

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра \_\_\_\_\_ «Коммерция и бизнес-информатика» \_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ М.А. Блюм  
подпись инициалы, фамилия

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему:

\_\_\_\_\_ **Разработка и продвижение интернет-магазина** \_\_\_\_\_

по направлению подготовки \_\_\_\_\_ **38.03.05 – Бизнес-информатика** \_\_\_\_\_  
шифр, наименование направления подготовки

Профиль \_\_\_\_\_ **38.03.05.01- Информационные технологии в бизнесе** \_\_\_\_\_  
шифр, наименование направления подготовки

Автор работы \_\_\_\_\_ **В.А. Тарасова** \_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_ **ББИ-41** \_\_\_\_\_  
подпись, дата инициалы, фамилия

Обозначение работы \_\_\_\_\_ **ТГТУ.38.03.05.01.013 БР ДЭ** \_\_\_\_\_

Обозначение документа \_\_\_\_\_ **ТГТУ.38.03.05.01.013 БР ТЭ-ТЛ** \_\_\_\_\_

Руководитель работы \_\_\_\_\_ **Н.А. Инькова** \_\_\_\_\_  
подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролёр \_\_\_\_\_ **Н.В. Дюженкова** \_\_\_\_\_  
подпись, дата инициалы, фамилия

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра \_\_\_\_\_ «Коммерция и бизнес-информатика» \_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ М.А. Блюм  
подпись инициалы, фамилия

«\_\_» \_\_\_\_\_ мая 2020 г.

**ЗАДАНИЕ  
НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ**

по направлению подготовки \_\_\_\_\_ 38.03.05 – Бизнес-информатика  
шифр, наименование направления подготовки

Профиль \_\_\_\_\_ 38.03.05.01- Информационные технологии в бизнесе  
шифр, наименование направления подготовки

Тема \_\_\_\_\_ Разработка и продвижение интернет-магазина \_\_\_\_\_

утверждена приказом \_\_\_\_\_ №86/8-08 от «15» мая 2020 г. \_\_\_\_\_

Автор работы \_\_\_\_\_ В.А. Тарасова \_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_ ББИ-41  
инициалы, фамилия

Обозначение работы \_\_\_\_\_ ТГТУ.38.03.05.01.013 БР ДЭ \_\_\_\_\_

Обозначение документа \_\_\_\_\_ ТГТУ.38.03.05.01.013 БР ТЭ-ЗД \_\_\_\_\_

Срок представления к защите «\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

Исходные данные для исследования Учебники, учебные пособия, статьи, интернет-ресурсы

Перечень подлежащих разработке вопросов:

1 Теоретические подходы к разработке интернет-магазина

2 Планирование проекта по созданию и продвижению интернет-магазина

3 Разработка интернет-магазина для «miSew shop»

Руководитель работы \_\_\_\_\_ Н.А. Инькова \_\_\_\_\_  
подпись, дата инициалы, фамилия

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_ В.А. Тарасова \_\_\_\_\_  
подпись, дата инициалы, фамилия

## АННОТАЦИЯ

Бакалаврская работа на тему: «Разработка и продвижение интернет-магазина». Выполнила студентка четвертого курса группы ББИ-41 направления подготовки 38.03.05 – «Бизнес-информатика» Тарасова Владислава Алексеевна. Руководитель: кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Коммерция и бизнес-информатика» Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Гамбовский государственный технический университет», доцент Инькова Наталья Анатольевна.

Работа представлена к защите в 2020 году.

По своей структуре бакалаврская работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованных источников и приложений.

Цель работы: проведение анализа инструментальных средств для создания интернет-магазина, разработка интернет-магазина для «miSew shop» и осуществление продвижения в сети Интернет.

Результат работы: проведён анализ инструментальных средств для создания интернет-магазина, спланирован проект по его созданию, разработан интернет-магазин для «miSew shop», настроена SEO-оптимизация интернет-магазина и осуществлено его продвижение в сети Интернет, оценена экономическая эффективность от внедрения интернет-магазина.

Бакалаврская работа содержит 50 страниц, 3 таблицы, 29 рисунков.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 Теоретические подходы к разработке интернет-магазина.....	7
1.1 Основные подходы к юзабилити интернет-магазина .....	7
1.2 Сравнительный анализ инструментальных средств для разработки интернет-магазина .....	10
2 Планирование проекта по созданию и продвижению интернет-магазина.....	18
2.1 Анализ деятельности онлайн-магазина «miSew shop» и исследование рынка конкурентов.....	18
2.2 Разработка проекта по созданию интернет-магазина в MS Project.....	26
3 Разработка интернет-магазина для «miSew shop».....	33
3.1 Разработка структуры, содержания и дизайна страниц.....	33
3.2 Настройка SEO-оптимизации интернет-магазина .....	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	47
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	49

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время успешному развитию любой современной организации способствуют конкретные факторы. В частности, это наличие фирменного веб-сайта, с помощью которого возможны такие действия, как:

- грамотная организация и проведение бизнес-процессов;
- формирование имиджа компании;
- привлечение новых клиентов и увеличение продаж;
- упрощение процедуры покупки и автоматизация работы организации;
- привлечение новых партнёров;
- привлечение кадров и другое.

Неспроста многие современные компании, желают заказать сайт, чтобы с его помощью успешно адаптироваться к стремительно изменяющимся рыночным условиям, рассказать о преимуществах своей компании, планах, подходу к делу и многом другом.

Качественная раскрутка сайта, проведённая специалистами, позволяет не только привлечь новых клиентов, но и раскрутить товарный знак компании, сделав его более запоминающимся среди потребителей, а также заинтересовать новых партнёров и инвесторов. Главными преимуществами организации бизнеса в Интернете можно назвать непрерывную работу сайта 24 часа в сутки и невысокую стоимость его создания и продвижения, а также с помощью сайта можно предоставлять клиентам необходимую информацию, отслеживать их интерес к товарам и услугам, оперативно принимать заказы.

Продвижение сайта в Интернете помогает компаниям быстро реагировать на любые изменения рынка, находить новые способы продажи товаров и услуг, а также увеличивать объемы продаж.

Цель бакалаврской работы – провести анализ инструментальных средств для создания интернет-магазина, разработать интернет-магазин для «miSew shop» и осуществить его продвижение в сети Интернет.

Для достижения поставленной цели в работе поставлены и решены следующие задачи:

- рассмотрены основные подходы к разработке интернет-магазинов;
- проведён сравнительный анализ инструментальных средств для разработки интернет-магазинов;
- рассмотрена организация и её конкуренты;
- спланирован проект по созданию и продвижению интернет-магазина;
- разработан интернет-магазин для «miSew shop»;
- настроена SEO-оптимизация интернет-магазина и осуществлено его продвижение в сети Интернет;
- оценена экономическая эффективность от внедрения интернет-магазина.

## 1 Теоретические подходы к разработке интернет-магазина

### 1.1 Основные подходы к юзабилити интернет-магазина

В продвижении сайтов важным моментом является удобство самого сайта для пользователя, и за это отвечает юзабилити.

Юзабилити (usability) – дословно с английского означает: возможность использования или полезность. Юзабилити это больше мера дружелюбности сайта или интерфейса программы, оно помогает сделать сайт понятным и естественным для пользователя. Именно юзабилити отвечает за удобство пользователя на сайте и увеличение продаж с сайта [1].

Согласно исследованиям, при первом знакомстве потенциальный покупатель проводит на площадке в среднем до 27 секунд и довольно редко прокручивает страницу до конца [2]. Сталкиваясь с трудным для восприятия контентом, отсутствием ответов на актуальные вопросы, нелогичным расположением блоков, он не утруждает себя долгими поисками.

Посетители обращают большое внимание на уровень комфорта при изучении продукции, а также оформлении покупки. Так как данный параметр играет большую роль в процессе раскрутки сайта, специалисты компаний, интернет-маркетологи и сами владельцы сайтов обязаны регулярно проводить аудит, сравнивать сайт с конкурентами и сопоставлять текущие показатели с собственным или заимствованным чек листом [1].

Особое внимание стоит обратить на следующие параметры:

- функциональность;
- простота структуры ресурса;
- логичное расположение элементов.

Юзабилити интернет-магазина начинается с шапки сайта. Данный элемент юзабилити важен как для поисковых систем, как метод увеличения конверсии, так и для пользователей. В шапке интернет-магазина нужно указать краткое описание предложения от компании. В противном случае пользователь может не понимать,

что конкретно здесь реализуется. А дескриптор лучше всего разместить возле логотипа.

