

УДК 334.732

М.В.Исакова, Р.В.Корольков

## ХАРАКТЕРИСТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ И РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Воронежский институт высоких технологий*

*Даны примеры классификации информационных систем, применяемых в области маркетинга и рекламы. Рассмотрены особенности внедрения и продвижения ИТ-технологий.*

**Ключевые слова:** компьютерные технологии, маркетинг, информационные системы.

Инновационные процессы представляют собой одну из неотъемлемых составляющих, требуемой для развития туризма. При проведении управления инновационными процессами, использования их в практических приложениях при стремлении к цели развития туризма решаются многие важные задачи, касающиеся экономической составляющей туризма [1-10]. Можно провести классификацию инноваций, исходя из нескольких основных характеристик, которые связаны с потребностями клиентов, новыми предложениями; сферами использования инноваций, процессами управления в отдельных фирмах и в целом в туристической индустрии, поддержкой должного уровня рекламы; требуемым уровнем нововведений; масштабами использования; требуемым бюджетом. Если говорить о каком-то определении, то инновации в области туризма представляют собой способы, которые имеют новизну и дающие возможности заметного роста и развития туристической области

Следует отметить, что процесс управления туристической отраслью является комплексным, требующим согласованного взаимодействия, как на федеральном, так и на региональном уровне. Именно в этом случае можно заметить заметную положительную отдачу от всех действий.

При проведении анализа работы туристического предприятия инновационные продукты ведут к росту его доходов. При этом туризм может быть назван одной из ключевых отраслей сервиса, что ведет к созданию новых способов, связанных с обслуживанием клиентов.

Применение информационных технологий определяет возможности развития туризма. На основе использования современных компьютеров, а также методик бронирования существуют положительные тенденции в развитии отечественной туристической отрасли [11-19].

Информационная система представляет собой совокупность подходов, методов, средств, используемых для хранения, обработки,

выдачи информации и получения обратной связи в интересах достижения поставленных целей.

В маркетинговой и рекламной деятельности применяется большое количество информационных систем различных классов. Каждый класс направлен на решение определенных задач. Приведем примеры классификации информационных систем.

#### 1. Завоевание потребительской лояльности.

При покупке товаров ведется запись всех необходимых сведений о покупателях, а также их прямых потребностях и приоритетах. Координаты покупателей могут быть использованы для рассылки им рекламных материалов с целью привлечения потребительского интереса и увеличению продаж [20-25]. Зарегистрированные в системе покупатели пользуются кредитами, бонусами и скидками. С другой стороны, информационная система позволяет хранить информацию о партнерах, сотрудниках и квалифицированных специалистах данной отрасли, что позволяет существенно ускорить и упростить процесс принятия управленческого решения по формированию лояльности к организации.

#### 2. Ускорение движения потоков товаров.

На складских помещениях организации хранится большое число товаров. Используя терминалы, клиент сам выбирает нужный ему продукт. В свою очередь, персонал организации, отвечает за своевременную доставку, проводит анализ потребительской активности, принимают решения об изменении ценовой политики предприятия. Также, используя математические методы проводится прогнозирование продаж. Удобство использования такой системы заключается в ее автоматизации, использовании "бесбумажной" технологии [26-29].

#### 3. Снижение издержек производства

Информационная система полезна при отслеживании выходов рекламных материалов на электронных табло, расположенных в различных частях населенных пунктов. Она позволяет задавать нужные интервалы смены и частоту показов рекламных видеороликов. Другой функцией данной системы может быть отслеживание курьерских поездок. Сейчас набирает популярность использование мотокурьеров. Таким образом, уменьшаются затраты на обеспечение деятельности персонала.

При занятиях туристической деятельностью, туристической фирме необходимо обеспечивать должный уровень автоматизации. К минимальным требованиям, когда число туристов невелико, следует отнести наличие пакета Microsoft Office и электронной почты. При увеличении числа клиентов возникает необходимость установки специального программного обеспечения. Анализ современных литературных источников и интернет показывает, что для автоматизации

среднего туристического офиса стоимость затрат может составить около \$3000.

Требуется использовать методы экономического анализа и оптимизации [30-33].

Каким образом может проходить внедрение и продвижение ИТ-технологий в туристической сфере? Отметим некоторые особенности:

- создаются независимые сети турагентств с применением на основе общих технологий;
- формирование туроператорами сетей турагентств с использованием общих технологий;
- для независимых агентств предоставляются новые технологические сервисы;
- проведение укрупнения независимых турагентств и проведение работ по их автоматизации;
- формирование стандартов по обмену информацией среди участников туристической сферы.

