

## **Содержание:**

# **Введение**

На рынке рекламных услуг сегодня наблюдается жесткая конкуренция. Заказчики меняют одно агентство за другим, объявляют тендеры на крупные проекты. Завоевать постоянных клиентов становится все сложнее. Нужно быть «быстрее, выше, сильнее». Стабильно высокое качество услуг и продуктов, предоставляемых точно в срок и в соответствии с пожеланиями заказчика, на сегодня является ключевым фактором конкурентоспособного бизнеса в сфере рекламы.

Добиться сокращения расходов и существенно повысить качество продуктов и услуг, одновременно управляя взаимоотношениями с клиентами, позволяет автоматизация бизнес-процессов рекламного агентства. Внедрение автоматизированной системы управления рекламой позволит профессионально и эффективно осуществлять всю деятельность агентства: от приема заказа и формирования медиапланов до автоматического составления финансовой отчетности и ведения в одной информационной базе учета взаимодействия с каждым клиентом.

Основная деятельность рекламного агентства заключается в планировании, организации и предоставлении рекламных услуг и изготовлении рекламной продукции. За исключением строго специализированных рекламных компаний, агентства призваны одновременно и часто в сжатые сроки решать множество задач, взаимодействовать со множеством клиентов, поставщиков, контрагентов. Это значит, что сотрудники фирмы работают одновременно с несколькими базами данных, зачастую разрозненными и ведущимися в виде excel-файлов. В таких условиях крайне сложно выполнять свои обязательства вовремя, контролировать процесс оказания услуг, своевременно оплачивать счета и планировать деятельность агентства на основе тщательного анализа. Комплексная автоматизированная система рекламы просто незаменима для агентства, которое планирует быть успешным и эффективным.

Тема данного курсового проекта – Разработка регламента выполнения процесса «Предоставление рекламных услуг»

Объект исследования –рекламное агентство.

Предмет исследования – регламента выполнения процесса «Предоставление рекламных услуг»

Этапы решения поставленной цели:

- Выполнить описание предметной области
- Изучить средства для моделирования бизнес-процессов
- Выполнить моделирование процессов «Как есть»
- Выполнить моделирование процессов «Как будет»

## **1 Глава. Анализ предметной области**

### **1.1. Описание предметной области. Постановка задачи.**

**Рекламные агентства полного цикла** – это компании, которые осуществляют продвижение и рекламирование других фирм, которые являются заказчиками их услуг.

Под понятием «агентство» подразумевают объединение творческих людей, которые осуществляют производство и расположение рекламной продукции. Бывают такие разновидности: творческие и медийные агентства.

Рекламные агентства с полным спектром рекламных услуг занимаются предоставлением огромного спектра услуг в рекламной отрасли. В основном сотрудничество с такого рода компанией имеет долгосрочный и результативный характер.

Образцом рекламы таких фирм является создание видеоролика. Данный продукт рекламы нуждается в нескольких стадиях производства.

Характеристики комплексных услуг от рекламных агентств полного цикла

**Рекламные агентства полного цикла** – это разработка концепции рекламной акции, производство основных процессов и прогнозирование итогов. Поэтому такие фирмы, как рекламные агентства на высоком уровне осуществляют все

поставленные задачи, которые связаны с рекламной деятельностью и точно могут продвигать торговую площадку, заинтересовывать потенциальную клиентскую аудиторию и расширять доход заказчиков их услуг.

**Рекламное агентство полного цикла** – это в большинстве случаев крупные фирмы, которые владеют филиалами в нескольких городах, а также имеют представительства на международном пространстве. Заказчиками услуг данного агентства становятся как популярные предприятия, так и малоизвестные организации, рекламная кампания которых имеет небольшие затраты.

Агентства рекламы предоставляют целый комплексный ряд услуг:

Концепцию маркетингового продвижения. Разрабатывают концепцию построения сбыта брендовой продукции для целевой публики.

Формирование рекламы. Это арт-руководители, которые и занимаются созданием рекламной деятельности, и копирайтеры, которые пишут рекламную информацию, что способствуют повышению количества сбыта.

Медиа проектирование. Осуществляет исследования для выбора целевой клиентской аудитории для той или иной рекламной кампании.

Приобретение рекламы в прессе, на телевидении, радио. Образовывается на конкретной целевой публике для определенной рекламной акции.

Составление плана действий. Выбор качественных и количественных элементов, которые влияют на восприятие покупателя предлагаемой продукции.

Производственные процессы. Это этап полного преобразования рекламной концепции в реальную деятельность: в прессе, на радио, телевидении или любой иной вид рекламы.

Безусловно, рекламные агенты занимаются, прежде всего, созданием концептов, применимых к конкретному продукту или бренду. Не исключена и адаптация уже существующих, отработанных схем.

Но клиенту рекламного агентства необходим лишь качественный результат. То, каким образом он будет достигнут, не имеет большой значимости. В большинстве случаев в современном рекламном агентстве можно рассчитывать на следующие услуги:

создание рекламной кампании по продвижению бренда;

создание всех видов рекламы;

организация мероприятий по промоушену продукции;

организация встреч и акций для повышения репутации бренда в глазах потенциальных клиентов.

На стоимость услуг влияет в большей степени успешность деятельности рекламного агентства. Перед тем, как подписать договор о сотрудничестве, рекомендуется ознакомиться с деятельностью агентства.

Вам должны предоставить портфолио выполненных проектов. Будет хорошо, если там будут прописаны реальные контакты и фамилии заказчиков. В этом случае, Вы сможете самостоятельно позвонить им и поинтересоваться, действительно ли они остались довольны сотрудничеством с рекламным агентством.

Создание наружной рекламы и печать флаеров

Любое профессиональное рекламное агентство обладает всем необходимым для создания любого вида рекламы. Речь идёт не только о печатном оборудовании, но и о профессионалах, которые будут заниматься изготовлением рекламы: инженеры, осветители, дизайнеры и т.д.

В случае заказа наружной рекламы вначале будут предложены несколько эскизов. Только после выбора заказчиком одного варианта, он отправляется в производство. Кроме того, согласовывается набор материалов, которые будут применяться для изготовления наружной рекламы.

Ведь можно выбрать дешёвые варианты, можно и подороже. Всё зависит от места расположения наружной рекламы (фасад дома или бутик внутри крупного торгового центра).

Рекламное агентство «Вариант».

Успех и продуктивное развитие компании на сегодняшний день немыслимы без рекламы. Реклама необходима как известным брендам, так и новым игрокам на рынке, она во многом определяет спрос на товары, информирует Ваших потенциальных клиентов о новинках и акциях и побуждает их к покупке.

Агентство «Вариант» было основано в 2004 году. На момент создания компании ее коллектив состоял всего из двух человек, а парк техники - из одного плоттера. Однако у нас было всё самое важное, что нужно для того, чтобы бизнес мог успешно развиваться - стремление к успеху, честность в отношениях с клиентами и желание браться за реализацию любых проектов, в том числе самых необычных.

Благодаря правильной ценовой политике, ответственности и исполнительности сумели быстро завоевать доверие клиентов. Практически все доходы вкладывались в развитие компании. Мы не стремились к получению максимальной сиюминутной прибыли - гораздо важнее для нас было расширить штат компании, пригласив к сотрудничеству высококлассных специалистов, и улучшить оснащённость цеха.

Опыт в разработке рекламных материалов - более 10 лет. За это время мы узнали всё о том, как сделать рекламу максимально эффективной.

Применяется творческий подход к решению рекламных задач. Сотрудники всегда готовы предложить нестандартные идеи и их максимально качественную реализацию

Способны быстро выполнить даже самый сложный заказ. Передовое оборудование и высокое качество материалов позволяют нам оперативно справляться с большими объемами работы.

Дается гарантия на всю продукцию. Уверенность в ее качестве и долговечности рекламных конструкций.

Лучшие цены на услуги рекламного агентства в городе.