Некоторые элементы привычны для посетителя, и не стоит менять их расположение. К примеру, значок «Корзина» обычно располагается в правом верхнем углу. Если изменить его расположение, это вызовет у покупателя ощущение дискомфорта.

Такие конверсионные элементы, как «Заказ звонка» и «Отправка заявки» также должны присутствовать, так как значительно облегчают процедуру оформления покупки. Здесь же стоит размещать и номера, по которым пользователь может самостоятельно позвонить. Желательно, чтобы один из них был полностью бесплатным для звонков из всех регионов. Обилие информации визуально загромождает шапку. Наличие возможности создания личного кабинета и раскрученные страницы в социальных сетях являются хорошим тоном [3, с.46].

Освещая принципы юзабилити главной страницы, нельзя не упомянуть главный фактор успешных продаж: «Встречают по одежке...». На главной странице сайта клиент должен получить развернутую информацию о компании, сфере её деятельности и ответственности к работе [4, с.123].

На данной странице нельзя просто оставить ознакомительный текст, как у многих сайтов-визиток. Желательно разместить следующие блоки:

- рекламные баннеры. На них будет изображена информация о наиболее выгодных предложениях или услугах данного сервиса. Здесь можно сообщить и о популярных акциях или скидках;

- достоинства. Задача этого блока - сжато перечислить основные преимущества сотрудничества с компанией. Информация должна быть не рекламной, а максимально практичной для покупателя. Желательно визуально представить в виде иконок основные достоинства. Такой подход легко и свободно воспринимается;

- ссылки на важные разделы. Чтобы побудить пользователя перейти на определенные разделы, необходимо использовать привлекательные образы. Не стоит злоупотреблять на сайте множеством визуальных эффектов, так как они не

совсем соответствуют духу торгового ресурса, где основная цель - это создать максимально удобные и комфортные условия для покупки;

– навигацию лучше сделать так, чтобы она была понятной и простой, чтобы посетитель мог свободно сориентироваться при переходе на нужную страницу. Наличие визуальных эффектов здесь также должно быть минимальным, а названия - простыми и понятными.

Мотивация - один из главных нюансов, на который нужно обратить внимание при создании интернет-магазина. Мотивацией могут быть скидки, соответствие товара ЕАС, отзывы в Яндекс Маркете или других торговых площадках. Делать акцент на каком-то одном пункте лучше после проведения анализа целевой аудитории [2].

Дублирование в футере интернет-магазина верхнего меню и карты – ошибки юзабилити, ухудшающие скорость загрузки страниц. Лучше продублировать тут важную информацию и ссылки, ведущие на наиболее важные страницы.

Иногда здесь можно разместить ссылку на страницы, которые также могут заинтересовать потенциального клиента:

- контакты;
- переход на сервисные службы;
- ссылки на социальные сети, где представлена информация о данной компании.

Здесь уместно также разместить кнопку «наверх», особенно, если главная страница большого размера.

В сборе целевого трафика, заполнение карточки товаров и проработка категорий играет чуть ли не ключевую роль.

Решения подобных вопросов стало настолько глобальной задачей, что в интернет-маркетинге появилась услуга продвижения низкочастотными (НЧ) запросами - вывод в ТОП страниц самого товара или узкой категории.

В каталоге указывается общая информация, а также фотографии и кнопка заказа. Информационная область должна быть кликабельной и вести на карточку

товара. Желательно, чтобы фото можно было увеличить. Необходимо предоставить возможность рассмотрения товара с разных ракурсов [5, с.98].

В поле для заполнения данных достаточно указать адрес почты или телефон. Капча раздражает посетителей, но если она нужна, то желательно ставить наиболее простую. Кнопка отправки должна выделяться. После отправки хорошим тоном будет считаться появление сообщения, на протяжении какого периода с клиентом свяжутся [1].

Помимо дизайна интернет-магазина в проработке юзабилити отдельным фактором выделяют скорость загрузки сайта. Особенно это важно для пользователей мобильных устройств. Если ресурс грузится слишком долго, он уйдет.

Страницы, которые будут приносить максимальный трафик нужно тщательно прорабатывать и тестировать при помощи доступных сервисов. Чтобы ускорить загрузку, лучше заручиться поддержкой специалистов по внутренней поисковой оптимизации сайта и веб-разработчиков [6].

## 1.2 Сравнительный анализ инструментальных средств для разработки интернет-магазина

Существует множество инструментов, с помощью которых веб-дизайнер осуществляет вёрстку страниц. Такие программы называются HTML-редакторами. В веб-дизайне используется два типа редакторов — визуальные и невизуальные (текстовые).

Первые работают по принципу WYSIWYG (от англ. — What You See Is What You Get — что видишь, то и получаешь). Другими словами, это способ подразумевает, что при редактировании материал выглядит так же, как он и будет выглядеть в конечном результате [7, с.142].

Текстовыми же редакторами, в основном, пользуются профессиональные веб-дизайнеры — так как такие инструменты подразумевают написание кода самостоятельно. С помощью текстовых редакторов создается чистый программный код, который позволяет веб-дизайнерам полностью воспроизводить

задуманное, без вмешательства инструмента “по умолчанию”. Существуют также редакторы, которые поддерживают оба принципа работы [8, с.196].

Наиболее известными визуальными редакторами являются следующие программы, некоторые из которых будут рассмотрены ниже.

Macromedia Dreamweaver MX - профессиональный инструмент для создания веб-сайтов и приложений.

Разработчики утверждают, что Macromedia Dreamweaver MX предназначена для проектирования, разработки и администрирования профессиональных веб-сайтов и приложений. Кроме того, Dreamweaver легко интегрируется с другими программами от Macromedia, например, такими, как Flash. Т.е. Dreamweaver гораздо больше, чем просто визуальный редактор, это достаточно мощный и сложный инструмент, а всякий сложный инструмент требует, чтобы на его освоение было потрачено какое-то время, прежде чем пользователь сможет работать в нём [9, с.203].

Adobe GoLive и LiveMotion. Возможно, Adobe GoLive понравится тем, кто любит программы от Adobe, и много с ними работал: знакомая среда, достаточно легко разобратся. Кроме того, ещё один плюс для любителей Adobe - все программы от Adobe прекрасно взаимодействуют друг с другом и дополняют друг друга, GoLive не исключение, он прекрасно дружит с собратьями [10, с.256].

Microsoft FrontPage - считается простейшим визуальным редактором и популярным среди тех, кто отдаёт предпочтение программным инструментам Microsoft Office и создаёт сайт специально для сервера на основе технологий. Microsoft.FrontPage поддерживает HTML, JavaScript, CSS (каскадные таблицы стилей), DHTML (сочетание HTML, JavaScript, CSS и DOM — объектной модели документа), совместим с технологиями ASP (создание веб-приложений), XML (язык разметки, текстовый формат, применяемый для хранения структурированных данных), VBScript (скриптовый язык программирования), XSL (расширяемый язык таблиц стилей — смена CSS) [11, с.469].

По сути, FrontPage является чуть ли не типичным приложением Microsoft Office, и интеграция редактора с этой серией является его очевидным преимуществом. Любому пользователю, имеющему опыт работы с такими

приложениями как Word, Excel, Access, не будет испытывать особых сложностей в работе с редактором FrontPage — знакомые панели инструментов, наборы мастеров и редакторов, шаблонов, автоматических функций и т. д. Другими словами, FrontPage — прекрасное решение для начинающих пользователей и веб-мастеров [12].

Microsoft Expression Web и SharePoint Designer отличается тем, что предоставляет своим пользователям больше свободы, производит чистый, совместимый со стандартами, код, работает с CSS и CSS-макетами [13, с.361]. Он, скорее, представляет собой конструктор и имеет большее сходство с SharePoint Designer, делая акцент на разработке и адаптации к сайтам, выполненным с помощью последнего. Среди возможностей — поддержка интерактивных страниц ASP.NET, создание вида данных из RSS, XML, Office XML, сотрудничество со встроенным Workflow Designer, инструменты CSS, отслеживание статистики страниц, проверка орфографии, интеграция с SharePoint Server 2007 [7, с.144].

