

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра информационных систем

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

«__» _____ 20__ г.

**Методическая разработка и указания к практическим занятиям
по дисциплине «Организация и проектирование комплексных систем
управления электронным бизнесом»
для студентов направления 09.03.02 – «Информационные системы и
технологии»
(для всех профилей подготовки)**

Практическое занятие №1 «Формирование миссии компании»

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 практическим занятиям разработаны в соответствии с программой курса «**Организация и проектирование комплексных систем управления электронным бизнесом**» 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.	Практическое 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

Практическое занятие предполагает отработку следующих вопросов:

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

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 превосходить 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.

Практическое занятие №1
«Формирование миссии компании»

Цель работы:

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

Время: 2 часа.

Место проведения: Лаборатория информационных и мультимедиа технологий.

Обеспечение занятия:

1. Конспект - лекций по дисциплине.
2. ПЭВМ с установленной операционной системой Windows 7/10 и офисным пакетом.
3. Методические рекомендации к практическим занятиям.

Порядок проведения практического занятия

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

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

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

В соответствии с вариантом индивидуального задания студенты разрабатывают положение миссии компании, реализующей электронный бизнес. 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

[Динамика](#)

Интернет-магазин спортивного оборудования и инвентаря

Вариант 2

[Drive26](#)

Интернет-магазин автозапчастей

Вариант 3

[Cardan26.ru](#)

Интернет-магазин автозапчастей

Вариант 4

[Santshop.ru](#)

Интернет-магазин инженерной сантехники

Вариант 5

[Posudavik.ru](#)

Интернет-магазин посуды

Вариант 6

[Emeta](#)

Интернет-магазин автозапчастей

Вариант №7

[РегионАвто](#)

Интернет-магазин автозапчастей

Вариант №8

[BoardShop №1](#)

Интернет-магазин одежды и экипировки для сноуборда и скейтборда

Вариант №9

[ЭГОИСТКА](#)

Интернет-магазин женской одежды

Вариант №10

[Postel Deluxe](#)

Интернет-магазин постельного белья, постельных принадлежностей и текстиля для дома

Вариант №11

[Домости](#)

Интернет-магазин светильников, мебели и товаров для дома

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.