«Вариант» предлагает своим клиентам широчайший ассортимент услуг по созданию рекламных материалов.

«Вариант» - это агентство, обладающее собственной типографией, оснащенной самым современным и надежным оборудованием. Проверенная техника позволяет нам обеспечивать высокое качество и быстрое выполнение даже объемных и нестандартных заказов.

Типография «Вариант» предоставляет услуги по изготовлению:

Агентство «Вариант» оказывает своим клиентам широкий спектр услуг по печати и постпечатной обработке типографической продукции, изготовлению рекламных материалов и их монтажу.

Услуги:

Все виды печати рекламных и информационных материалов

Резка бумаги

Разработка и плоттерная резка аппликаций из самоклеющейся пленки, их накатка на разнообразные материалы

Изготовление рекламных и сувенирных материалов с использованием технологий фрезеровки и тиснения

Постпечатная обработка изделий – вырубка, вырезание, ламинация, лакировка и др.

Обслуживание и ремонт изделий, обладающих сложной конструкцией (объемных световых вывесок, крышных установок, стел и др.)

Объявлений, табличек и плакатов;

Перетяжек, вывесок и баннеров;

Брендовой печатной продукции, в том числе фирменных календарей, буклетов, проспектов, листовок и визиток;

Сувенирной продукции: кружек, наград, магнитов и визитниц;

Штампов и печатей;

Печатных материалов на пленке и пластике.

## **1.2 Выбор средства для моделирования бизнес-процессов**

Сравнительный анализ в моделировании.

Сравнительный анализ средств моделирования применяется для ответа на два очень важных вопроса, которые возникают у участников проекта по улучшению бизнес-процессов организации: какое программное средство моделирования бизнес-процессов целесообразней использовать для моделирования и какие методы использовать для детализации процессов нижних уровней.

В выборе программного средства большую роль играет руководство компании, так как при выборе программного средства необходимо учитывать цели проекта, рамки проекта и его основные задачи.

В ходе анализа деятельности компании строится модель «как-есть» (AS-IS). Она показывает все недостатки функционирования исследуемого объекта. На основе модели «как-есть» строится модель «как должно быть» (TO-BE), которая с учетом недостатков модели «как-есть» будет по-новому организовывать деятельность исследуемого объекта. После внедрения в работу модели «как должно быть» будут решены поставленные в ходе планирования проекта задачи. К может относиться:

- внедрение программного обеспечения;
- сокращение времени выполнения бизнес-процессов;
- сокращение производственных затрат;
- повышение качества поставляемых на рынок продуктов/услуг;
- повышение качества обслуживания клиентов и т.д.

Выбор средства проектирования. В настоящее время в связи с постоянно меняющимися условиями и требованиями потребительского рынка, для повышения эффективности работы предприятия возникает необходимость изменения структуры протекающих на предприятии бизнес-процессов, и, как следствие, возникает проблема выбора программного продукта для моделирования бизнес-процессов предприятия. Поэтому является целесообразным анализ программных продуктов и формирование комплексного подхода к выбору одного из них.

При построении моделей большое значение имеет выбор программного продукта моделирования бизнес-процессов. Для того, чтобы решение о приобретении того или иного программного продукта было взвешенным и правильным, компетентные эксперты компаний проводят сравнительную характеристику предлагаемых на рынке программных продуктов.

BPwin это программный продукт, разработанный компанией Ltd. Logic Works. Он предназначен для поддержки процесса создания информационных систем. Относится к категории CASE средств верхнего уровня. Первая версия BPwin была выпущена в 1995 г. совместно с другим CASE средством - ERwin, предназначенным для моделирования данных. В дальнейшем, развитием и поддержанием BPwin занималась компания Platinum Technology, а последние версии разрабатывала

компания CA Technologies.

3. BPwin является достаточно развитым средством моделирования, позволяющим проводить анализ, документирование и улучшение бизнес процессов. С его помощью можно моделировать действия в процессах, определять их порядок и необходимые ресурсы. Модели BPwin создают структуру, необходимую для понимания бизнес процессов, выявления управляющих событий и порядка взаимодействия элементов процесса между собой.

BPwin поддерживает функциональное моделирование, моделирование потока работ и потока данных. Соответствующие диаграммы реализованы на основе стандартов IDEF0, IDEF3 и DFD. Функциональное моделирование дает возможность осуществлять систематизированный анализ бизнес процессов, обращая внимание на регулярно выполняемые задачи (функции). Моделирование потока работ обеспечивает анализ логики выполнения процесса. Моделирование потока данных позволяет сконцентрировать внимание на обмене данными между различными задачами. Кроме того, что в BPwin создаются отдельные модели, также могут создаваться и смешанные модели.

Для анализа работы организации в комплексе, и построения больших моделей, в BPwin предусмотрена детализация. Модели могут быть разбиты на группы. Каждая модель представляется на более низком уровне детализации. При этом взаимосвязь между моделями и их элементами сохраняется. С помощью BPwin модель можно разделить на составляющие части, провести работу отдельно с каждой из них, а затем интегрировать обратно в единую модель.

BPwin позволяет создавать следующие виды моделей:

Функциональные диаграммы, построенные на основе стандарта IDEF0. Метод IDEF0. Классическим методом процессного моделирования бизнес-процессов является метод IDEF0. С помощью этого метода описывают диаграммы верхнего уровня. Суть этого метода — разложение деятельности организации на составляющие бизнес-процессы, так как они представляют наибольший интерес для системного аналитика, и именно их в процессе улучшения деятельности организации будет необходимо реструктурировать.

Процессная модель содержит в себе как функционирующие процессы на предприятии, так и его организационно-штабную структуру. Современные программные продукты моделирования бизнес-процессов представляют пользователю широкий функционал и позволяют наиболее полно отражать модель

предприятия. Процессный подход регламентирует следующую структуру модели бизнес-процессов:

1. на верхнем уровне объект исследования (организация) представляется в виде «черного ящика», в процессе исследования деятельности организации выясняются входные и управляющие воздействия, механизмы и выходы «черного ящика». Они изображаются на диаграмме в виде стрелок.

2. Второй уровень диаграммы является декомпозицией «черного ящика» и отражает основные бизнес-процессы организации. Нотацией декомпозиции является IDEF0. Аналитиком исследуются взаимодействия между основными процессами и отражаются на диаграмме декомпозиции в виде стрелок входных, управляющих воздействия, стрелок управления и выхода.

3. Каждый основной бизнес-процесс может быть также детализирован с помощью нотации IDEF0 или с помощью другой нотации, поддерживаемой выбранным программным продуктом моделирования бизнес-процессов.

4. Дальнейшая декомпозиция осуществляется посредством сгруппированных по общему признаку бизнес-функций. На последнем уровне детализации бизнес-процесса описывается алгоритм выполнения бизнес-функции.

Диаграммы потока данных (DFD). Эти диаграммы наглядно отображают, каким образом информация перемещается от задачи к задаче в рамках процесса. DFD модель представляет физические характеристики информационной системы, т.к. она показывает движение информационных объектов и хранилища данных.

Модели стоимостного анализа. Эти модели строятся по правилам стоимостного анализа (Activity Base Costing - анализ). Модель может быть построена, только если уже существует полностью законченная и непротиворечивая функциональная модель. На каждую из задач функциональной модели назначаются метрики, представляющие затраты. Для модели определяются центры затрат. В результате получается модель стоимостного анализа.

Динамические модели. Эти модели могут быть построены на основе диаграмм потока работ. Bpwin позволяет исследовать эффекты в ходе дискретного изменения состояния задач процесса. Для этого могут задаваться различные сценарии поведения процесса. Чтобы провести динамическое моделирование необходимо экспортировать диаграммы на основе IDEF3 в специальный

программный продукт – business process simulator (для BPwin 4.0) или Arena (для BPwin 7).

