

Нагин А.А., Нагина Е.К., Скрыпник Е.Ю.
Воронеж, Центрально-черноземный округ ООО «Русфинансбанк»
Воронеж, Воронежский государственный университет
Воронеж, Центрально-черноземный округ ООО «Русфинансбанк»

ВЫБОР ВИДОВ РЕКЛАМЫ И ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВЛИЯНИЯ РЕКЛАМЫ НА ПРИБЫЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассматривается программная реализация алгоритма выбора заданного числа СМИ из списка предложенных на основе максимизации количества потенциальных покупателей продукции, охваченных рекламой, и ограничения затрат на рекламу с использованием средств языка VBA.

Разработана экономико-математическая модель, имитирующая процесс влияния рекламы на прибыль организации. Основой разработки модели является табличная модель «Прогноз доходности», рассчитывающая затраты и прибыль с учетом затрат на рекламу.

Ключевые слова: Прибыль, затраты, реклама, инструмент MS Excel «Поиск решения», язык Visual Basic for Applications, имитационная модель.

Nagin A.A., Nagina E.K., Skrypnik E.Y.
Voronezh, Rusfinance Bank
Voronezh state university
Voronezh, Rusfinance Bank

CHOICE OF TYPES OF ADVERTISEMENT AND ECONOMIC- MATHEMATICAL MODEL OF INFLUENCE OF ADVERTICEMENT ON THE PROFIT OF ORGANIZATION

Economic-mathematical model was made up to imitate the process of advertisement influence on the profit of organization. Table model «Prognosis of revenue» is the base of this model, which helps to calculate expenses and profit.

Keywords: Profit, expenses, advertisement, command MS Excel «Solver», language Visual Basic for Applications, economic-mathematical model.