

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»

Высшая школа экономики и управления

Кафедра «Информационные технологии в экономике»

ПРОЕКТ ПРОВЕРЕН

Рецензент, научный сотрудник ФГУП

«Российский ядерный центр –

Всероссийский научно-

исследовательский институт

технической физики им. академика

Е.И. Забабахина»

_____ (П.В. Чирков)

« ____ » _____ 2020 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.т.н., с.н.с.

_____ (Б.М. Суховилов)

« ____ » _____ 2020 г.

Создание, разработка и продвижение сайта для частной компании

«Абсолют консалтинг»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–38.03.05.2020.444.ПЗ ВКР

Руководитель работы, ст. препод.

_____ (В.В. Костерин)

« ____ » _____ 2020г.

Автор работы,

студент группы ЭУ-444

_____ (П.В. Гайсина)

« ____ » _____ 2020 г.

Нормоконтролер, к.т.н., доцент

_____ (Е.В. Бунова)

« ____ » _____ 2020 г.

АННОТАЦИЯ

Гайсина П.В. «Создание, разработка и продвижение сайта для частной компании ООО «Абсолют консалтинг» - Челябинск: ЮУрГ, ЭУ-444, 70 с., 38 рис., 14 табл., библиографический список – 17 наим., 4 прил.

Данная работа посвящена созданию сайта для компании, которая предоставляет консалтинговые услуги. Представлен анализ предметной области. Изучена специфика предприятия.

В работе приведены материалы исследования предприятия с точки зрения процессного подхода, представлена модель AS-IS и сделаны корректировки по реорганизации бизнес-процессов, которые послужили основой для разработки модели возможных изменений TO-BE.

В работе описаны методы создания и продвижения сайта. Были рассмотрены методы ручного и конструктивного создания сайта. Так же проанализированы самые популярные способы продвижения сайта в сети интернет.

Рассчитаны затраты на разработку системы и обоснована экономическая эффективность от внедрения результатов дипломной работы.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.....	9
1.1 Организационно-экономическая характеристика предметной области.....	9
1.1.1 Характеристика ООО «Абсолют консалтинг».....	9
1.1.2 Организационно – функциональная структура предприятия.....	10
1.2 Описание функциональной модели AS-IS.....	12
1.2.1 Контекстная диаграмма.....	12
1.2.2 Диаграмма декомпозиции процессов.....	13
1.3 Построение функциональной модели TO-BE.....	30
1.3.1 Выбор автоматизируемого процесса.....	30
1.3.2 Описание функциональной модели TO-BE.....	30
1.4 Обоснование проектного решения.....	33
1.4.1 Обоснование выбора проектных решений по техническому обеспечению.....	33
1.4.2 Обоснование выбора проектных решений по информационному обеспечению.....	33
1.4.3 Обоснование проектных решений ПО.....	34
ГЛАВА 2. ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ.....	36
2.1 Выбор инструментов для реализации сайта.....	36
2.2. Описание и реализация информационного сайта компании ООО «Абсолют консалтинг».....	37
2.3 Определение целевой аудитории.....	44

2.4 Создание контент стратегии	45
2.5 Реализация «ВКонтакте».....	47
2.6 Реализация «Instagram».....	52
2.7 Контекстная реклама в «Instagram».....	55
ГЛАВА 3. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ.....	60
3.1 Расчет затрат на разработку системы.....	61
3.1.1 Затраты на материалы.....	61
3.1.2 Затраты на заработную плату.....	63
3.1.3 Затраты на амортизацию.....	63
3.1.4 Суммарные затраты на разработку.....	65
3.2 Затраты на разработку.....	66
3.3 Годовой экономический эффект.....	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	70

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире технологии заняли неотъемлемую часть жизни людей, они развиваются постоянно и это необратимый процесс. Грамотность населения в области мобильных и интернет технологий постоянно растет.

Работа серьезной компании в современном мире практически невозможна без собственного сайта. В последнее время интернет становится основной площадкой для прямых продаж, отодвигая оффлайн магазины на задний план. Поэтому компании идут на создание качественного информационного ресурса, который позволит более эффективно реализовать предоставляемые услуги с помощью интересного контента и доступного интерфейса. Интернет является самым результативным способом предоставления информации.

Подобно средствам массовой информации Интернет – ресурсы доносят информацию до заинтересованных лиц, достаточно открыть любую поисковую систему и ввести запрос. Многие компании, работающие в сфере консалтинга, уже имеют свои сайты, поэтому и компании ООО «Абсолют консалтинг» необходимо иметь собственный интернет ресурс, вследствие чего нужно будет провести детальный анализ конкурирующих интернет ресурсов, чтобы повысить качество работы и привлечь больше потенциальных клиентов. Процесс создания сайта очень трудоемкий и времязатратный, так как он должен удовлетворять требования потребителя, его дизайн должен быть интересным и простым для понимания, технически грамотно спланированным.

Актуальностью темы является необходимость создания информационного ресурса компании ООО «Абсолют консалтинг», что поможет организации в привлечении новых клиентов, и соответственно улучшит ее место на региональном рынке.

Таким образом, главной целью выпускной квалификационной работы является разработка информационно – программного обеспечения обслуживания клиентов для ООО «Абсолют консалтинг», которое бы являлось иллюстрацией деятельности компании и средством связи с клиентами, и партнерами в Интернете. А также являлось продвижением фирмы в сети интернет и соответственно привлечет новых клиентов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) Изучение деятельности фирмы ООО «Абсолют консалтинг», поиск проблем, предлагаемые технические решения для того, чтобы сайт удовлетворял требованиям компании в максимальной степени;
- 2) Создание структуры сайта, позволяющей реализовать удобный и понятный для клиента интерфейс, а также быстрый доступ пользователя к интересующей его информации;
- 3) Предусмотреть возможность изменения содержания сайта путем добавления, обновления, удаления записей в базе данных, в которой и будет храниться информационное наполнение сайта;
- 4) Выбор площадки для продвижения сайта в сети Интернет.
- 5) Для обоснования эффективности проекта, необходимо рассчитать экономические показатели

1. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1.1 Организационно – экономическая характеристика предметной области

Предметной областью данной выпускной квалификационной работы является деятельность фирмы ООО «Абсолют консалтинг», которая занимается консультацией клиентов в финансовой, коммерческой, юридической, технической деятельности.

1.1.1 Характеристика ООО «Абсолют консалтинг»

ООО «Абсолют консалтинг» - новая развивающаяся компания, которая относительно недавно на рынке услуг консалтинга. Одна из востребованных сфер — это консультации по бухгалтерскому учету и налогообложению, которые необходимы для помощи своевременно принять эффективное и правильное решение, способствующее позитивно повлиять на развитие бизнеса. Услугами компании пользуются малые предприятия, индивидуальные предприниматели и юридические лица.

Компания является юридическим лицом, имеет лицевые счета. ООО «Абсолют консалтинг» имеет печать с полным наименованием на русском языке, а также штампы, бланки со своим наименованием.

К приносящей доход деятельности компании относятся:

- Управленческое консультирование (Совершенствование системы стратегического и операционного управления бизнесом);
- Бизнес-планирование и инвестиционное проектирование;
- Управление финансами;
- Строительный консалтинг;
- Государственные и муниципальные закупки;
- Консультирование StartUp-ов и малого бизнеса;

- Маркетинг и реклама;
- Консультирование в сфере ЖКХ;
- Таможенное оформление;
- Консалтинг развития инноваций;
- Лицензирование и сертификация;
- Бухгалтерские услуги и налоговое консультирование;
- Научный консалтинг;
- Франчайзинговое сопровождение;
- Бизнес-образование.

1.1.2 Организационно-функциональная структура предприятия

В компании действует линейно-функциональная структура, где собственник предприятия является его директором. В организации работают квалифицированные работники, имеющие опыт в работе консультирующей деятельности. (рис.1)

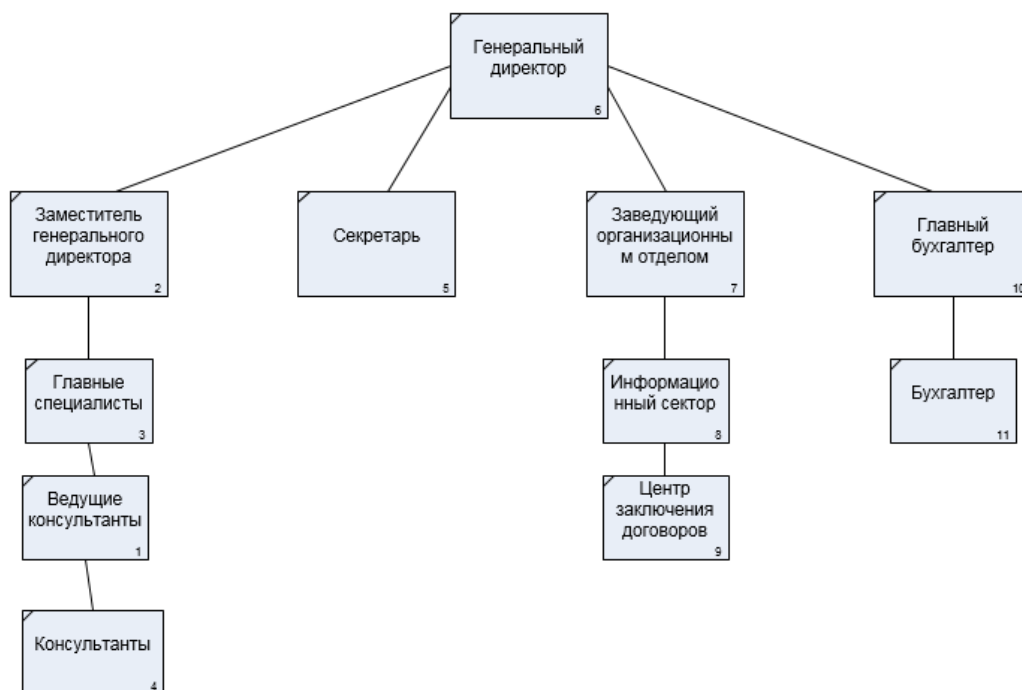


Рисунок 1 – Организационная структура

Подразделения	Подчиняется	Основные функции
Генеральный директор		Определение стратегии развития предприятия, разработка приказов, распоряжений.
Заместитель генерального директора	Генеральному директору	Помощь в разработке приказов, контролирует донесение приказов и инструкций до остальных отделов.
Главные специалисты	Заместителю ген. директора	Представляет отчет о состоянии работы, выполняет разовые поручения, решает сложные вопросы клиентов
Ведущие специалисты	Заместителю ген. директора	Представляет отчет о состоянии работы и мерах по ее улучшению, осуществляет взаимодействие с органами системы профилактики.
Консультанты	Заместителю ген. директора	Общение с клиентом, решение задач.
Секретарь	Генеральному директору	Прием звонков, писем, связь с отелями.
Заведующий организационным отделом	Генеральному директору	Координация работы отделов, планирование, и контроль за выполнением работы.
Информационный сектор	Заведующему организационным отделом	Переработка информация, доставка ее по отделам через внутреннюю сеть, оказание информационных услуг.
Центр заключения договоров	Заведующему организационным отделом	Заключение договоров с клиентами и сторонними организациями для оказания услуг компании.
Главный бухгалтер	Генеральному директору	Организируют работу по ведению бухгалтерского учета, ведет учетную политику в организации.

Бухгалтер	Главному бухгалтеру	Ведет документооборот, отправляет бухгалтерскую и налоговую отчетность в контролирующие органы.
-----------	---------------------	---

Таблица 1 – Организационная структура

Из результатов обследования организации были выявлены основные роли, выполняемые сотрудниками, которые представлены в таблице 1.

Инструкциями о порядке выполнения работ, а также актуальным законодательством РФ обеспечены все сотрудники учреждения, документы применяются в работе и не носят формального характера.

Заработная плата всем работникам осуществляется из бюджета компании и начисляется по схеме, в которой учитываются стаж, квалифицированность сотрудника и многое другое.

1.2 Описание функциональной модели AS-IS

1.2.1 Контекстная диаграмма

Была собрана и проанализирована информация в компании, она послужила созданию модели AS-IS бизнес-процессов. При анализе и сборке информации учитывалось мнение начальника отдела маркетинга и рекламы.

Для создания модели потребуется устойчивый программный продукт для работы с данными, было избрано 3 программы, которые более всего подходят для построения диаграмм. В таблице 2 приведен сравнительный анализ по базовым функциям CASE – средств, на основании данного анализа будет сделан выбор. [1]

Таблица 2 – Сравнительный анализ по базовым функциям CASE-средств

Функциональные возможности	Business Studio	BPWin	Rational Rose
----------------------------	-----------------	-------	---------------

Поддерживаемый стандарт	IDEF0, Basic Flowchart, Functional Flowchart, EPC	IDEF0, IDEF3, DFD	UML
Наличие графического отображения модели	Высокое визуальное качество модели	Низкое визуальное качество модели	Низкое визуальное качество модели
Моделирование диаграмм различных типов	Полностью реализовано	Частично реализовано	Частично реализовано
Имитационное моделирование	Полностью реализовано	Частично реализовано	Не реализовано
Возможность декомпозиции	Полностью реализовано	Полностью реализовано	Полностью реализовано
Групповая работа	Полностью реализовано	Полностью реализовано	Полностью реализовано
Простота освоения	Просто	Просто	Сложно

В результате анализа основным программным продуктом для моделирования бизнес-процессов выбрана Business Studio.

Первым шагом в построении модели послужило создание контекстной диаграммы деятельности предприятия с внешней средой. На рисунке 2 представлена контекстная диаграмма деятельности компании ООО «Абсолют консалтинг», в таблице 3 представлено подробное описание контекстной диаграммы «Деятельность компании ООО «Абсолют консалтинг».

1.2.2. Диаграмма декомпозиции процессов.

Вторым шагом будет построение диаграммы декомпозиции деятельности компании (рис.3) и подробное ее описание в таблице 4. А также, более

подробная декомпозиция каждого бизнес-процесса (рис. 4 – 8). Их подробное описание представлено в таблицах 5-9.

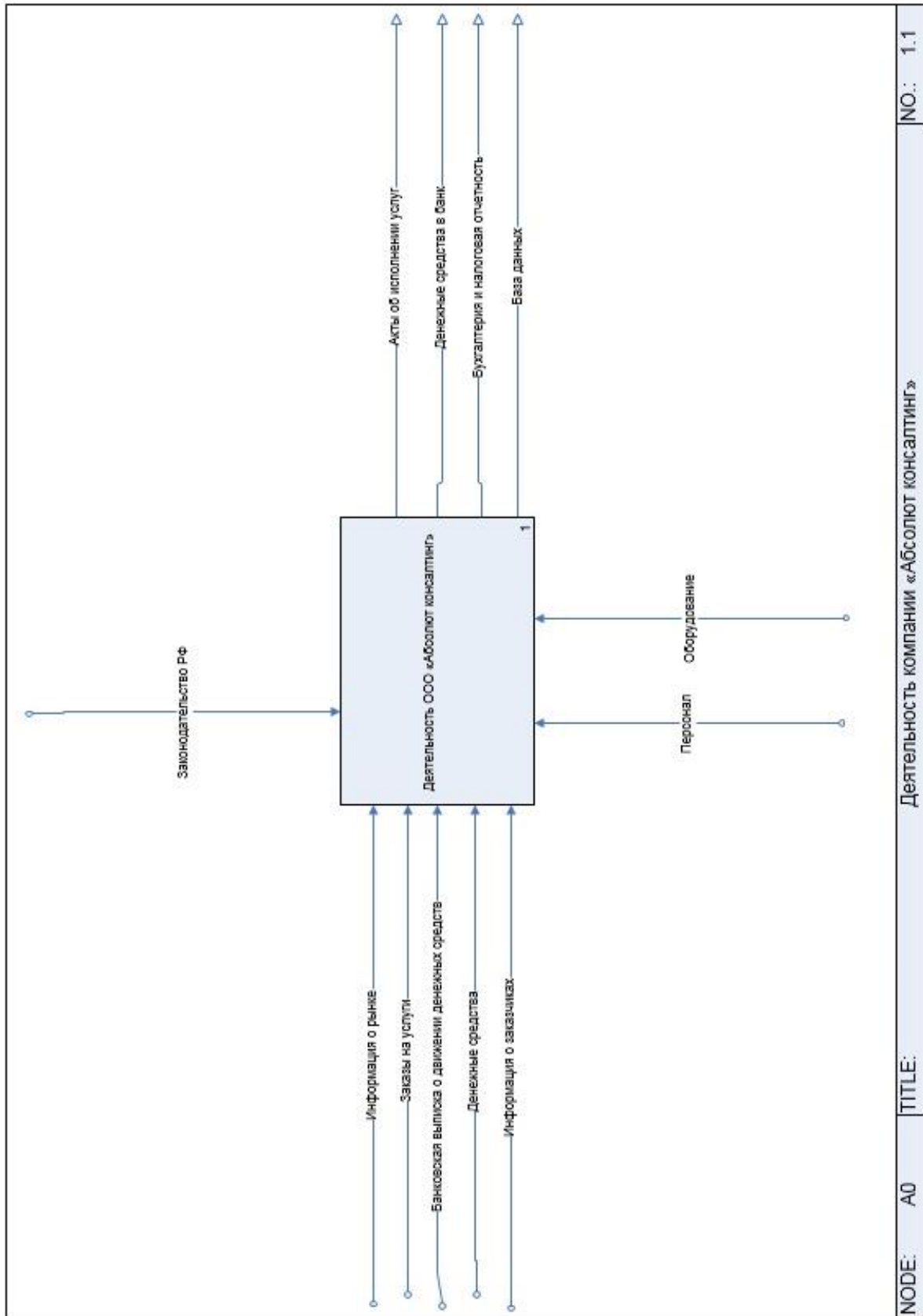
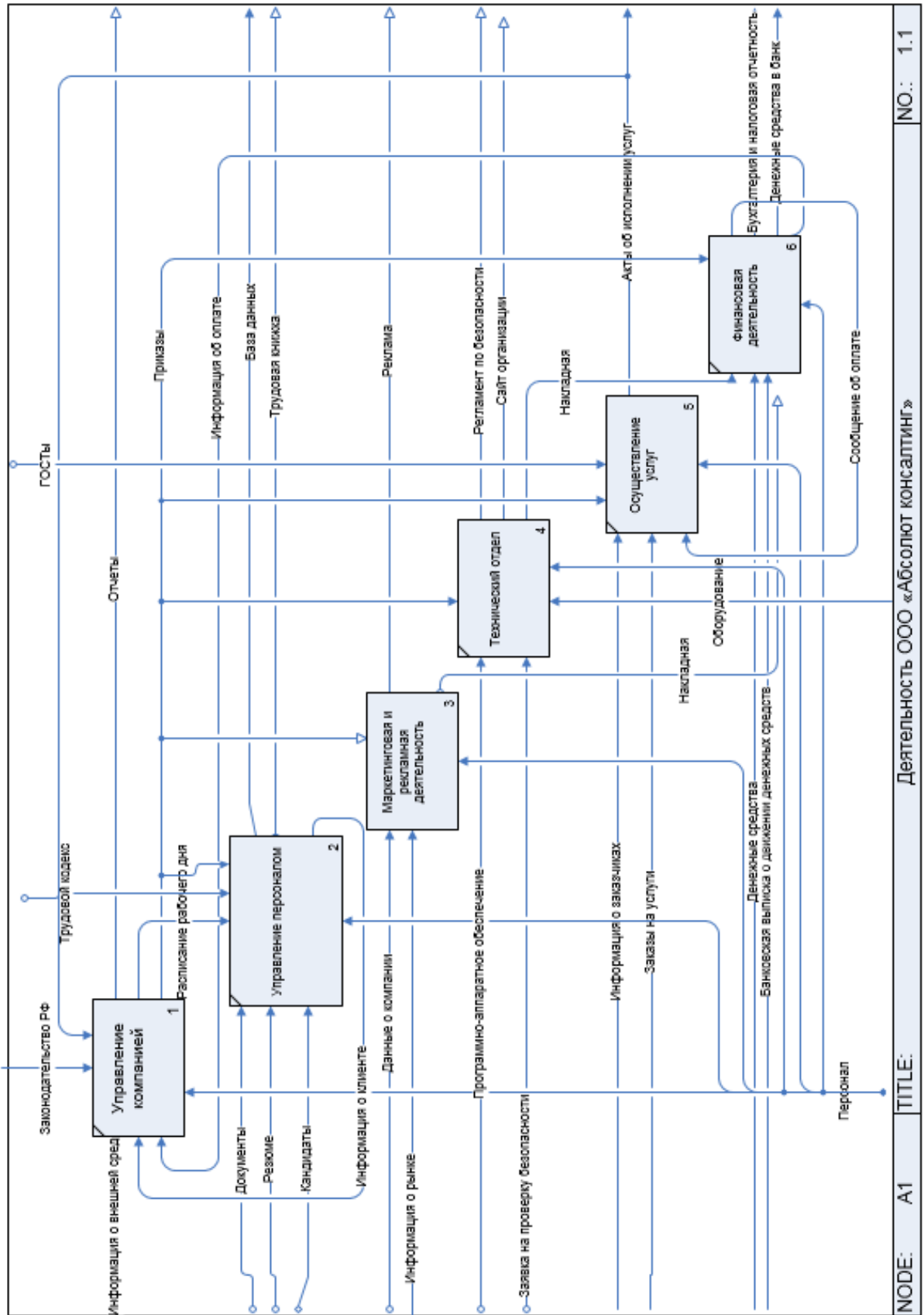


Рисунок 2 – Контекстная диаграмма



NO.: 1.1

Деятельность ООО «Абсолют консалтинг»

TITLE:

А1

Рисунок 3 – Декомпозиция бизнес процесса «Деятельность компании»

Таблица 3 – Описание бизнес-процесса «Деятельность ООО «Абсолют консалтинг»»

Бизнес-процесс	Вход	Выход	Управление	Механизм
Деятельность ООО «Абсолют консалтинг»	Информация о рынке	Акты о выполнении услуг	Законодательство РФ	Персонал
	Заказы на услуги	Денежные средства в банк		Оборудование
	Банковская выписка о движении денежных средств	Бухгалтерия и налоговая отчетность		
	Денежные средства	База данных		
	Информация о заказчиках			

Таблица 4 – Описание декомпозиции бизнес-процесса «Деятельность компании»

№	Процесс	Вход		Выход	
		Что	От кого	Что	Кому(процесс)
1	Управление компанией	Информация о внешней среде	Менеджеры	Отчеты	Внешняя среда
		Информация о клиенте	Управление персоналом	Приказы	Управление персоналом, Маркетинговая и рекламная деятельность, технический отдел, осуществление услуг, финансовая деятельность
		Информация об оплате	Финансовый отдел	Расписание рабочего дня	Управление персоналом, отдел кадров
2	Управление персоналом	Документы	Кандидаты	База данных	Организация
		Резюме	Кандидаты	Трудовая книжка	Кандидаты
		Кандидаты	Внешняя среда	Информация о клиенте	Головное управление компании
3	Маркетинговая и	Данные о компании	Архив компании	Реклама	Внешняя среда

	рекламная деятельность	Информация о рынке	Внешняя среда	Накладная	Осуществление услуг
4	Технический отдел	Программное-аппаратное обеспечение	Всемирная сеть	Регламент по безопасности	Компания
		Заявка на проверку безопасности	Отдел безопасности	Сайт компании	Всемирная сеть
				Накладная	Финансовый отдел
5	Осуществление услуг	Информация о заказчиках	Клиенты	Акт об исполнении услуг	База данных
		Заказы на услуги	Клиенты		
		Сообщение об оплате	Финансовый отдел		
6	Финансовая деятельность	Денежные средства	Инвесторы	Бухгалтерская и налоговая отчетность	Налоговая
		Банковская выписка о движении средств	Банк	Денежные средства в банк	Банк
		Накладная	Маркетинговый отдел	Информация об оплате	Управление компанией

Основными бизнес-процессами является:

- Маркетинговая и рекламная деятельность;
- Оказание услуг;
- Технический отдел.