Ramus - это программа, при помощи которой можно создавать визуальные диаграммы, используемые для наглядного отображения различных бизнес процессов. Данное решение будет крайне полезно на "мозговых штурмах" и собраниях сотрудников предприятия. Помимо визуализации разных процессов и задач, создаваемые программой диаграммы также неплохо подходят для классификации и систематизации различных данных. Главное преимущество Ramus Educational заключается в том, что она поддерживает сразу две популярных методологии: DFD и IDEF0.

### Возможности

Программа предлагает пользователю удобный встроенный графический редактор для работы над диаграммами. В нем имеется библиотека уже готовых элементов: блоков, связей и даже целых структур. К сожалению, шаблонов с самими диаграмм в Ramus не предусмотрено. Что является чуть ли не единственным ее недостатком. А вот из положительных моментов стоит отметить возможность создания собственных кодировок для элементов, которые помогают быстрее получить к ним доступ и упростить поиск нужного блока в готовом проекте. Кроме того, помимо самой диаграммы, Ramus также позволяет создать сопроводительную документацию к ней. Функции для работы с отчетностью даже вынесены в отдельный модуль. Кстати, с недавних пор при формировании отчета разрешается использовать фрагменты с HTML разметкой и кодом JavaScript.

### Интересные фишки

Среди интересных функций Ramus Educational стоит отметить возможность работы с формулами, управление логическими операциями и набор инструментов для улучшения внешнего вида диаграмм. Например, программа позволяет добавлять в графические проекты сглаживание и автоматически "выравнивать" элементы по горизонтали или вертикали. Разобраться в использовании всех этих функций не сложно, потому как Ramus имеет довольно интуитивный интерфейс, который полностью переведен на русский язык.

### Ключевые особенности

создание диаграмм по методологиям DFD и IDEF0;

удобный встроенный графический редактор с большой базой готовых элементов;  
автоматическое составление отчетов и сопроводительной документации;  
масса инструментов для улучшения внешнего вида проектов;  
простой и понятный интерфейс.

Business Studio – одна из самых известных и распространенных систем для моделирования бизнес процессов в России, в первую очередь благодаря грамотной маркетинговой политике руководства компании. Разработчик системы — ГК «СТУ» продвигает сайт программного продукта в интернете и способствует распространению программы среди высших учебных заведений России и стран бывшего СНГ.

Архитектура Business Studio тесно интегрирована с набором офисных приложений от компании Microsoft: в качестве редактора бизнес процессов используется Microsoft Visio, экспорт документов производится в Microsoft Word. Данный факт, является как неоспоримым преимуществом системы, так и источником множества технических проблем и «тормозов» программного продукта. В частности у нас возникали ошибки при использовании старых и не русифицированных версий продукта Microsoft Office, при длительной работе с программой, происходили «утечки памяти», иногда приводившие к тому, что легче было перезапустить программу, чем ожидать завершения заданного действия. С выходящей вскоре новой версией Microsoft Office 2010 продукт от ГК «СТУ» не совместим, поэтому любителям всего новенького, придется подождать соответствующего обновления Business Studio.

Текущая версия программного продукта – 3.0, нововведением в этой версии стало появление нотации моделирования EPC и отдельного модуля по СМК. Основным функциональным элементом программы является редактор бизнес процессов, интегрированный в главное окно программы. В качестве нотаций для построения процессов используется стандарт IDEF0, а также Basic Flowchart, Cross Functional Flowchart и EPC

### **1.3. Моделирование бизнес-процессов «как есть».**

Формирование модели бизнеса «как есть»

Описание бизнес-процессов, выполняемое на этом этапе, адекватно отражает, смысл и назначение процессов, протекающих в компании. Модель бизнеса «как есть» описывает принципы и механизмы функционирования компании как единого организма. Подобная информация является основой для комплексного, системного анализа процессов, поиска проблем и путей их преодоления.

Описание процессов производится как с использованием графических представлений (схем), так и с использованием вербальных описаний. При использовании графических представлений, процессы не детализируются до мелких работ и не отражаются второстепенные связи между процессами (необходимые для фактического выполнения работ, но не несущие определяющей смысловой нагрузки). Все детальные работы и второстепенные связи описываются вербально или же, по необходимости, графически, но без привязки к основному описанию бизнес-процессов.

Структуризация бизнес-процессов производится в разрезе определяющих процессов (закупка товара, складские операции, продажа товара). Затем проводится совокупное описание (в одной схеме) определяющих и вспомогательных процессов компании без детализации определяющих процессов и с необходимой детализацией вспомогательных процессов. Это позволяет избежать излишней «загруженности» структурных диаграмм и, в то же время, обеспечивает наглядное представление основных процессов и их совместного функционирования. Кроме того, это позволяет равномерно распределить работы между членами проектной команды.

Обычно описание бизнес-процессов производится одновременно с описанием документооборота. Это вызвано тем, что большинство бизнес-процессов существующих компаний основано на документообороте (хотя в идеале формирование документов должно являться следствием выполнения бизнес-процесса)

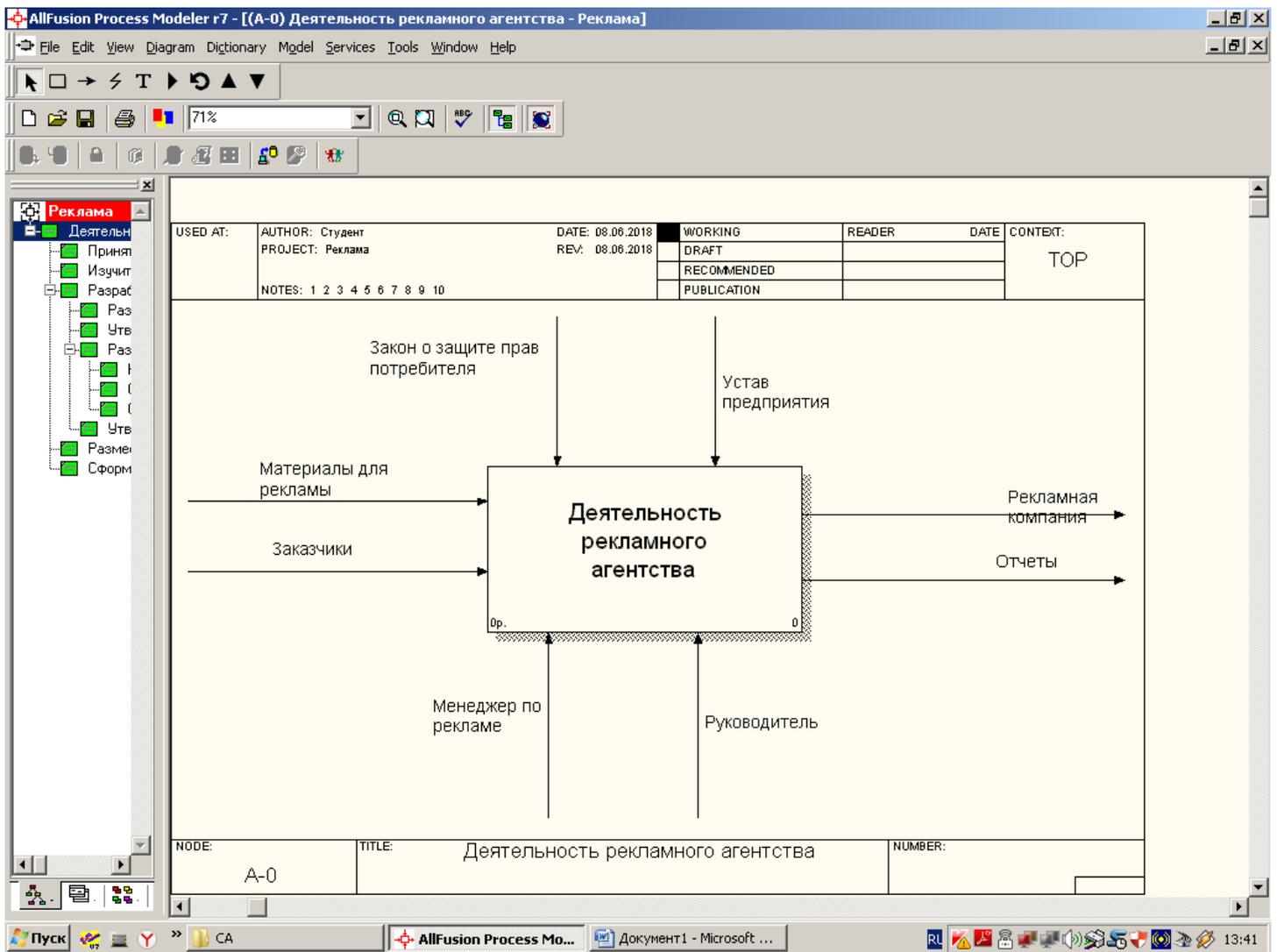
Для уменьшения времени обследования анкетирование сотрудников строится так, чтобы можно было бы получить информацию одновременно, как о документообороте, так и о сути процессов, протекающих в компании.