Homesite — этот редактор, на наш взгляд, самый популярный и мощный среди текстовых. Кроме того, что в нём достаточно легко работать не только с HTML-кодом, но также есть поддержка XHTML и CSS-редактор.

HTML Pad - эта программа тоже пользуется большой популярностью среди пользователей. Помимо всего стандартного HTMLPad поддерживает JavaScript, VBScript, SSI, ASP и Perl, умеет создавать макросы (наподобие Word'a и Excel'я), включает в себя много различных справочных материалов по CSS и HTML.

Конструктор сайтов – это система из набора инструментов, которая позволяет создавать сайты онлайн и администрировать их без каких-либо специализированных знаний. С её помощью можно выбрать тип будущего сайта (визитка, магазин и т. д.), готовый шаблон дизайна, цветовое оформление и модули, которые будут на нём отображаться.

Зачастую они предоставляют достаточно возможностей для создания сайтов, которые по качеству могут превзойти продукты небольших веб-студий, выполняющих заказы для малого и среднего бизнеса [14].

В сети существует множество сервисов, помогающих создать веб – приложение как новичку, так и человеку далекому от программирования, вёрстки сайтов и графических редакторов.

uCoz - это бесплатная система управления сайтом и хостинг для сайтов, созданных с её использованием.

Модули uCoz могут использоваться как в единой связке для создания полнофункционального сайта, так и по отдельности, например, в качестве блог-платформы, веб-форума и др.

Модули – веб-приложения, скомбинировав которые можно получить сайт любой сложности: от простой домашней странички с гостевой книгой до большого портала [15, с.560].

Taba.ru - онлайн-конструктор сайтов позволяет быстро создать многофункциональный сайт, предоставляя доменное имя 2-го или 3-го уровня и хостинг от 1 Гб.

Конструктор сайтов обладает удобным и понятным интерфейсом. В нём легко сможет разобраться даже неопытный пользователь. Готовые функциональные модули добавляются, перемещаются и настраиваются одним кликом мыши.

Nethouse - конструктор сайтов, который позволяет любому человеку создать качественный и функциональный сайт для бизнеса буквально за полчаса. Чтобы получить готовый сайт, достаточно зарегистрироваться и заполнить всю необходимую информацию – контакты, услуги и цены, о себе. Nethouse предлагает пользователю выбрать один из множества красивых шаблонов и дизайнов, а также по желанию изменить фон.

APS - стандарт пакетов автоматической установки для модели SaaS.

APS-формат разработан, чтобы упростить реализацию бизнес-модели Software-as-a-Service (SaaS) для облачных сервис-провайдеров и разработчиков ПО. APS-пакет – упакованное в соответствии с APS-стандартом веб-приложение.

На данный момент, APS-стандарт поддерживается хостинг-панелями Parallels: Plesk, Small Business Panel, POA и SysCP [16, с.93].

Wix - имеет огромное количество качественных и разнообразных шаблонов (более 1000). Наряду с HTML5 есть возможность создания сайтов на flash и поддерживается функции Drag & Drop. Сайты на Wix хорошо индексируются поисковыми системами.

Tilda – интуитивный конструктор сайтов. Подходит для создания небольших проектов — информационных и корпоративных ресурсов, Landing Page и интернет-магазинов с десятком-другим позиций. Хотя для последних есть более удобные решения, за последний год Tilda добавила множество возможностей для этого типа сайтов. Появились полноценная корзина с вариантами доставки и оплаты, блоки карточек товаров со встроенными попапами, в которых отображаются увеличенные фотографии и расширенное описание, лейблы «хит», акция и другие для визуального выделения товаров. Кроме того, сайт интегрируется с несколькими платежными системами, интернет-эквайерами и CRM. Заявки можно отслеживать во встроенном инструменте конструктора, экспортировать в Google Sheets или Telegram.

Функционал Tilda ориентирован на эффектное оформление лонгридов — стильная типографика, много блоков для комбинирования текстового, визуального и видео-контента. Возможности не ограничиваются готовыми шаблонами и блоками — и то, и другое можно разработать самостоятельно с нуля, используя конструкторы. Для тех, у кого на это нет времени и желания, в каталоге около 200 дизайнов, которые можно настроить под себя с помощью 450 блоков. Есть готовые макеты для пиццерий, антикафе, салонов красоты и других ниш. Для визуализации отдельных элементов сайта дизайнеры Тильды отрисовали целую библиотеку иконок под разные сферы бизнеса, которая регулярно пополняется [9, с.205].

Большинство конструкторов сайтов бесплатны (расширение функционала потребует перехода на платный тариф), имеют более-менее удобный интерфейс, неплохой набор шаблонов, акции и т. д. Конкуренция велика, поэтому каждый ресурс стремится привлечь как можно большее количество клиентов всеми доступными средствами. Лучшие конструкторы сайтов дают возможность на бесплатном пакете сделать сайт и продвигать его в Интернете.

По итогу вышла таблица с краткой информацией по каждому из инструментальных средств для разработки интернет-магазина (таблица 1).

Таблица 1 – Обзор инструментальных средств для разработки интернет-магазина

Инструмент	Тип редактора	Функционал и возможности	Освоение	Бесплатный
1	2	3	4	5
Macromedia Dreamweaver MX	визуальный	<ul style="list-style-type: none"> <li>– предназначен для проектирования, разработки и администрирования профессиональных веб-сайтов и приложений;</li> <li>– легко интегрируется с другими программами от Macromedia (к примеру, Flash).</li> </ul>	сложный	да
Adobe GoLive	визуальный	<ul style="list-style-type: none"> <li>– содержит готовые для использования Java-скрипты и возможности по управлению сайтом;</li> <li>– отличная интеграция с продуктами Adobe – Photoshop&amp;Image Ready, Illustrator, Acrobat, InDesign;</li> <li>– широкий ряд поддерживаемых форматов</li> <li>– PHP, JavaScript, CSS1/2, QuickTime, SMIL, SVG, PDF, XHTML, XML, DHTML.</li> </ul>	лёгкий	да
Microsoft FrontPage	визуальный	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поддерживает HTML, JavaScript, CSS, DHTML;</li> <li>– совместим с технологиями ASP, XML, VBScript, XSL;</li> <li>– интеграция редактора с любой серией Microsoft Office.</li> </ul>	лёгкий	да
Microsoft Expression Web	визуальный	<ul style="list-style-type: none"> <li>– производит чистый, совместимый со стандартами, код, работает с CSS и CSS-макетами;</li> <li>– поддержка интерактивных страниц ASP.NET;</li> <li>– создание вида данных из RSS, XML, Office XML;</li> <li>– сотрудничество со встроенным Workflow Designer;</li> <li>– отслеживание статистики страниц;</li> <li>– интеграция с SharePoint Server 2007</li> </ul>	сложный	да
Homesite	текстовый	<ul style="list-style-type: none"> <li>– работать можно с HTML-кодом;</li> <li>– есть поддержка XHTML и CSS-редактор;</li> <li>– имеется много средств ред-ия тегов;</li> <li>– легко интегрируется со средствами управления исходным кодом и системами управления проектами;</li> <li>– предлагает широкие возможности работы с протоколом FTP.</li> </ul>	лёгкий	да

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
HTML Pad	текстовый	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поддерживает JavaScript, VBScript, SSI, ASP и Perl;</li> <li>– умеет создавать макросы;</li> <li>– включает в себя много различных справочных материалов по CSS и HTML;</li> <li>– обладает функцией контекстной подсветки вводимого кода.</li> </ul>	средний	да
uCoz	конструктор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– универсальность;</li> <li>– модульность системы;</li> <li>– обладает мощным SEO-модулем;</li> <li>– интеграция фирменного калькулятора услуг uCalc и популярного стороннего сервиса amoCRM;</li> <li>– содержит большое количество шорткодов.</li> </ul>	сложный	50/50
Taba.ru	конструктор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Защита от автоматического заполнения форм (CAPTCHA);</li> <li>– Многоуровневое утверждение изменений (модерация публикуемых материалов);</li> <li>– Разграничение доступа (распределение прав);</li> <li>– Кэширование страниц;</li> <li>– Поддержка безопасного протокола при работе с системой (SSL).</li> </ul>	лёгкий	50/50
Nethouse	конструктор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– настройки SEO. Конструктор позволяет редактировать title, description, keywords. Есть возможность настройки файла robots.txt;</li> <li>– настройка email-рассылок;</li> <li>– подключение аналитики;</li> <li>– организация карты сайта;</li> <li>– настройки корзины, валюты товара, системы платежей и т. д.</li> </ul>	лёгкий	50/50
Wix	конструктор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– более 500 дизайнерских шаблонов для любого бизнеса;</li> <li>– есть возможность создания сайтов на flash;</li> <li>– поддерживается функции Drag &amp; Drop;</li> <li>– высокая степень кастомизации элементов;</li> <li>– грамотная реализация возможности создания мультязычных сайтов;</li> <li>– хорошо индексируются поисковыми системами.</li> </ul>	лёгкий	50/50

## Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5
Tilda	конструктор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– множество шаблонов для любого бизнеса;</li> <li>– адаптация к разным экранам;</li> <li>– Zero Block — редактор уникальных блоков;</li> <li>– встроенная статистика сайта;</li> <li>– формы для сбора контактов и заявок;</li> <li>– готовый сайт дружелюбен к SEO;</li> <li>– материалы в справочном центре полезные, почитать стоит не только новичкам;</li> <li>– интегрируется с сервисами рассылки и сторонними CRM + есть встроенная CRM.</li> </ul>	лёгкий	50/50

Проведя анализ различных инструментальных средств для разработки интернет-магазина, был выбран наиболее удобный и функциональный – конструктор сайтов Tilda. Именно на нём и будет создаваться онлайн-магазин «miSew shop».

## 2 Планирование проекта по созданию и продвижению интернет-магазина

### 2.1 Анализ деятельности онлайн-магазина «miSew shop» и исследование рынка конкурентов

Онлайн-магазин «miSew shop» начал свою деятельность в апреле 2018 года и продолжает существовать по настоящее время. В данном онлайн-магазине трудятся два сотрудника в 4 руки, рабочие места добавлять пока не планируется, так как на данный момент объём заказов не так велик. Развивается он посредством странички в Инстаграм (рисунок 1), не выходя на другие площадки.

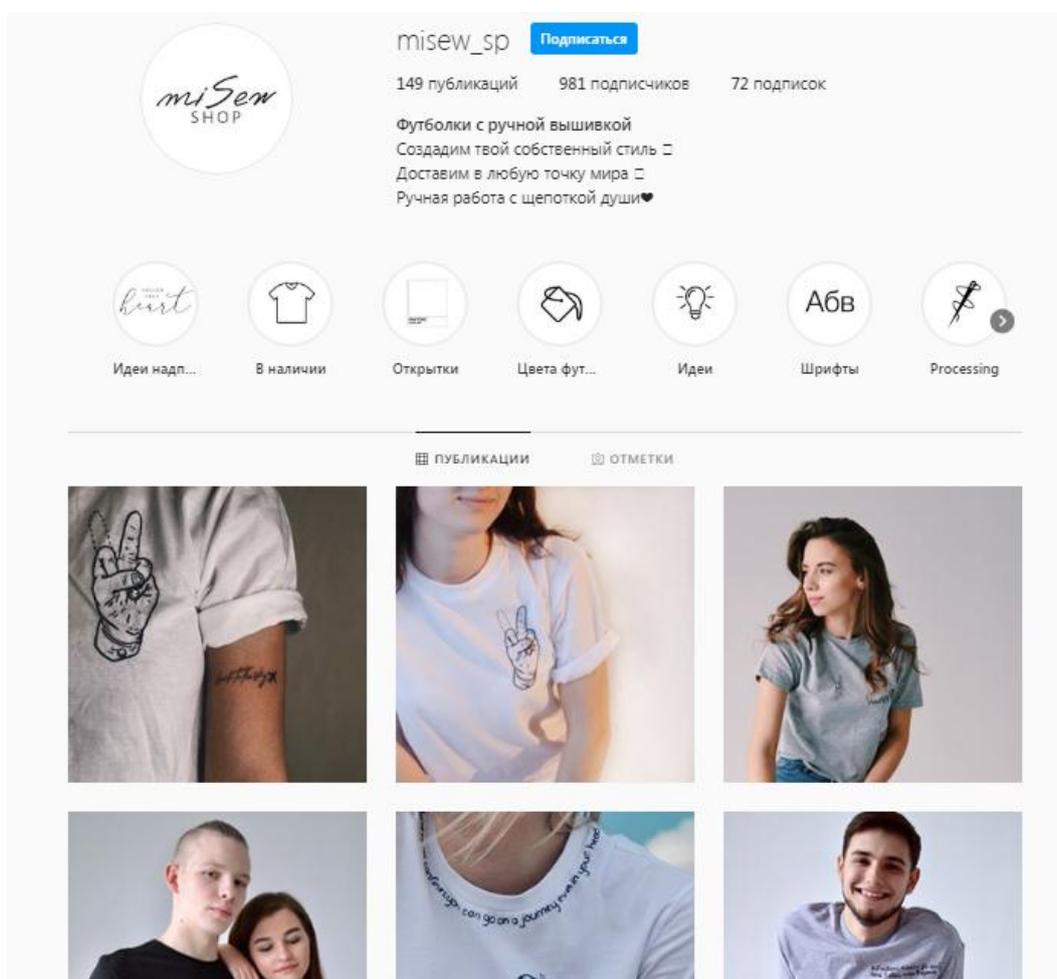


Рисунок 1 – Профиль магазина «miSew shop»

Онлайн-магазин «miSew shop» - это магазин футболок с вышивкой ручной работы. Помимо футболок магазин предлагает свитшоты и худи. Концепция «miSew shop» - индивидуальная вещь для каждого человека, вышивка на которой выполняется вручную, она делается исключительно для одного человека, без

повторений. Именно по этой причине нет необходимости выходить на оффлайн рынок.

Название было придумано из двух английских слов – «miss», что означает «девушка» и «sew» - «шить», соединив их, появилось данное название «misew».

Регламентированного графика работы нет, заказы принимаются практически в любое время, кроме поздней ночи. На изготовления изделий отводится от 7 до 10 календарных дней. После чего готовый товар в красивой минималистичной упаковке отправляется почтой России или курьером, если того просит покупатель.

У «miSew shop» есть своя сформированная база поставщиков различных необходимых деталей для осуществления своей деятельности. Все вещи заказываются своевременно, чтобы не было задержек для покупателей.

На сегодняшний день «miSew shop» занимает не самое стабильное положение на рынке футболок с вышивкой ручной работы, однако, стоит заметить, что с каждым днём появляются различные возможности для успешного развития и роста.

Рассмотрев основные аспекты работы онлайн-магазина «miSew shop» необходимо проанализировать деятельность ближайших конкурентов.

Посредством поиска в социальной сети Instagram по запросу «футболки с ручной вышивкой» было выявлено огромное множество подобных магазинов, однако, большинство из них уже не занимается данной деятельностью. Среди оставшихся магазинов было отобрано 3 аккаунта, которые могут составить конкуренцию «miSew shop» - это «futbolka.koff», «soul.fibre» и «liben\_handmade».

Сразу стоит заметить, что ни у одного из выбранных конкурентов интернет-магазина нет, все работают исключительно в Instagram, где все процессы выполняются непосредственно людьми.

Данные магазины можно сравнить и проанализировать по таким критериям, как:

– ассортимент товаров (есть ли в других магазинах что-то помимо футболок);

- качество товаров (наглядно этого не увидеть, можно лишь сделать вывод по описанию составов их изделий);
- качество вышивки (больше субъективный фактор, но опускать эту деталь тоже не стоит, можно так же сделать небольшие выводы по отзывам от реальных людей);
- наполненность странички информацией (насколько полную информацию в профиле даёт каждый из магазинов);
- сроки изготовления (сколько по времени отводится на каждую работу, есть ли возможность сделать ускоренный заказ и с какими условиями);
- упаковка (для покупателей это немаловажный элемент, т.к. многие приобретают изделие в подарок, соответственно, хотят, чтобы всё выглядело презентабельно);
- доставка (каким способом и какая стоимость, есть ли самовывоз);
- наличие акций, скидок или розыгрышей (все любят приобрести товар подешевле, а то и вовсе получить его в подарок);
- цена (из чего она складывается и оправдана ли).

Выделив основные критерии, с помощью которых можно понять сильные и слабые стороны у каждого из магазинов, проанализируем каждый из представленных выше аккаунтов.

Для начала рассмотрим магазин «futbolka.koff», который начал свою деятельность относительно недавно.