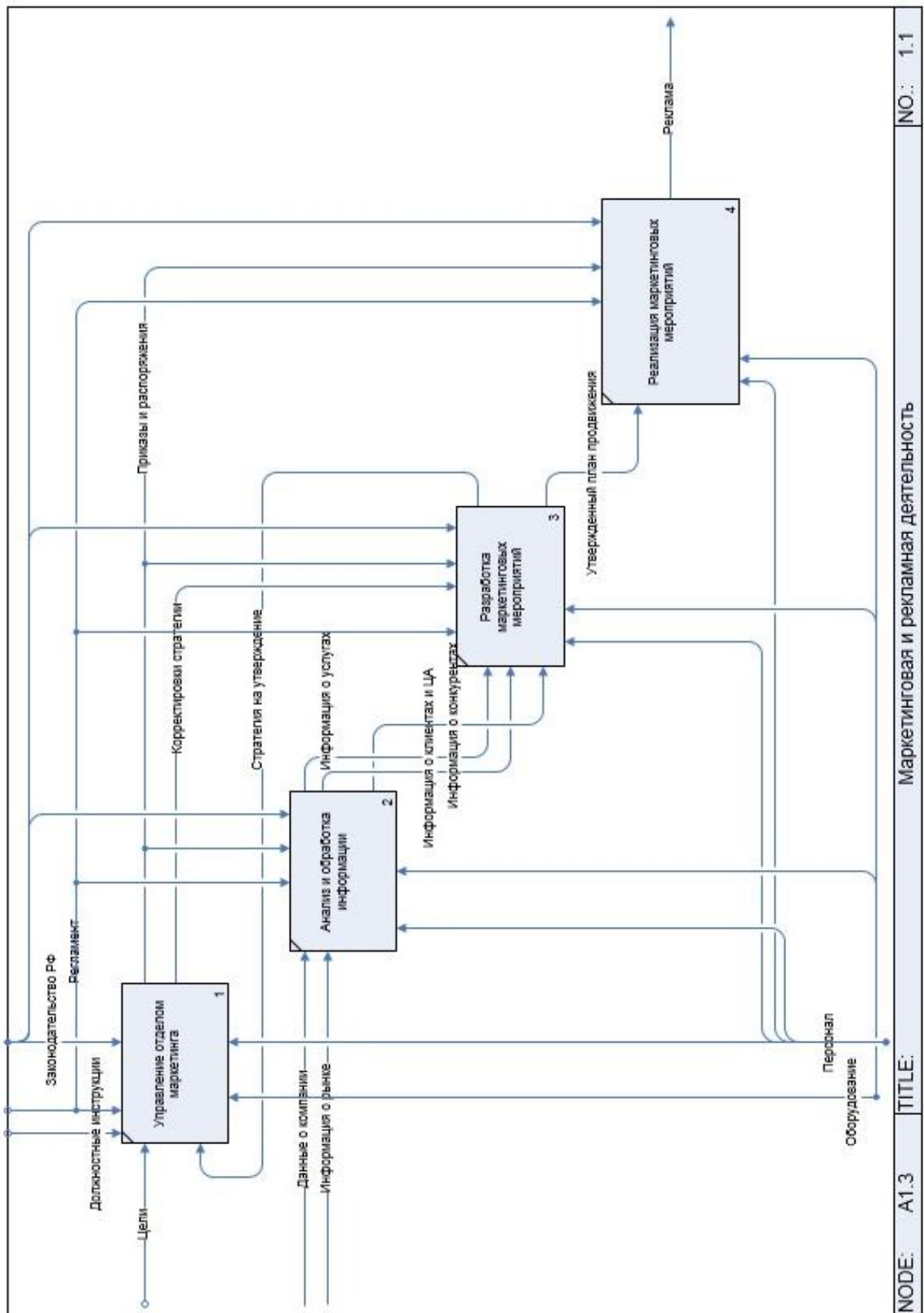
Вспомогательные бизнес-процессы:

- Финансовая деятельность.

Обеспечивающие бизнес-процессы:

- Управление персоналом;
- Управление компанией.

В данной работе приоритетным является бизнес-процесс «Маркетинговая и рекламная деятельность», так как, он тесно связан с продвижением сайта и его рекламой в различных социальных сетях.

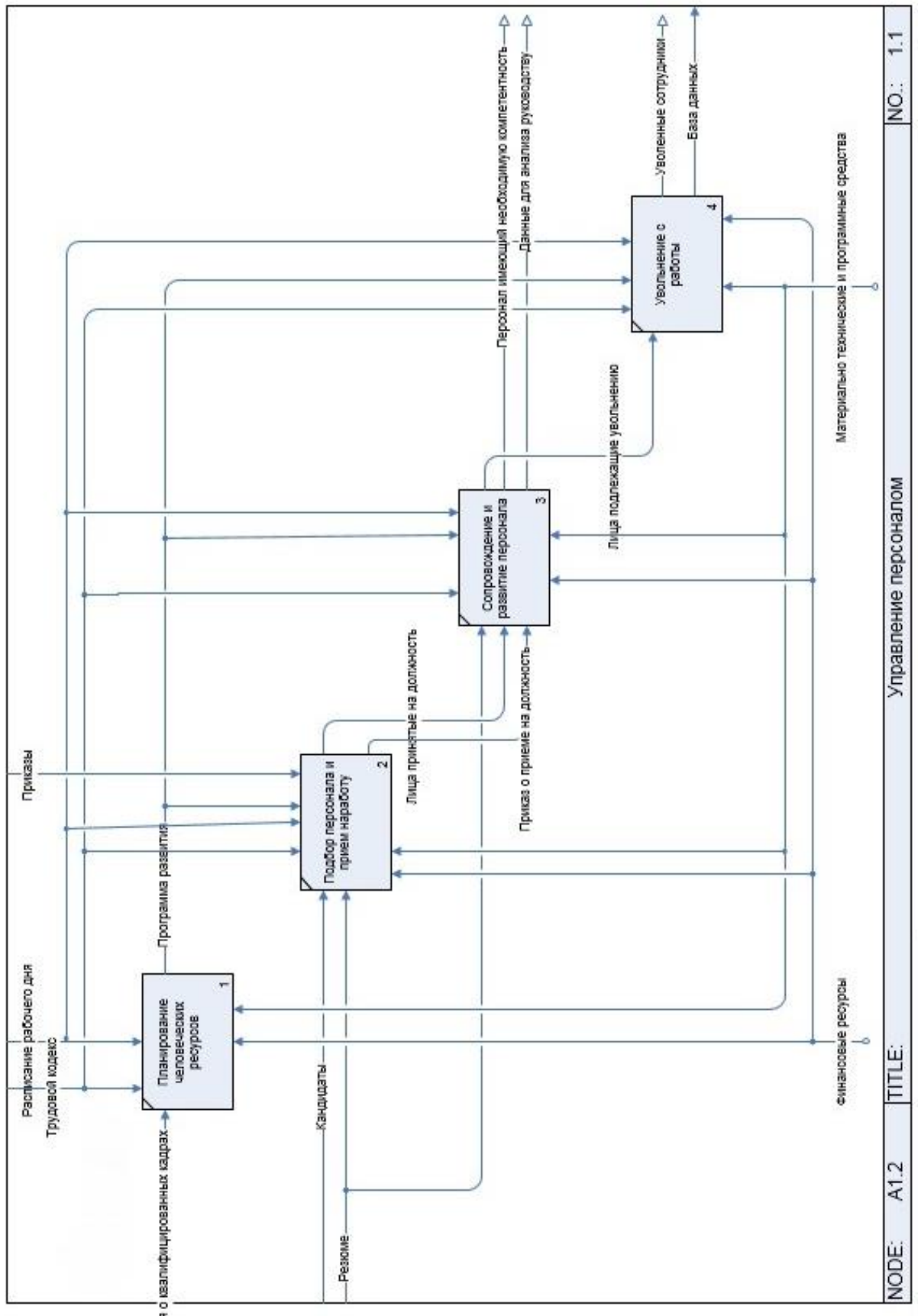


NODE: A1.3 TITLE: Маркетинговая и рекламная деятельность NO.: 1.1

Рисунок 4 – Бизнес-процесс «Маркетинговая и рекламная деятельность»

Таблица 5 – Описание бизнес-процесса «Маркетинговая и рекламная деятельность»

№	Процесс	Вход		Выход	
		Что	От кого	Что	Кому(Процес с)
1	Управление отделом маркетинг а	Цели	Управление компанией	Приказы и распоряжени я	Реализация маркетингов ых мероприятий
		Стратегия на утвержден ие	Разработка маркетингов ых мероприятий	Корректиров ки стратегии	Разработка маркетингов ых мероприятий
2	Анализ и обработка информац ии	Данные о компании	Головного отдела компании	Информация о услугах	Разработка маркетингов ых мероприятий
		Информац ия о рынке	Внешняя среда	Информация о клиентах и ЦА	Разработка маркетингов ых мероприятий
				Информация о конкурентах	Разработка маркетингов ых мероприятий



NO.: 1.1

Управление персоналом

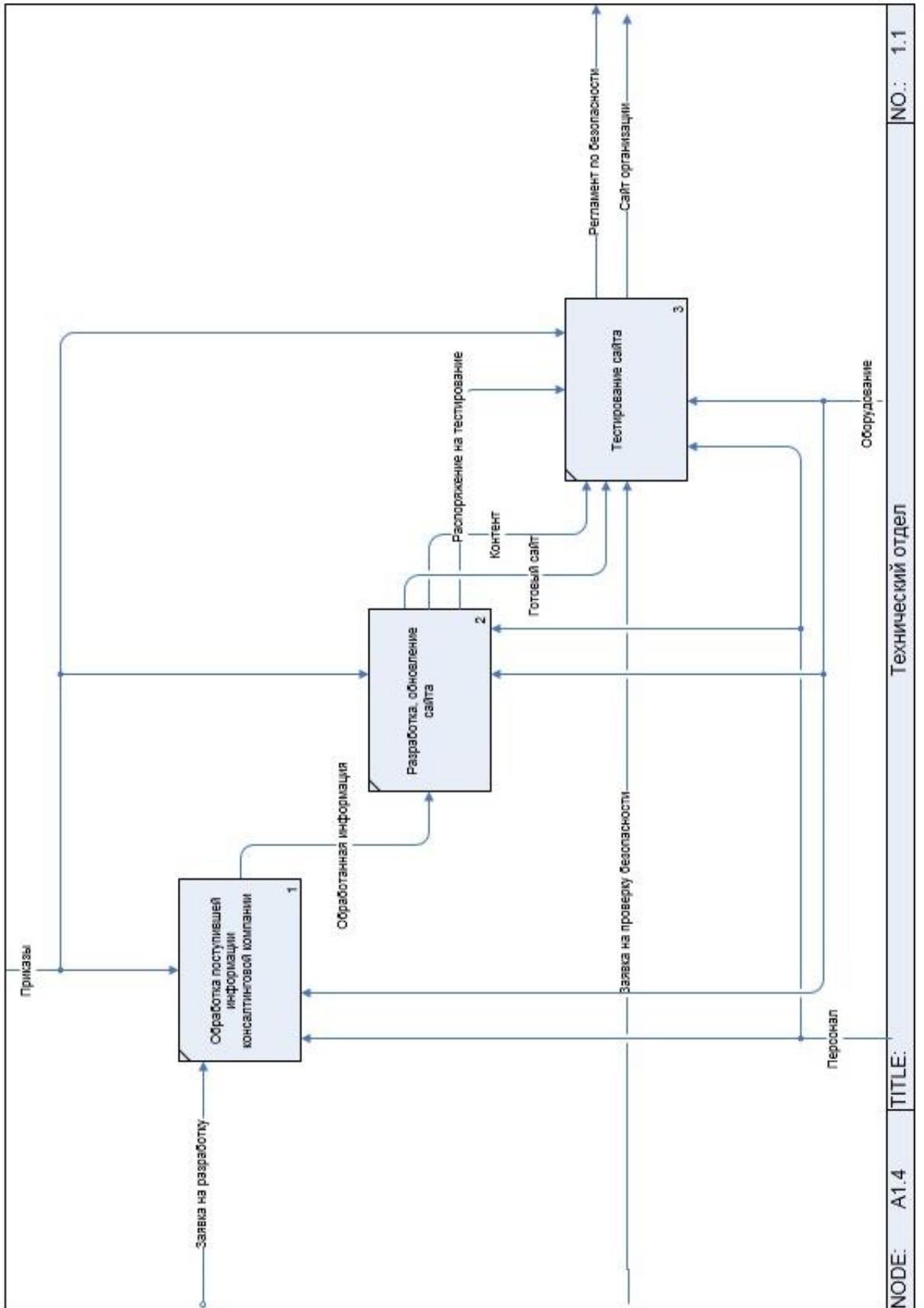
TITLE:

NODE: A1.2

Рисунок 5 – Декомпозиция «Управление персоналом»

Таблица 6 – Описание декомпозиции процесса «Управление персоналом»

№	Процесс	Вход		Выход	
		Что	От кого	Что	Кому
1	Планирование человеческих ресурсов	Информация о квалифицированных кадрах	Внешняя среда		
		Документы	Компания		
2	Подбор персонала и прием на работу	Кандидаты	Внешняя среда	Лица, принятые на должность	Развитие персонала
		Резюме	Кандидаты	Приказ о приеме на должность	Развитие персонала
3	Сопровождение и развитие персонала	Приказ о приеме на должность	Отдел кадров	Лица, подлежащие увольнению	База уволенных сотрудников
		Лица, принятые на должность	Кадровики	Персонал, имеющий необходимую компетентность	Работа в фирме
		Резюме	Кандидаты		
4	Увольнение с работы	Лица, подлежащие увольнению	Отдел по развитию кадров	Уволенные сотрудники	Внешняя среда
				База данных	База уволенных сотрудников



NO.: 1.1

Технический отдел

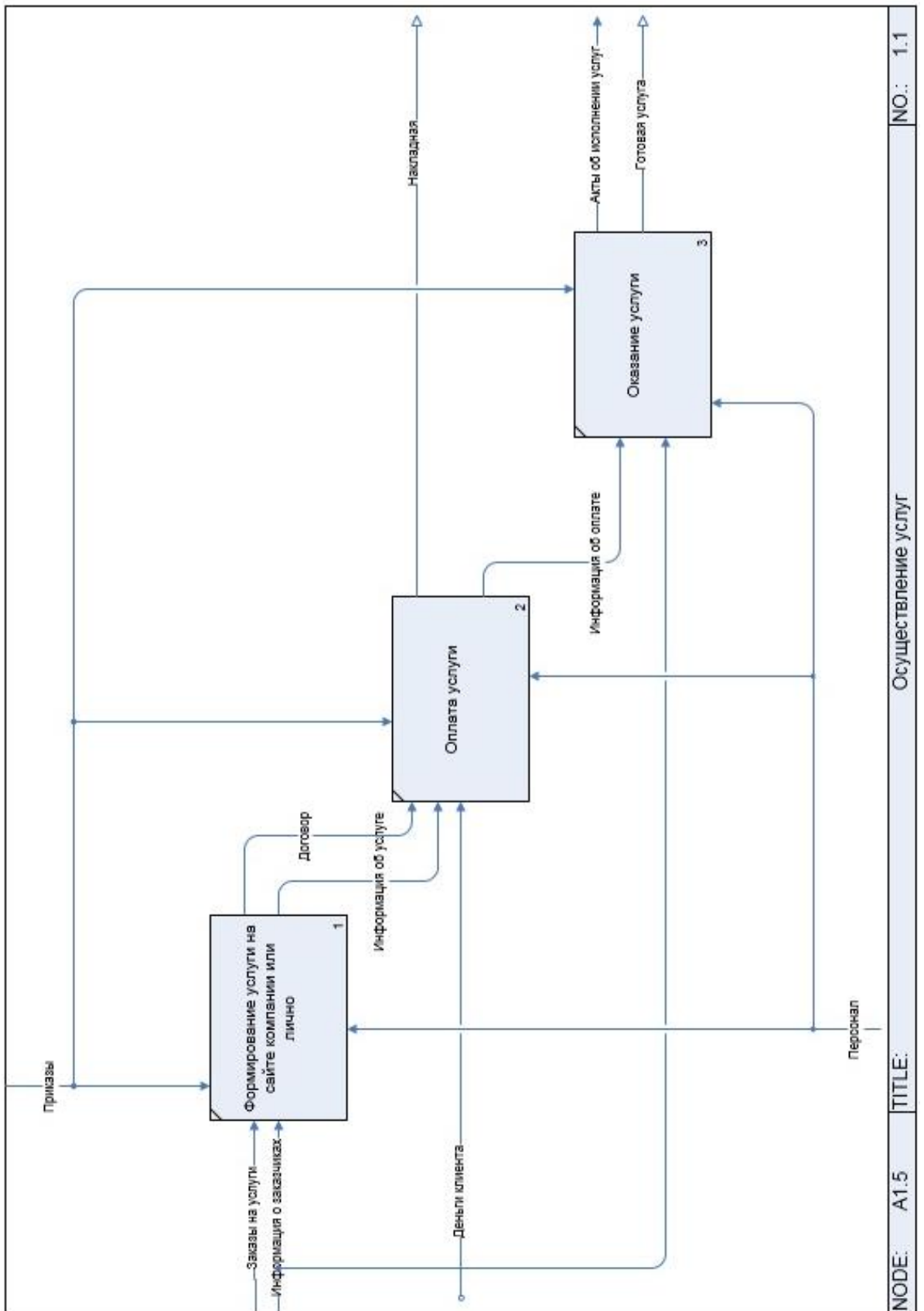
TITLE:

А1.4

Рисунок 6 – Декомпозиция «Технический отдел»

Таблица 7 – Описание декомпозиции процесса «Технический отдел»

№	Процесс	Вход		Выход	
		Что	От кого	Что	Куда
1	Обработка поступившей информации	Заявка на разработку	Отдел маркетинга	Обработанная информация	Разработка сайта
2	Разработка, обновление сайта	Обработанная информация	Отдел маркетинга	Готовый сайт	Отдел тестирования
3	Тестирование сайта	Готовый сайт	Отдел разработки	Регламент по безопасности	Внешняя среда
		Заявка на проверку безопасности	Головной отдел	Сайт организации	Всемирная сеть Интернет