В процессе рассмотренных исследований составляется описание бизнес-процессов, такими, какие они есть в данный момент (так называемая модель «как есть»). В общем случае нет необходимости описывать подобную модель детально, до конкретных работ и алгоритмов их выполнения, поскольку в дальнейшем модель

компании и сам бизнес в большинстве случаев будут перепроектированы. Достаточно описать ключевые процессы (свойственные такого рода бизнесу вообще), их взаимодействие и перечислить процессы, специфические для конкретной компании.

Полученная таким образом информация будет служить исходной для планирования следующих этапов работ проектной команды, их сроков, определения необходимых ресурсов. Задачей данного этапа является не только сбор первичной информации, а в первую очередь её анализ. Такой подход позволяет выявить проблемы компании, как ранее диагностированные заказчиком самостоятельно, так и не замеченные им, а также, что самое важное, определить истинные причины, породившие эти проблемы.

Первая диаграмма в иерархии диаграмм IDEF0 всегда изображает функционирование системы в целом. Такие диаграммы называются контекстными. В контекст входит описание цели моделирования, области (описания того, что будет рассматриваться как компонент системы, а что как внешнее воздействие) и точки зрения (позиции, с которой будет строиться модель). Обычно в качестве точки зрения выбирается точка зрения лица или объекта, ответственного за работу моделируемой системы в целом.



**Рис.1. Контекстная диаграмма**

На рис.1 точка зрения рекламного агентства – это работник агентства.

Рассмотрим входы, выходы, контроль и механизмы, приведенные на диаграмме.

Входы:

Материалы для рекламы – содержит информацию для разработки рекламы.

заказчики – заказывают рекламу.

Входами функциональных блоков IDEF0 является информация, инициирующая выполнение действия, входные данные. Деньги, равно как и рецепт, пожелания покупателя и т.п., могут быть входом функционального блока.

Выходы:

рекламная компания.

Механизмы:

менеджер по рекламе.

руководитель.

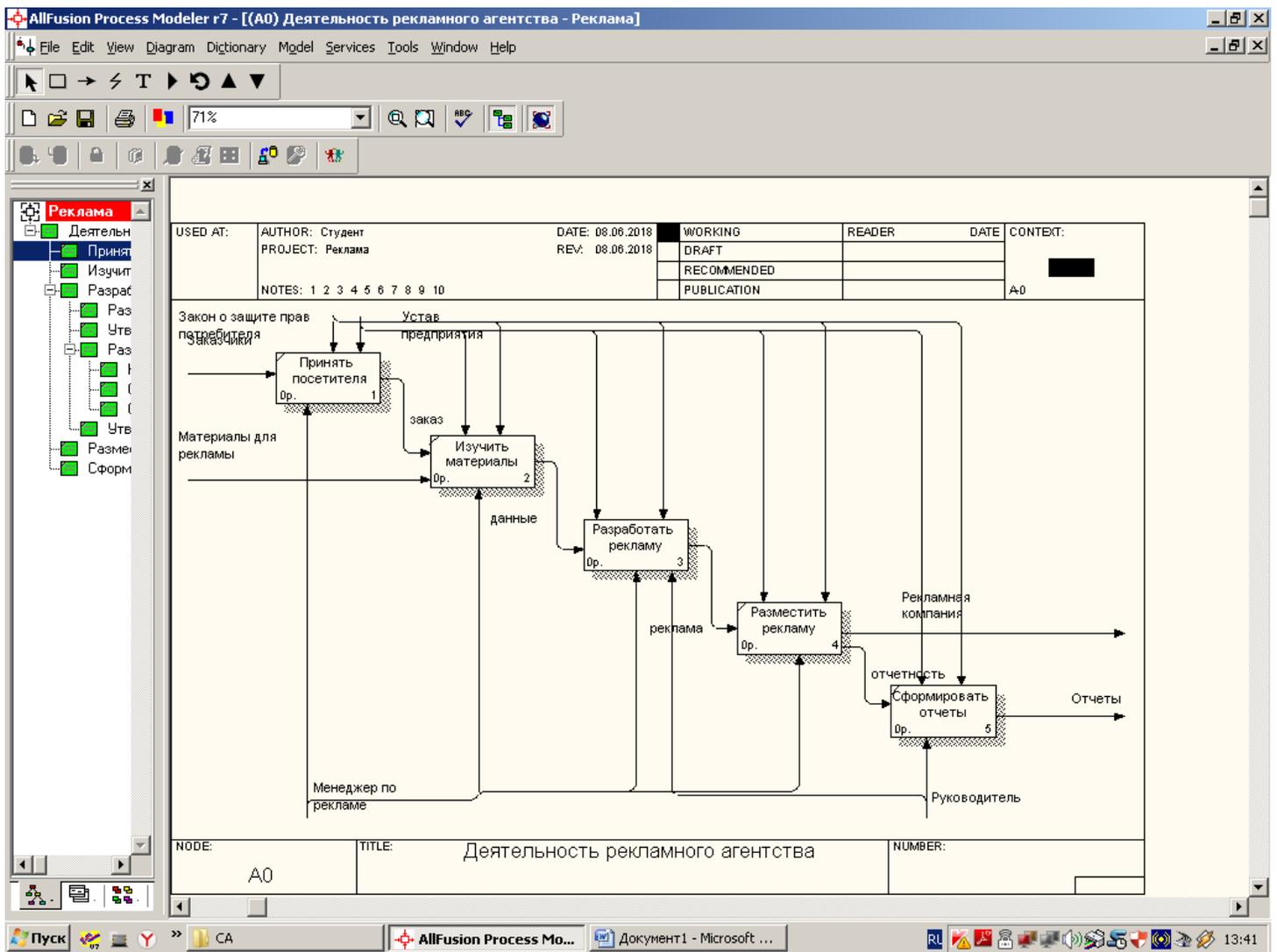
Контроль:

закон о защите прав потребителя

устав предприятия.

После того как контекст описан, проводится построение следующих диаграмм в иерархии. Каждая последующая диаграмма является более подробным описанием (декомпозицией) одной из работ на вышестоящей диаграмме.

На рис.2 уточняется контекстная диаграмма: рассмотрен разработки и размещения рекламы.