Судя по предложенным фотографиям в профиле, данный магазин занимается только футболками в белом цвете из 100% хлопка, но редко используются другие цвета футболок. Стоит отметить, что качество работ достаточно хорошее, об этом говорят отзывы и комментарии людей.

Наполненность страницы необходимой информацией практически полноценна, но не на все вопросы можно получить ответ, к примеру, как ухаживать за изделиями с ручной вышивкой и сроки изготовления тоже нигде не указаны.

У данного магазина основная концепция – минимализм, как в их работах, так и в упаковке, однако выглядит это достаточно неплохо.

Доставка по городу Мариуполь, в котором находится магазин – бесплатна, в другие города – по тарифам Новой почты, а о доставке за пределы Украины ничего не сказано.

Изучив профиль «futbolka.koff» (рисунок 2) не была найдена информация о скидках, акциях или розыгрышах, из чего следует, что ни к чему подобному данный магазин не прибегает.

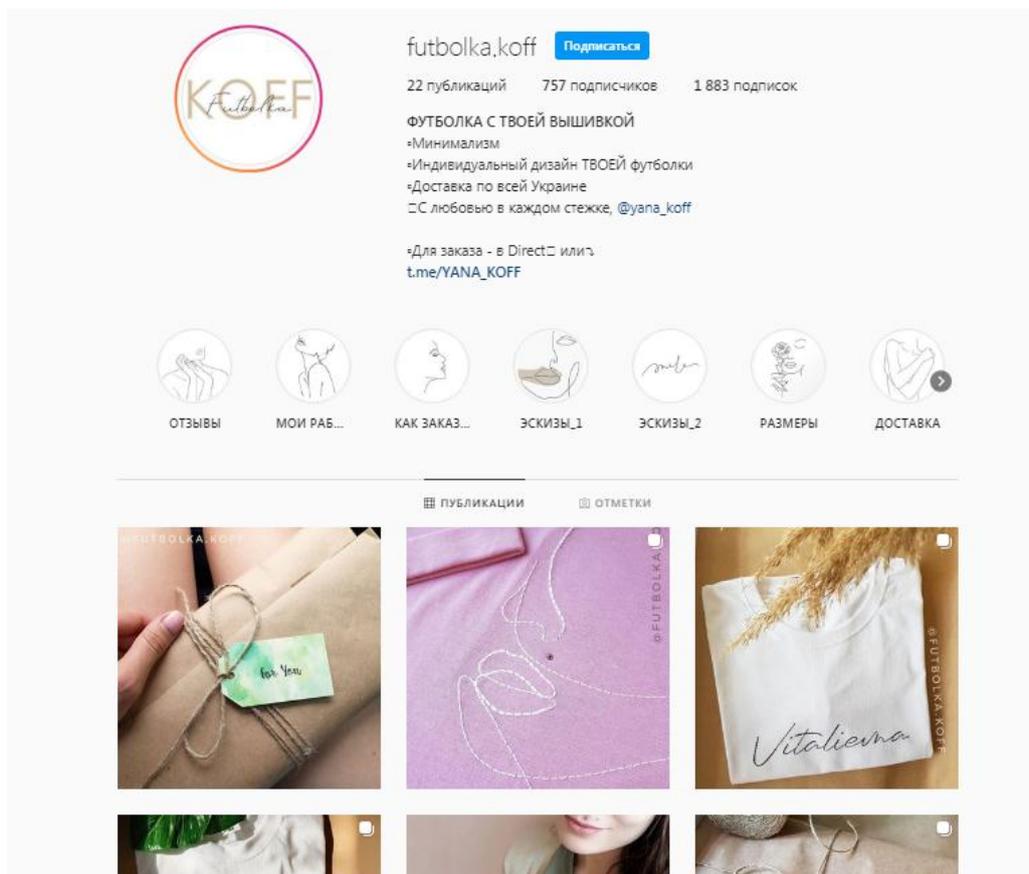


Рисунок 2 – Профиль магазина «futbolka.koff»

Если говорить о цене, то она зависит от сложности и размера вышивки, минимальная стоимость футболки с вышивкой ручной работы порядка 800 рублей за небольшой рисунок или надпись.

Подводя итог, можно сказать, что магазин в будущем может стать достойным конкурентом, если его продолжат развивать, немного расширят ассортимент, добавят необходимую информацию и выйдут за пределы Украины в плане доставки.

Магазин «soul.fibre» вышел на рынок около года назад и уже успел набрать немалую популярность и, соответственно, клиентов.

Основываясь на информации в профиле, основным товаром являются футболки в белом и чёрном цвете из 100 % хлопка, так же раньше можно было заказать свитшоты, но на сегодняшний день этот товар недоступен для заказа. Также стоит отметить, что в ассортименте магазина присутствуют наборы «сделай сам», где вышивку делает покупатель, получив при этом всё необходимое для работы. Вышивка на футболках выполнена аккуратно и красиво, выглядит неплохо, отзывы в профиле это подтверждают.

Все необходимые сведения можно найти в профиле (рисунок 3), однако иногда среди важной информации мелькают материалы, которые совершенно не относятся к работе магазина. Из-за этого покупателям может быть сложно и муторно искать то, что их интересовало.

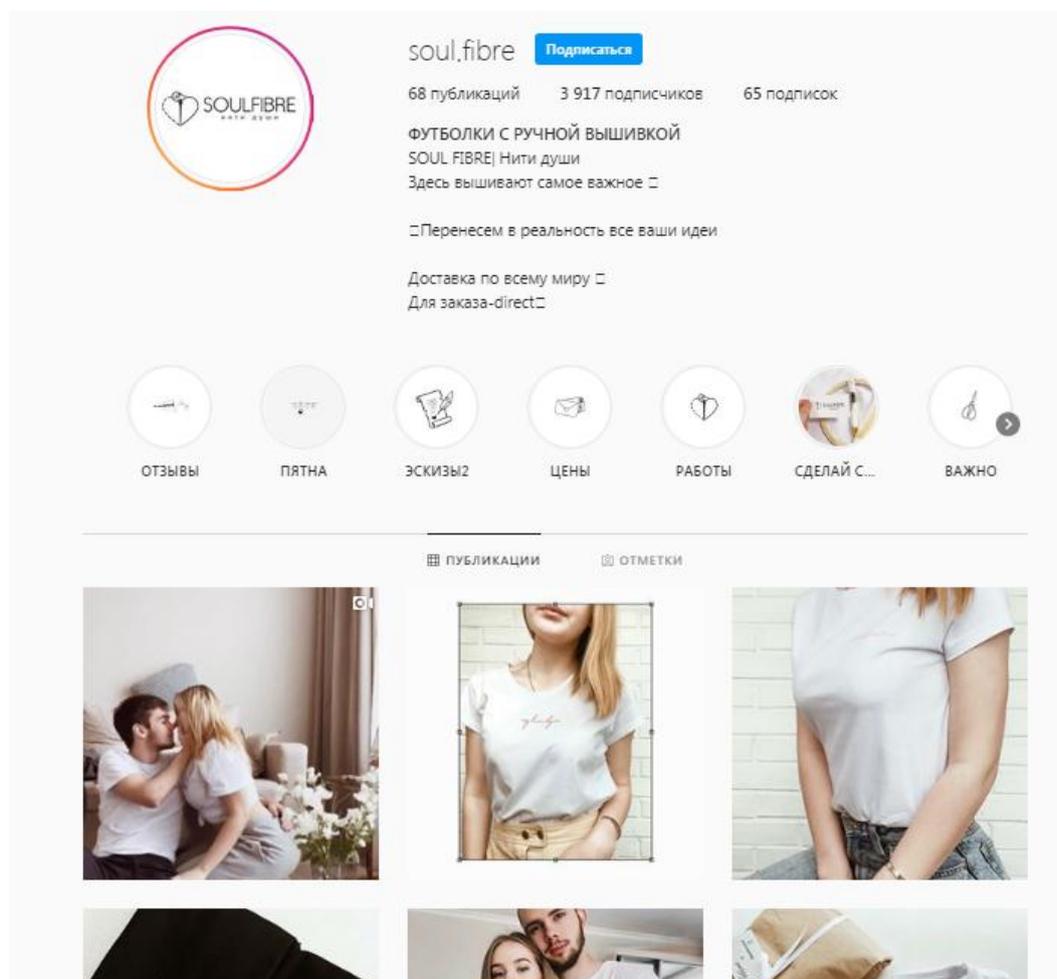


Рисунок 3 – Профиль магазина «soul.fibre»

Сроки изготовления в этом магазине не фиксированные, варьируются они от 3-х дней и больше, зависит это от общего количества заказов, размера и сложности вышивки.