NO.: 1.1

Осуществление услуг

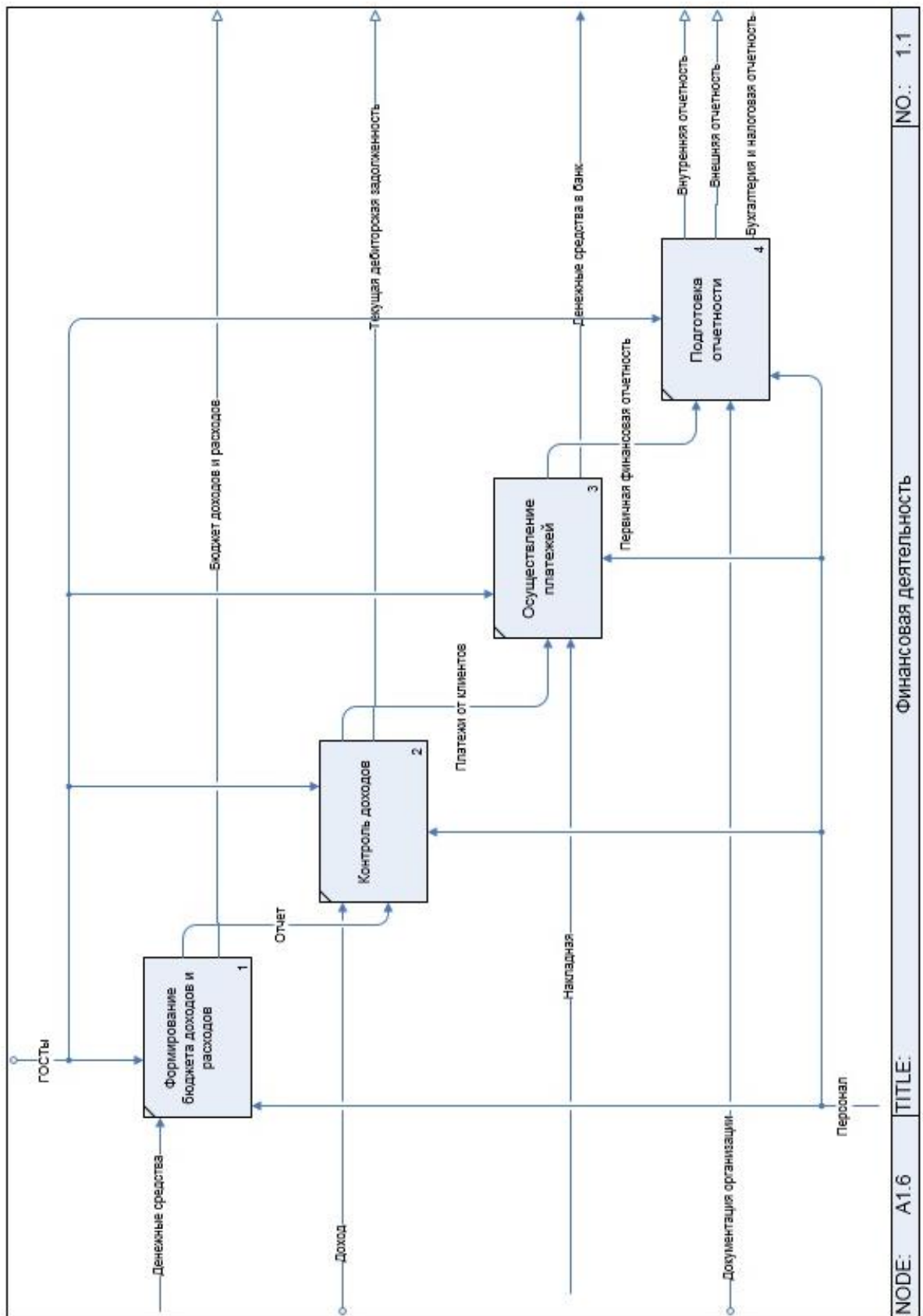
TITLE:

NODE: A1.5

Рисунок 7 – Декомпозиция «Оказание услуг»

Таблица 8 – Описание декомпозиции процесса «Оказание услуг»

№	Процесс	Вход		Выход	
		Что	Откуда	Что	Куда
1	Формирование услуги	Заказы на услуги	Клиенты	Договор	Оплата услуги
		Информация о заказчиках	Клиенты	Информация об услуге	Оплата услуги
2	Оплата услуги	Деньги клиента	Клиенты	Накладная	Финансовый отдел
		Информация об услуге	Маркетинговый отдел	Информация об оплате	Персонал
		Договор	Менеджер		
3	Оказание услуги	Информация об оплате	Оплата услуги	Акты об исполнении услуги	Финансовый отдел



NO.: 1.1

Финансовая деятельность

TITLE:

NODE: A1.6

Рисунок 8 – Декомпозиция процесса «Финансовая деятельность»

Таблица 9 – Описание декомпозиции процесса «Финансовая деятельность»

№	Процесс	Вход		Выход	
		Что	Откуда	Что	Куда?
1	Формирование бюджета доходов и расходов	Денежные средства	Компания	Отчет	Контроль доходов
				Бюджет доходов и расходов	Руководство
2	Контроль доходов	Доход	Клиенты	Текущая дебиторская задолженность	Руководство
		Отчет	Формирование бюджета	Платежи от клиентов	Осуществление платежей
3	Осуществление платежей	Накладная	Отдел осуществления услуг	Денежные средства в банк	Банк
		Платежи от клиентов	Клиенты	Первичная финансовая отчетность	Подготовка основной отчетности
4	Подготовка отчетности	Первичная финансовая отчетность	Осуществление платежей	Бухгалтерия и налоговая отчетность	Налоговая
		Документация организации	Руководство	Внутренняя и внешняя отчетность	Руководство

1.3 Построение функциональной модели ТО-ВЕ

1.3.1 Выбор автоматизируемого бизнес-процесса

В модели ТО-ВЕ будут исправлены недостатки модели AS-IS. Модель ТО-ВЕ нужна для анализа более лучших путей действия функции. Она позволяет четко определить распределение ресурсов между процессами и это дает возможность оценить эффективность использования ресурсов предлагаемого реинжиниринга.

В данной работе будет автоматизирован бизнес-процесс «Маркетинговая и рекламная деятельность».

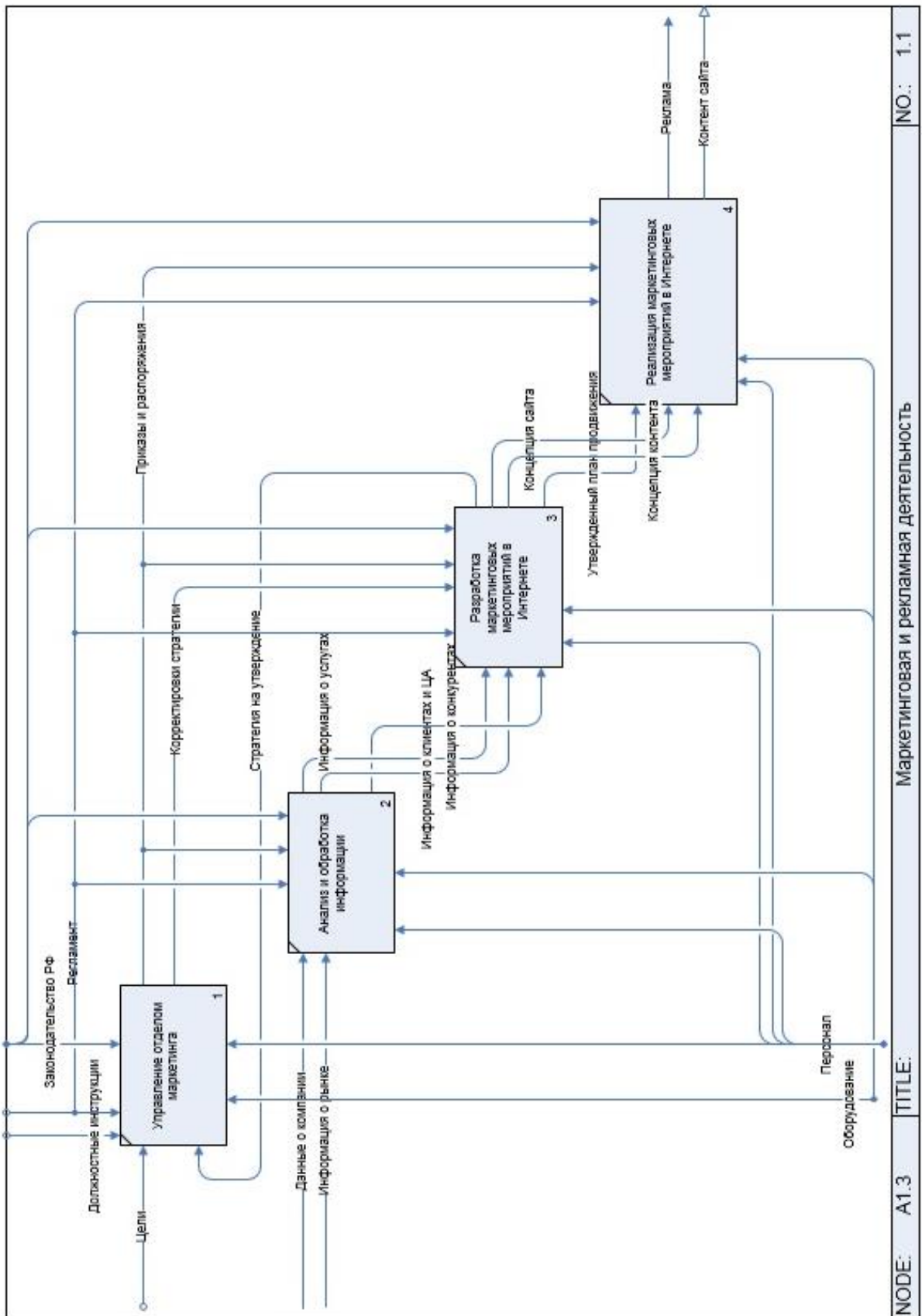
Для автоматизации данного процесса нужно использовать программное решение, с помощью которого будут сформирован информационный сайт для увеличения заказов, после чего сократится время работы менеджеров и работы других отделов из-за возможности работы с документами в единой базе фирмы.

Персонал, участвующий в данных работах, должны уметь выполнять следующие работы:

- Введение данных;
- Копирайтинг;
- Ведение документов с нужной информацией;
- Изменение ошибок, произошедших во время работы.

1.3.2 Описание функциональной модели ТО-ВЕ

После внедрения решения для автоматизации будет реализована разработка сайта и наполнение его контентом. Так же разработан план продвижения его в сети Интернет.



NO.: 1.1

Маркетинговая и рекламная деятельность

TITLE:

NODE: A1.3

Рисунок 9 – Разработка маркетинговых мероприятий в интернете ТО-ВЕ

Следуя из проведенного анализа, главной целью создания модели ТО-ВЕ послужила разработка сайта и создание для него контента, так как на данный момент в мире Интернет является почти главным поставщиком информации до людей, именно через него проходит сотни тысяч информации и данная информация доходит до потребителей и сортируется по их запросам в интернете.

Основными изменениям послужил отдел по разработке маркетинговых мероприятий в интернете. Так как именно в нем происходит создание контента для наполнения сайта и социальных сетей.

Социальные сети в современном мире являются главным средством связи в виртуальном мире, ежедневно люди посещают социальные сети для коммуникации с друзьями, для знакомства с новыми людьми и для познания новой информации.

Главным критерием в социальных сетях является не навязчивость рекламы, так как контекстная реклама по интересам, всплывающая случайно в процессе пролистывания ленты новостей, является более прибыльной чем реклама, которая не интересна потребителю, но при этом появляется ежедневно и не несет за собой никакой смысловой нагрузки.

Таким образом, создание сайта и социальных сетей послужит главным продвижением фирмы в сети интернет, наполнение их актуальным контентом и интересной информацией будет плюсом для продвижения фирмы и привлечения новых клиентов.

Затраты на разработку сайта будут минимальны, так как площадка для его создания уже была выбрана и оплачена заранее.

1.4 Обоснование проектного решения

1.4.1 Обоснование выбора проектных решений по техническому обеспечению

Вся проделанная работы была выполнена на ноутбуке фирмы HP «Hewlett-Packard», его технические характеристики будут представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Технические характеристика используемого оборудования

Название	<u>Hewlett-Packard</u> , сокращенно HP
Процессор	Intel®Core™ i3-2350M CPU 2.30GHz 2.30GH
Оперативная память	4,00 ГБ
Тип системы	64-разрядная операционная система, процессор x64
Система	Windows 10 Pro

Данные характеристики полностью удовлетворяют всем требованиям для успешной работы.

1.4.2 Обоснование выбора проектных решений по информационному обеспечению

Так как разработка сайта уже была начата на площадке «MegaGroup» в 2019 году, то и сравнение с остальными платформами не потребовалось.

Для продвижения сайта в социальных сетях был проведен анализ наиболее популярных сайтов. По данным исследования «Левада центра» выяснилось, что 65% россиян, использующих соц. сети, проводят время во «ВКонтакте», 63% в «Одноклассниках», 23% в «Instagram», 20% в «Facebook», 9% в «Мой мир» на платформе Mail Group, 7% - «Twitter». Идеальный вариант

— это использование нескольких социальных сетей сразу. Для фирмы ООО «Абсолют консалтинг» на основе изучения статистики было принято использовать такие социальные сети, как «ВКонтакте» и «Instagram». Так как они имеют большое количество инструментов для продвижения и являются более популярными в современном обществе.

1.4.3 Обоснование проектных решений по ПО

На сегодняшний день существует множество инструментов для создания и поддержания SMM, среди них:

- Автоматизация рекламы;
- Аналитика сообществ;
- Анализ рынка конкурентов;
- Поиск аудитории;
- Бюджет рекламы;
- Автопостинг.

Следующим шагом является выбор средства для разработки SMM. Для продвижения создаваемой системы было выбрано средство «Instagram.Промоакции», поскольку эта система проще в использовании и не требует специального обучения.

«Instagram.Промоакции» был создан площадке популярной социальной сети Instagram и является относительно новой функцией, он предоставляет рекламодателям следующие возможности:

- Самостоятельно оценивать пользовательский спрос на информацию;
- Самостоятельно составить рекламный текст;
- Самостоятельно выбрать страну и/или город, где живет потенциальный клиент;

- Самостоятельно настроить возраст клиентов, которые будут видеть рекламу;
- Видеть актуальную статистику посещения страницы.

2. ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ

2.1 Выбор инструментов для реализации сайта

Реализация сайта для компании ООО «Абсолют консалтинг» началась еще в 2019 году. Название сайта было упрощено до «Консультант 74». Для работы была выбрана веб-студия «МегаГрупп», которая предоставляет удобную платформу для создания интерфейса, в ее услуги входят:

- Простая система управления сайтом CMS.S3;
- Надежный хостинг;
- Домен сайта;
- SEO-панель для продвижения;
- CRM система;
- Сервис настройки контекстной рекламы.

Для доступа к инструментам разработки создается личный кабинет, в моем случае доступ мне предоставил руководитель компании (рис. 10).

Доменное имя сайта www.consultant74.ru

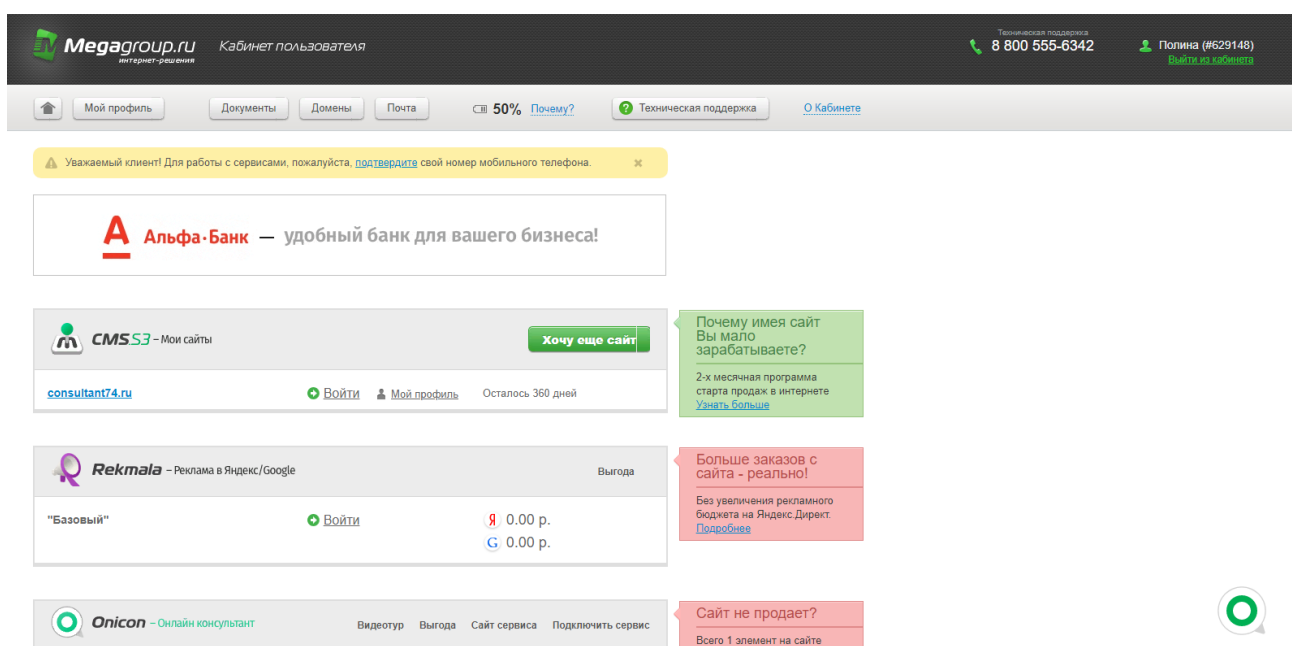


Рисунок 10 – Личный кабинет в МегаГрупп

При переходе в режим конструктора появляется дерево выбора необходимых действий при дальнейшей работе (рис. 11).

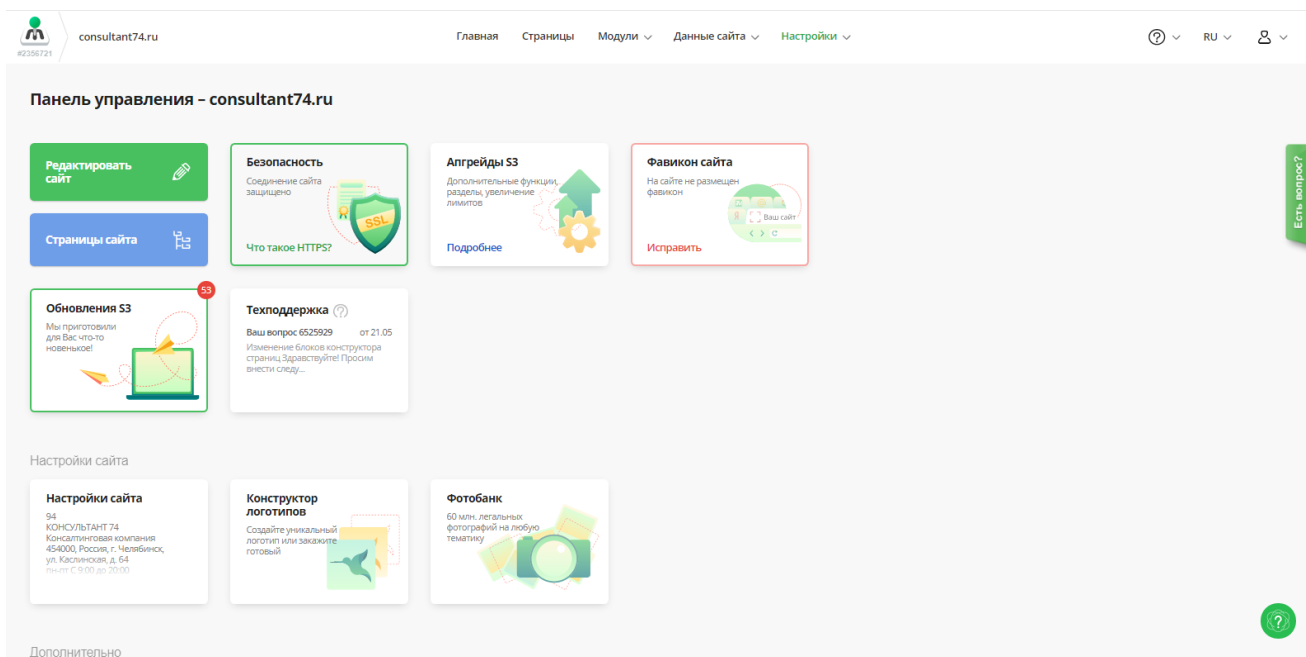


Рисунок 11 – Панель управления

2.2 Описание и реализация информационного сайта компании ООО «Абсолют консалтинг»

Для создания сайта прежде всего нужно определить элементы, которые должны присутствовать на сайте, так как эти элементы будут главными в перспективе работы сайта:

- Меню;
- Список предоставляемых услуг;
- Информация о компании;
- Связь с компанией через сайт;
- Возможность оставить онлайн заявку для консультации

На рисунке 12 представлена главная страница сайта, на которой находится меню, информация о компании, шапка с активными ссылками, возможность оставить онлайн заявку, а также контакты для связи.