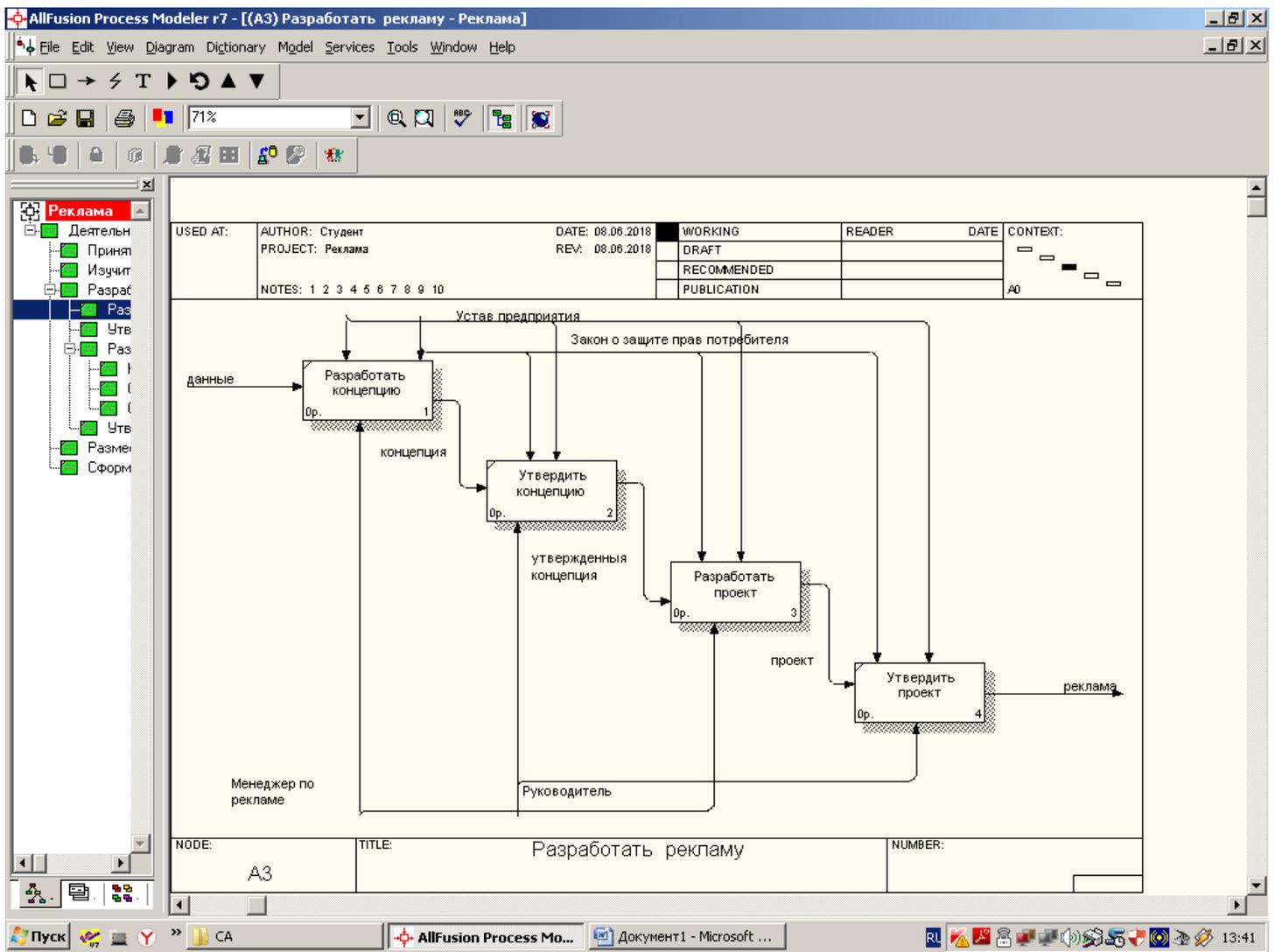
**Рис.2. Разработка и размещение рекламы**

В рекламном агентстве процесс начинается с прихода заказчика и приема заказа на рекламную компанию. Затем работники агентства изучают материалы, предоставленные заказчиком и разрабатывают рекламную компанию.

Затем реклама размещается в СМИ.

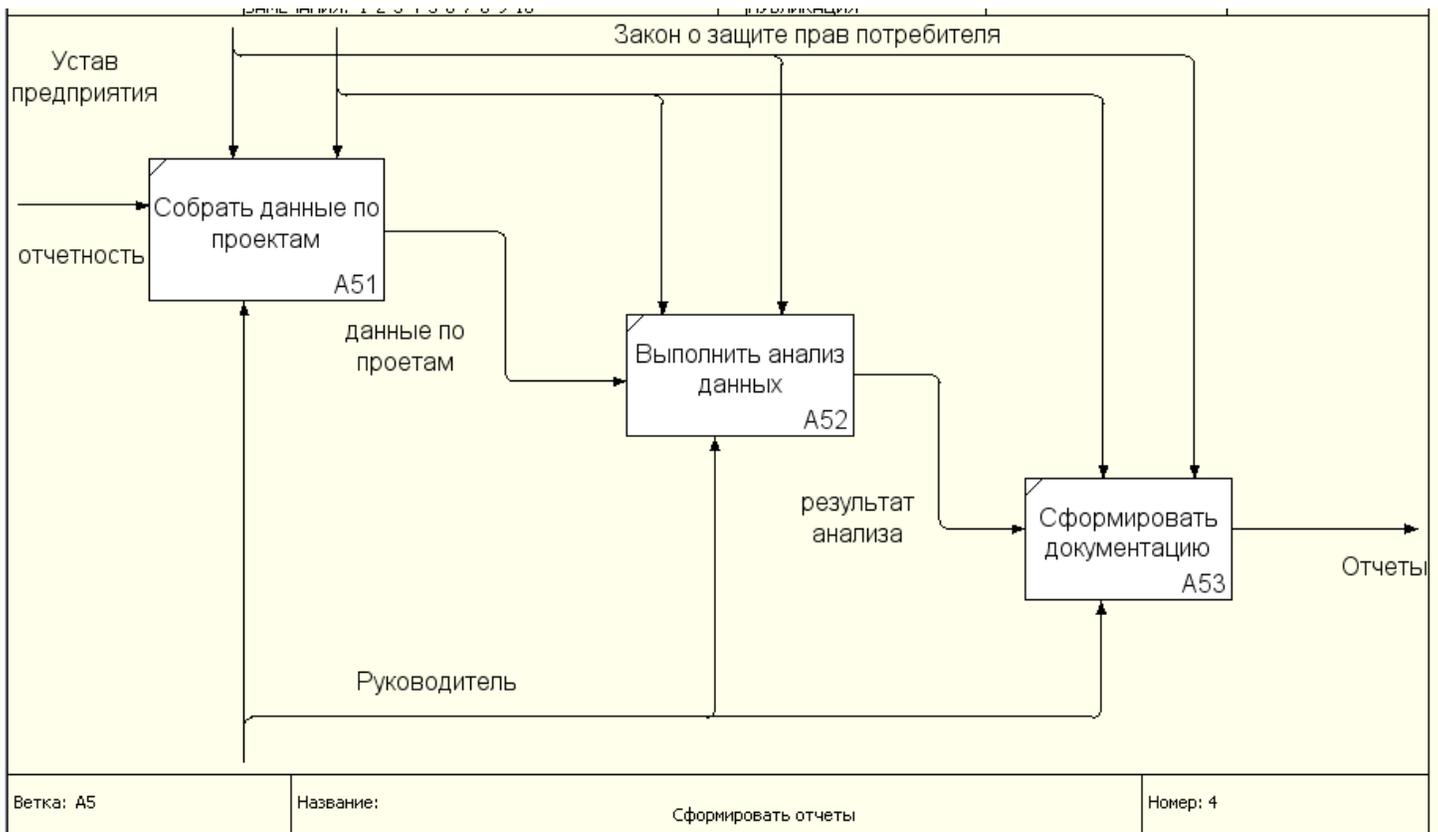
Как видно, BРwin позволяет детально представить тот или иной бизнес процесс во всех его подробностях.

Проведем декомпозицию диаграммы на рис. 2 – выполним декомпозицию процесса, описываемого функциональным блоком «Разработать рекламу» (рис.3). Данный процесс включает в себя такие аспекты процесса, как разработка и утверждение концепции и разработку и утверждение рекламной компании (как показано на диаграмме, рис.3).



