

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

КАФЕДРА КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И ПРОГРАММНОЙ ИНЖЕНЕРИИ (КАФЕДРА №43)

ОТЧЕТ ЗАЩИЩЕН С
ОЦЕНКОЙ: _____

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:

(должность, учёная степень, звание) / _____ / _____ / М. В. Фаттахова
(подпись) (дата защиты) (инициалы, фамилия)

ОТЧЕТ О ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЕ №4

«Принятие решений в условиях риска»

ПО КУРСУ: «Прикладные модели оптимизации»

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛ (-А) СТУДЕНТ (-КА): _____ 4932 / Н. С. Иванов
(номер группы) (инициалы, фамилия)

/ _____ / 22.12.2021
(подпись студента) (дата отчета)

1 Формулировка задачи:

Вариант 8

Фирма планирует производство новой продукции быстрого питания в национальном масштабе. Исследовательский отдел убежден в большом успехе новой продукции и хочет внедрить ее немедленно, без рекламной компании на рынках сбыта фирмы. Отдел маркетинга положение вещей оценивает иначе и предлагает провести интенсивную рекламную кампанию. Такая кампания обойдется в \$100 000, а в случае успеха принесет \$950 000 годового дохода. В случае провала рекламной кампании (вероятность этого составляет 30%) годового дохода оценивается лишь в \$200 000. Если рекламная кампания не проводится вовсе, годового дохода оценивается в \$400 000 при условии, что покупателям понравится новая продукция (вероятность этого равна 0,8) и в \$200 000, если покупатели останутся равнодушными к новой продукции (с вероятностью 0,2). Как должна поступить фирма в связи с производством новой продукции?

Решение