Данная страница была создана в цветовой гамме компании и все дальнейшие ссылки были использованы по шаблону главной страницы.

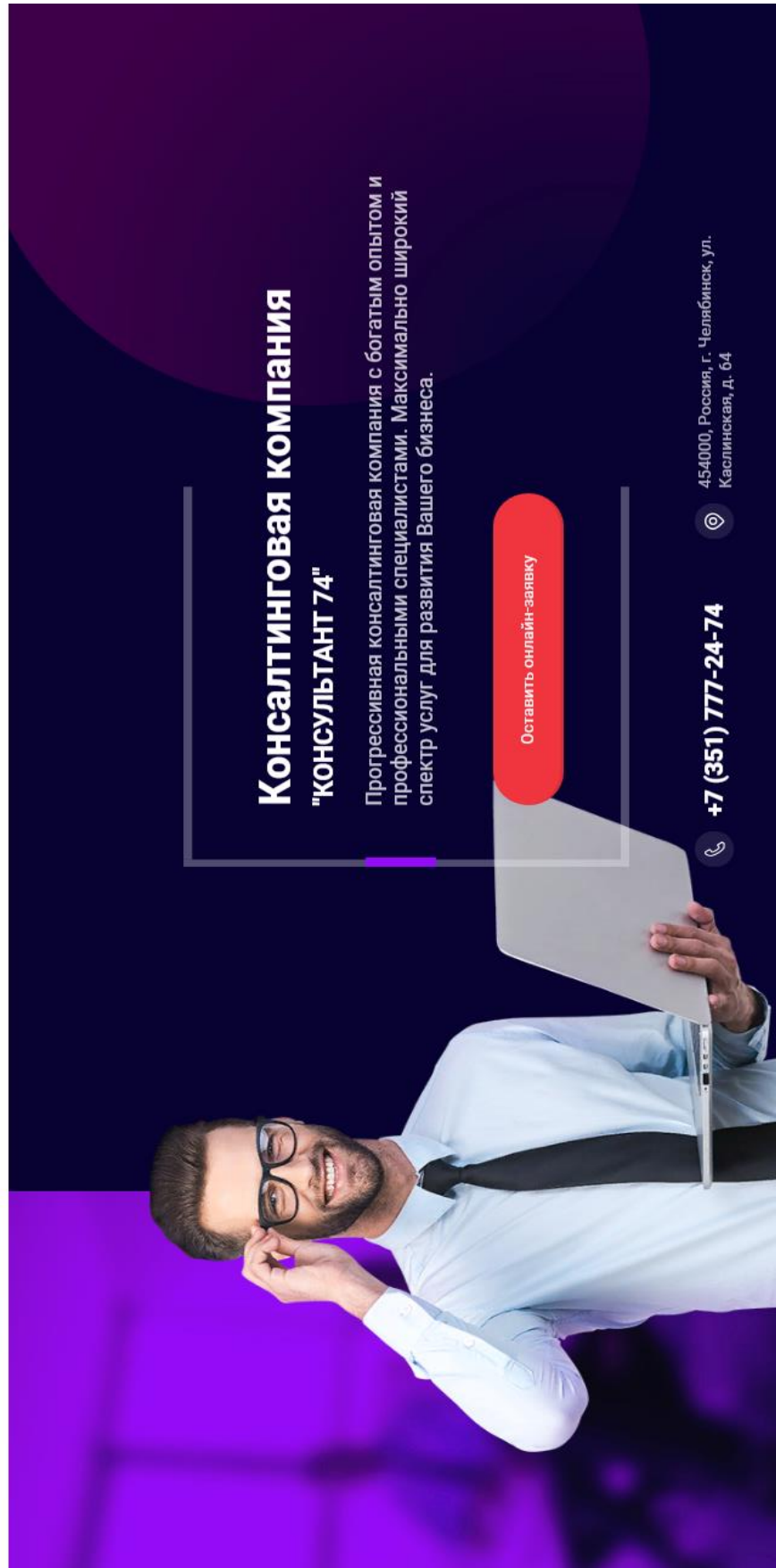


Рисунок 12 – Главная страница сайта

Менеджер должен иметь возможность работать онлайн, так как многие документы будут представлены в электронном виде. Клиент имеет право общаться через сайт с представителями фирмы, запрашивать документацию и, если он будет удовлетворен первичной консультацией, заказать услугу онлайн. Есть единая база данных, в которой содержатся все клиенты как постоянные, так и новые.

На сайте представлено меню, которое облегчит поиск услуг, клиент с лёгкостью может ознакомиться с полным перечнем услуг и их кратким описанием (рис.13). Каждая услуга «кликабельна» и открывает страницу с их подробным описанием (рис.14, 15) и возможностью оставить заявку для связи с менеджером фирмы (рис.16). Так же представлены преимущества компании, которые отличают ее от других схожих фирм (рис.17) и отзывы клиентов о проделанной работе сотрудниками компании (рис.18)

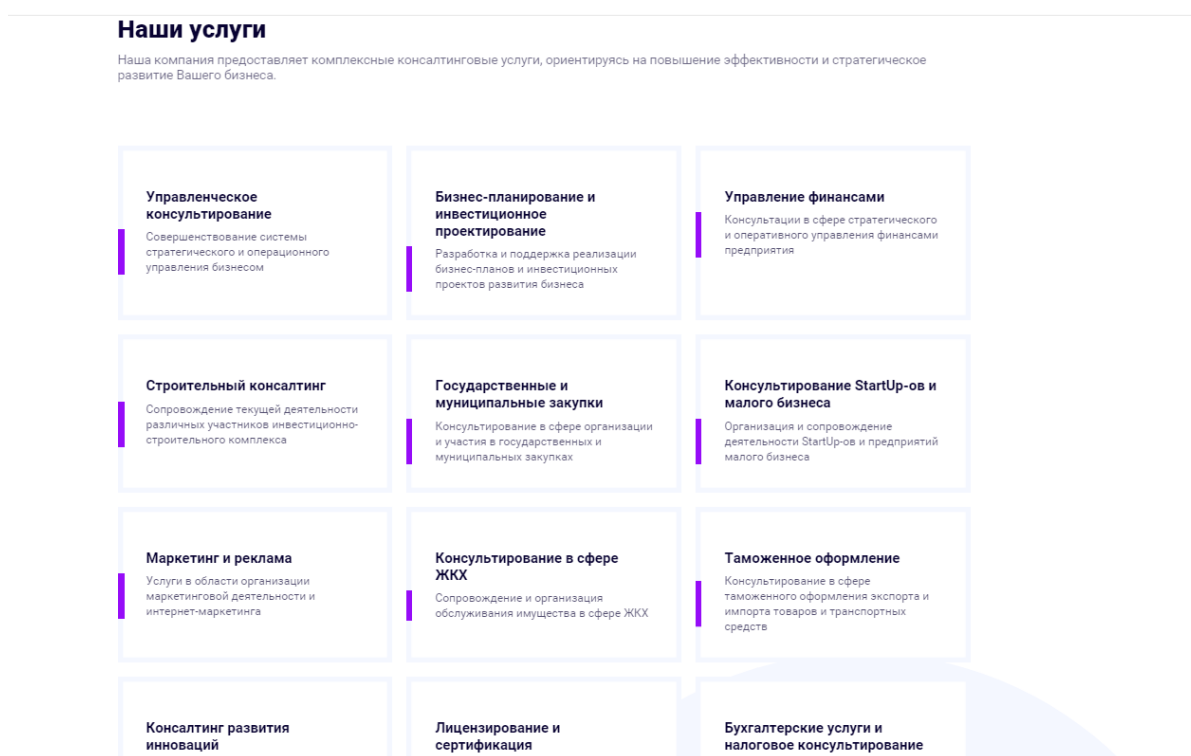



Рисунок 13 - Услуги компании

Управленческое консультирование



Заполните заявку и мы свяжемся с Вами

Имя *

Телефон *

E-Mail *

* Я согласен на обработку моих [персональных данных](#)

[Оставить заявку](#)

В настоящее время успешное функционирование и стратегическое развитие бизнеса сталкивается с множеством ограничений и возможностей, обусловленных динамичными условиями хозяйствования, что предполагает необходимость использования современного управленческого инструментария и адаптивных технологий бизнес-проектирования.

Наша компания готова стать Вашим надежным партнером и помощником в решении самых сложных бизнес-задач, требующих профессионального системного решения с использованием всех современных инструментов в области стратегического и операционного управления бизнесом.

❓ Вопросы, стоящие перед Вами сегодня:

- Как разработать и адаптировать стратегии развития бизнеса, повышающих потенциал компании?
- Как определить перспективные направления развития бизнеса и избавиться от обременительного "балласта"?
- Как и где найти резервы развития компании?
- Как выстроить эффективную структуру бизнеса и систему бизнес-процессов?
- Как стандартизировать и автоматизировать бизнес-процессы?

Рисунок 14 – Страница предоставляемой услуги

НАШИ УСЛУГИ

Комплексный стратегический анализ бизнеса	Разработка и адаптация стратегий развития компании	Программа развития экономического потенциала компании
Подробнее	Подробнее	Подробнее
Разработка и оптимизация организационной структуры	Инжиниринг и реинжиниринг бизнес-процессов	Система комплексной бизнес-аналитики
Подробнее	Подробнее	Подробнее
Повышение эффективности персонала	Управление закупками и цепями поставок	Управление рисками компании
Подробнее	Подробнее	Подробнее

Рисунок 15 – Продолжение страницы предоставляемой услуги

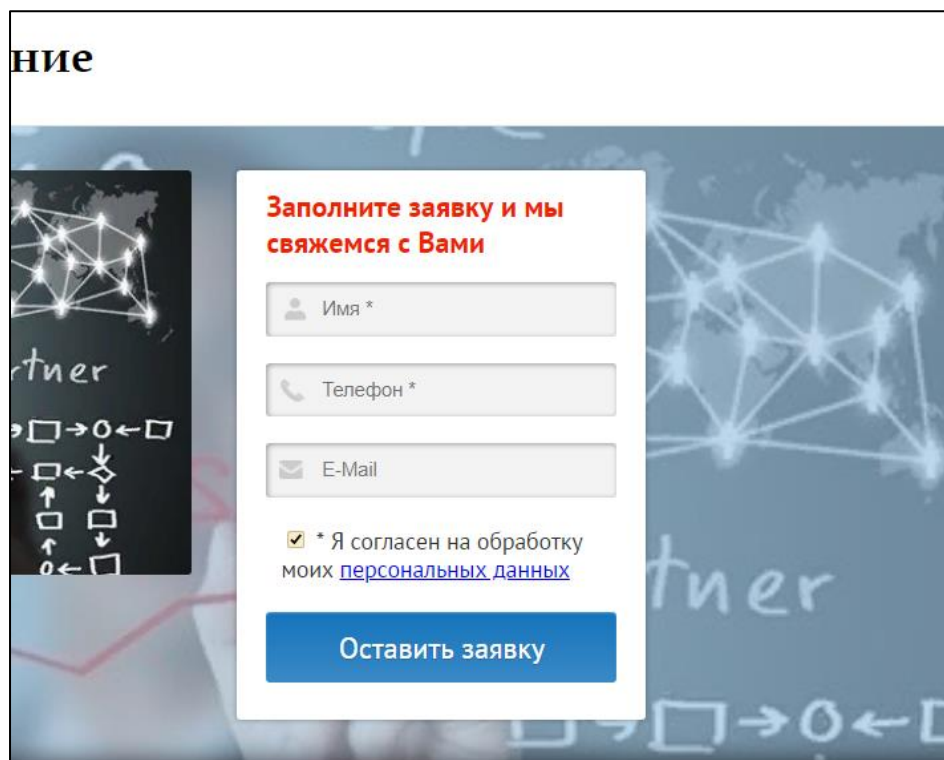


Рисунок 16 – Форма обратной связи

Почему именно мы?
Даем 100% гарантию сохранности условий договора и работы.

15 лет на рынке многолетний опыт работы	250 клиентов среди юридических лиц
120 компаний сопровождаем с основания	30 сотрудников работают в нашей компании

Бесплатная консультация

Звоните по номеру телефона
+7 (351) 777-24-74

или оставьте заявку и мы с Вами свяжемся в удобное для Вас время

Перезвонить Вам?

Рисунок 17 – Преимущества фирмы

Клиенты говорят о нас

Отзывы наших клиентов



Халиков Илья
ООО «Business group»

Проявили себя как профессионалы высокого уровня и обнаружили глубокое понимание поставленных перед ними задач в рамках широкого спектра правовых опросов.



Золоторева Любовь
ООО «Business group»

Консалтинговая группа «КОНСУЛЬТАНТ 74» зарекомендовала себя, как ответственный и высококвалифицированный деловой партнер, неукоснительно выполняющий взятые обязательства...

Рисунок 18 – Отзывы клиентов

В шапке меню есть вкладка «О компании», нажав на которую появится подробная информация о компании, на которой описаны задачи и цели компании, ее преимущества и история развития (рис.19).

[Главная](#) \ [О компании](#)

О компании

Консалтинговая компания «КОНСУЛЬТАНТ 74» является динамично развивающейся компанией на рынке консалтинговых услуг, объединяющая профессиональных специалистов в различных сферах бизнеса.

Наша компания специализируется на предоставлении профессиональных консалтинговых услуг, обеспечивая стратегическое развитие потенциала своих клиентов посредством системного решения задач с использованием современных технологий развития бизнеса.

Миссия компании: Предоставлять профессиональные консалтинговые услуги с учетом специфических особенностей бизнеса клиентов, обеспечиваемых высококвалифицированными специалистами и использованием современного опыта в области управления развитием бизнеса, направленных на стратегическое развитие потенциала и рост благосостояния своих клиентов.

Ключевые ценности:

- Ориентация деятельности на росте благосостояния Клиентов
- Использование современного опыта по каждому направлению деятельности
- Стремление и способность наилучшим способом удовлетворять потребности Клиентов
- Индивидуальный подход к задачам и потребностям Клиентов
- Профессионализм при выполнении проектов и решении задач Клиентов
- Сопровождение Клиентов на всех стадиях реализации проектов
- Гарантия качества выполняемых работ
- Повышение общего уровня экономической грамотности населения в регионе

Выбирая нашу компанию, Вы приобретаете компетентного, надежного и ответственного партнера!

🕒 пн-пт с 9:00 до 20:00

📍 454000, Россия, г. Челябинск, ул. Каслинская, д. 64

☎ +7 (351) 777-24-74



Рисунок 19 – Информация о компании

2.3 Определение целевой аудитории

Для определения целевой аудитории была использована платформа «Pepper.Ninja», так как в ней есть возможность собрать аудиторию по сайтам, где есть виджет «ВКонтакте», то есть можно будет настроить ретаргетинг для людей, которые заходили на сайт или лендинг, так же они предоставляют бесплатный доступ на 3 дня для ключевых функций. Для этого достаточно зарегистрироваться на площадке, оставив свою почту, после регистрации нужно вставить ссылку сайта в строку поиска, после небольшого ожидания появится диаграмма анализа аудитории (рис. 20).

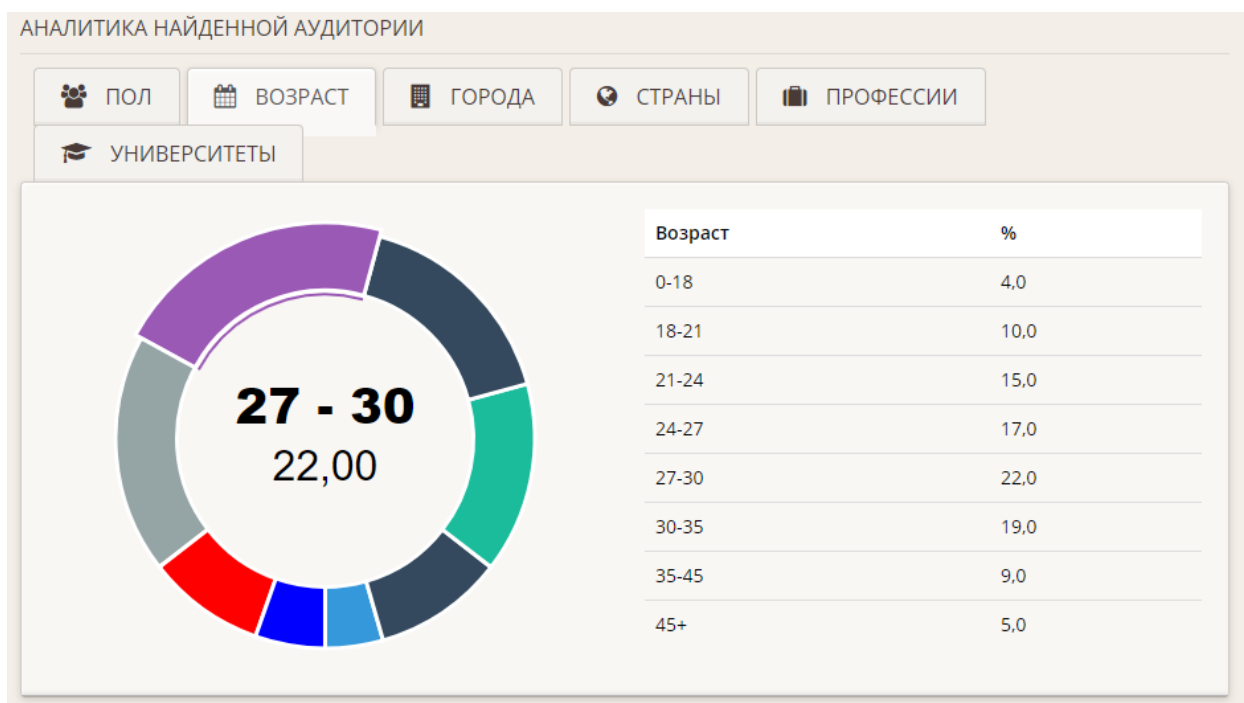


Рисунок 20 – Целевая аудитория сайта

Следуя проведенному анализу, основной аудиторией сайта являются люди 21-35 лет, так как у них наиболее высокий процент посещаемости лендинга. Данный контингент является платежеспособным населением и соответствует услугам компании.

2.4 Создание контент стратегии

Разработка контент стратегии состоит из трех этапов:

1. Аналитика
2. Подготовка плана действий
3. Оценка эффективности

В аналитической части контент-стратегии необходимо изучить каналы распространения и проанализировать контент на сайте, в социальных сетях. В нашем случае основными каналами распространения являются социальные сети, так как они показывают наибольшую проходимость аудитории. Следующим шагом будет анализ целевой аудитории (рис.20) и анализ конкурентов.

По данным «Деловой квартал Челябинск», который составил список крупнейших консалтинговых компаний, первой место занимает компания «Авуар» (рис.21), которая имеет большой оборот и свою клиентскую базу. [3]

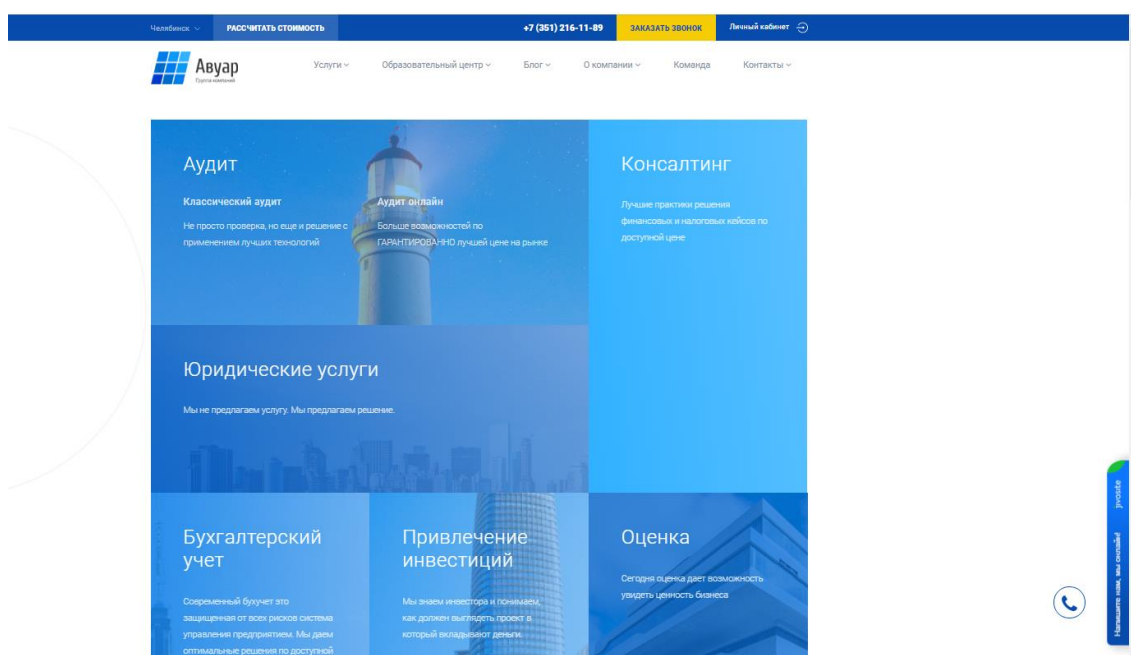


Рисунок 21 – Сайт компании «Авуар»

Второе место занимает компания «Аудит классик», у которого оборот в 3 меньше, чем у лидера (рис. 22).

