

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/19222>

**Тип работы:** Магистерская работа

**Предмет:** Документоведение

нет

Глава 1. Веб-портал как информационный ресурс: теоретические аспекты

1.1. Веб-портал: определение понятия, общая характеристика и назначение

В настоящее время происходит активный процесс интеграции внутренних информационных систем предприятий с приложениями, обеспечивающими взаимодействие с клиентами и партнерами, с Web-приложениями, а также между сотрудниками компании. Иными словами, многие современные российские и зарубежные компании сейчас активно создают инфраструктуру, позволяющую использовать Internet не только как средство коммуникации, но и как один из основных инструментов ведения бизнеса.

Создание подобной инфраструктуры означает внедрение Internet-приложений, позволяющих компании предоставлять своим клиентам и сотрудникам актуальную информацию, а зачастую и прямой доступ к корпоративным информационным системам и другим бизнес-приложениям, а также своевременно обрабатывать поступившие от них сведения (например, заказы или предложения). Для этой цели нередко применяются порталные технологии, позволяющие осуществить интеграцию имеющихся приложений в рамках единого способа доступа к ним.

В широком смысле «портал» – это или вход, врата в какое-либо информационное хранилище, или некий интерфейс между посетителем и информацией, находящейся в этом хранилище. Таким информационным хранилищем в общем случае является Интернет, а создание информационного сайта представляет собой сайт, через который пользователь может попадать в самые различные точки (узлы), следуя указаниям, расположенных на интернет-ресурсе ссылок.

Данная трактовка представляет общее значение всех интернет-порталов. Однако, в рамках заявленной темы исследования, представляется важным рассмотреть веб-портал как корпоративный коммуникационно-информационный ресурс.

Впервые определение корпоративного портала было сформулировано

Кристофером Шайлаксом и Джулией Тилман: «Корпоративные информационные порталы - это приложения, которые позволяют компаниям раскрывать информацию, хранящуюся внутри и вне организации, и предоставить каждому пользователю единую точку доступа к предназначенной для него информации, необходимой для принятия обоснованных управленческих решений» .

Достаточно полно определение корпоративного портала дал Р.И. Басыров в своей книге «Корпоративный портал. Повышение эффективности компании», обозначая его как «программное обеспечение, предоставляющее сотрудникам компании, клиентам и простым пользователям доступ к различной информации из внутренних и внешних сетей с целью организации производственной деятельности в соответствии с имеющимся уровнем прав» .

Григорий Ефимов в своей статье «Строим корпоративный портал» обозначает данный ресурс как «новый класс программного обеспечения для бизнеса, который на основе современных Интернет-технологий обеспечивает единую точку входа и прозрачный доступ к данным систем планирования ресурсов предприятия, систем управления документами, прикладных систем управления базами данных и корпоративных хранилищ данных, систем групповой работы и управления деловыми процессами. При этом портал снабжен мощными средствами поиска и категоризации информации, содержащейся в любых перечисленных корпоративных приложениях, а также в любых информационных ресурсах предприятия». Также автор подчеркивает, что «корпоративный портал является едиными воротами в мир разнородных корпоративных приложений от разных производителей и одновременно в мир Интернета для сотрудников компании и, наоборот, в мир компании для клиентов и партнеров» . Данное определение проявляет роль корпоративного портала в интеграции сотрудников в открытие отраслевые информационные ресурсы, в

получении возможности расширять свои знания» .

Исходя из вышеприведенных определений можно сформулировать главную цель создания корпоративных web-порталов – создание единой коммуникационной системы для сотрудников организации, использование которой повышает качество информационного обмена и эффективность деятельности специалистов. Реализация данной цели обусловлена широким спектром задач, которые достигает организации при создании и развитии корпоративного web-портала:

- создание единого внутрикорпоративного коммуникационного ресурса, представляющего возможность обмена информацией,
- предоставление доступа к архивам, приложениям, другим организационным ресурсам,
- возможность обмена сообщениями в он-лайн режиме,
- ведение электронного документооборота и бухгалтерии,
- обучение персонала,
- управления и визуализации бизнес-процессов;
- предоставление информации о развитии рынка, новостях компании, специальных предложениях и т.п.,
- мотивация персонала к повышению эффективности труда
- использование личного кабинета сотрудника;
- размещение расписания корпоративных мероприятий;
- применение модуля тайм-менеджмента;
- размещение внутренних новостей, приказов, распоряжений;
- другое.

