

ЛОГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В МОДЕЛИРОВАНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ

Глобализация экономики и ужесточение конкуренции в последнее десятилетие выдвинули разработку эффективных методов управления экономическими процессами в разряд наиболее актуальных проблем.

Существенной особенностью управления экономическими системами является его *дискретность* на всех уровнях. Её следствием является большая сложность поиска управляющих воздействий, вызванная выбором моментов мониторинга и моментов принятия решений, а также необходимость решения последовательности соответствующих оптимизационных проблем. Именно с целью снижения указанной сложности в течение последних 15-и лет интенсивно развивается новое направление теории систем — системы дискретных событий (*discrete events systems*). Основная идея состоит в выделении дискретного множества *событий* и замены моментов времени моментами наступления событий.

Во-первых, произошла замена обычной линейной алгебры на *max-plus* алгебру. На основе *max-plus* алгебры разработаны методы решения проблемы адаптивного контроля линейными системами дискретных событий. Такими моделями, в частности, адекватно описываются параллельно организованные производственные системы.

Во-вторых, возник целый ряд разрозненных моделей размеченных графов переходов (*labeled transition graphs*), удобных для исследования различных аспектов проблемы логического управления экономическими системами. За последнее десятилетие именно эти модели стали во всём мире предметом пристального исследования специалистов по управляющим системам и могут быть использованы при проектировании службы маркетинга.