

- 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.

Маркетинговая информационная система (МИС) – это постоянно действующая система, включая персонал, оборудование, процедуры и методы сбора обработки, оценки и распределение информации, необходимой для принятия маркетинговых решений.

В настоящее время на рынке представлены разнообразные программные продукты и информационно-аналитические системы, предназначенные для повышения эффективности работы предприятия.

Все программные продукты можно разбить на группы согласно их назначению. Существуют программы для учета и анализа продаж, для координации работы с клиентами, для мониторинга конкурентов, для проведения маркетинговых исследований, для анализа продаж, для обработки текстовых массивов, информационно-аналитические системы, статистические пакеты, программы для поддержки рекламной деятельности и для маркетингового планирования.

«Гермес» фиксирует информационные потоки в торговой организации, интегрирует работу отделов сбыта и маркетинга. Система позволяет проводить маркетинговые исследования, вести мониторинг рынка, накапливать коммерческую информацию, вести БД контрагентов, осуществлять контроль деятельности продавцов, проводить почтовую и e-mail рассылку. Данная система предназначена для оптовой торговли и прямых продаж.

«Marketing Geo» предназначена для хранения, отображения на электронной карте и анализа маркетинговой информации о клиентах, поставщиках, дилерах и конкурентах. Решает широкий круг маркетинговых задач.

«БИГ Мастер 4.4 Маркетинг» формирует стандартный набор базовых документов, регламентирующих деятельность компании в области маркетинга. Основное назначение этой МИС – накопление данных для аналитической обработки с целью принятия обоснованных управленческих решений по улучшению деятельности компании.

«Marketing Expert» предназначена для разработки маркетинговой стратегии компании. Позволяет оценить реальное положение компании на рынке, провести анализ ее сбытовой деятельности, сформировать оптимальную структуру сбыта. Рассчитывает доходность различных сегментов рынка и товаров, долю рынка компании и темпы ее роста.

«БЭСТ-Маркетинг» предназначена для автоматизации маркетингового анализа. Система может использоваться на производственных предприятиях, а также на предприятиях торговли и сферы услуг. Достоинством данного программного продукта является простота терминологии интерфейса, который рассчитан на пользователя, не имеющего специальной подготовки в области маркетинга.

«Marketing Analytic» является полнофункциональной системой, предназначенной для решения задач, возникающих в маркетинговой деятельности. Он обеспечивает детальный анализ, включающий обработку результатов маркетинговых исследований (внешних и внутренних факторов), а также процесс разработки стратегического и оперативного планов маркетинга, приводящих к построению и контролю маркетинговых бюджетов.

«Кон Си» представляет серию программ, автоматизирующих участки маркетингового анализа и управления. Её основные функции: организация работы региональных менеджеров, организация легального наблюдения за конкурентами, модели и методы анализа маркетинговой работы в регионах, группировка потребителей по сегментам рынка, прогнозирование продаж.

Подводя итоги, можно отметить, что на рынке присутствует множество программ, позволяющих повысить эффективность работы предприятия и обеспечить контроль результатов его работы.

На сегодняшний день на предприятии ОАО «Волковысский мясокомбинат» используется программный комплекс на базе «1С: Предприятие». Система «Реализация» включает в себя функции формирования маршрутов перевозок продукции автотранспортом филиала, позволяет формировать сопроводительную документацию, позволяет производить отгрузку продукции из магазина-склада, вести оперативный контроль над задолженностью покупателей. Система «Складской учет» позволяет определить наличие товара на складах, резервировать продукцию по заявкам покупателей, а также выводить необходимую складскую отчетность. Система «Учет продукции в фирменных магазинах» включает учет продукции в магазинах; калькуляцию, реализацию посредством терминальных комплексов товаров.

Было принято решение о переходе на программный продукт «1С: CRM». Решения «1С: CRM» позволяют организовать эффективную работу отделов продаж, сервисного обслуживания, логистики, маркетинга, аналитической службы, службы качества и других подразделений на всех этапах взаимодействия с клиентами и внутри предприятия.

УДК 004.92

В. Пинчук

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: Н.А. Сыровкаш, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Область информатики, связанная с компьютерной графикой, охватывает все виды и формы представления изображений, доступных для восприятия человеком либо на экране монитора, либо в виде копии на внешнем носителе. Занимая все более прочные позиции, она находит применение не только в компьютерном мире, но и в различных сферах человеческой деятельности: научных исследованиях (визуализация строения вещества, векторных полей и т. д.), медицине (компьютерная томография), опытно-конструкторских разработках и т. п.

Компьютерная графика и анимация – необходимый инструмент в таких областях, как кино, реклама, искусство, архитектурные презентации, создание