

# Самостоятельная работа по ММК

Студента группы 515-14  
Турсунова Санжара

Понятие “информация” является одним из самых распространенных. Термин “информация” произошел от латинского “informatio”, что означает - разъяснение, изложение. Первоначально под информацией понимали сообщения, сведения, передаваемые одними людьми другим людям, а также сам процесс передачи этих сведений. В процессе развития цивилизации понятие информации изменялось. Появилась потребность в научном подходе к понятию информации и определению ее свойств. В 20 веке появилось множество новых определений информации. Сейчас нет универсального определения, т.к. понятия трансформируются в зависимости от той сферы, в которой они используются. Для понимания сущности информации я привожу ее основные определения:

Шеннон К. (представитель вероятностно-статистической теории информации) : Информация - это “мера того количества неопределенности, которое уничтожается после получения сообщения”, т.е. он трактует информацию как снимаемую неопределенность. Информацией является все то, что уменьшает количество возможных



Винер Н. : “Информация - обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств.”

Афанасьев В.Г. : “Информацию составляет та часть знания, которая используется для ориентирования, для активного действия, для управления, т.е. в целях сохранения качественной специфики, совершенствования и развития системы .

вопросов, гипотез и т.д.

Урсул А.Д. Понимает информацию как “разнообразие, которое один

объект содержит о другом, отраженное разнообразие” Информация существует только там, где существует разнообразие. Разнообразие здесь - “характеристика элементов множества, заключающаяся в их отличии, несовпадении”. Передача разнообразия от одного объекта к другому представляет собой информационный процесс.

Анисимов С.Ф. : Информация - “всякое сообщение или передача сведений о чем-либо, что заранее не было известно.”

Полетаев И.А. : “Информация - это то, что несет на себе след какого-то факта или события, которое произошло или должно произойти, все то, что доставляет нам об этом факте сведения или сообщения.”

. Берг Л.И. и Черняк Ю.И. : “Информация есть отражение в сознании людей объективных причинно-следственных связей в окружающем реальном мире.”

Что является источником экономической информации? У каждого субъекта рынка есть свои специфические источники:

### 1. Государство.

Государство имеет самое большое количество источников информации. Помимо источников, которые используют остальные субъекты, оно имеет свои специфические службы, которые помимо своих основных обязанностей занимаются также сбором информации ( например : Госкомстат, налоговая инспекция министерство финансов и д.р.).

### 2. Предприятие.

Большинство предприятий не обладают такими финансовыми средствами и нормативной основой для сбора информации, какие имеет государство. Поэтому у предприятия намного меньше источников информации:

1. Отчеты о деятельности своего предприятия.
2. Отчеты правительства.
3. Научные публикации.
4. Информация из торговых и других коммерческих журналов.
5. Справочники.
6. Реклама в СМИ.
7. Информация , полученная от фирм, занимающихся исследованием рынка и продажей своей информации.
8. Выставки, дни открытых дверей и т.д.
9. Законы, указы и постановления правительства.
10. Личные встречи и знакомства персонала фирмы.

### 3. Домохозяйства.

Большинство домохозяйств имеют очень мало средств для поиска необходимой информации либо вовсе не их не имеют. Основными источниками получения информации являются:

1. Личные ( семья , друзья , соседи и др.).
2. Коммерческие ( реклама, выставки ).
3. Общедоступные ( СМИ ).

Среди этих источников реклама дает самое большое количество информации, однако домохозяйства склонны принимать решения на основе информации, полученной из личных источников, а реклама и другая коммерческая информация используется как первоначальная , т.е. для ознакомления с товаром или услугой.

### 2. Сущность и виды рекламы.

Что представляет из себя реклама ?

Термин “реклама” происходит от латинского “рекламаре”, что означает откликаться, возражать, выражать неудовольствие. Реклама в английском



языке обозначается термином “advertising”, что в переводе с английского означает уведомление и истолковывается как привлечение внимания потребителя к продукту (товару, услуге) и распространение советов, призывов, предложений, рекомендаций приобрести данный товар или услугу. В книгах о рекламе дается большое количество разных определений рекламы: “Реклама - ознакомления потребителя с товаром или услугой, которую предлагает данное производственное, торговое или иное предприятие.”

“Реклама - платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие виды связи, агитация в пользу какого-либо товара или услуги.”[6]  
“Реклама - неличные формы коммуникаций, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с указанием источника.”

“Реклама - распространение сведений о лице, организации, произведении литературы и искусства и т.п. с целью сознания им популярности. ... Реклама - информация о потребительских свойствах товаров и разных видов услуг с целью их реализации, создания спроса на них.”

“Реклама - любая оплаченная форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг определенным спонсором.”[2]

“Реклама - печатное, рукописное, устное или графическое уведомление о лице, товаре, услугах или общественном движении, открыто исходящее от рекламодателя и оплаченное им с целью увеличения сбыта, расширения клиентуры, получения голосов или публичного одобрения.”

“сущность рекламы в широком смысле этого слова, заключается в планомерном воздействии на психику человека с целью вызвать у него непреодолимое желание приобрести или сохранить известные блага.”