Упаковка, как и в предыдущем магазине, минималистична и проста, представлена в двух вариантах: крафтовая бумага и крафтовые коробочки. В каждом заказе есть бирка с пожеланиями, визитка и наклейка.

Доставка по всей России имеет фиксированную цену – 250 рублей, в другие страны стоимость обговаривается при оформлении заказа. Доставка осуществляется почтой России, про возможность доставки другими способами – информации найдено не было.

В отличие от первого рассматриваемого магазина, «soul.fibre» проводит большое количество временных акций и розыгрышей, так же имеет список со скидками, действующими на постоянной основе. Из этого вытекает, что часто изделие можно приобрести по выгодной цене, минимальная стоимость футболки с вышивкой ручной работы – 1100 рублей за маленький рисунок и 1400 рублей за вышивку одного слова, без учёта скидок.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что данный магазин уже является сильнейшим конкурентом для «miSew shop», в основном, выигрывая за счёт цены и сроков изготовления.

Говоря о магазине под названием «liben\_handmade» можно сказать, что он начал свою деятельность около года назад и находится на стадии развития своего бизнеса.

Проанализировав страничку данного магазина, была получена информация о том, что вышиваются работы исключительно на футболках белого, чёрного и серого цвета из 100 % хлопка. Вышивка выглядит аккуратно и красиво, отзывы на данной страничке так же это подтверждают.

Всю важную информацию можно получить в профиле (рисунок 4), изложена она чётко и предельно ясно, что очень удобно для потенциального клиента.

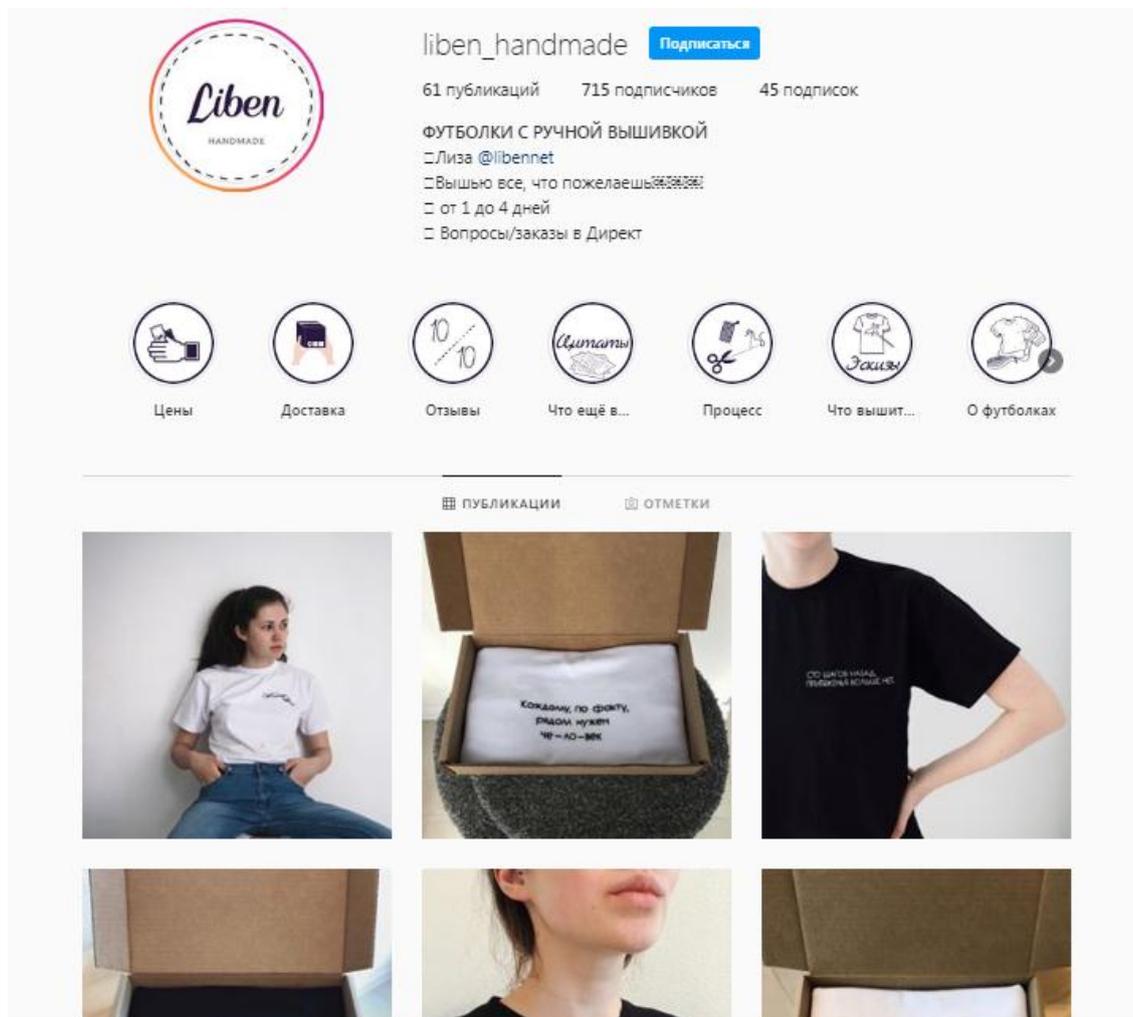


Рисунок 4 – Профиль магазина «liben\_handmade»

Что касается сроков изготовления, то «liben\_handmade» заявляет о быстроте выполнения всех заказов – примерно от 1 до 4 дней, зависит от сложности и размера работы.

Упаковка в данном магазине – прочные гофрокартонные коробочки, которые и выглядят дорого и презентабельно, и актуальны в особенности для отправок почтой, где мягкие упаковки могут потерять свою форму.

Доставка осуществляется несколькими способами на выбор клиента: почтой России – 250 рублей, почтой России 1 классом – 350 рублей, а так же для Москвы и Московской области предлагается самовывоз.

Скидки, акции и конкурсы – не частое явление для данного магазина, но иногда проводятся небольшие розыгрыши в профиле и предоставляются временные скидки для клиентов. Говоря о ценах в общем, то минимальная стоимость футболки с надписью до 3-х слов – 900 рублей, вышивка контурного

рисунка оценивается в 1000 рублей минимум, цены могут варьироваться в зависимости от сложности и размера вышивки.

Подводя итог, можно отметить, что данный магазин находится примерно на одном уровне становления, что и «miSew shop», имея как сильные стороны, так и небольшие недостатки.

Проведя оценку магазинов с вышивкой ручной работы, получилась таблица, приведённая ниже (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ магазинов футболок с вышивкой ручной работы

Критерий сравнения	miSew shop	futbolka.koff	soul.fibre	liben_handmade
Ассортимент товаров	футболки, свитшоты, худи	футболки	футболки, свитшоты, наборы «Сделай сам»	футболки
Качество товаров	хлопок 100% - футболки, хлопок 60%, полиэстер 40% - свитшоты, худи	хлопок 100%	хлопок 100%	хлопок 100%
Качество вышивки	хорошее	отличное	хорошее	хорошее
Наполненность странички необходимой инф-цией	вся информация присутствует	неполная информация	вся информация присутствует, но сложно найти её	вся информация присутствует
Сроки изготовления	7-10 дней	не указаны	от 3-х дней	1-4 дня
Упаковка	крафтовая бумага, крафтовые коробочки	крафтовая бумага	крафтовая бумага, крафтовые коробочки	гофрокартонные коробки
Доставка	по г. Тамбову лично в руки, Почта России, ТК	по г. Мариуполь лично в руки, Новая почта	почта России	почта России, почта России 1 класс, самовывоз в Москве
Наличие акций	да	нет	да	да
Цена	от 1100 рублей	от 800 рублей	от 1100 рублей	От 1000 рублей
Наличие электронного магазина	да	нет	нет	нет

Проанализировав все представленные магазины, можно увидеть какие недостатки присутствуют у «miSew shop» и в чём его преимущества. Учитывая все рассмотренные детали, создание интернет-магазина будет отличным толчком в развитии данного бизнеса, создании бренда и охвате большей целевой аудитории.

