

удержание старых клиентов; повышение лояльности и имиджа компании и многие другие.

Мобильные бизнес-приложения – тип мобильных приложений, которые ориентированы на корпоративное использование и имеют функционал, ориентированный на бизнес-задачи компании. Часто данный тип приложений является аналогом или дополнением корпоративного ПО и способен оказывать помощь пользователю в работе (упрощает решение различных офисных задач). Сотрудники компаний при использовании мобильных корпоративных приложений повышают оперативность и эффективность своей работы. А руководство за счет скрытых механизмов может контролировать действия сотрудников, работающих удаленно.

Мобильные бизнес-приложения можно интегрировать с такими сервисами и системами как: CRM (системы по управлению взаимоотношениями с клиентами); ERP (планирование ресурсов предприятия); BPM (Система управления проектами); Система электронного документооборота; Система Business Intelligence (бизнес аналитика); Business rules management system (система управления бизнес-правилами); ECM (управление корпоративным контентом); Коммуникативные бизнес-приложения и другие.

По оценке аналитических компаний, объем мирового рынка бизнес-приложений в 2012 году составлял 250 млн у.е. Доля от общего объема мирового рынка мобильных приложений в денежном выражении была чуть более 3 %. По прогнозам в 2016 году данный показатель достигнет 5,4 %, а в денежном – 3,55 млрд у.е. У рынка такого рода приложений есть хорошие перспективы роста на ближайшие годы.

Применение мобильных технологий становится неотъемлемой частью стратегии продвижения и развития современных предприятий, корпораций и бизнеса.

УДК 621.12

**М. Павлович**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: В.А. Новиков, к.т.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ЛОГИСТИКА В СФЕРЕ АПК**

Согласно Курта Хессига и Мартина Арнольда под информационной логистикой понимается организация и использование систем информационного обеспечения производственно-хозяйственных процессов на предприятии. Информационная логистика как один из видов логистической деятельности занимается рассмотрением и изучением вопросов функционирования ИТ в новой экономической среде, ресурсной концепции логистической информации и ее ключевых компетенций, а также изучением вопросов анализа, построения и сопровождения интегрированных информационных систем, что позволяет под системным углом зрения оценить

состояние дел по управлению предприятием АПК на базе ИТ. Более полным определением информационной логистики является новое направление основной функцией которого является организация и сопровождение информационных систем, предназначенных для хранения, обработки, оптимизации и выдачи информационных ресурсов, преобразованных в информационный продукт с применением рациональных методов управления в интересах обеспечения конкурентных преимуществ на рынке в долгосрочной перспективе.

Базовым элементом логистики является переход от обучающихся к обучающимся организациям, что в большой степени базируется на хорошей педагогической подготовке членов коллектива. Более того, ориентация специальности на социальную сферу требует дополнительно изучения педагогического мастерства.

Информационная логистика представляет собой методологию комплексного внедрения и обслуживания технических средств информатизации, операционных систем и программных продуктов, а также методологию разработки собственного программного обеспечения совместно с аспектами их продвижения на рынок.

Изучение технических средств информатизации предусматривает углубленные знания по их техническим характеристикам и принципам функционирования основных средств, включая ЭВМ. Кроме этого информационная логистика предусматривает изучение номенклатурного и ценового их мирового рынка.

Изучение программного обеспечения в рамках информационной логистики проводится по трем направлениям. Во-первых, это хорошие практические навыки работы с основными программными оболочками. Во-вторых, это хорошее владение на теоретическом уровне возможностями тех программных продуктов, практические навыки по которым получить в учебном заведении не представляется возможным. В-третьих, это изучение конъюнктуры рынка программных продуктов на уровне фирм, номенклатуры и цен.

Изучение методологии разработки программных продуктов базируется на свободном владении одним из современных алгоритмических языков высокого уровня, включая методологию разработки локальных и серверных баз данных. Информационная логистика предусматривает также изучение рынка языковых средств и сравнительного их анализа на уровне пользователя.

Основным элементом информационной логистики, связывающим все разделы, является изучение комплексных средств рекламы, включая пакеты программ для разработки рекламных продуктов и методологические аспекты рекламной деятельности.

В области информационной подготовки инженер по информационной логистике должен знать:

– Назначение, достоинства и недостатки коммерческих экономических пакетов программ;

- Иметь практические навыки работы в распространенных корпоративных информационных системах;
- Иметь практические навыки работы в правовых информационных системах;
- Иметь практические навыки работы в создании компьютерными средствами рекламных продуктов;
- Иметь хорошие практические навыки объектно-ориентированного программирования;
- Знать программные продукты создания деловой и инженерной графики;
- Иметь представление о методологиях документирования программных продуктов;
- Уметь планировать, создавать и администрировать компьютерные сети.

Инженер по информационной логистике должен в дополнение к информационной подготовке знать:

- принципы прогнозирования в логистике и планирования логистики;
- основы проектирования, принципы проектирования и построения логистических систем;
- методы математического моделирования и формализации задач, разработки алгоритмов, математического и логического анализа;
- основы экономической кибернетики и синергетики;
- основы маркетинга и рекламной деятельности;
- основы современных бизнес-технологий, порядок разработки бизнес-планов, договоров, соглашений, контрактов;
- педагогику и этику делового общения;
- основы социологии, психологии и мотивации труда;
- основы трудового законодательства.

УДК 004.4:33

**Д. Петушкевич**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: Е.М. Исаченко, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В настоящее время информация пронизывает все сферы деятельности субъектов экономики и производства. Сегодня руководители и исполнители маркетинговых служб на своих рабочих местах могут практически мгновенно получить исчерпывающую информацию о производимых товарах и услугах, ценах на них, спросе на товары и т.п. для анализа конкретной производственной или рыночной ситуации. Актуальность выбранной темы обусловлена все большим интересом к готовым программным решениям в области автоматизации маркетинговой деятельности, которые появляются на рынке информационных продуктов.