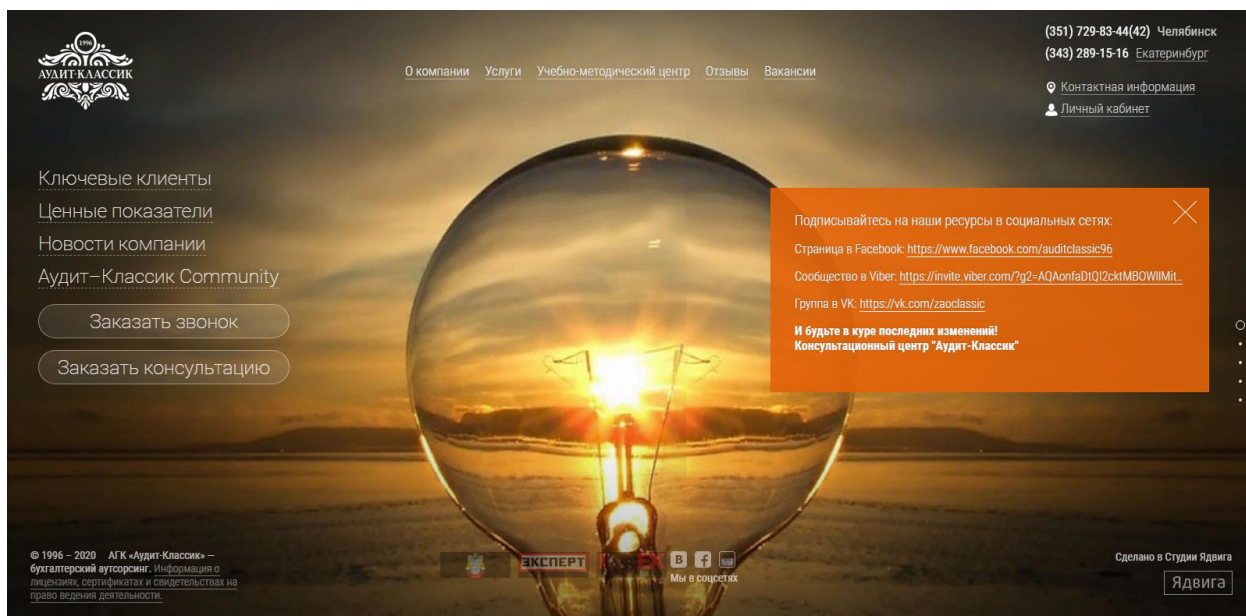


Рисунок 22 – Сайт компании «Аудит классик»

И на третьем месте находится компания «Листик и партнеры» (рис. 23), показатели которой немного ниже, чем у «Аудит классик».

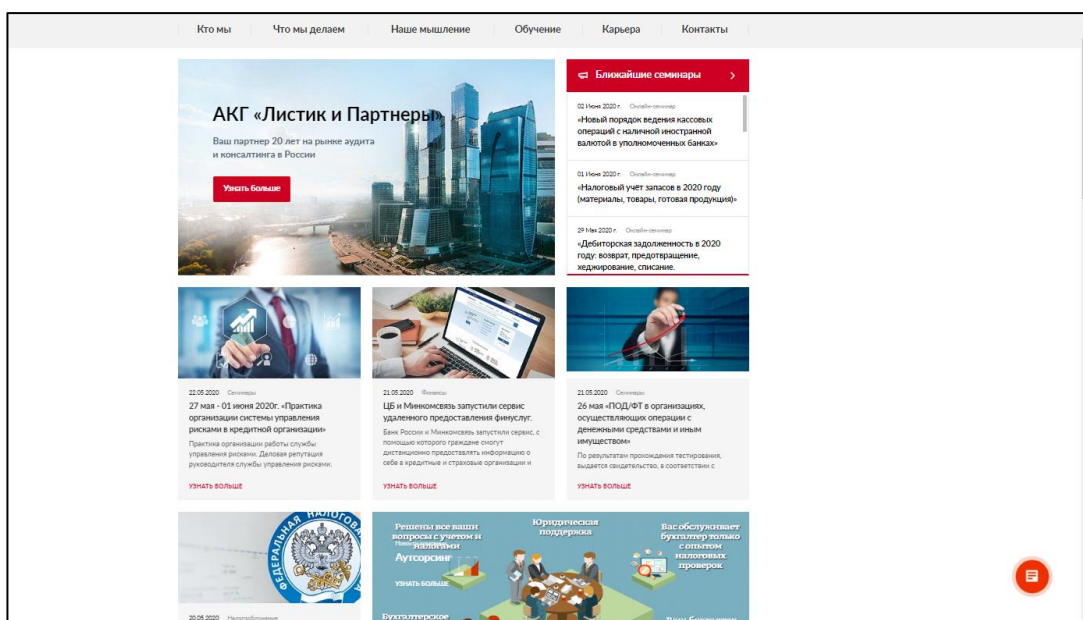


Рисунок 23 – Сайт компании «Листик и партнеры»

Сайты данных фирм абсолютно разные и их наполнение отличается друг от друга, отсюда следует вывод, что наполнение сайта контентом должно быть сделано индивидуально под свою компанию.

В плане действий контент-стратегии важно правильно сформировать команду специалистов, которые смогут создать индивидуальный контент, в такую команду должны входить:

- Контент стратег
- Копирайтер
- Аккаунт-менеджер
- SMM-специалист
- SEO-специалист
- Редактор
- Корректор
- Дизайнер

После проделанного анализа и разработки стратегии, выгрузка контента в социальные сети и на сам сайт стала более скорректирована и стабильна.

2.5 Реализация «ВКонтакте»

Социальная сеть ВКонтакте действует с 2006 года и сразу зарекомендовала себя как быстро развивающаяся сеть. Сейчас она занимает лидирующие позиции в России из-за простоты использования, удобной коммуникации с друзьями, множества способов заработка внутри соц. сети и творческой реализации пользователей. [4]

Для начала была создана страница пользователя компании, чтобы в дальнейшем ее можно было использовать для связи с клиентами от лица организации (рис. 24).

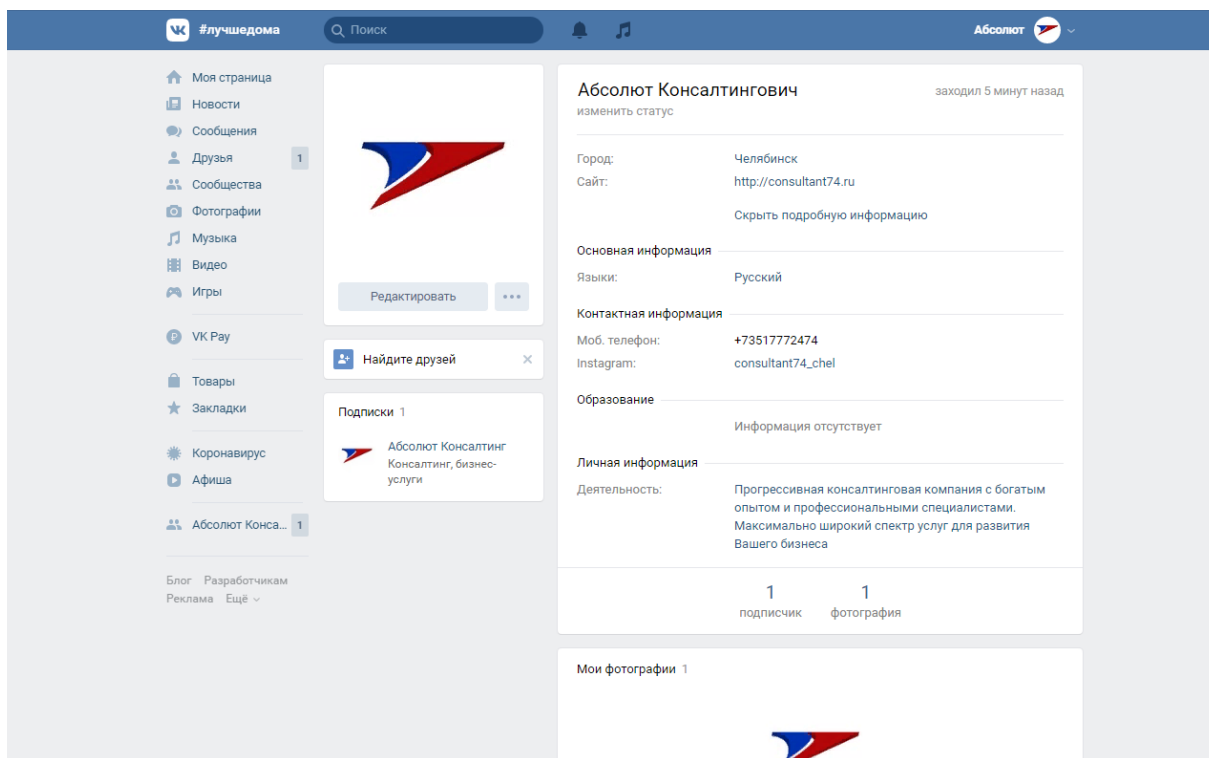


Рисунок 24 – Страница компании в Вконтакте

Следующим шагом было создание паблика, так как они являются отличной площадкой для продвижения бренда. Вся информация, размещенная в них, является официальной и весь контент посвящен одной организации. Отличительной чертой таких пабликов является возможность посещения их и получения всей информации о компании без обязательной авторизации в ВКонтakte.

При создании сообщества необходимо выбрать его тип, для сайта «Консультант 74» подойдет бренд или организация (рис. 25).



Рисунок 25 – Типы сообщества

В окне создания сообщества необходимо заполнить ключевую информацию компании, а также предоставить сайт организации(рис.26).

Создание сообщества

Бренд или организация
Создайте сообщество своего проекта в крупнейшей социальной сети СНГ

Название:

Категория:

Тематика:

Сайт:

Я прочитал и согласен с правилами

Рисунок 26 – Информация о компании

После заполнения, для фотографии сообщества используется логотип компании, появляется более подробное описание компании, с картой ее нахождения в городе. На рисунке 27 показано как выглядит главная страница паблика.

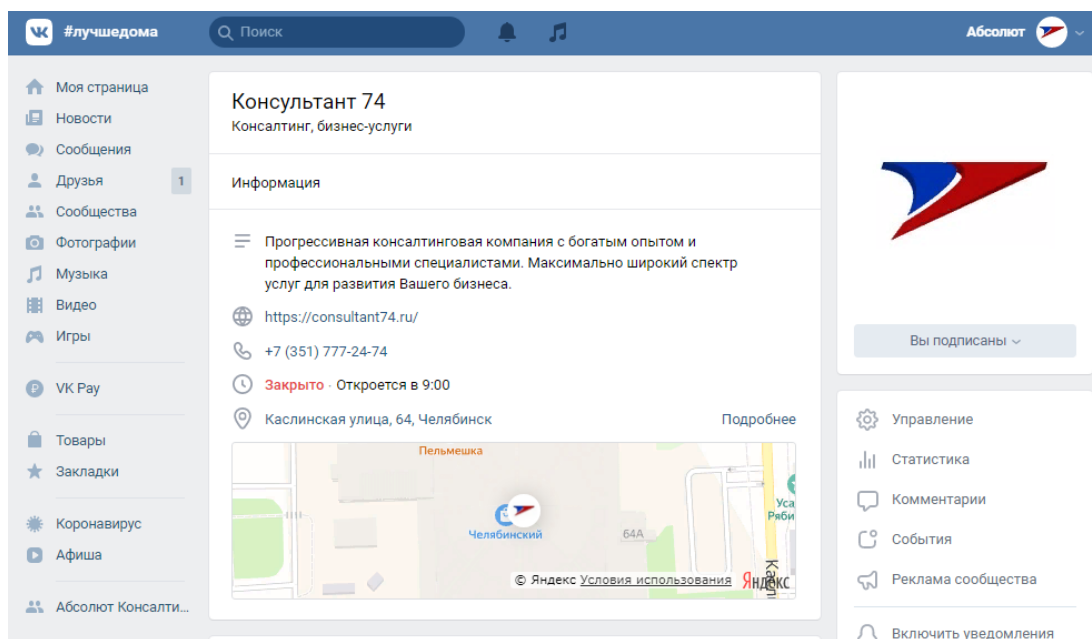


Рисунок 27 – Страница сообщества

Главным шагом в создании сообщества является налаживание коммуникаций между клиентом и компанией, поэтому важно настроить встроенного бота, который сможет решить вопрос с помощью генерации возможных действий. Для этого в настройках паблика нужно подключить приложение от разработчиков ВКонтакте «Бот-автоответчик».

Для его работы необходимо открыть диалог с сообществом и нажать кнопку «Начать» (рис.28), таким образом в сообщения паблика поступает уведомление о начале диалога с потенциальным клиентом и в ситуациях, когда нужна консультация не по шаблону, можно подключиться к диалогу от имени сообщества (рис.29).

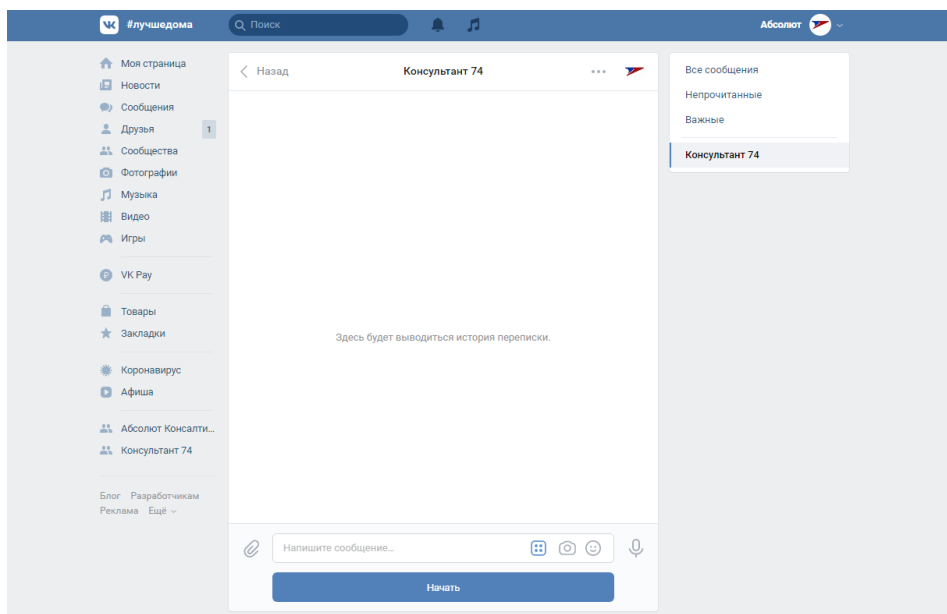


Рисунок 28 – Диалоговое окно

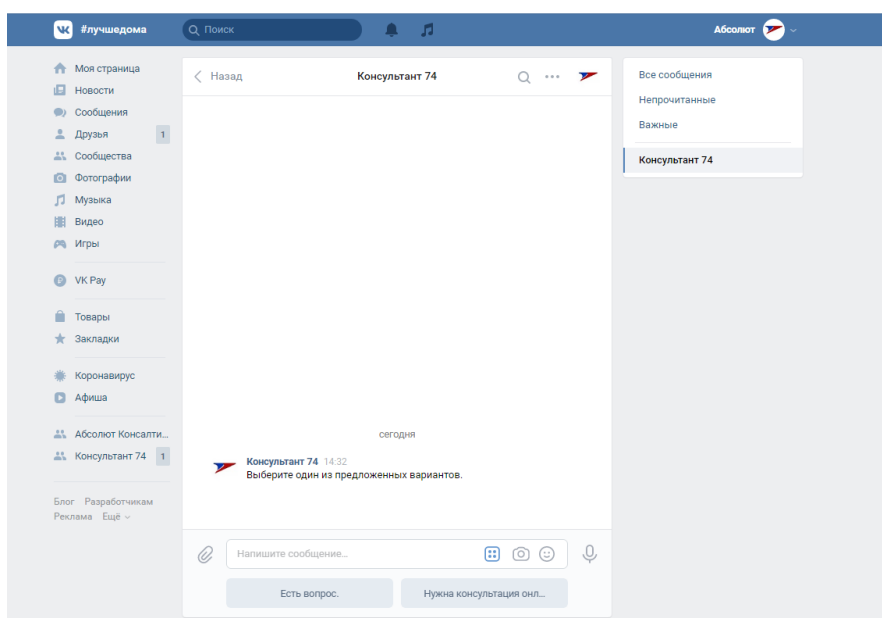


Рисунок 29 – Диалог с ботом

Группа готова для заполнения контентом.

2.6 Реализация «Instagram»

Первое появление Instagram в интернете произошло в 2010 году, он стал доступен для бесплатного скачивания в AppStore, в 2012 году он появился в PlayMarket и за сутки его скачали более 1 миллиона пользователей.

Приложение набирало огромный успех из-за простоты использования, бесплатного доступа и многих дополнительных функций, в том числе коммуникация пользователей между собой.

Относительно недавно у приложения появилась функция создать бизнес-аккаунт, которая открывает возможность настроить встроенную рекламу, которая может случайно появляться на страницах других пользователей, что позволяет привлечь намного больше аудитории. [5]

Для создания бизнес-аккаунта необходимо зарегистрироваться в социальной сети под именем компании, после всех проделанных шагов появится готовая страница с краткой информацией о организации (рис.30).

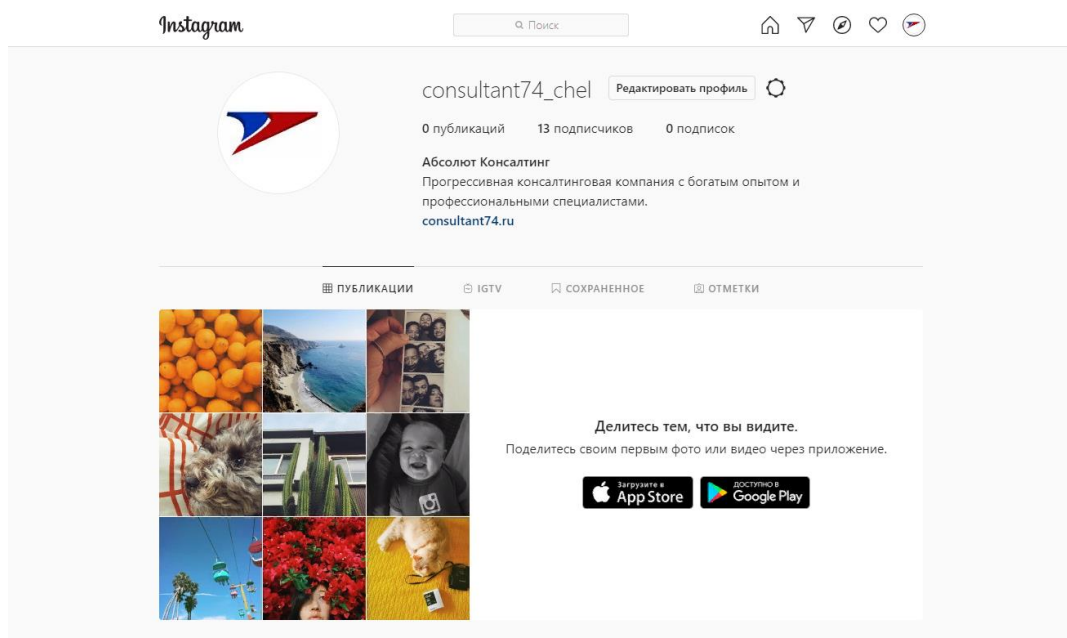


Рисунок 30 – Страница в Instagram

Продолжать регистрацию было удобнее через сотовый телефон, так как многим функционал доступен только через мобильное приложение.

Для того, чтобы подключить бизнес-аккаунт нужно переключить в настройках аккаунта на «Профессиональный аккаунт», после чего открывается окно установки (рис.31).