## 2.2 Разработка проекта по созданию интернет-магазина в MS Project

Проект «Создание интернет-магазина» разработан для достижения определённого результата в определённые сроки и за определённые деньги. План проекта составляется для того, чтобы определить, с помощью каких работ будет достигаться результат проекта, какие люди и оборудование нужны для выполнения этих работ и в какое время эти люди и оборудование будут заняты работой по проекту. Поэтому проектный план содержит три основных элемента: задачи, ресурсы и назначения.

Составление плана проекта в общем виде заключается в описании задач проекта, доступных ресурсов и определении взаимозависимостей между ними с помощью назначений [17, с.33].

Первым делом разрабатывается иерархическая структура работ, прописываются основные этапы работы, далее добавляются подзадачи этапов после чего необходимо «задвинуть» подзадачи под этап (рисунок 5).

№	Режим задачи	Название задачи	Длительность	% завершения	Отклонение по стоимости	Отклонение длительности	Базовая длительность	Базовые затраты	Начало	Окончание
1		Проект	70 дней	45%	-4 000 Р	1 день	69 дней	469 600 Р	Чт 14.11.19	Ср 19.02
2	✓	Решение о создании проекта	1 день	100%	0 Р	0 дней	1 день	0 Р	Чт 14.11.19	Чт 14.11.19
3	✓	Определение целей интернет-магазина	1 день	100%	0 Р	0 дней	1 день	2 400 Р	Пт 15.11.19	Пт 15.11.19
4	✓	Написание ТЗ для создания интернет-магазина	8 дней	100%	2 400 Р	1 день	7 дней	28 800 Р	Пн 18.11.19	Ср 27.11
5	✓	Написание информации о проекте	3 дней	100%	2 400 Р	1 день	2 дней	4 800 Р	Пн 18.11.19	Ср 20.11
6	✓	Написание технических особенностей проекта	3 дней	100%	0 Р	0 дней	3 дней	14 400 Р	Чт 21.11.19	Пн 25.11
7	✓	Описание примерной структуры интернет-магазина	2 дней	100%	0 Р	0 дней	2 дней	9 600 Р	Вт 26.11.19	Ср 27.11
8		Разработка и создание макета интернет-магазина	12 дней	44%	0 Р	0 дней	12 дней	96 000 Р	Чт 28.11.19	Пт 13.12
9		Разработка дизайна интернет-магазина	5 дней	50%	0 Р	0 дней	5 дней	48 000 Р	Чт 28.11.19	Ср 04.12
10		Разработка фирменного стиля	3 дней	40%	0 Р	0 дней	3 дней	28 800 Р	Чт 05.12.19	Пн 09.12
11		Разработка макета интерфейса интернет-магазина	4 дней	40%	0 Р	0 дней	4 дней	19 200 Р	Вт 10.12.19	Пт 13.12
12	✓	Выбор средства разработки интернет-магазина	1 день	100%	0 Р	0 дней	1 день	6 400 Р	Вт 17.12.19	Вт 17.12.
13		Верстка интернет-магазина	12 дней	13%	0 Р	0 дней	12 дней	74 400 Р	Ср 18.12.19	Чт 02.01.
14		Программирование	9 дней	15%	0 Р	0 дней	9 дней	64 800 Р	Ср 18.12.19	Пн 30.12
15		Создание и подключение баз данных	3 дней	5%	0 Р	0 дней	3 дней	9 600 Р	Вт 31.12.19	Чт 02.01.
16		Перенос данных с макета на техническую платформу	11 дней	68%	0 Р	0 дней	11 дней	83 200 Р	Пт 03.01.20	Пт 17.01.
17	✓	Написание уникального текста	4 дней	100%	0 Р	0 дней	4 дней	16 000 Р	Пт 03.01.20	Ср 08.01.
18		Создание каталога товаров	4 дней	65%	0 Р	0 дней	4 дней	38 400 Р	Чт 09.01.20	Вт 14.01.
19		Наполнение интернет-магазина фото и видео контентом	3 дней	30%	0 Р	0 дней	3 дней	28 800 Р	Ср 15.01.20	Пт 17.01.
20		Оптимизация интернет-магазина	19 дней	24%	0 Р	0 дней	19 дней	133 600 Р	Пн 20.01.20	Чт 13.02.
21		SEO-продвижение	10 дней	20%	0 Р	0 дней	10 дней	72 000 Р	Пн 20.01.20	Пт 31.01.
22		Настройка аналитики	5 дней	35%	0 Р	0 дней	5 дней	36 000 Р	Пн 03.02.20	Пт 07.02.
23		Тестирование интернет-магазина	4 дней	20%	0 Р	0 дней	4 дней	25 600 Р	Пн 10.02.20	Чт 13.02.
24		Доработка по замечаниям	3 дней	30%	0 Р	0 дней	3 дней	28 800 Р	Пт 14.02.20	Вт 18.02.
25		Сдача проекта	1 день	0%	0 Р	0 дней	1 день	9 600 Р	Ср 19.02.20	Ср 19.02.

Рисунок 5 – Иерархическая структура работ по созданию и продвижению интернет-магазина

Для того, чтобы указать дату начала работ, нужно перейти на вкладку «Проект» и нажать кнопку «Сведения о проекте», и в открывшемся окне определите дату начала работ (Чт 14.11.19). После необходимо проставить длительность каждого этапа всего проекта, вследствие чего автоматически будут заполняться даты начала каждого этапа и даты его окончания, учитывая все выходные и праздничные дни.

Следующим этапом будет то, что нужно прописать названия ресурсов, в нашем случае, это фамилии людей, которые закреплены за определёнными задачами, а также в листе ресурсов прописать их стандартную ставку и ставку сверхурочных работ (рисунок 6).

Имя ресурса	Тип ресурса	Единицы измерения материалов	Краткое название	Группа	Макс. единиц	Стандартная ставка	Ставка сверхурочных	Затраты на исполнителя	Начисление	Базовый календарь	Код ресурса
Иванов	Трудовой		И		100%	300 Р/ч	500 Р/ч	0 Р	Пропорциональн	Стандартный	
Петрова	Трудовой		П		100%	600 Р/ч	800 Р/ч	0 Р	Пропорциональн	Стандартный	
Тарасова	Трудовой		Т		100%	1 200 Р/ч	1 500 Р/ч	0 Р	Пропорциональн	Стандартный	
Фёдоров	Трудовой		Ф		100%	800 Р/ч	1 000 Р/ч	0 Р	Пропорциональн	Стандартный	
Агафонов	Трудовой		А		100%	900 Р/ч	1 100 Р/ч	0 Р	Пропорциональн	Стандартный	
Королёв	Трудовой		К		100%	400 Р/ч	600 Р/ч	0 Р	Пропорциональн	Стандартный	
Ломакина	Трудовой		Л		100%	500 Р/ч	700 Р/ч	0 Р	Пропорциональн	Стандартный	

Рисунок 6 – Лист ресурсов

После чего создаются назначения (связи). Зависимость задач и ресурсов приведена в таблице 3.

Таблица 3 – Зависимость задач и ресурсов

Название задачи	Длительность	Начало	Окончание	Предшественники	Названия ресурсов
1	2	3	4	5	6
Проект	70 дней	Чт 14.11.19	Ср 19.02.20		
Решение о создании проекта	1 день	Чт 14.11.19	Чт 14.11.19		
Определение целей интернет-магазина	1 день	Пт 15.11.19	Пт 15.11.19	2	Иванов
Написание ТЗ для создания интернет-магазина	8 дней	Пн 18.11.19	Ср 27.11.19	3	