**Рис.3. Разработка рекламы**

Сначала пишутся тексты и рекламные лозунги, затем по ним разрабатываются иллюстрации и видеоролики (если требуется), затем все объединяется в единый проект.



**Рис.4. Сформировать отчеты**

## Глава 2. Улучшение бизнес-процессов

### 2.1. Предлагаемые мероприятия по улучшению бизнес-процессов.

Существующий способ учета связан с большой трудоемкостью, разрозненностью сведений, что с большой вероятностью ведет к их утере или неправильной интерпретации. На сегодняшний день невозможно получить сведения о выполнении работ и выявить ответственных.

Процесс продаж рекламных площадей связан с большим документооборотом, необходимостью ведения и учета десятков, а порой и сотен документов, договоров, актов, счетов, клиентов, фотографий, нарядов на работу. В большинстве своем это разрозненные документы, создаваемые и хранимые разными людьми, в разных местах и форматах.

Кроме того, в отчетный период необходимо составление аналитических отчетов, включающих в себя анализ работы за определенный период, что очень затруднительно.

Для данного способа также характерны следующие недостатки:

- Невысокая скорость и точность выполнения расчетов.
- Неэффективное использование рабочего времени.
- Возможность потери важных документов (заявки, акты о выполнении работ, наряды)
- Бюрократия – увеличивающийся «поток» бумажной работы.

В результате проводимой автоматизации предполагается постоянно иметь точнейшие сведения о количестве поступившего и отпущенного товара, сократить время на подготовку аналитических отчетов и передачу документов за счет их электронной формы.

И возможность потратить рабочее время на важные процессы, которые требуют профессиональных и специализированных навыков (например, более тщательная разработка акции, поиск нестандартных подходов и решений), а не механическую работу, окажет очень серьезное положительное влияние на лояльность сотрудников.

Очевидно, что для автоматизации необходимо использовать такие средства, как персональные компьютеры, принтеры, а также специальное программное обеспечение и, возможно, локальную вычислительную сеть.

## **2.2. Моделирование бизнес-процессов «как должно быть».**

Модель процессов TO-BE («как должно быть») создается на основе результатов анализа модели процессов AS-IS («как есть»). Модель TO-BE («как должно быть») описывает будущее состояние процессов, с учётом пожеланий Заказчика, а также анализа и оптимизации существующих процессов.

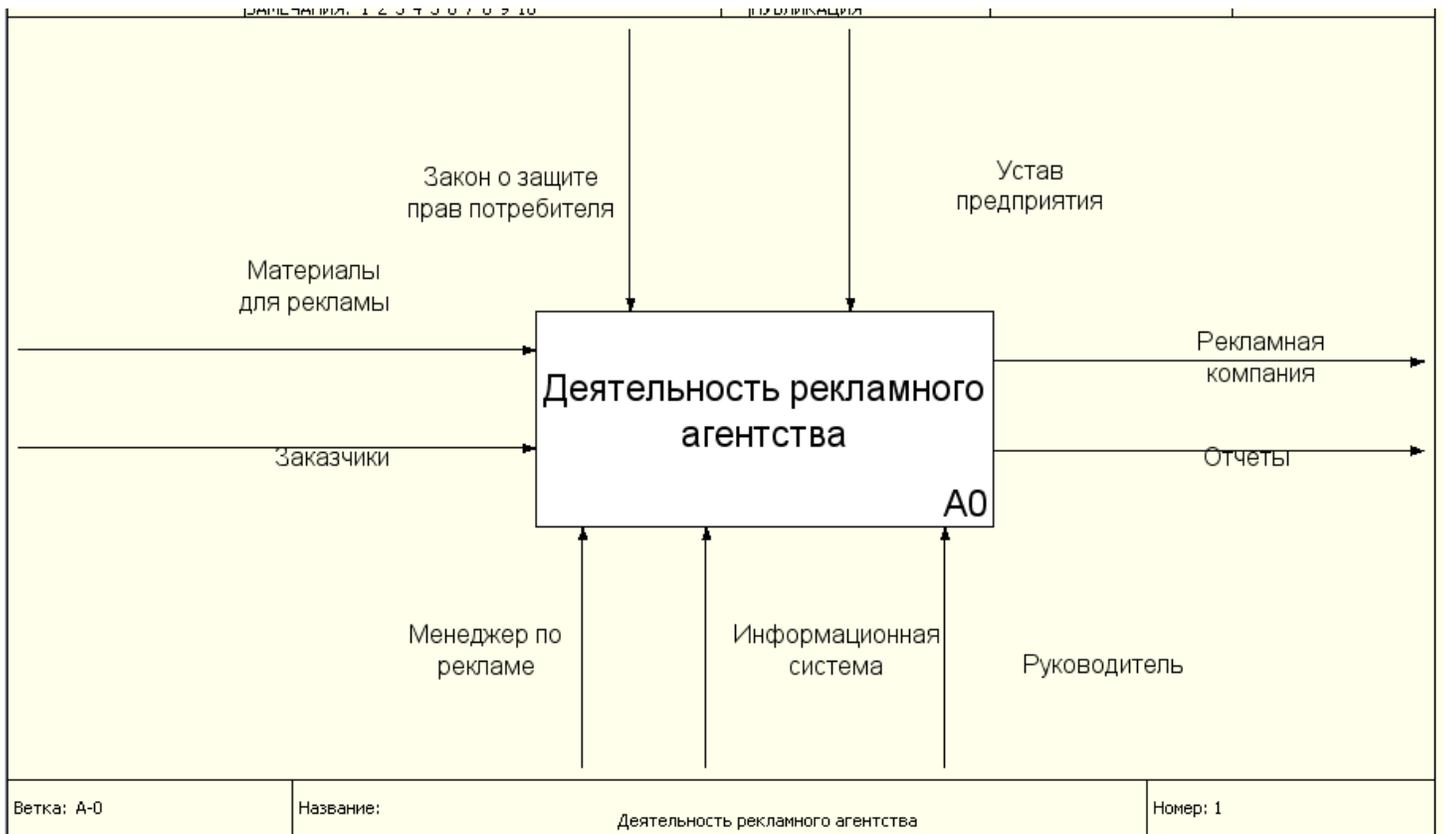
Определение требуемых изменений процессов осуществляется на основании анализа полученной модели AS-IS («как есть») и требований Заказчика к целевому состоянию исследуемых бизнес-процессов.

В рамках описания процессов ТО-ВЕ («как должно быть») выделяются все процессы исследуемой области деятельности, определяются участники, ответственные за результат, наделенные необходимыми полномочиями и правами и их взаимодействие между собой.

Модель ТО-ВЕ нужна для оценки последствий внедрения КИС и анализа альтернативных, в том числе лучших, путей выполнения работы и документирования того, как предприятие будет функционировать в будущем. Как правило, строится несколько моделей ТО-ВЕ, из которых по какому-либо критерию выбирается наилучшая. Например, каждая из моделей ТО-ВЕ может соответствовать определенной информационной системе.

Модель ТО-ВЕ ' — это не модель деятельности предприятия, а модель мероприятий по переводу предприятия на новую технологию работы, то есть по внедрению КИС. Используя данную модель, можно с помощью стоимостного анализа оценить объем средств, необходимых для приобретения/разработки и внедрения информационной системы. Такие модели можно построить для перехода на различные модели ТО-ВЕ, то есть для внедрения различных КИС (как готовых, так и созданных на заказ) и выбрать оптимальный вариант.

В результате Заказчик получает задокументированный перечень предложений по оптимизации бизнес-процессов, что дает возможность внести соответствующие изменения и оптимизировать свою деятельность, значительно сократить издержки и повысить эффективность деятельности организации.



**Рис.5. Контекстная диаграмма**

На рис.5 точка зрения рекламного агентства – это работник агентства.

