

Введение

Успешность бизнеса легко измеряется количественными показателями: растут продажи, создаются новые подразделения, увеличивается численность персонала, возникают новые направления бизнеса. Достаточно беглого взгляда, чтобы понять, что компания растет. Но, несмотря на видимый успех, руководители все острее ощущают потерю контроля над бизнесом. Нарастает ощущение тревоги. О наступлении "кризиса роста" вполне убедительно свидетельствуют пять признаков:

1. Перегруженность руководителя;
2. Финансовые проблемы;
3. Проблемы качества;
4. Конфликты между акционерами;
5. Низкая мотивация сотрудников.

Число предприятий торговли растет с каждым годом и связано с расширяющимися потребностями потребителя в условиях постоянного обновления ассортимента товаров и услуг. Эти предприятия вносят значительный вклад в распределение национального продукта. Они являются членами деловой общности в каждом регионе страны.

Торговля охватывает широкое рыночное пространство, начинающееся при завершении производства продукции промышленным или сельскохозяйственным производителем и заканчивающееся продажей и доставкой товаров предприятиям розничной сети, промышленным потребителям, государственным учреждениям и др. Конечно, функции распределения может взять на себя и непосредственно производитель продукции, но, практика показывает более эффективное выполнение этих функций предприятиями торговли.

При этом основной целью деятельности любого предприятия, в том числе и торгового, является получение прибыли. В тоже время ее рост возможен, как правило, через увеличение объемов продаж, в чем не последнюю роль играют позиционирование и продвижение товаров на рынке.

Предметная область – ООО Производственное Торговое Предприятие (ПТП) «Прайд».

Объект исследования – бизнес-процесс «Продвижение и продажи»

В ходе работы над данным проектом нами был описан и разработан модуль информационной системы управления предприятием ООО ПТП «Прайд».

Главной **целью** исследования является увеличение чистого денежного потока.

Для достижения цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Описать современные подходы управления продвижением и продажами.
2. Описать деятельность предприятия.
3. Формализовать деятельность предприятия.
4. Построить экономико-математическую модель достижения цели.

5. Построить систему сбалансированных показателей.
6. Проанализировать научную новизну и практическую значимость данной работы.
7. Разработать модуль информационной системы.

В рамках дипломного проекта предложены варианты решения имеющихся на предприятии проблем, посредством детального моделирования деятельности предприятия, построения математико-экономической модели достижения цели на основе одной из современных и эффективных методик и разработки программного обеспечения комплекса задач.

Для решения поставленных задач будут использованы следующие **методики**:

- система взаимосвязанных процессов;
- система сбалансированных показателей (BSC);
- функционально-стоимостной анализ т.д.

Также для достижения поставленных задач будет использоваться современное CASE-средство Business Studio.

Практическая значимость разрабатываемой информационной системы (ИС) определяется тем, что предприятие может повысить конкурентоспособность и эффективность на основании выбранной стратегии, разработать информационную систему; повысить стоимость бизнеса; пройти сертификацию по международным стандартам.

Новизна решения задачи в дипломном проекте состоит в том, что в ней предложена модель модуля информационной системы управления продвижением и продажами предприятия, которая поможет снизить затраты по деятельности предприятия, уменьшить потери времени для получения информации, и, следовательно, повысить эффективность работы сотрудников.

Предложена модель перехода к процессной организации, основанной на стандартах открытых систем и управления качеством в соответствии с требованиями бизнес-систем. Разработана модель ИС, на основе которой предприятие может перейти к современной платформе управления.

В первой главе представлены теоретические сведения о подходах к управлению деятельностью предприятия и формализации деятельности, проведен сравнительный анализ выбранных методик с другими общепризнанными методиками.

Во второй главе была описана деятельность предприятия, бизнес-процессы «как есть», определены и детализированы бизнес-процессы предприятия с помощью CASE-средства Business Studio.