

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

*Кафедра информационных систем*

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Методическая разработка и указания к лабораторным занятиям  
по дисциплине «Информационные системы управления предприятием»  
для студентов направления 09.03.02 – «Информационные системы и  
технологии»**

**Лабораторное занятие №1 «Формирование миссии предприятия»**

Рассмотрено УМК

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Протокол № \_\_\_\_

Председатель УМК

**Ставрополь, 2023**

**Рецензент:**

доктор технических наук, профессор Федоренко В.В.

Одобрено учебно-методической комиссией экономического факультета  
Ставропольского государственного аграрного университета

Методические указания к лабораторным занятиям разработаны в соответствии с программой курса «Информационные системы управления предприятиями» и предназначены для студентов направления 09.03.02 – «Информационные системы и технологии»

**Составитель:**

к.т.н., доцент Рачков В.Е.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Меры безопасности при работе на компьютере	4
2.	Введение	5
3.	Миссия предприятия	6
4.	Лабораторное занятие №1	10
5.	Список источников	13

## *1. Меры безопасности при работе на компьютере*

Конструкция компьютера обеспечивает электробезопасность для работающего на нем человека. Тем не менее, компьютер является электрическим устройством, работающим от сети переменного тока напряжением 220 В., а в мониторе напряжение, подаваемое на кинескоп, достигает нескольких десятков киловольт. Чтобы предотвратить возможность поражения электрическим током, возникновения пожара и выхода из строя самого компьютера при работе и техническом обслуживании компьютера необходимо соблюдать следующие меры предосторожности:

- сетевые розетки, от которых питается компьютер, должны соответствовать вилкам кабелей электропитания компьютера;
- запрещается использовать в качестве заземления водопроводные и газовые трубы, радиаторы и другие узлы парового отопления;
- запрещается во время работы компьютера отключать и подключать разъемы соединительных кабелей;
- запрещается снимать крышку системного блока и производить любые операции внутри корпуса до полного отключения системного блока от электропитания;
- запрещается разбирать монитор и пытаться самостоятельно устранять неисправности (опасные для жизни высокие напряжения на элементах схемы монитора сохраняются длительное время после отключения электропитания);
- запрещается закрывать вентиляционные отверстия на корпусе системного блока и монитора посторонними предметами во избежание перегрева элементов расположенных внутри этих устройств;
- повторное включение компьютера рекомендуется производить не ранее, чем через 20 секунд после выключения.

## ***2 Введение***

Лабораторное занятие предполагает отработку следующих вопросов:

1. Ознакомление с процедурами формирования миссии предприятия.
2. Формирование навыков разработки миссии предприятия.

### 3. Миссия предприятия

#### 3.1 Понятие миссии

*Миссия — определение перечня текущих и перспективных направлений деятельности предприятия, выделение приоритетов в стратегии, т.е. тех основополагающих принципов и норм ведения деятельности, которые будут определять образ организации в перспективе.* Отличительной особенностью миссии является то, что она должна быть выполнена по истечению определенного периода времени.

Срок выполнения миссии должен быть обозримым и достаточно небольшим. Как показывает практика, чаще всего этот срок составляет пять лет. Делается это для того, чтобы поколение работников, присутствующих при принятии положения о миссии, могло увидеть результаты своего труда.

Следует различать **широкое** и **узкое** понимание миссии.

В **широком понимании** миссия рассматривается как констатация философии и предназначения, смысла существования предприятия. Философия предприятия определяет ценности, верования, принципы, в соответствии с которыми предприятие намеревается осуществлять свою деятельность. Именно предназначение определяет действия, которые предприятие намеревается осуществлять, и то, какого типа предприятием оно намеревается быть. Философия предприятия обычно редко меняется. Хотя она может меняться, например, со сменой собственника. Что касается второй части миссии, то она может меняться в зависимости от глубины изменений, которые могут происходить на предприятии и в среде его функционирования.

В **узком понимании** миссия — сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует предприятие, т. е. миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования предприятия, в котором проявляется отличие данного предприятия от ему подобных.

Положение о миссии предприятия является первой ступенью переосмысления бизнеса. Положение о миссии — выражение видения своего бизнеса, своей компании. Миссия помогает достичь ясности цели внутри компании, служит фундаментом для принятия всех важных решений, вносит элемент обязательности при достижении целей предприятия, приводит к пониманию и поддержке компании во внешней среде в достижении ее целей.

