Выбор средств коммуникации. Топология линий связи промышленной сети. Среды передачи информации.

Выбор средств маркетинговых коммуникаций в конкретной ситуации определяется такими факторами, как:

1. Характер рынка;

2. Цели продвижения;

3. Характер продукта;

4. Стадия жизненного цикла продукта;

5. Цена;

Политику выбора оборудования диктует

1 условия эксплуатации .

2 Поставленные задачи,

3Архитектура.

4 Подготовленность кадрового состава.

5 Наличие альтернатив

6 Наличие гарантийных обязательств.

7 перспективы рынка,

8 корпоративные обязательства.

И другие возможно нюансы и видения –

цвет/запах/размер/энергопотребление/ крепление.

Основное – это рекомендации производителей оборудования к обеспечению сети.

Пром оборудование поставляется с коммуникационными и сетевыми системами в комплекте . фигурируют как отдельные модули и имеют крепеж в спец. Шкафах, стойках, стативах.

Качество коммуникационных систем и средств связи должно быть не ниже , а выше при модернизации и замене.

Используются резервные сервера и средства коммуникации согласно эксплуатационной документации в условиях когда возникает необходимость дублирования с целью правильного ТО и ТР КР в условиях непрерывного цикла эксплуатации.