Таким образом, корпоративный веб-портал является важнейшим инструментом повышения эффективности работы современной организации и формирует потенциал для ее динамичного развития за счет оптимизации коммуникационных ресурсов и вовлечения сотрудников в активный информационный обмен для решения организационных задач.

Важно отметить мотивационный аспект значимости корпоративного портала: он позволяет руководителю контролировать работу компании, следить за своевременным выполнением задач, управлять персоналом, работать с документами онлайн, обмениваться информацией в корпоративном чате и т.п. Использование подобного внутреннего портала компании способно мотивировать персонал с учетом их потребностей в рамках условий труда .

Цели и задачи корпоративного портала определяют его структуру и содержательное наполнение.

Современный корпоративный портал должен иметь в своем составе инструменты и технологии для совместной и индивидуальной работы: виртуальные рабочие пространства для сотрудников, отдельных проектов или подразделений организации. К примеру: групповой календарь, файловое хранилище с контролем версий, система управления задачами, система учета рабочего времени, обучающая система. Большим преимуществом использования корпоративных порталов является наличие сервиса блогов, с помощью которых сотрудники компании обмениваются информацией и мнениями внутри портала. Блоги могут принадлежать как отдельному человеку, так и группе работников, объединенных по какому-либо принципу. При работе над проектом, которым занимаются сотрудники разных подразделений, сервис блогов является площадкой для обмена мнениями и обсуждения стратегии работы. Это удобнее электронной почты, т.к. облегчается поиск и хранение необходимой информации.

Кроме того, существует возможность создания с помощью портала корпоративной wiki-энциклопедии, наполнением которой займутся сами специалисты организации. Вики — отдельный модуль веб-сайта, структуру и содержимое которого пользователи могут сообща изменять с помощью инструментов, предоставляемых функционалом сайта .

Кроме внутренних коммуникативных функций корпоративный портал успешно и эффективно осуществляет и внешние, формируя положительный имидж компании, развивая ее hr-бренд и, тем самым, увеличивая ее репутационный капитал.

Практика использования корпоративных веб-порталов демонстрирует преимущества, которые он дает организации:

- во-первых, предоставление прозрачного доступа к управленческой информации, содержащейся в различных информационных системах, эксплуатирующихся в компании, а также других информационных источниках;
- во-вторых, предоставление единой точки доступа к корпоративной информации, корпоративным приложениям и другим источникам данных внутри и вне компании. При этом информация может предоставляться в персонифицированном, интегрированном и агрегированном виде – то есть

предоставляться таким образом, чтобы максимально поддерживать процесс принятия бизнес-решений и решений функциональных проблем и задач;

- в-третьих, ведение исторической базы ключевых показателей деятельности компании, расчет необходимых показателей на основе данных, содержащихся в информационных системах компании. Предоставление аналитических расшифровок значений показателей с различной степенью подробности;
- в-четвертых, обеспечение взаимодействия на уровнях «компания – сотрудник», «сотрудник – сотрудник», «подразделение – подразделение» и поддержка совместной работы между сотрудниками, подразделениями и службами компании .

Информационное наполнение сайта информацией (контент), различные веб-сервисы, ссылки на другие сайты и прочие необходимые составляющие должны сочетаться в интернет-портале с максимальным удобством для очень большого числа пользователей.