Важно разрабатывать сайты туристических компаний.

Те, кто посещает такие сайты, смогут получить достаточно полную информацию о возможных турах, акциях, отелях, авиакомпаниях, видах транспортных средств, провести анализ расписания полетов по различным направлениям. На порталах может находиться информация, касающаяся разных видов транспорта для туристов, существуют возможности по бронированию авиабилетов, аренде автомобилей. Для посетителей есть возможности по бронированию номеров в отеле, выбору города, дат заезда. При обозначении количества тех, кто путешествует, выводится стоимость рассматриваемых услуг и их можно оплатить при помощи платежной карты с использованием возможностей Интернет.

Может быть организован доступ к просмотру фотографий с достопримечательностями выбранного места.

Важная роль при развитии организации принадлежит подготовке квалифицированных кадров [34-52].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Родионова К.Ю. Глобализация мировой экономики: сущность и противоречия / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2012, № 9, с. 185-186.
2. Бессонова А.А. Управление социально-экономическими системами в условиях модернизации / Бессонова А.А., Дубинин В.В., Львович И.Я., Лялина Ж.И., Преображенский А.П., Рубинштейн Е.Д., Салтыков М.А., Филипова В.Н., Филиппова И.В. // коллективная монография / Саратов,

- Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Центр профессионального менеджмента "Академия Бизнеса", 2013, 110 с.
3. Федотова С.А. Мировая экономика: основные этапы формирования и современные тенденции развития / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2011, № 8, с. 133-136.
  4. Землянухина Н.С. О применении информационных технологий в менеджменте / Успехи современного естествознания, 2012, № 6, с. 106-107.
  5. Филипова В.Н. О применении информационных технологий в туристической сфере / Успехи современного естествознания, 2012, № 6, с. 112-113.
  6. Олейник Д.Ю. Некоторые вопросы использования информационных технологий в туристической индустрии / Успехи современного естествознания, 2012, № 6, с. 110.
  7. Филипова В.Н., Коренюгина А.А., Титова О.Э. Проблемы маркетинга в туристической деятельности / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. с. 206-208.
  8. Петрашук Г.И. Маркетинг в прикладном менеджменте / В мире научных открытий, 2010, № 4-7, с. 35-36.
  9. Филипова В.Н., Тарасова Д.С., Олейник Д.Ю. Проблемы управления в туризме / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2013, № 10, с. 119-123.
  10. Филипова В.Н., Пивоварова Ю.А. О некоторых инновациях, используемых в туристическом бизнесе / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2013, № 10, с. 202-206.
  11. Кравцов Д.О., Преображенский Ю.П. Методика оптимального управления социально-экономической системой на основе механизмов адаптации / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2008, № 3, с. 133-134.
  12. Федотова С.А. Возможности прогнозирования валютного курса с использованием информационных систем / Успехи современного естествознания, 2012, № 6, с. 112.
  13. Преображенский Ю.П., Паневин Р.Ю. Формулировка и классификация задач оптимального управления производственными объектами / Вестник Воронежского государственного технического университета, 2010, Т. 6, № 5, с. 99-102.
  14. Львович Я.Е., Львович И.Я. Принятие решений в экспертно-виртуальной среде / под редакцией Львовича Я.Е.//Воронеж, 2010, Издательство "Научная книга", 139 с.
  15. Москальчук Ю.И., Наумова Е.Г., Киселева Е.В. Проблемы оптимизации инновационных процессов в организациях /

