговых и цифровых) до коммутируемых цифровых, оптоволоконных, спутниковых радио и микроволновых каналах. Очень выгодным является использование так называемой виртуальной частной сети, построенной на основе аренды услуг сетей общего пользования.

Факторы, влияющие на выбор технологии передачи информации, носят экономический, географический и политический характер и связаны, в первую очередь, с политикой национальных телекоммуникационных компаний. Например, в Германии и Австрии, где операторы сетей связи последовательно вкладывали средства в развитие услуг ISDN, банковские сети построены с использованием этой технологии. В латиноамериканских странах и в тяготеющих к американскому рынку Испании и Португалии банковские сети (например, Banco de Espana, Lloyds в Испании, Caixa de Depositos Gerais, Montepio Geral в Португалии, Banco Real, Banco Credito Nacional, Banco de Brazil и многие другие в Бразилии) построены на цифровых линиях. Более близкий пример — развитие корпоративных банковских сетей на Украине. Обобщая опыт нескольких украинских банков (Национального Банка Украины, ПромИнвестБанка, Банка "Украина", УкрСоц-Банка, ПРИВАТБАНКА), отметим, что эти сети пока построены на аналоговых линиях с модемной связью по протоколу X.25. [2,с 156]

В общем случае корпоративная сеть может быть построена на самых различных каналах связи — от выделенных линий до коммутируемых цифровых E1 и Fractional E1, в том числе, и на оптоволоконных, спутниковых, радио и микроволновых каналах, и на основе разнообразных протоколов и технологий ISDN, X.25, Frame Relay и ATM. В условиях повышенных требований к надежности, безопасности и скорости передачи данных в банковских

корпоративных сетях используется самое современное телекоммуникационное оборудование и передовые технологии.

Характерно использование интегрированной передачи информации. При работе с сетью банкоматов применяют сети X.25.

Литература

1. Соркин К.В. Передача информации в современных банковских сетях: Журнал "Банковские технологии"/ К.В.Соркин, Суконник М.В.-2-е издание.- Москва,2002-58с.

2. Уткин, В.Б. Информационные системы и технологии в экономике: учебник для вузов / В.Б. Уткин, К.В. Балдин. – М.: Юнити, 2005. – 350 с.

А.В.Хурсевич, Д.Э.Федосенко
БГЭУ, ФЭУТ, группа ДГХ-1, 2 курс

РОЛЬ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПРИ ВЕДЕНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сегодня применение сети Интернет в различных секторах экономики является незаменимым составляющим экономического развития любой страны. Интернет все активней используется в бизнесе, в частности в его маркетинговой деятельности и в существенной степени способствует повышению его эффективности.

Развитие информационных и компьютерных технологий качественно меняет характер маркетинговой деятельности фирмы. В связи с этим возникло понятие виртуального маркетинга.

Виртуальный маркетинг - это система знаний о предложении товара на рынке на основе информационных технологий, интегрирующих маркетинговую деятельность во внутренней и внешней среде предприятия [1].

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
БГЭУ Belarus State Economic University. Library.

БДЭУ Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by