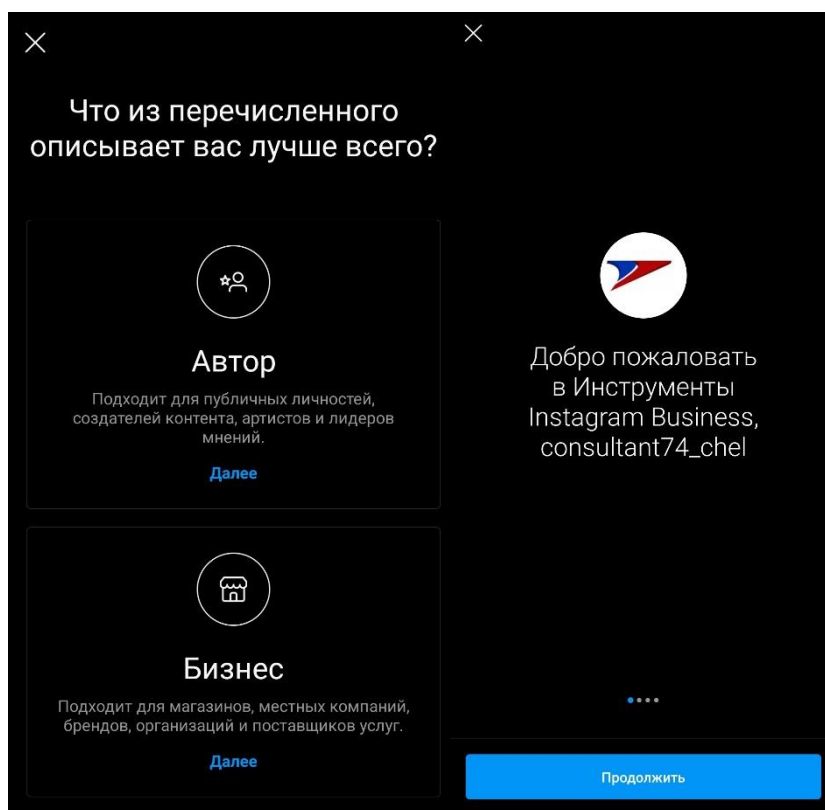


Рисунок 31 – Настройка

Далее идет описание преимуществ создания бизнес-аккаунта(рис.32). Самым главным преимуществом является увеличение охвата клиентов, так как это помогает развивать компанию.

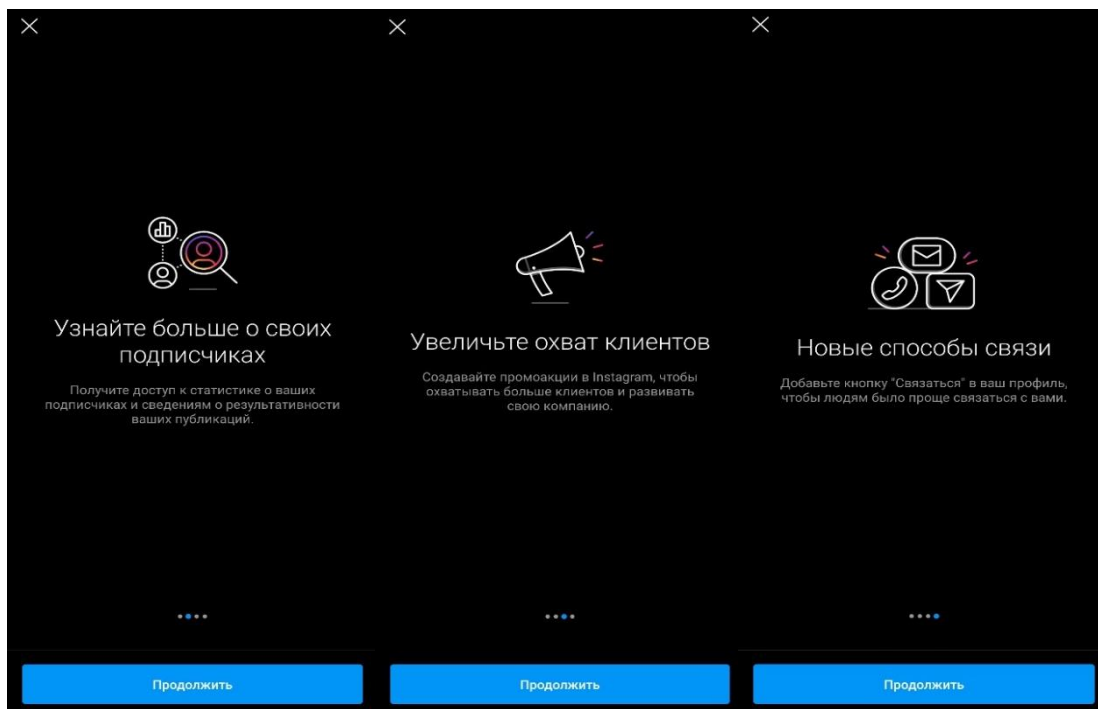


Рисунок 32 – Преимущества

После всех настроек и ввода информации о компании страница готова, теперь можно настроить рекламу в Instagram и добавлять посты об организации, рассказывающие о ее новых возможностях, интересных новостях и прочих новшествах.

В итоге шапка страницы выглядит как на рисунке 33.

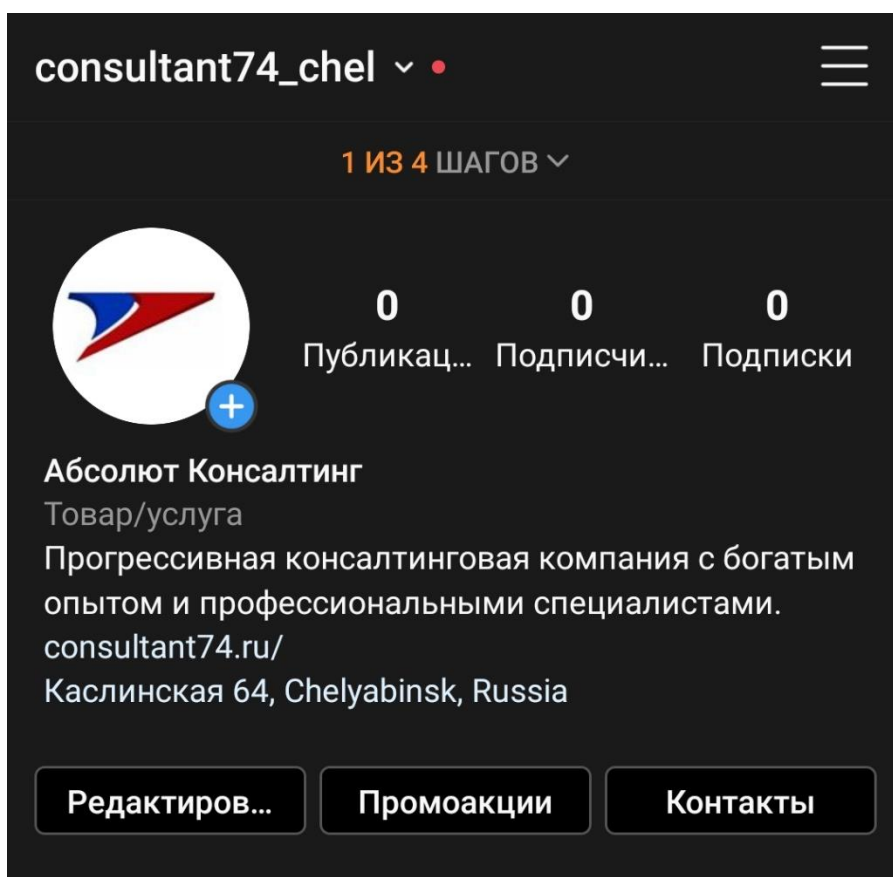


Рисунок 33 – Шапка страницы в Instagram

2.7 Контекстная реклама в Instagram

Для продвижения постов в Instagram, есть функция «промоакции», она позволяет выводить публикации со страницы в ленту пользователей соц. сети рандомно. Это позволит привлечь больше внимания к деятельности фирмы, а следовательно, и повысить ее узнаваемость. [10]

Для ознакомления с компанией была создана первая публикация, которая кратко повествует о деятельности компании, именно ее было решено продвигать (рис.34).

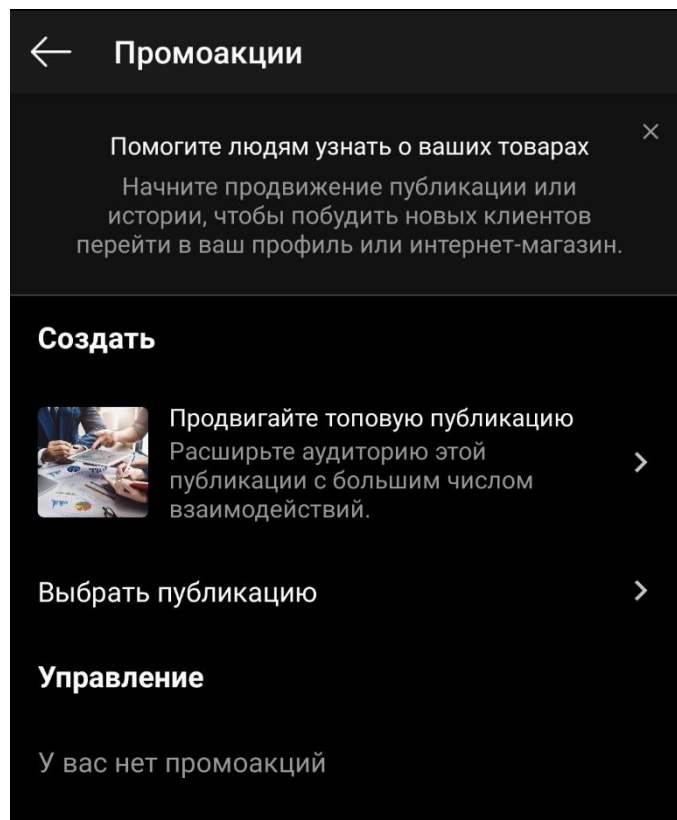


Рисунок 35 – Создание промоакции

Главным преимуществом таких промоакций является расширение охвата публикации, продвижение ее среди людей, которые еще не подписаны на страницу. Тех. поддержка автоматически отформатирует публикацию для ленты и историй, и будет показывать ее там, где она сможет обеспечить наилучшие результаты.

Так же промоакции позволяют создать свою аудиторию автоматически, то есть настроить таргетинг вручную. Для нашей рекламы были выбраны интересы:

- Управленческий консалтинг;
- Бизнес-планирование;
- Бизнес-анализ;
- Бизнес-модель;

- Стратегическое планирование;
- Стратегический менеджмент.

Возраст от 21 до 65, так как это платежеспособная аудитория и заинтересованная в услугах консалтинга (рис.36)

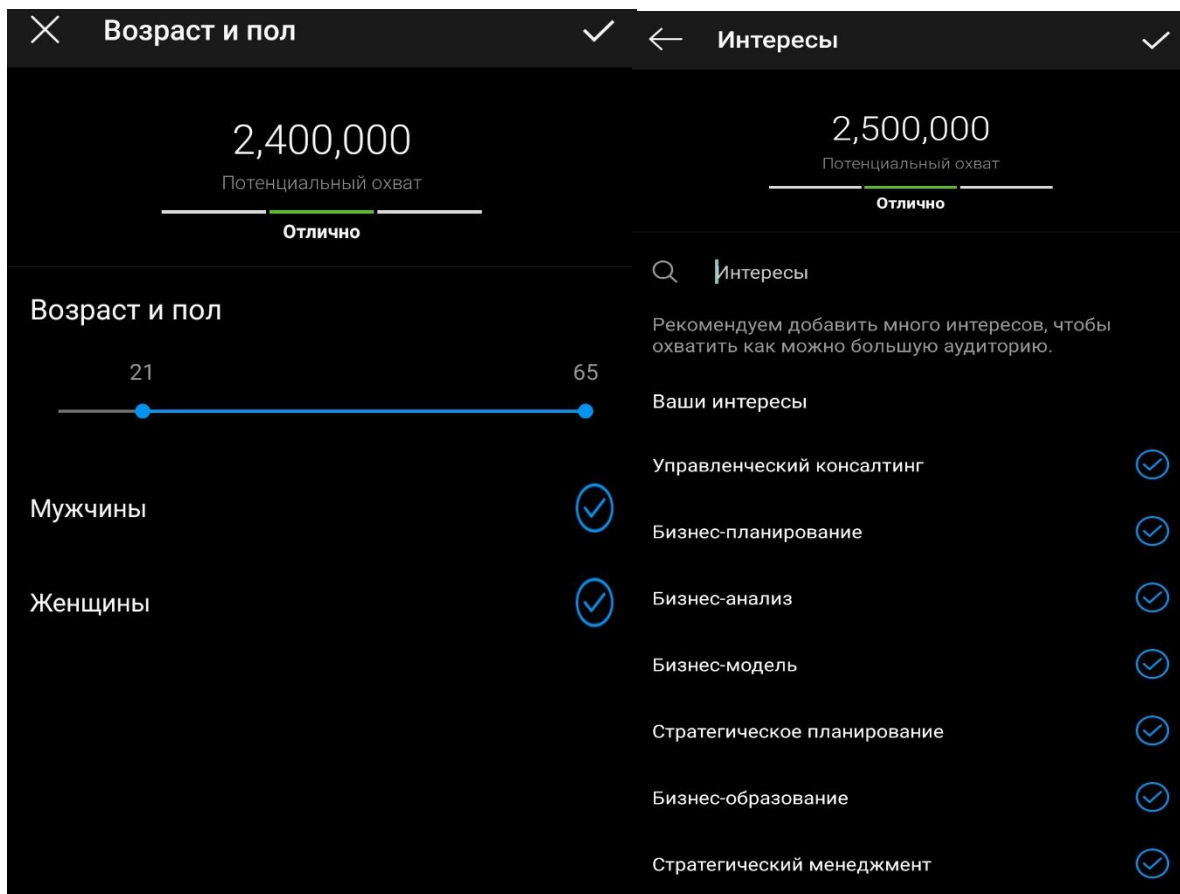


Рисунок 36 – Настройка промоакции

Далее публикация отправляется на проверку, таким образом приблизительный охват публикации получился от 3000 человек до 10000 человек (рис.37).

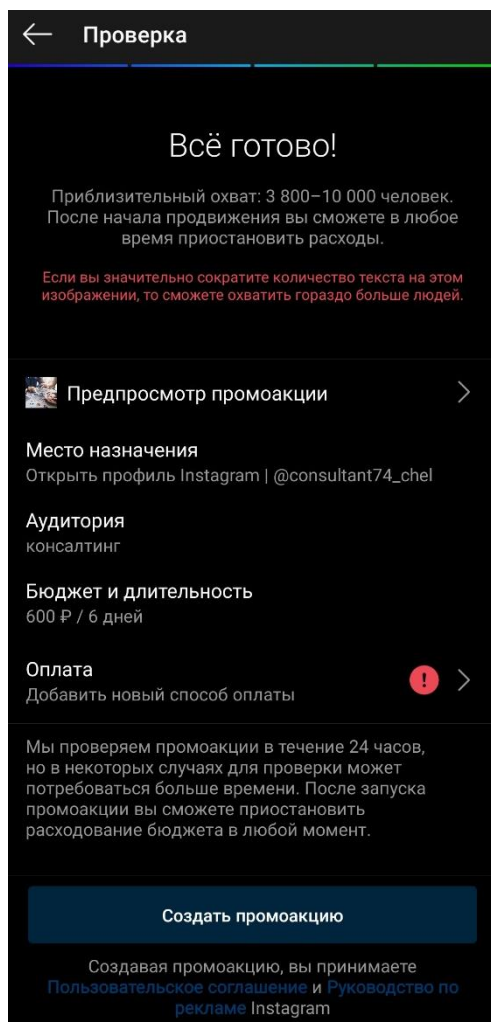


Рисунок 37 – Готовая промоакция

Таким образом, готовая промоакция в ленте выглядит как на рисунке 38. Она содержит прямую ссылку на страницу организации и пометку рекламы. С помощью такой функции пользователи смогут заметить у себя в ленте данную публикацию, а так же во вкладке «Интересное».

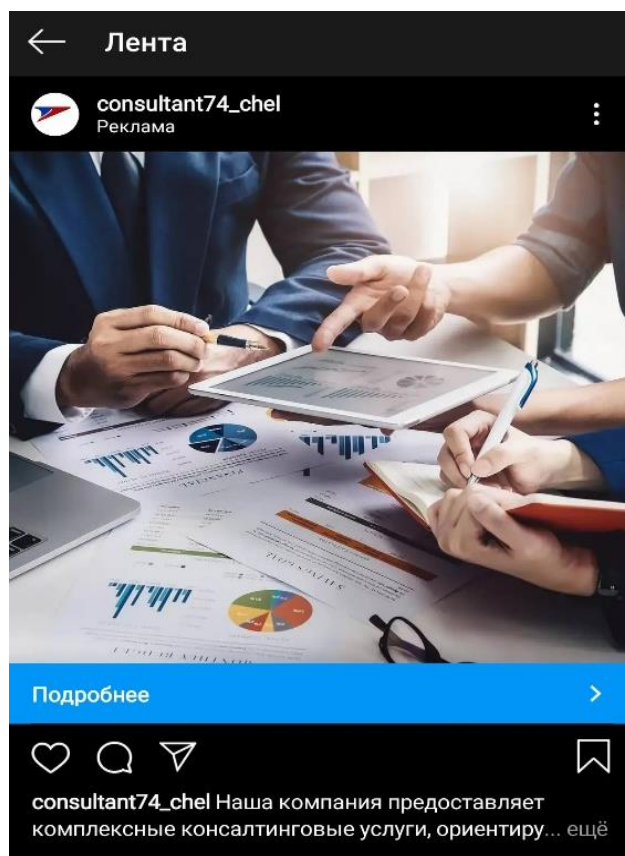


Рисунок 38 – Публикация в ленте пользователя

После публикации в первые сутки добавилось 14 подписчиков, следовательно, данная реклама несет положительный эффект в развитии компании.

Таким образом, реализовав сайт и социальные сети компании, можно сделать вывод, что данные шаги в продвижении компании положительно влияют на деятельности компании, привлекает больше клиентов и создает узнаваемый бренд фирмы.

3. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

Основные источники экономической эффективности в результате создания сайта:

- сокращение времени оформления заказов;
- сокращение времени на согласование;
- помочь компании в поддержке старых, а также установлению новых связей на рынке;
- сокращение времени ведения базы данных с клиентами;
- анализ новых клиентов с помощью веб аналитики.

Таблица 10 – Данные эффективности бизнес-процессов

Показатель эффективности/Модель	AS-IS	TO-BE
Увеличение количества новых клиентов (шт.)	24	31
Увеличение количества постоянных клиентов	3	3
Оптимизация рабочего времени менеджеров (часы)	8	5
Ведение базы данных договоров с клиентами (часы)	2	1
Анализ новых клиентов	2	2

3.1 Расчет затрат на разработку системы

Все затраты, которые будут во время создания информационного ресурса рассчитываются путем сложения затрат и умножения на срок создания.

Затраты сгруппированы по экономическим элементам:

- материалы;
- заработная плата;
- амортизация
- прочее

3.1.1 Затраты на материалы

Затраты на материалы рассчитываются по формуле (1)

$$Z_m = \sum Q_i \cdot Z_i \quad (1)$$

Где, Z_m — затраты на материалы;

Q_i — количество;

Z_i — затраты на единицу.

Сумма расходов на товары рассчитывается способом сложения затрат на канцтовары.

Затраты на разработку представлены в таблице 11.

Таблица 11 — Затраты на разработку информационной системы

Наименование	В чем измеряется	Стоимость за единицу, руб.	Количество, шт.	Сумма, руб
Ручка	Штук	10	7	70
Бумага	Пачка	250	1	250
Картридж для принтера	Штук	190	1	190
Итого:				510

3.1.2 Затраты на заработную плату

Расходы по заработной плате разработчика рассчитываются по формуле (2)

$$Zn = \sum (O_i + O_i \cdot C) \cdot G \quad (2)$$

Где, Zn – месячный фонд оплаты труда;

O_i – оклад;

C – страховые сборы, $C = 0,32$;

G – загруженность.

Все затраты по заработным денежным средствам рассчитываются способом сложения денежных расходов по заработной плате разработчика и расходов организатора.

Расходы по заработной плате разработчикам указана в таблице 11.

Таблица 10 — Затраты на заработную плату с учтенными страховыми сборами

Наименование	Оклад, руб.	Оклад *С, руб.	Занятость, %	Сумма, руб.
Разработчик	19 000	6 080	65	16 302
Организатор	23 000	7 360	35	10 626
Итого				26 28

3.1.3 Затраты на амортизацию

Амортизация оборудования рассчитывается по формуле (3)

$$A_{\text{мес.}} = \sum \frac{C_i}{C_c \cdot T} \cdot Z_i, \quad (3)$$

$A_{\text{мес.}}$ – амортизация за месяц;

C_i – первоначальная стоимость;

C_c – срок службы (год);

T – количество месяцев в году (12);

Z_i – загруженность.