Рассмотрим входы, выходы, контроль и механизмы, приведенные на диаграмме.

**Входы:**

Материалы для рекламы – содержит информацию для разработки рекламы.

заказчики – заказывают рекламу.

Входами функциональных блоков IDEF0 является информация, инициирующая выполнение действия, входные данные. Деньги, равно как и рецепт, пожелания покупателя и т.п., могут быть входом функционального блока.

**Выходы:**

рекламная компания.

**Механизмы:**

менеджер по рекламе.

руководитель.

Контроль:

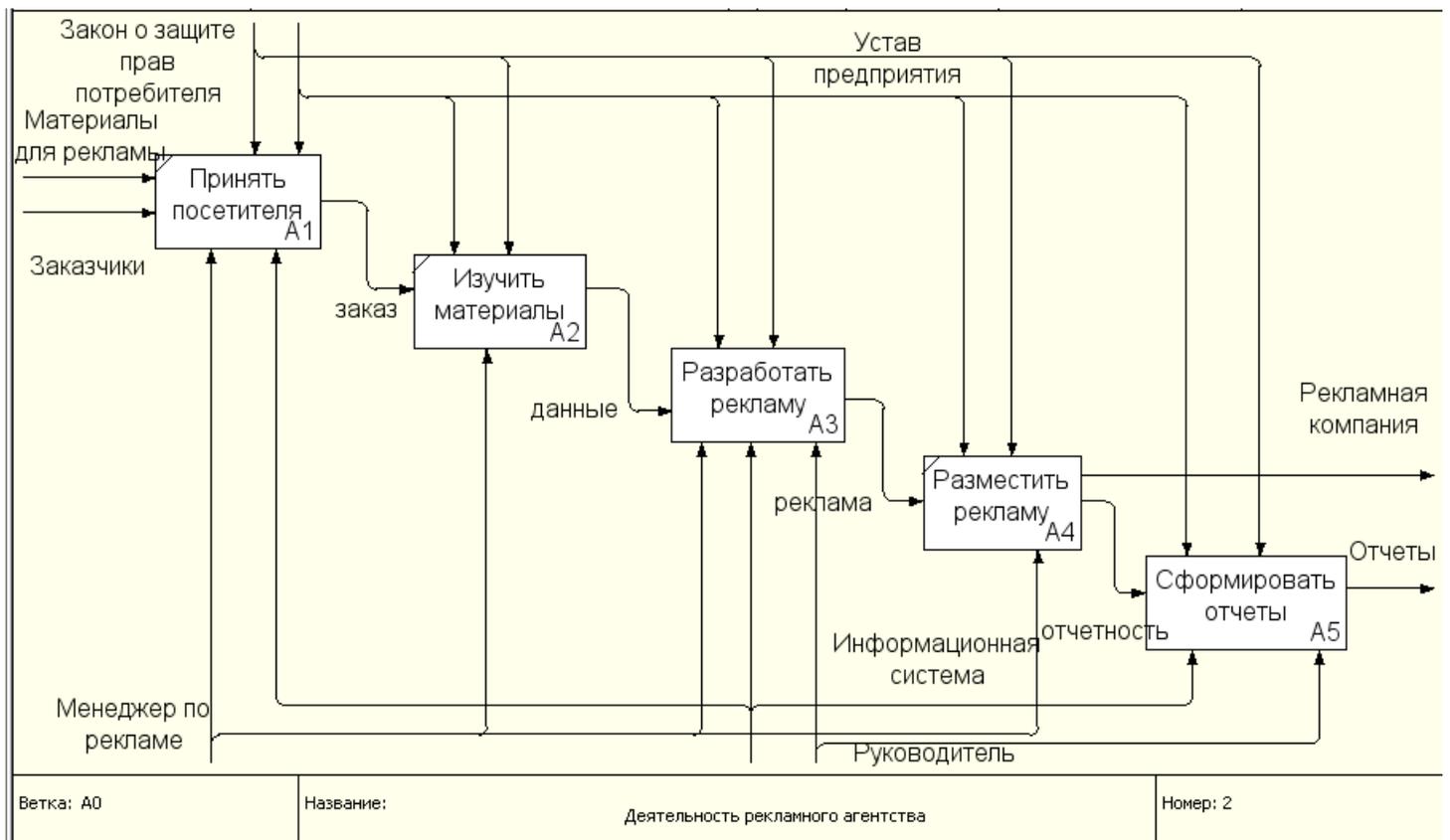
закон о защите прав потребителя

устав предприятия.

В качестве механизма добавляется Информационная система

После того как контекст описан, проводится построение следующих диаграмм в иерархии. Каждая последующая диаграмма является более подробным описанием (декомпозицией) одной из работ на вышестоящей диаграмме.

На рис.6 уточняется контекстная диаграмма: рассмотрен разработки и размещения рекламы.



**Рис.6. Разработка и размещение рекламы**

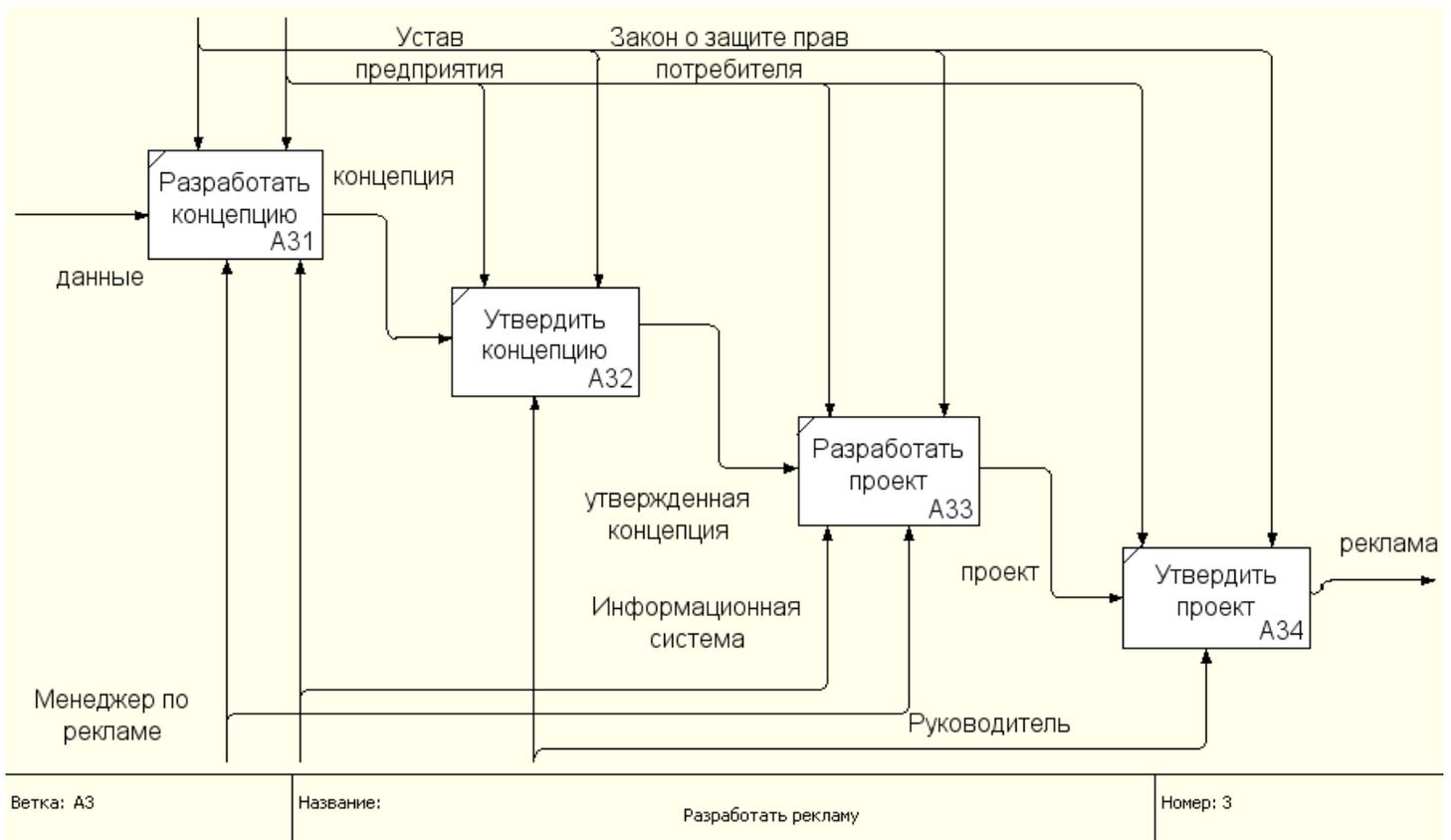
В рекламном агентстве процесс начинается с прихода заказчика и приема заказа на рекламную компанию. Затем работники агентства изучают материалы, предоставленные заказчиком и разрабатывают рекламную компанию.

