# 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)

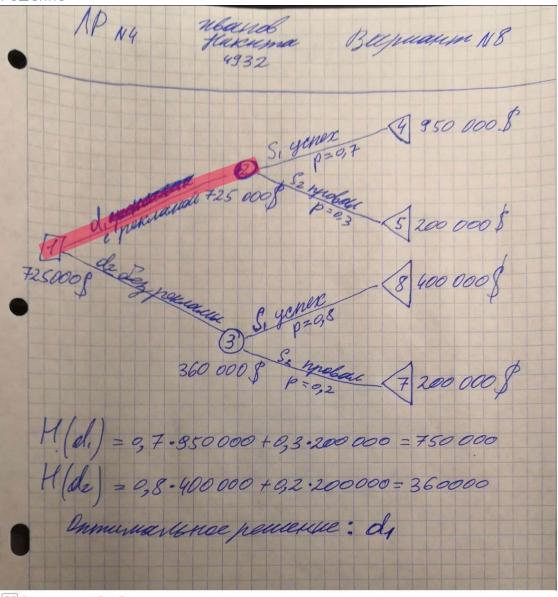
ОТЧЕТ ЗАЩИЩЕН С ОЦЕНКОЙ:	_	
ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:	/	М.В.Фаттахова (инициалы, фамилия)
ОТЧЕТ О ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЕ №4 «Принятие решений в условиях риска» ПО КУРСУ: «Прикладные модели оптимизации»		
РАБОТУ ВЫПОЛНИЛ (-А) СТУДЕНТ (-КА):	4932 / (номер группы)	Н. С. Иванов (инициалы, фамилия)
	/(подпись сту;	дента) / 22.12.2021 (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%) годовой доход оценивается лишь в \$200 000. Если рекламная кампания не проводится вовсе, годовой доход 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



CS Сканировано с CamScanner