ПК — модель HP Pavilion 15 стоимостью 20 990 рублей, срок службы которого составляет 3 года или 36 месяцев, следовательно, амортизация в месяц равна $20\,990 \text{ руб.} / 3 * 12 \text{ мес} = 583 \text{ руб./мес.}$

ПО — MS Office стоимость которого составляет

3 299 рублей, срок службы 3 года или 36 месяцев, амортизация в месяц составит $3\,299 \text{ руб.} / 3 * 12 \text{ мес} = 91 \text{ руб./мес.}$

ПО — Windows 10 стоимость которого составляет

6 270 рублей, срок службы 3 года или 36 месяцев, амортизация в месяц составит $6\,270 \text{ руб.} / 3 * 12 \text{ мес} = 174 \text{ руб./мес.}$

Амортизационный расчет представлен в таблице 11.

Таблица 11 — Амортизация ПО и оборудования во время создания системы

Наименование	Цена, руб.	Эксплуатация, месяцев	Амортизация в месяц, руб.	Загруженность, %	Сумма, руб.
Windows 10	6 270	36	174	90	156

Ноутбук HP Pavilion 15	20 990	36	583	90	524
MS Office	3 299	36	91	35	31
MS SQL Server Express	0	36	0	15	0
Итого:					711

3.1.4 Суммарные затраты на разработку

Суммарные затраты за один месяц разработки рассчитываются по формуле (4)

$$Z = \sum Z_{мес.} \cdot tp, \quad (4)$$

Где, Z – суммарные затраты;

$Z_{мес}$ – затраты за месяц;

tp – время разработки

Суммарные затраты на разработку системы представлены в таблице 12

Таблица 12 — Суммарные расходы

Наименование	Расходы в месяц, руб	Время на создание, месяцы	Цена, руб
Материалы	510	1	510
Зарплата	26928	1	26 928

Амортизация	711	1	711
Прочее	5000	1	5 000
Итого			33 49

3.2 Затраты на разработку после внедрения

Затраты после внедрения системы складываются из материальных затрат (бумага, картриджи), амортизационных отчислений за оборудование, заработной платы специалистов, арендной платы. Представлены в таблице 23.

Таблица 13 — Суммарные затраты

Наименование	Сумма, руб.
Материалы	1370
Зарплата	101 640
Амортизация	1 676, 75
Прочее	20 000
Итого	124 686, 75

После внедрения системы ожидаются следующие результаты:

- сокращение времени на согласование договоров, спецификаций;
- снижения используемых материалов;
- сокращение времени на выполнение работы сотрудников.

3.1 Годовой экономический эффект

К основному показателю экономической эффективности относится годовой экономический эффект от разработки и внедрения программы. Общие затраты на разработку, до и после внедрения программы представлены в таблице 14. [2]

Таблица 14 — Учет всех затрат на разработку

Наименование	Затраты на разработку, руб.	Затраты до внедрения, руб.	Затраты после внедрения, руб.
Материалы	510	4130	1370
Заработная плата	26 928	139 260	101 640
Амортизация	711	1 685	1 676,75
Прочее	5 000	20 000	20 000
Итого	33 149	165 075	124 686,75

Расчет вышеперечисленных обобщающих показателей предполагает предварительное вычисление частных показателей, характеризующих создаваемый проект.

Экономическая эффективность за год от разработанной программы рассчитывается по следующей формуле (5):

$$\text{Эг} = (Z_0 - Z_1) * 12 - Z_p, \quad (5)$$

где Э – годовая экономическая эффективность,

Z_0 – затраты, до внедрения программы,

Z_1 – затраты после внедрения программы,

Z_p – затраты на разработку и внедрение.

Расчет: $\Delta G = (Z_{до} - Z_{после}) * 12 - Z_p = (165075 \text{руб.} - 124686,75 \text{руб.}) * 12 - 33149 \text{руб.} = 451510 \text{руб.}$

Годовой экономический эффект составляет 451510 руб.

Срок окупаемости: $СрОк = Z_p / (Z_{до} - Z_{после}) = 33149 \text{руб.} / (165075 \text{руб.} - 124686,75 \text{руб.}) = 0,8$

Разработка информационного сайта окупается менее чем за 1 месяца.

Из таблиц затрат и графика окупаемости программы видно, что уже через пару месяцев использования системы, наблюдается положительный эффект.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результатом выполнения выпускной квалификационной работы стало разработка и продвижение сайта для консалтинговой компании ООО «Абсолют консалтинг», основной деятельности которого является предоставление консультативных услуг клиентам.

Разработанный информационный сайт позволяет подробно ознакомиться с деятельностью фирмы, а продвижение его в социальных сетях привлечет больше клиентов и повысит узнаваемость компании.

Во время исследования предметной области была исследована компания ООО «Абсолют консалтинг», построены основные бизнес-модели компании, были выявлены недостатки и на их основе построены модели TO-BE, приведено обоснование выбора программных средств.

Исследованы сайты конкурирующих компаний, что помогло понять какой информационный сайт будет доступнее и привлекательнее клиентам, какое у него должно быть наполнение. Определены цели, которые могут быть достигнуты с его помощью, разработана концепция сайта.

Были созданы социальные сети для данной компании, чтобы продвинуть сайт, а соответственно и саму компанию в интернете. Была реализована контекстная реклама в Instagram, которая позволила привлечь клиентов определенного возраста и по направленным интересам.

Был проведен анализ клиентов по возрасту, которые посещали сайт после его внедрения в Интернете.

Положительные результаты показали готовность сайта к внедрению в эксплуатацию, все задачи были выполнены.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1) Business studio. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.businessstudio.ru/products/business_studio/intro/
- 2) Расчет экономического эффекта от внедрения системы автоматизации [Электронный ресурс]. – http://antegra.ru/news/experts/_det-experts/4
- 3) Статья журнала «Деловой квартал» [Электронный ресурс]. - <https://chel.dk.ru/wiki/rejting-konsaltingovykh-kompaniy>
- 4) История создания Вконтакте [Электронный ресурс] - <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/istoriya-vkontakte.html>
- 5) История создания «Instagram» [Электронный ресурс] - <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/instagram.html>
- 6) Блог Артема Мазура [Электронный ресурс] - <https://artemmazur.ru/vkontakte/что-лучше-группа-или-личная-страница.html>
- 7) Информационные технологии в маркетинге. Учебник и практикум. - Москва: ИЛ, 2014. - 368 с.
- 8) Уткин, В.Б. Информационные системы в экономике / В.Б. Уткин. - М.: Академия (Academia), 2014. - 609 с
- 9) Информатика в экономике: учебное пособие: / [Н. Г. Бубнова и др.]. – Москва: Вузовский учебник, 2016. – 476 с.
- 10) Маркетинг с азов для малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] - <https://azconsult.ru/nastroika-instagrama-dlja-prodvizhenija-poshagovaja-instrukcija/>
- 11) PlanSys – портал электронных пособий по планированию [Электронный ресурс] - <https://plansys.ru/software/be/start-business-studio-and-business-engineer>
- 12) 47 готовых решений для создания Web-сайта (+ DVD-ROM) / А.Г. Богданов и др. - М.: Триумф, 2015. - 272 с.

- 13) Шкрыль, А. PHP — это просто. Программируем для Web-сайта / А. Шкрыль. - М.: БХВ-Петербург, 2015. - 368 с.
- 14) Митчелл 5 проектов Web-сайтов от фотоальбома до магазина / Митчелл, Скотт. - М.: ИТ Пресс, 2014. - 224 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А. Техническое задание

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет» (НИУ)

Высшая школа экономики и управления

Кафедра «Информационные технологии в экономике»

Техническое задание

Создание, разработка и продвижение сайта для частной компании ООО
«Абсолют консалтинг»

Руководитель работы:

Бунова Е. В.

«____» _____ 2020 г.

Автор работы

студент группы ЭУ-444

Гайсина П. В.

«____» _____ 2020 г.

Работа защищена с оценкой

_____ 2020 г.

Челябинск 2020\

1. Общие сведения о проекте

Настоящее Техническое задание определяет требования и порядок разработки веб-сайта компании «Абсолют Консалтинг».

Заказчик	ООО «АБСОЛЮТ СЕРВИС»
Исполнитель	Гайсина П.В.

Основанием для разработки корпоративной поисковой системы является Договор № 237 от 13.02.2020 между Исполнителем и Заказчиком.

Начало работы: 17.02.2020;

Окончание работы: 31.05.2020;

Финансирование работ осуществляется организацией-заказчиком. Оплата труда в соответствии с окладом работников. Закупка оборудования и материалов на основании сметы работ;

Результаты работы передаются заказчику в виде комплекса программного обеспечения подготовленного для использования в рабочем процессе и стороны подписывают Акт о выполненных работах.

2. Цели создания и функции интернет площадки

Целью создания интернет площадки является:

- Привлечение новых, потенциальных клиентов;
- Ознакомление клиентов с полным набором услуг, которые предоставляет компания

Интерфейс сайта должен обеспечивать удобное использование информации, создание учетной записи о заказе консультации.

Функции, выполняемые интернет площадкой:

- Вывод информации об предоставляемых услугах;
- Информация о компании, лицензии и сертификаты;
- Блок экономических новостей;

- Поиск по сайту;
- Графический интерфейс пользователя должен быть построен на основе следующих принципов: простота и интуитивность использования.

3. Требования к сайту

4.1 Требования к сайту в целом

4.1.1 Требования к структуре и функционированию сайта

Сайт должен представлять собой информационную структуру, доступную в сети Интернет под доменным именем www.consultant74.ru

Сайт должен состоять из взаимосвязанных разделов с четко разделенными функциями.

Функции, выполняемые сайтом:

- Обеспечивать соответствие разрабатываемых форм и документов, отчетов, бизнес-процессов текущим требованиям законодательства, регулирующих органов и пакету методологических документов, разрабатываемых в рамках объема проекта;
- Корректный ввод и вывод информации;
- Вывод справочной информации об услугах клиентам;
- Вывод в БД информации о клиентах;
- Сохранение документации в определенных каталогах;
- Обеспечение возможности электронного обмена данными в общепринятых форматах (в режиме пользовательского обмена - `xlsx`. `xls`. `txt`) с другими приложениями предприятия;
- Единство базовых текстовых, цветовых и графических обозначений;
- Однотипный интерфейс навигации по сайту;

4.1.2 Требования к персоналу

Для поддержания сайта и эксплуатации веб-интерфейса системы управления сайтом (CMS) от персонала не должно требоваться специальных технических навыков, знания технологий или программных продуктов, за исключением общих навыков работы с персональным компьютером и стандартным веб-браузером (например, MS Internet Explorer 7.0 или выше). В перечень задач, выполняемых администратором, должны входить:

- Задача обновления и пополнения информации на сайте;
- Общение с потенциальными клиентами через сайт
- Консультирование клиентов по телефону;
- Подтверждение заказа;
- Оповещение руководства в случае проблем с сайтом.

4.1.3 Требования к надежности

В системе управления сайтом должен быть предусмотрен механизм резервного копирования структуры и содержимого базы данных. Процедура резервного копирования должна производиться сотрудником, ответственным за поддержание сайта, не реже 1 раза в неделю. Резервное копирование графического содержимого должно осуществляться вручную.

Надежное (устойчивое) функционирование сайта должно быть обеспечено выполнением совокупности организационно-технических мероприятий, перечень которых приведен ниже:

- Защита от неправильных действий персонала;
- Должен обеспечиваться контроль входной и выходной информации;
- Должна обеспечиваться обработка ошибочных действий пользователя;

4.1.4 Требования к разграничению доступа

Информация, размещаемая на сайте, является общедоступной.

Пользователей сайта можно разделить на 3 части в соответствии с правами доступа:

1. Посетители

Редактор

Администратор

Посетители имеют доступ только к общедоступной части сайта.

Доступ к административной части имеют пользователи с правами редактора и администратора.

Редактор может редактировать материалы разделов.

Администратор может выполнять все те же действия, что и Редактор, и кроме того:

- добавлять пользователей с правами Редактора;
- добавлять и удалять разделы сайта.

Доступ к административной части должен осуществляться с использованием уникального логина и пароля. Логин выдается администратором сайта. Пароль генерируется автоматически и высылается пользователю на адрес, указанный при регистрации. В первый раз при попытке войти в административную часть система должна предлагать пользователю сменить пароль (ввести вручную новый пароль).

Для обеспечения защиты от несанкционированного доступа к административной части при составлении паролей рекомендуется придерживаться следующих правил:

- Длина пароля должна быть не менее 8 символов.
- Пароль должен состоять из цифр и латинских букв в разных регистрах; желательно включать в пароль другие символы, имеющиеся на клавиатуре (например, символы / ? ! < > [] { } и т.д.)
- Пароль не должен являться словарным словом или набором символов, находящихся рядом на клавиатуре. В идеале пароль должен состоять из бессмысленного набора символов.
- Все пароли необходимо менять с определенной периодичностью, оптимальный срок - от трех месяцев до года.

4.2 Требования к функциям, выполняемым сайтом

4.2.1 Структура сайта

Сайт должен состоять из следующих разделов:

- Главная страница
- Услуги
- О компании
- Контакты

4.2.2 Навигация

Пользовательский интерфейс сайта должен обеспечивать наглядное, интуитивно понятное представление структуры размещенной на нем информации, быстрый и логичный переход к разделам и страницам. Навигационные элементы должны обеспечивать однозначное понимание пользователем их смысла: ссылки на страницы должны быть снабжены заголовками, условные обозначения соответствовать общепринятым. Графические элементы навигации должны быть снабжены альтернативной подписью.

Система должна обеспечивать навигацию по всем доступным пользователю ресурсам и отображать соответствующую информацию. Для навигации должна использоваться система контент-меню. Меню должно представлять собой текстовый блок (список гиперссылок) в левой колонке или в верхней части страницы (в зависимости от утвержденного дизайна).

Для разделов, содержащих подразделы, должно быть предусмотрено выпадающее подменю.

При выборе какого-либо из пунктов меню пользователем должна загружаться соответствующая ему информационная страница, а в блоке меню открываться список подразделов выбранного раздела.

4.2.3 Наполнение сайта

Страницы всех разделов сайта должны формироваться программным путем на основании информации из базы данных на сервере.

Модификация содержимого разделов должна осуществляться посредством администраторского веб-интерфейса (системы управления сайтом), который без применения специальных навыков программирования (без использования программирования и специального кодирования или форматирования) должен предусматривать возможность редактирования информационного содержимого страниц сайта. Наполнение информацией должно проводиться с использованием шаблонов страниц сайта.

В рамках разработки сайта Исполнитель должен обеспечить ввод представленной Заказчиком статической информации в создаваемые динамические разделы. Текстовая информация должна предоставляться Заказчиком в виде отдельных файлов формата MS Word. Названия файлов должны соответствовать названиям разделов. Перед передачей текстов Исполнителю они должны быть вычитаны и отредактированы. Графический материал должен предоставляться в формате JPG. По возможности, названия графических файлов должны отражать содержимое файла. Изображения для галерей и разделов сайта должны размещаться в папках или архивах с названиями соответственно галереи или разделу сайта, для которых они предназначены.

Исполнитель должен обеспечить обработку иллюстраций для приведения их в соответствие с техническими требованиями и HTML-верстку подготовленных материалов. При необходимости дополнительной обработки силами Исполнителя она должна осуществляться в рамках отдельного соглашения с Заказчиком.

После сдачи сайта в эксплуатацию информационное наполнение разделов, включая обработку и подготовку к публикации графических материалов, должно осуществляться Заказчиком самостоятельно или на основании отдельного договора на поддержку сайта.

4.3 Требования к функциональным возможностям

4.3.1 Система управления контентом (CMS)

Система управления контентом (административная часть сайта) должна предоставлять возможность добавления, редактирования и удаления содержимого статических и динамических страниц. Также должна быть предусмотрена возможность добавления информации без отображения на сайте.

Система управления контентом должна иметь стандартный для Windows интерфейс, отвечающий следующим требованиям:

- реализация в графическом оконном режиме;
- единый стиль оформления;
- интуитивно понятное назначение элементов интерфейса;
- отображение на экране только тех возможностей, которые доступны конкретному пользователю;
- отображение на экране только необходимой для решения текущей прикладной задачи информации;
- отображение на экране хода длительных процессов обработки;
- диалог с пользователем должен быть оптимизирован для выполнения типовых и часто используемых операций;
- для операций по массовому вводу информации должна быть предусмотрена минимизация количества нажатий на клавиатуру для выполнения стандартных действий.

4.3.2 Функциональные возможности разделов

4.3.2.1 Главная страница

На главной странице должна быть представлена следующая информация:

- Ссылки на страницы «Главная», «Контакты», «О компании», «Услуги»;
- Должно быть представлено окно для быстрой связи с оператором;
- Приветствие в шапке сайта.

4.3.2.2 Главная

В разделе «Главная» будет высвечиваться основная страница сайта. При нажатии будет перенаправлять на основную страницу с информацией.

4.3.2.3 Контакты

В «Контактах» будет размещен адрес метоположения компании, телефон и график работы. Так же для удобства там будет находиться карта с геолокацией. Благодаря этой карте пользователю не придется переходить в стороннее приложение, что бы сориентироваться визуально, он это сможет сделать непосредственно на сайте.

4.3.2.4 О компании

В разделе «О компании» будет представлена информация об истории создания и развития компании, информация о сфере и направлении деятельности компании, а так же планы и задачи компании. Благодаря этому разделу покупатель сможет ближе познакомиться с компанией.

4.3.2.5 Услуги

Раздел «Услуги» будет направлять на страницу с основными услугами, где можно ознакомиться с каждой более подробно.

4.4 Эскизы страниц.

4.4.1 главная страница

На главной странице отображается краткая информация о компании, поиск по сайту, форма для заполнения для записи на онлайн – консультацию, отзывы клиентов и форма для заказа звонка.

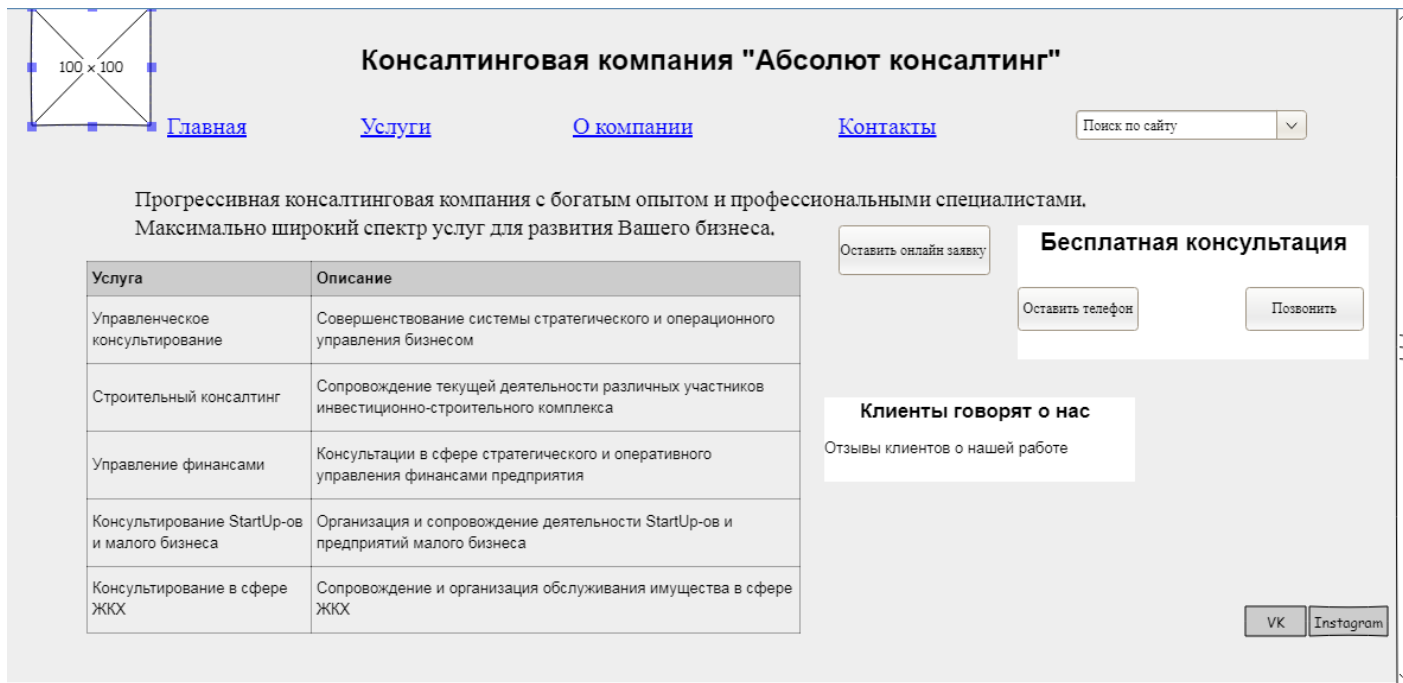


Рис.1 – Эскиз «Главная»

4.4.2 Услуги

При переходе на вкладку «Услуги» будет отображаться блок с услугами и их описанием. При выборе интересующей услуги будет предложено несколько ее вариантов. Так же здесь есть кнопка для перехода на главную страницу.