Затем реклама размещается в СМИ.

Как видно, VRwin позволяет детально представить тот или иной бизнес процесс во всех его подробностях.

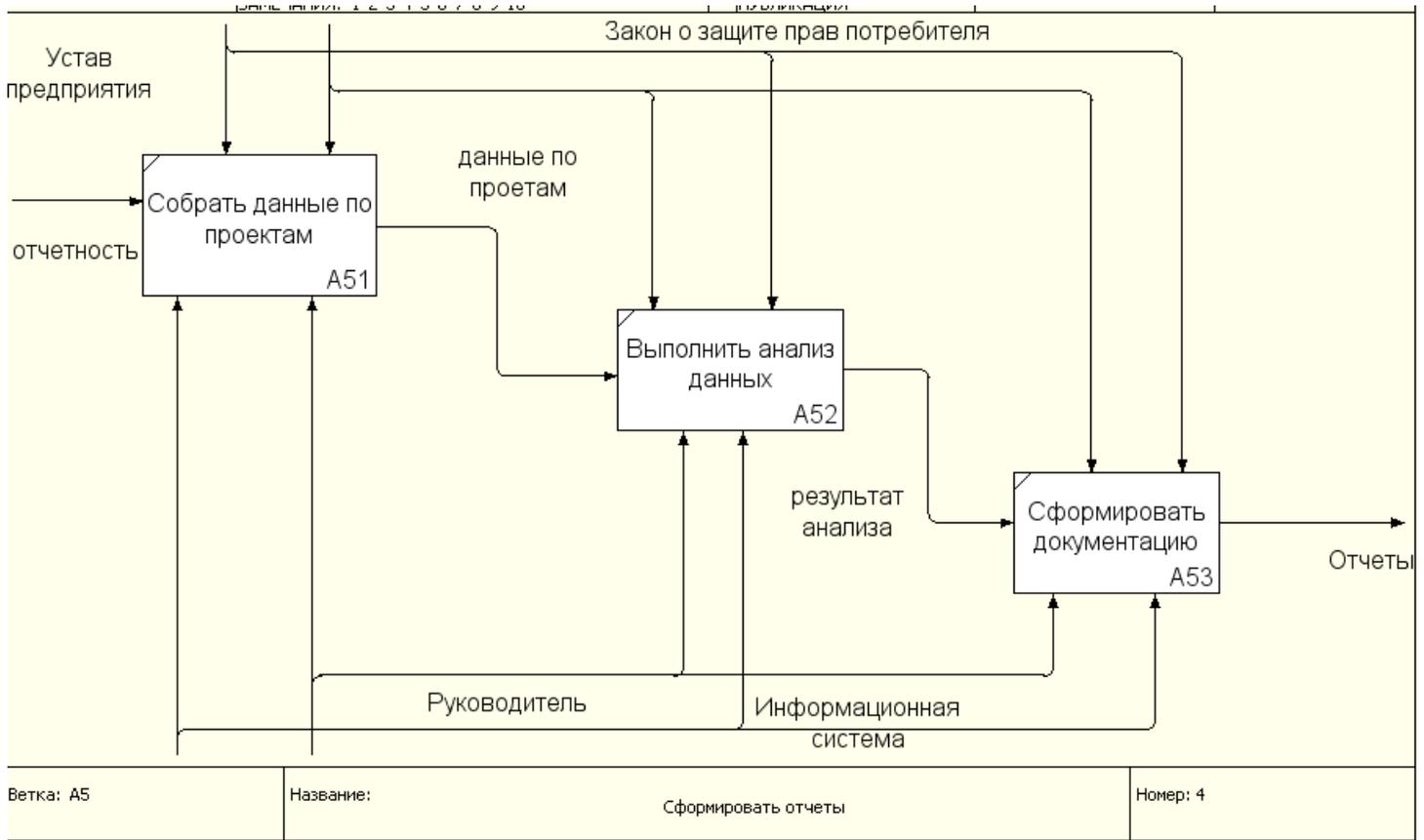
Проведем декомпозицию диаграммы на рис. 6 – выполним декомпозицию процесса, описываемого функциональным блоком «Разработать рекламу» (рис.7).

Данный процесс включает в себя такие аспекты процесса, как разработка и утверждение концепции и разработку и утверждение рекламной компании (как показано на диаграмме, рис.7). Данные по проектам заносятся в информационную систему.



**Рис.7. Разработка рекламы**

Сначала пишутся тексты и рекламные лозунги, затем по ним разрабатываются иллюстрации и видеоролики (если требуется), затем все объединяется в единый проект.



**Рис.8. Сформировать отчеты**

## Заключение

В рамках данной курсовой работы был разработан регламент выполнения процесса «Учет предоставленных услуг салоном красоты», что в современном мире является очень актуальным.

Рынок стремительно развивается, растет конкуренция, появляются новые товары и услуги.

Сегодня реклама для бизнеса актуальна, как никогда. Но, чтобы ваши деньги и время не были потрачены впустую, и каждая рекламная кампания приносила прибыль, она должна быть тщательно спланирована.

Были решены следующие задачи:

Выполнено описание предметной области

Изучены средства для моделирования бизнес-процессов

Выполнено моделирование процессов «Как есть»

Выполнено моделирование процессов «Как будет»

## Литература

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования. / Б.Андерсен-М.: РИА «Стандарты и качество». – 2015. – 272 с.
2. Усачева А.С.. Разработка регламента процессов на основе процессного подхода// Научный руководитель: И.В. Плотникова, к.т.н., доцент, Томский политехнический университет 2015
3. Борисов А.Б. Что такое хорошо и что такое плохо при регламентации бизнес-процессов, или Как создать «правильный» регламент. / А.Б Борисов <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1052702/>. - 2016.
4. Елиферов В.Г., Репин В.В. Бизнес-процессы. Регламентация и управление./ В.Г Елиферов., В.В Репин. – М.: Инфра-М. – 2015. – 320 с.
5. Калашян А.Н., Калянов Г.Н. Структурные модели бизнеса: DFD-технологии. – М.: Финансы и статистика. – 2016. – 256 с.
6. Кондратьев В.В., Кузнецов М.Н. Показываем бизнес-процессы от модели процессов компании до регламентов процедур./ В.В.Кондратьев, М.Н.Кузнецов – М.: Эксмо. – 2018. – 256 с.
7. Грекул В.И., Денищенко Г.Н., Коровкина Н.Л Проектирование информационных систем: курс лекций. / Грекул В.И., Денищенко Г.Н., Коровкина Н.Л.. – М.: Интернет-Университет Информационных технологий. – 2015. – 304 с.
8. Ансофф И. Стратегическое управление./И. Ансофф Санкт-Петербург: Питер. 2016 г. 358 с
9. Репин В. В. Бизнес-процессы компании: построение, анализ, регламентация./ В.В. Репин – М.: Стандарты и качество. – 2017. – 240 с.