Большинство корпоративных порталов построено вокруг поисковых машин и каталогов. Качественный информационный ресурс организации непременно должен обладать:

- оригинальным, сбалансированным внешним видом – дизайн тут служит не украшательством, а требуется в качестве правильно спроектированного интерфейса, выполненного в корпоративном стиле,
- достаточным объемом информации, не перегружающим при этом его страницы,
- удобным пользовательским интерфейсом .

Аналитическая компания Gartner Group в своих исследованиях сформулировала основные требования к корпоративным порталам, характеризующие первые два поколения этих продуктов. Согласно этим исследованиям, первое поколение корпоративных порталов имеет следующие характеристики:

- поиск и индексирование широкого набора информационных репозитариев;
- категоризация информационного наполнения;
- управление информационным наполнением и его агрегация;
- персонализация;
- высокоэффективная разработка приложений и возможности интеграции с другими приложениями.

Для второго поколения корпоративных порталов характерны:

- надежная среда реализации приложений;
- мощные и гибкие инструменты разработки приложений;
- широкие возможности в области интеграции приложений;
- соответствие требованиям к информационным системам масштаба организации;
- поддержка интеграции с другими приложениями и информационными системами партнеров;
- поддержка мобильного/беспроводного доступа к данным .

В настоящее время порталы по своей сути становятся средством объединения бизнес-процессов внутри предприятия с бизнес-процессами партнеров и клиентов. Вполне возможно, что в будущем порталы смогут выполнять функцию интеграции приложений и данных, что необходимо для успешного взаимодействия с партнерами и клиентами.

Важную роль в функциях порталов будет играть и поддержка мобильных устройств, позволяющая пользователям заменить ими традиционные настольные компьютеры и получить возможность постоянного доступа к предоставляемым ими сервисам. Отметим также, что одной из основных тенденций развития порталов является применение в них средств управления информационным наполнением, что позволяет реализовать в портале функцию его агрегации.

#### Список литературы

1. Басыров Р.И. 1С-Битрикс: Корпоративный портал. Повышение эффективности компании. 2-е изд. / Р.И. Басыров // Питер, М.: Питер, 2012.-С.21
2. Грабельников В. А. Интернет-портал как новое корпоративное средство массовой информации // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2010. №1. С.56-63
3. Ефимов Г. Строим корпоративный портал // Сетевой. – 2001. - №1. – С.13
4. Как создать эффективный корпоративный сайт и что может стать причиной провала? / Электронный ресурс. – Режим доступа URL: <https://www.kp.ru/guide/korporativnyi-sait.html> (Дата обращения: 20.12.2017)
5. Мухина Ю. Р. Корпоративный информационный портал как средство управления образовательным процессом вуза // Управление в современных системах. 2014. №2. С.44-48
6. Николаева Е. А. Внедрение корпоративного портала на примере 1С: Битрикс [Текст] // Технические науки в России и за рубежом: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Москва, январь 2016 г.). — М.: Буки-Веди,

2016. — С. 78-80. — URL <https://moluch.ru/conf/tech/archive/164/9335/> (дата обращения: 26.12.2017).
7. Ржанова С.А. Корпоративные медиа как инструмент корпоративного управления // Вестник Ассоциации менеджеров. – 2006. - № 5. – С.42
8. Фролов В. Н., Ахметшина Г. И. Разработка информационного web-портала [Текст] // Технические науки: проблемы и перспективы: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июль 2017 г.). — СПб.: Свое издательство, 2017. — С. 6-10. — URL <https://moluch.ru/conf/tech/archive/231/12678/> (дата обращения: 26.12.2017).
9. Целютина Т.В., Линкина Д.Л. Корпоративный портал как инновационный способ мотивации персонала // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/04/67050> (дата обращения: 30.09.2017).
10. 9 трендов в веб-дизайне на 2017 год / Электронный ресурс. – Режим доступа URL: <http://seo-design.net/trendy-web/web-design-trends-2017> (Дата обращения: 20.12.2017)
11. Christopher C. Shilakes and Julie Tylman, "Enterprise Information Portals," Merrill Lynch, Inc., New York, NY, November 16, 1998.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/19222>