

на основе множества индивидуальных интервальных оценок; определение предпочтительности оценок параметров на выделенном интервале.

Для иллюстрации работоспособности рассмотренных теоретических выкладок проведено тестовое решение задачи идентификации параметров модели оценивания методами определения чебышевской точки и средних точек, а также с помощью генетических алгоритмов.

Литература

1. Петров К. Э. Компараторная структурно-параметрическая идентификация моделей скалярного многофакторного оценивания : монография / К. Э. Петров, В. В. Крючковский. – Херсон : Олди-плюс, 2009. – 294 с.

УДК 004.4:[336.71:659]

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ MS POWERPOINT ДЛЯ РЕКЛАМЫ БАНКА

С. В. Кунцев, к.т.н., доцент
ГВУЗ «Украинская академия банковского дела НБУ»

Основными принципами банковской рекламы в докризисный период были частота и тотальность присутствия в информационном пространстве [1]. Главный вектор современной банковской рекламы направлен на восстановление имиджа, повышения узнаваемости бренда, декларирования надежности, демонстрации стабильности [2]. Эксперты считают [3], что доступность ИТ-технологий изменит технологию банковской рекламы, которая будет максимально приближена к каждому клиенту. Эффективным инструментом рекламы банка является приложение Microsoft Office PowerPoint [4].

Классификация презентаций носит условный характер. Существующие презентации рекламы банка по количеству слайдов можно отнести к малым (до 25 слайдов). По наличию анимации и интерактивных элементов их можно оценивать как презентации средней степени сложности. По способу распространения их относят к тем, которые распространяются на носителях для воспроизведения на компьютерах.

Создание презентации с помощью MS PowerPoint для рекламы банка является одним из учебных заданий по дисциплине «Информатика». Для лучшего освоения студентами технологии работы с программой автором разработан пошаговый алгоритм

создания презентации рекламы банка «Интеграл». Составлены алгоритмы создания слайдов разных типов, вставки колонтитулов, добавления управляющих кнопок, вставки гиперссылок, настройки смены слайдов.

При разработке презентации рекламы банка нужно учитывать задачи рекламной кампании, специфику целевой аудитории, географию продаж, активность конкурентов и другие параметры. Сведения о банке включают множество различных документов, табличных и графических данных, которые постоянно изменяются во времени. Целесообразно использовать в качестве источника информации Web-страницу банка (URL-адрес банка «Интеграл»: www.integral.com.ua).

Титульный слайд презентации является визитной карточкой банка. Благоприятное визуальное восприятие слайда зависит от рациональной компоновки размещенных на нем элементов: логотипа и названия банка. Уместным является размещение слогана банка.

Гиперссылки, размещенные на втором, итоговом слайде, дают возможность клиенту ознакомиться со структурой презентации и выполнить переход к нужному разделу. Удачным является перечень разделов в презентации «Евробанка» (www.eurobank-ua.com). В презентации российского «Бинбанка» (www.binbank.ru) явно отсутствует оглавление, однако в структуре презентации предусмотрены отдельные слайды, которые разделяют ее на информационные разделы.

Для компактности оглавление можно разместить на титульном слайде. Так сделано в учебной презентации для банка «Интеграл» (рис. 1).

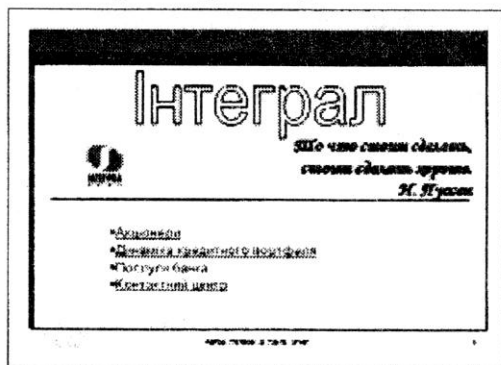


Рис. 1. Титульный слайд



Рис. 2. Слайд с гистограммой

Основа современной презентации заключается в облегчении процесса восприятия информации с помощью запоминающихся

образов: технология показа всегда убедительнее технологии рассказа. Наглядность презентации повышается, если в ней присутствуют слайды с диаграммами (рис. 2) и рисунками SmartArt.

Диаграммы на слайдах позволяют отобразить динамику процессов, происходящих в банковской системе, показать структуру банковских ресурсов. С помощью богатой коллекции рисунков SmartArt в презентации можно отобразить перечень преимуществ банка по сравнению с конкурентами.

Удобной формой представления перечня услуг банка являются маркированные и нумерованные списки. Отразить устойчивость финансовой позиции банка можно с помощью списка текущих рейтингов.

Применение таблиц в презентации позволяет наглядно представить финансовые показатели, рыночные позиции, продуктовый ряд, баланс.

Таким образом, функциональные возможности приложения MS Office PowerPoint позволяют создавать наглядные презентации рекламы банка.

Литература

1. Кризис и эмоции банковской рекламы / Журавель В. – Режим доступа : www.publicity.kiev.ua/catalog/Stati/Krizis_i_emotsii_bankovskoy_reklami.html
2. Новые средства // Бизнес-журнал. – 2010. – № 1–2. – Режим доступа : www.business-magazine.ru/mech_new/marketing_n/pub329967
3. Как осуществляется реклама банков в СМИ? / Андрей Крылов. Информ. агентство Bankir.Ru. – Режим доступа : bankir.ru/technology/article/1376712.
4. Веб-сайт Майкрософт в Україні. Можливості та переваги PowerPoint 2010. – Режим доступа : office.microsoft.com/uk-ua/powerpoint.

УДК 303,725,33

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

О. В. Кухар, науковий керівник к.н.е. Н. А. Потапова
Вінницький національний аграрний університет

Для досягнення стабільного економічного розвитку підприємства важливим є визначення його фінансових можливостей,