Самым трудным во всем процессе планирования является формулирование положения о миссии, осуществляемое на первой ступени работы по созданию или совершенствованию бизнеса. Сделать это нужно до того, как процесс планирования закончится в целом. Зачастую положение о миссии неоднократно переписывается, по мере того, как меняются знания о конкурентах и о других элементах внешней среды. Положение о миссии функционирует как средство коммуникации, для того чтобы помочь

предприятию добиться преимущества перед конкурентами. Положение передает намерения предприятия, цели и указания людям, вовлеченным в данный бизнес. Оно действует как катализатор активности каждого, кто вовлечен в конкретный бизнес:

- владелец предприятия;
- ключевой менеджмент (люди, занимающие ключевые посты в бизнесе);
- сотрудники. Нужно помочь им понять цели и задачи предприятия и их роль в достижении этих целей;
- поставщики. Необходимо помочь им понять цели данного предприятия и возможности своего воздействия;
- потребители. Следует помочь им понять, на чем фокусируется конкретное предприятие и что именно они являются сосредоточием усилий.

Если положение о миссии помогает получить поддержку от всех вышеперечисленных людей, то оно выполняет свою функцию успешно. Имея такую поддержку, положение о миссии помогает добиться преимущества перед конкурентами. Можно сказать, что создается команда, обладающая определенной силой.

Особое значение миссии для деятельности предприятия заключается в том, что миссия является базисом, точкой опоры для всех плановых решений предприятия, дальнейшего определения ее целей и задач. Миссия создает уверенность, что предприятие преследует непротиворечивые, ясные, сравнимые цели; помогает сосредоточить все усилия работников на выбранном направлении, объединяет их действия; создает понимание и поддержку среди внешних участников предприятия (акционеров, государства, финансовых фирм и т.д.) и всех, кто заинтересован в ее успехе.

Компоненты положения о миссии. ***Единых требований к составлению положения о миссии не существует.*** Каждое предприятие формулирует его самостоятельно. Но есть пункты, которые обязательно должны найти свое отражение в положении о миссии. Ниже приводятся два примерных варианта положения о миссии.

#### **Вариант №1**

- описание текущего положения дел на предприятии;
- описание потребителей, с которыми в настоящее время работает предприятие;
- описание предлагаемых предприятием продуктов и услуг;
- описание целей предприятия (куда оно хочет прийти?);
- описание философии компании (какие ценности и взгляды лежат в основе деловой практики компании?);
- описание общественного имиджа предприятия (как оно хочет выглядеть в глазах общественности?).

#### **Вариант №2**

- описание продуктов и/или услуг, предлагаемых предприятием;

- характеристика рынка (предприятие определяет своих основных потребителей, клиентов, пользователей);
- цели предприятия, выраженные в терминах выживания, роста, доходности;
- технология (характеристика оборудования, технологических процессов, инноваций в области технологии);
- философия (выражение базовых взглядов и ценностей предприятия, служащих основой для создания системы мотивации);
- внутренняя концепция, в рамках которой предприятие описывает собственное впечатление о себе, указывая источники силы, основные слабости конкурентоспособности, фактор выживания;
- внешний образ предприятия, его имидж, подчеркивающий экономическую и социальную ответственность предприятия перед партнерами, потребителями и обществом в целом. Миссия должна передать впечатление, которое предприятие хочет произвести на внешний мир.

Формирование миссии присуще высокоразвитому бизнесу. Предпочтительным считается сочетание короткого лозунга, определяющего основное направление действий фирмы, с хорошо проработанным текстом миссии, включающим все перечисленные пункты.

Считается, что миссия должна вырабатываться с учетом следующих пяти факторов:

- 1) История фирмы, в процессе которой вырабатывалась философия фирмы, формировались ее профиль и стиль деятельности, место на рынке и т.п.
- 2) Существующий стиль поведения и способ действия собственников и управленческого персонала.
- 3) Состояние среды обитания предприятия.
- 4) Ресурсы, которые она может привести в действие для достижения своих целей.
- 5) Отличительные особенности, которыми обладает предприятие.

Часто при написании положения о миссии составляется сопровождающая его расшифровка. В ней должны быть отражены такие характеристики предприятия, как целевые ориентиры предприятия, сфера деятельности предприятия, философия предприятия, возможности и способы осуществления деятельности предприятия.

