

целей. Перед службой маркетинга банка стоит ответственная задача – добиться органичного сочетания и полной согласованности отдельных стратегий в рамках интегрированной стратегии маркетинга.

В.Л.Кулешова

БГЭУ (Бобруйский филиал)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Информационные технологии применяются в различных сферах человеческой деятельности. И хотя многие управленческие кадры пока не подозревают о возможности их использования, они все более глубоко проникают в такую сферу деятельности как управление предприятием.

Если появляется возможность смоделировать последствия принятых решений и на основе анализа модели принять оптимальное решение, то это облегчает работу руководителя, вселяет уверенность в правильности его действий и помогает мобилизовать все силы на достижение цели.

Такие возможности предоставляет имитационное моделирование, которое обеспечивает не только полное представление модели для пользователя, но и дает наиболее удобные средства анализа этой модели. Имитация позволяет выполнить анализ функционирования объекта, прогнозирование, организационное управление, поддержать принятие решений при проектировании и управлении.

Построение реальных имитационных моделей довольно трудоемкий процесс, а их детальный анализ, выходящий за рамки простого сбора статистики по срокам и стоимостям, зачастую требует от пользователя специальной подготовки. Для описания рабочих процедур может понадобиться дополнительное программирование.

Т.Н.Куль

Белорусский коммерческий институт управления (Минск)

РЕАЛИЗИЦИЯ СТРАХОВОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

На российском страховом рынке появляется интерес к маркетингу и созданию первых профессиональных маркетинговых служб в страховых компаниях, появляются не-