[Главная](#) [Услуги](#) [Новости](#) [Контакты](#)

Управленческое консультирование

В настоящее время успешное функционирование и стратегическое развитие бизнеса сталкивается с множеством ограничений и возможностей, обусловленных динамичными условиями хозяйствования, что предполагает необходимость использования современного управленческого инструментария и адаптивных технологий бизнес-проектирования.

Наши услуги

Комплексный стратегический анализ бизнеса Подробнее	Разработка и адаптация стратегий развития компании Подробнее	Программа развития экономического потенциала компании Подробнее
Разработка и оптимизация организационной структуры Подробнее	Инжиниринг и реинжиниринг бизнес-процессов Подробнее	Система комплексной бизнес-аналитики Подробнее
Повышение эффективности персонала Подробнее	Управление закупками и цепями поставок Подробнее	Управление рисками компании Подробнее

Наши преимущества

-
-
-
-
-

График работы
Телефон для связи
[Почта для связи](#)

Онлайн заявка

Имя

Телефон

E-mail

Рис.2 – Эскиз «Услуги».

4.5 Требования к видам обеспечения

4.5.1 Требования к хранению данных

Все данные сайта должны храниться в структурированном виде под управлением реляционной СУБД. Исключения составляют файлы данных, предназначенные для просмотра и скачивания (изображения, видео, документы и т.п.). Такие файлы сохраняются в файловой системе, а в БД размещаются ссылки на них.

4.5.2 Требования к лингвистическому обеспечению

В качестве языка взаимодействия пользователя с сайтом используется русский язык.

4.5.3 Требования к программному обеспечению

Программное обеспечение должно обеспечивать обработку информации на конкретных рабочих местах пользователей и совместное использование информации сайта различными пользователями.

На рабочем месте пользователя должно быть установлено:

- Операционная система Windows 8, Windows 8.1, Windows 10;
- Пакет Microsoft Office версии 2007 или выше;
- Антивирусное программное обеспечение.

4.5.4 Требования к техническому обеспечению

Аппаратное обеспечение серверной части должно удовлетворять следующим требованиям:

- Веб-сервер Apache с модулем MOD_REWRITE;
- Не менее 500 МБ свободного места на диске.

Аппаратное обеспечение клиентской части должно обеспечивать поддержку программного обеспечения клиентской части

- процессор – IntelPentium1.5 ГГц;
- объем оперативной памяти – 256 Мб;
- дисковая память – 40 Гб;
- сетевой адаптер – 100 Мбит/с.

5 Организация работ и порядок приемки сайта

5.1 Организация работ по созданию сайта.

Подробное описание этапов работы по созданию сайта приведено в таблице 1.

Таблица 1. – Этапы создания

сайта

№	Состав и содержание работ	Сроки разработки (в рабочих днях)
1	Исследование рынка, разработка технического задания	5
2	Разработка шаблонов дизайна для всех типовых страниц веб-сайта	7
3	Вёрстка шаблонов дизайна в HTML, разработка таблицы стилей CSS	5
4	Подключение шаблона дизайна к базовому приложению	1
5	Общая длительность работ (с учетом резервного срока на отладку и исправление ошибок) и срок окончания проекта	15

5.2 Порядок контроля и приемки сайта

Для сайта устанавливаются следующие виды испытаний:

- предварительные испытания;
- опытная эксплуатация;
- приемочные испытания.

Состав испытаний

Предварительные испытания должны проводиться с целью определения работоспособности сайта, его количественных и качественных характеристик, необходимости корректировки документации и частей сайта, корректировки дальнейших этапов разработки.

6 Требования к составу и содержанию работ по вводу сайта в эксплуатацию

Для создания условий функционирования, при которых гарантируется соответствие создаваемого сайта требованиям настоящего ТЗ и возможность его эффективной работы, в организации Заказчика должен быть проведен определенный комплекс мероприятий:

▼ 1. Обследование работы компании	17-02	31-03	Я	Polina Gaisina, Ирина
▼ 1.1 Определение потребностей компании	17-02	31-03	Я	Polina Gaisina
▼ 1.1.1 Анализ работы компании	17-02	31-03	Я	Polina Gaisina, Ирина
1.1.1.1 Опрос руководителей	18-02	22-02	Я	Ирина
1.1.1.2 Опрос сотрудников	21-02	26-02	Я	Polina Gaisina
1.1.1.3 Определение целей работы компании	26-02	29-02	Я	Ирина
1.1.1.4 Составление организационной структуры	02-03	06-03	Я	Polina Gaisina
1.1.1.5 Построение модели AS-IS	06-03	11-03	Я	Polina Gaisina, Ирина
1.1.1.6 Принятие решения о реализации онлайн заявок на услугу	12-03	17-03	Я	Polina Gaisina
1.1.1.7 Построение модели TO-BE	18-03	25-03	Я	Ирина
1.1.1.8 Выбор услуг, которые нужно автоматизировать первоначально	25-03	31-03	Я	Polina Gaisina
▼ 2. Анализ рынка компании	02-03	16-03	Я	Polina Gaisina
2.1 Анализ поведения потребителей	02-03	07-03	Я	Ирина
2.2 Анализ потребительского спроса	03-03	05-03	Я	Ирина
2.3 Анализ предоставляемых услуг	09-03	14-03	Я	Polina Gaisina, Ирина
2.4 Анализ конкурентов на рынке	16-03	16-03	Я	Polina Gaisina

Рис. 1 – Этапы разработки

▼ 3. Разработка технического задания	23-03	26-04	Я	Polina Gaisina
3.1 Определение целей разработки	23-03	06-04	Я	Ирина
▼ 3.2 Определение требований к выбранному решению	23-03	26-04	Я	Polina Gaisina
3.2.1 Разработка требований по техническому обеспечению	23-03	26-03	Я	Ирина
3.2.2 Разработка требований по информационному обеспечению	26-03	01-04	Я	Ирина
3.2.3 Разработка требований по программному обеспечению	01-04	03-04	Я	Ирина
3.2.4 Разработка требований по сохранности информации	03-04	08-04	Я	Ирина
3.3 Исследование рынка сайта	23-03	10-04	Я	Polina Gaisina
3.4 Исследование сайтов, используемых конкурентами	13-04	17-04	Я	Polina Gaisina
3.5 Расчет бюджета проекта	13-04	15-04	Я	Ирина
3.6 Утверждение стадий этапов разработки	17-04	21-04	Я	Polina Gaisina
3.7 Определение требований к команде разработчиков	21-04	23-04	Я	Ирина
3.8 Определение порядка контроля и приема работ	22-04	26-04	Я	Polina Gaisina
▼ 4. Прототипирование интерфейса сайта	06-04	27-04	Я	Polina Gaisina
4.1 Разработка прототипа интерфейса разрабатываемого сайта с помощью программы "Pencil"	06-04	10-04	Я	Polina Gaisina
4.2 Демонстрация прототипа интерфейса заказчику	10-04	14-04	Я	Ирина
4.3 Доработка прототипа	14-04	17-04	Я	Ирина

Рис. 2 – Этапы разработки

4.2 Демонстрация прототипа интерфейса заказчику	10-04	14-04	Я	Ирина
4.3 Доработка прототипа	14-04	17-04	Я	Ирина
4.4. Повторная демонстрация прототипа	17-04	22-04	Я	Ирина
4.5 Утверждение прототипа интерфейса разрабатываемого сайта	23-04	27-04	Я	Polina Gaisina
▼ 5. Разработка сайта	13-04	03-05	Я	Polina Gaisina, Ирина
▼ 5.1 Создание дизайна шаблона страниц сайта	13-04	16-04	Я	Polina Gaisina
5.1.1 Создание дизайна шаблона интерфейса сайта	13-04	15-04	Я	Polina Gaisina
5.1.2 Создание дизайна шаблона страницы "Контакты"	14-04	16-04	Я	Polina Gaisina
▼ 5.2 Разработка страниц сайта	16-04	03-05	Я	Polina Gaisina, Ирина
5.2.1 Разработка страницы интерфейса сайта	16-04	20-04	Я	Polina Gaisina, Ирина
5.2.2 Разработка страницы "Услуги"	21-04	28-04	Я	Polina Gaisina, Ирина
5.2.3 Разработка страницы "Новости"	28-04	03-05	Я	Polina Gaisina, Ирина
▼ 6. Тестирование разработанного сайта	11-05	24-05	Я	Polina Gaisina, Ирина
6.1 Тестирование интерфейса разработанного сайта	11-05	13-05	Я	Ирина
6.2 Тестирование разработанной страницы "Новости"	14-05	18-05	Я	Ирина
6.3 Подведение итогов о проделанной работе	18-05	21-05	Я	Polina Gaisina
6.4 Передача сайта в эксплуатацию	22-05	24-05	Я	

Рис. 3 – Этапы разработки

7 Требования к документированию

На этапе обследования, анализа и разработки первичной документации:

- Модель бизнес-процессов AS-IS;
- Описание сайта и его недостатков;
- Модель бизнес-процессов TO-BE

На этапе внедрения системы:

- Акт о выполненных работах.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Макет сайта

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет» (НИУ)

Высшая школа экономики и управления

Кафедра «Информационные технологии в экономике»

ПРОТОТИП

Руководитель:

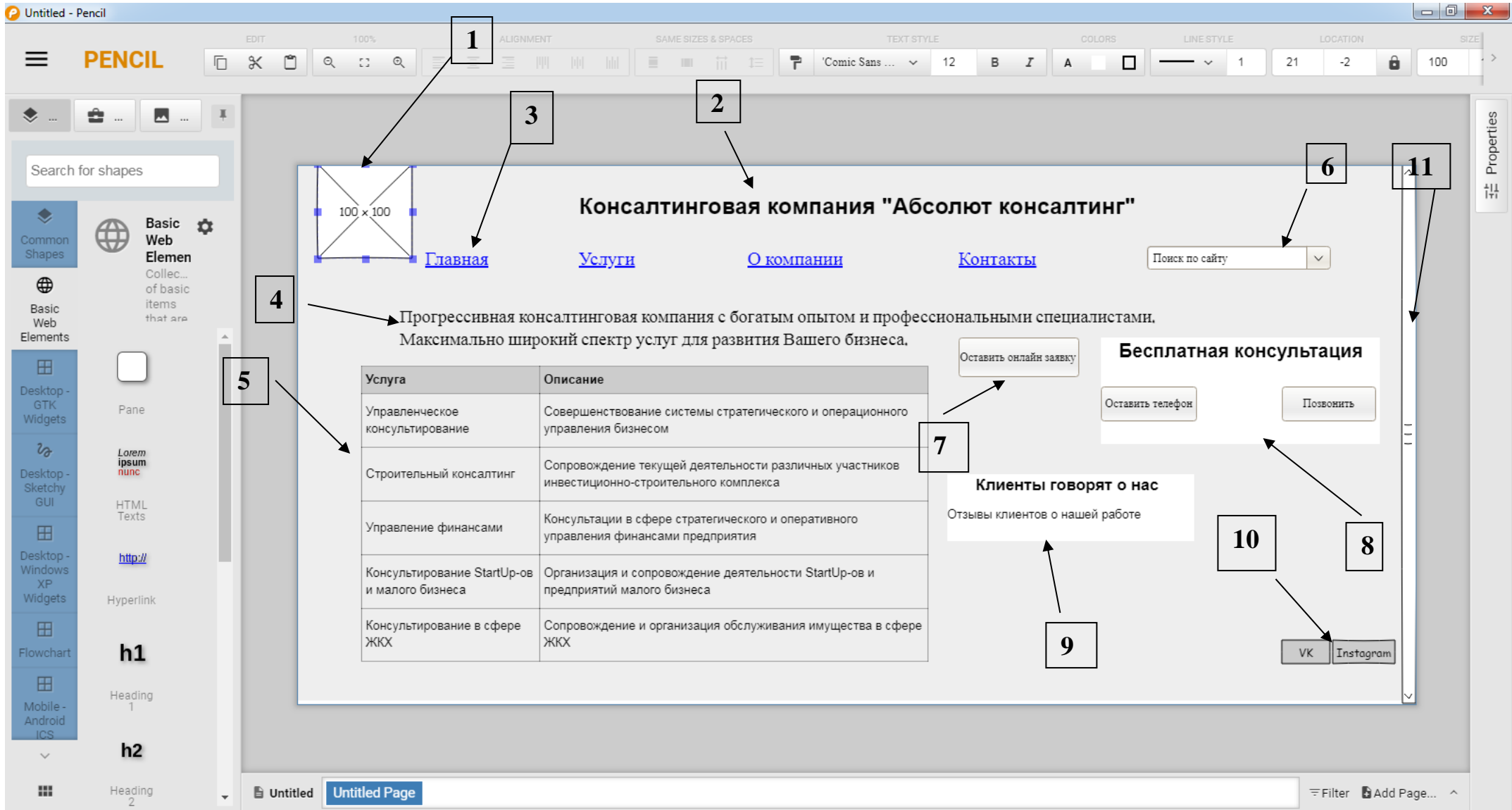
_____ Бунова Е.В.

_____ 2020г.

Автор работы

Студент группы ЭУ-444

_____ Гайсина П.В.



1 – В данном окне находится логотип компании, который находится на всех страницах сайта.(рис.1)



Рисунок 1

2 – Название сайта и компании в целом.(рис.2)



Рисунок 2

3 – Активные ссылки меню сайта.

4 – Описание компании, которая предоставляет услуги, так же есть дополнительное окно, которое описывает компанию в цифрах. (рис.3)



Рисунок 3

5 – Далее, следует блок с оказываемыми услугами, каждая услуга «кликабельна», где открывается отдельная страница с более подробным ее описанием.

6 – «Поиск по сайту» поможет найти интересующую услугу, ссылку или интересующую информацию.

7 – Активная кнопка(рис.4), где появляется форма, которую нужно заполнить информацией о себе и отправить ее администратору, который свяжется с клиентом для дальнейшей онлайн консультации.(рис.5)

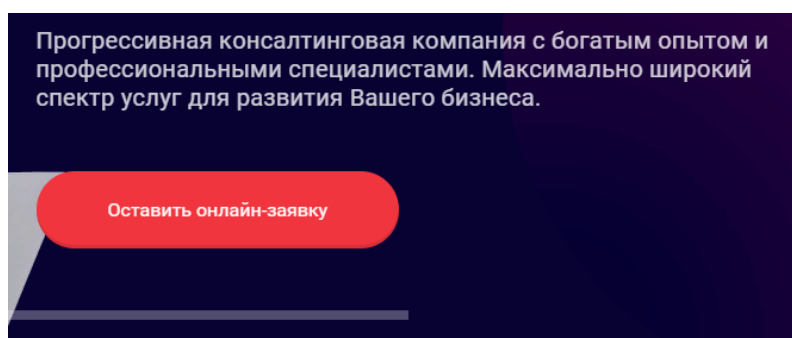


Рисунок 4

A white form with a black border and a close button (X) in the top right corner. The title is "Оставьте заявку на консультацию". The form contains four input fields: "* Ваше имя:", "* email:", "* Телефон для связи:", and "Комментарий:". Below the fields is a red rounded rectangular button with the text "Отправить" in white.

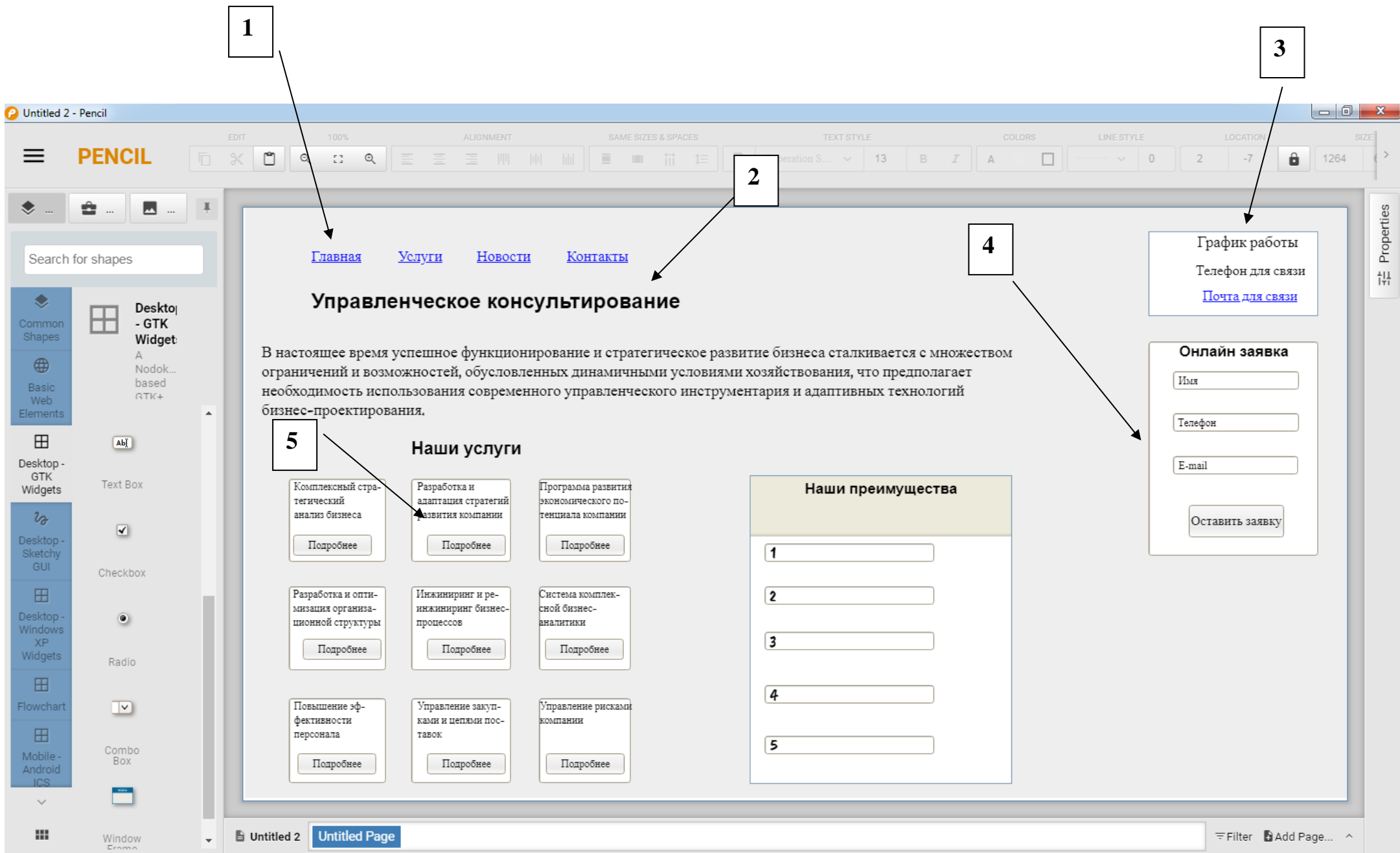
Рисунок 5

8 – Окно с двумя кнопками, можно связаться с консультантом по телефону, либо оставить свой телефон для связи в ближайшее время.

9 – Окно с отзывами от клиентов, которые уже воспользовались услугами компании.

10 – Активные кнопки с социальными сетями компании, в которых можно прочитать актуальные новости о действиях компании.

11 – Т.к. главная страница многоуровневая, то для нее актуальна полоса прокрутки.



1 - Активные ссылки меню сайта.

2 – Заголовок раздела

3 – Окно с информацией о графике работы, телефон для справок с активной кнопкой для прямой связи через мобильную версию сайта, активная ссылка почты компании. (рис.6)

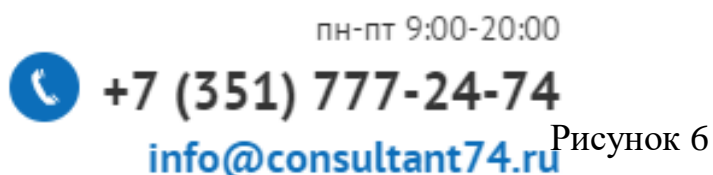


Рисунок 6

4 - Форма, которую нужно заполнить информацией о себе и отправить ее администратору, который свяжется с клиентом для дальнейшей онлайн консультации. (рис.7)

Заполните заявку и мы свяжемся с Вами

Имя *

Телефон *

E-Mail

* Я согласен на обработку моих [персональных данных](#)

Оставить заявку

Рисунок 7

5 – Блоки с описанием услуги, относящейся к данному разделу, с кнопкой для подробного описания.



ПРИЛОЖЕНИЕ В. Макет поступления заявки

1. Поступает заявка на услугу;
2. Проверка заявки на корректность;
3. Ветвление потока управления на несколько альтернативных потоков, если заявка корректна, то формируется заявка на услугу в общей базе;
- 3.1 Выписывается счет на заявку, конец события «счет клиенту»;
4. Если заявка некорректна, то запрашиваются точные данные;
5. Отправляется письмо клиенту;
6. Ветвление потока управления на несколько альтернативных потоков;
7. Ответа нет 3 дня, конец события;
8. Клиент отказался предоставлять исправленные данные, конец события «Отказ клиента»
9. Клиент исправил заявку, она отправляется в пункт 3.

Обработка заявки на услугу