- Моделирование, оптимизация и информационные технологии, 2013, № 2, с. 10.
16. Корольков Р.В. Контроллинг в торговой организации / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2013, № 10, с. 287-290.
  17. Петрашук Г.И. Менеджмент в предоставлении телекоммуникационных услуг / Успехи современного естествознания, 2011, № 7, с. 175.
  18. Кравец О.Я., Макаров О.Ю., Олейникова С.А., Питолин В.М., Чопоров О.Н. Особенности программного проектирования коммутационных подсистем в составе распределенных систем оперативного оповещения и мониторинга / Системы управления и информационные технологии, 2013, Т. 52, № 2, с. 50-54.
  19. Гуськова Л.Б. О построении автоматизированного рабочего места менеджера / Успехи современного естествознания, 2012, № 6, с. 106.
  20. Корольков Р.В. Об управлении финансами в организации / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2013, № 11, с. 144-147.
  21. Чопоров О.Н., Чупеев А.Н., Брегеда С.Ю. Методы анализа значимости показателей при классификационном и прогностическом моделировании / Вестник Воронежского государственного технического университета, 2008, Т. 4, № 9, с. 92-94.
  22. Пеньков П.В. Экспертные методы улучшения систем управления / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2012, № 9, с. 108-110.
  23. Чопоров О.Н., Наумов Н.В., Куташова Л.А., Агарков А.И. Методы предварительной обработки информации при системном анализе и моделировании медицинских систем / Врач-аспирант, 2012, Т. 55, № 6.2, с. 382-390.
  24. Чопоров О.Н. Оптимизация функционирования медицинских систем на основе интегральных оценок и классификационно-прогностического моделирования диссертация на соискание ученой степени доктора технических наук / Воронеж, 2001.
  25. Чопоров О.Н., Разинкин К.А. Оптимизационная модель выбора начального плана управляющих воздействий для медицинских информационных систем / Системы управления и информационные технологии, 2011, Т. 46, № 4.1, с. 185-187.
  26. Фомина Ю.А., Преображенский Ю.П. Принципы индексации информации в поисковых системах / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2010, № 7, с. 98-100.
  27. Ермолова В.В., Преображенский Ю.П. Архитектура системы обмена сообщений в немаршрутизируемой сети / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2010. № 7. С. 79-81.

28. Паневин Р.Ю., Преображенский Ю.П. Задачи оптимального управления многостадийными технологическими процессами / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2010, № 6, с. 77-80.
29. Преображенский Ю.П. Разработка методов формализации задач на основе семантической модели предметной области / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2008, № 3, с. 075-077.
30. Львович Я.Е. Многоальтернативная оптимизация: теория и приложения - Воронеж, 2006, Издательство "Кварта", 415 с.
31. Кострова В.Н. Экономическая устойчивость как один из факторов развития вуза / Фундаментальные исследования, 2004, № 5, с. 74-75.
32. Кострова В.Н., Львович Я.Е. Моделирование управления образовательной системой вуза /Профессиональное образование, 2002, № 7, С. 28.
33. Кострова В.Н. Системный подход к оптимизации и моделированию последовательности обучения в вузе /Проектирование и технология электронных средств. 2002. № 4. С. 56.
34. Жданова М.М., Преображенский А.П. Вопросы формирования профессионально важных качеств инженера / Вестник Таджикского технического университета, 2011, Т. 4, № -4, с. 122-124.
35. Сыщикова Д.С. О возможностях использования мультимедийной техники в образовательном процессе / Успехи современного естествознания, 2012, № 6, с. 111-112.
36. Преображенский А.П., Комков Д.В., Пекшев Г.А., Винюков М.С., Петрашук Г.И. Проблемы подготовки специалистов в современной высшей школе / Современные исследования социальных проблем, 2010, № 1, с. 66-67.
37. Гусев М.Е., Жигалкина Т.А., Хорсева О.В., Круглякова Е.А., Преображенский А.П. Проблемы подготовки специалистов в области информатизации образования / Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Информатика и информатизация образования, 2006, № 7, с. 223.
38. Свиридов В.И. Технологии, применяемые при подготовке современных инженеров / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2012, № 9, с. 151-152.
39. Павлова М.Ю., Преображенский А.П. Проблемы адаптации специалистов / Современные исследования социальных проблем, 2012, № 4 (12), с. 70-73.
40. Кудрина О.С. О проблемах медиаобразования / Современные наукоемкие технологии, 2013, № 8-1, с. 72-73.
41. Львович И.Я., Преображенский А.П. О характеристиках обучающих систем / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2013, № 11, с. 179-180.

42. Павлова М.Ю. Об использовании научной составляющей при формировании профессиональных качеств инженера / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2012, № 9, с. 144-145.
43. Павлова М.Ю. Вопросы адаптации выпускников вузов / Вестник Воронежского института высоких технологий, 2013, № 10, с. 234-237.
44. Преображенский Ю.П., Преображенская Н.С., Львович И.Я. Некоторые аспекты информатизации образовательных учреждений и развития медиакомпетентности преподавателей и руководителей / Вестник Воронежского государственного технического университета, 2013, Т. 9, № 5-2, с. 134-136.

M.V.Isakova, R.V.Korolkov

**THE PROBLEMS OF ESTIMATION DATAFLOW COMPUTERS IN  
THE COMPUTER NETWORK**

*Voronezh Institute of High Technologies*

*The examples of classification of information systems used in marketing and advertising are given. The features of the introduction and advancement of IT technology are considered.*

**Keywords:** computer technology, marketing, information systems.