

АЛГОРИТМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ

В рыночных условиях промышленное предприятие формирует свою производственную программу на основе госзаказа и потребительского спроса, поэтому важное значение для него имеет поиск такого варианта решения задачи производственного планирования, результатом которого является формирование оптимальной производственной программы. Для решения этой сложной задачи может быть использована экономико-математическая модель, предполагающая многокритериальную оптимизацию.

Последовательно производится вычисление оптимального значения для каждого критерия, и если для него условие выполняется, то производится расчет объема производства соответствующего точке самоокупаемости затрат (ТСЗ), а если условие не выполняется, то следует пересмотреть ограничения или исходные данные. В итоге рассчитанные объемы производства сравниваются, и выбирается оптимальный план, для которого объем в ТСЗ минимален.

*Гунаре М.Л.
Балтийская Международная Академия (Рига)*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Методы нетрадиционного маркетинга опираются на теорию диффузии инновации новых продуктов, в основе которой классическая дилемма маркетинга: как новый и незнакомый продукт сделать популярным для обычного потребителя. У новых маркетинговых методов еще нет четко определенной дефиниции, в их основе лежит попытка с помощью наиболее действенных приемов достичь наиболее эффективный маркетинговый результат. Общая цель этих нововведений – поиск новых способов передачи информации целевой аудитории. Рассмотрим некоторые способы, при помощи которых современные маркетологи пытаются привлечь внимание своей целевой аудитории.

Вирусный маркетинг (Viral marketing) – это распространение сообщения бренда путем разбрасывания информации в виде почтовой рассылки шуток, приколов, ссылок, мини-клипов, flash-игр. Данная информация добровольно пересылается получателями на электронные адреса своих друзей и знакомых.

Buzz marketing (buzz). Существует несколько терминов «создания шума» (word-of-mouth, buzz marketing, viral marketing), под разными именами скрывается один прием – распространение слухов. Сарафанное радио – это сплетни, советы друзей и наша межличностная коммуникация, то есть сообщение, передающееся из уст в уста.

Meme marketing – устное распространение информации, при котором новость отделяется от самой рекламы и начинает свою независимую жизнь во времени и пространстве. Новостью может быть и название бренда, и образ, и фраза, движение или действие. Эффективные и быстро узнаваемые бренды в обществе, наполненном конку-