### ***3.2 Пример описания миссии***

#### **Как мы работаем:**

Мы работаем, чтобы сделать МТС лучшим оператором для своих клиентов. Мы хотим, чтобы каждому человеку, который приходит в салон

МТС, звонит в наш call-центр, пользуется услугами компании, нравилось быть клиентом МТС. А для этого необходимо:

- предоставлять надежную связь в любом месте и в любое время;
- сделать все сервисы МТС современными, понятными и простыми;
- уделять внимание пожеланиям клиентов и оказывать максимальную поддержку;
- стараться, чтобы каждое наше решение принималось в интересах пользователей наших услуг;
- предлагать именно то, что нужно клиенту, и предвосхищать его желания.

**Для чего мы работаем:**

Благодаря надежной связи МТС предоставляет клиентам возможность строить и улучшать свою жизнь, постоянно развиваться. Все ресурсы МТС нацелены на то, чтобы благодаря услугам компании жизнь клиентов МТС становилась более насыщенной, интересной и наполненной новыми возможностями.

**Лабораторное занятие №1**  
**«Формирование миссии предприятия»**

**Цель работы:**

1. Изучить особенности формирования миссии организации.
2. Получить навыки в разработке положения миссии организации.

**Время:** 2 часа.

**Место проведения:** Лаборатория информационных и мультимедиа технологий.

**Обеспечение занятия:**

1. Конспект - лекций по дисциплине «Информационные системы управления предприятием».
2. ПЭВМ с установленной операционной системой Windows 7/10 и офисным пакетом.
3. Методические рекомендации к лабораторным занятиям.

**Порядок проведения лабораторного занятия**

***1. Изучить сущность и особенности формирования положения миссии организации. (40 мин.).***

Используя материалы, представленные в п.3 методической разработки студенты изучают сущность и особенности формирования миссии организации, обращая особое внимание на подходы и факторы, определяющие специфику организации.

***2. Формирование навыков разработки положения миссии организации. (40 мин.).***

В соответствии с вариантом индивидуального задания студенты разрабатывают положение миссии организации. Оформление положения миссии студентами осуществляется в текстовом редакторе Word и размещается в личном кабинете студента.

***3. Итогом работы является защита индивидуального задания студентом.***

## **Варианты индивидуальных заданий**

### **Вариант 1**

ООО «Нейс-Юг»

### **Вариант 2**

АВТОКЛАСС-ЮГ, автомобильная компания, ООО

### **Вариант 3**

Агромаш, ООО

### **Вариант 4**

Ростверк, ООО

### **Вариант 5**

Слон, группа компаний

### **Вариант 6**

Спец техника Юг, ООО

### **Вариант №7**

Автозапчасти 26, ООО

### **Вариант №8**

Гараж, автокомплекс

### **Вариант №9**

За рулем 26, ИП

### **Вариант №10**

Чайка, ООО

### **Вариант №11**

АВРОРА-ЮГ, ООО

### **Вариант №12**

Вэгос, спецтехника, ООО

### **Вариант №13**

АгроПромКомплект, ПКК, ООО

### **Вариант №14**

МЭТОС, ООО

### **Вариант №15**

100 дорог, ООО «Сфера»

**Вариант №16**

СевКавЭлектроника, торговый центр

**Вариант №17**

Шесть банок-Юг

**Вариант №18**

ДАНавто

**Вариант №19**

Мобильная мойка

**Вариант №20**

Юг-ИнструментСервис

**Вариант №21**

Масленка, автокомплекс

**Вариант №22**

Daewoo, автосалон, ООО «КМ-Авто/Альфа Трейд Плюс»

**Вариант №23**

Italgas

**Вариант №24**

Автокрансервис, ООО

**Вариант №25**

Зеленая точка, интернет-провайдер

**Вариант №26**

Компьютерные коммуникационные системы, ООО

**Вариант №27**

Синтеграл, ООО

**Вариант №28**

Экспресс-Линк

**Вариант №29**

АСКОМ, удостоверяющий центр, ООО

**Вариант №30**

INDIGO, компьютерный центр

## **5 Список источников**

1. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. Информационные технологии управления. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2009. – 318 с.

2. В. В. Трофимов Информационные системы и технологии в экономике и управлении Издательство: Юрайт, Серия: Основы наук, 2011 г., 528 стр., ил.

3. О.Н. Граничин, В.И. Кияев Информационные технологии в управлении, Издательство: Интернет-университет информационных технологий, Бином. Лаборатория знаний Серия: Основы информационных технологий, 2011 г. , 336 стр., ил.

4. Сайты, порталы организаций и предприятий, выделенные в индивидуальных заданиях.