## Окончание таблицы 3

1	2	3	4	5	6
Написание информации о проекте	3 дней	Пн 18.11.19	Ср 20.11.19		Иванов
Написание технических особенностей проекта	3 дней	Чт 21.11.19	Пн 25.11.19	5	Петрова
Описание примерной структуры интернет-магазина	2 дней	Вт 26.11.19	Ср 27.11.19	6	Петрова
Разработка и создание макета интернет-магазина	12 дней	Чт 28.11.19	Пт 13.12.19	4	
Разработка дизайна интернет-магазина	5 дней	Чт 28.11.19	Ср 04.12.19		Тарасова
Разработка фирменного стиля	3 дней	Чт 05.12.19	Пн 09.12.19	9	Тарасова
Разработка макета интерфейса интернет-магазина	4 дней	Вт 10.12.19	Пт 13.12.19	10	Петрова
Выбор средства разработки интернет-магазина	1 день	Вт 17.12.19	Вт 17.12.19		Фёдоров
Вёрстка интернет-магазина	12 дней	Ср 18.12.19	Чт 02.01.20	12	
Программирование	9 дней	Ср 18.12.19	Пн 30.12.19		Агафонов
Создание и подключение баз данных	3 дней	Вт 31.12.19	Чт 02.01.20	14	Королёв
Перенос данных с макета на техническую площадку	11 дней	Пт 03.01.20	Пт 17.01.20	13	
Написание уникального текста	4 дней	Пт 03.01.20	Ср 08.01.20		Ломакина
Создание каталога товаров	4 дней	Чт 09.01.20	Вт 14.01.20	17	Тарасова
Наполнение интернет-магазина фото и видео контентом	3 дней	Ср 15.01.20	Пт 17.01.20	18	Тарасова
Оптимизация интернет-магазина	19 дней	Пн 20.01.20	Чт 13.02.20	16	
SEO-продвижение	10 дней	Пн 20.01.20	Пт 31.01.20		Агафонов
Настройка аналитики	5 дней	Пн 03.02.20	Пт 07.02.20	21	Агафонов
Тестирование интернет-магазина	4 дней	Пн 10.02.20	Чт 13.02.20	22	Фёдоров
Доработка по замечаниям	3 дней	Пт 14.02.20	Вт 18.02.20	20	Тарасова
Сдача проекта	1 день	Ср 19.02.20	Ср 19.02.20	24	Тарасова

При помощи видов связей (назначений) была создана диаграмма Ганта в соответствии с таблицей 1 (рисунок 7). На данной диаграмме красным цветом обозначен критический путь проекта, а синими отрезками на сколько процентов выполнен этап данного проекта. А также рядом с каждым этапом прописана фамилия человека, который им занимается.

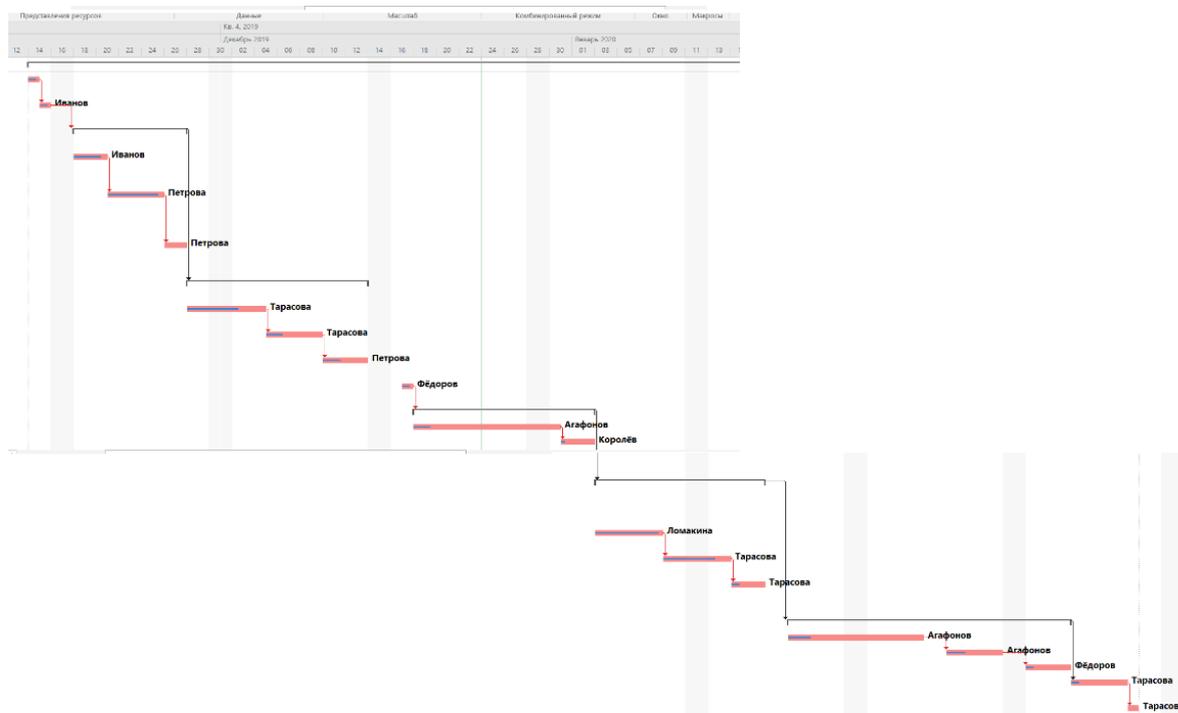


Рисунок 7 – Диаграмма Ганта

Для того чтобы решить вопрос регулирования временных затрат в программе MS Project используется вкладка использование задач. Можно вывести трудозатраты в часах и в денежном эквиваленте (рисунок 8).

Режим задачи	Название задачи	Трудозатраты	Длительность	Подобности	С	Ч	П	С	В	П	В	С	Ч	П
■	Проект	544 ч	70 дней	Трудозатр.	8ч	8ч	8ч			8ч	8ч	8ч	8ч	8ч
				Затраты	2 400 Р	4 800 Р	4 800 Р			4 800 Р	4 800 Р	4 800 Р	9 600 Р	9 600 Р
	Решение о создании	0 ч	1 день	Трудозатр.										
				Затраты										
■	Определение целей	8 ч	1 день	Трудозатр.										
				Затраты										
	Иванов	8 ч		Трудозатр.										
				Затраты										
■	Написание ТЗ для со	64 ч	8 дней	Трудозатр.	8ч	8ч	8ч			8ч	8ч	8ч		
				Затраты	2 400 Р	4 800 Р	4 800 Р			4 800 Р	4 800 Р	4 800 Р		
■	Написание информ	24 ч	3 дней	Трудозатр.	8ч									
				Затраты	2 400 Р									
	Иванов	24 ч		Трудозатр.	8ч									
				Затраты	2 400 Р									
■	Написание технич	24 ч	3 дней	Трудозатр.		8ч	8ч			8ч				
				Затраты		4 800 Р	4 800 Р			4 800 Р				
	Петрова	24 ч		Трудозатр.		8ч	8ч			8ч				
				Затраты		4 800 Р	4 800 Р			4 800 Р				
■	Описание пример	16 ч	2 дней	Трудозатр.							8ч	8ч		
				Затраты							4 800 Р	4 800 Р		
	Петрова	16 ч		Трудозатр.							8ч	8ч		
				Затраты							4 800 Р	4 800 Р		
■	Разработка и созда	96 ч	12 дней	Трудозатр.									8ч	
				Затраты									9 600 Р	9 600 Р
■	Разработка дизай	40 ч	5 дней	Трудозатр.									8ч	
				Затраты									9 600 Р	9 600 Р
	Тарасова	40 ч		Трудозатр.									8ч	
				Затраты									9 600 Р	9 600 Р
■	Разработка фирме	24 ч	3 дней	Трудозатр.									8ч	
				Затраты									9 600 Р	9 600 Р

Рисунок 8 – Трудозатраты

Таким образом, с помощью программы MS Project есть возможность посмотреть заранее сколько по времени будет длиться проект, какие этапы можно

сократить или же наоборот продлить по времени выполнения, какие трудозатраты на весь проект в целом и на каждый этап по отдельности. И всё это можно посмотреть в удобном варианте в виде отчётов в программе MS Project.

Для принятия управленческих решений необходима актуальная и достоверная информация о ходе проекта.

При управлении проектом необходимо отслеживать элементы "треугольника" проекта: время, бюджет и область охвата. Корректировка одного элемента влияет на два других. Такие события, как непредусмотренные задержки, превышение затрат и замена ресурсов, могут привести к проблемам в календарном плане.

Если данные проекта постоянно обновляются, то всегда есть возможность просмотреть последнее состояние проекта. Можно отслеживать фактический ход выполнения задач, фактические трудозатраты ресурсов, сравнивать фактические затраты с запланированным бюджетом и выравнять загрузку ресурсов. Всё это позволит вовремя определить потенциальные проблемы, чтобы найти и применить правильное решение.

После создания проекта и начала работы можно отслеживать фактические даты начала и окончания, процент выполнения задач или фактические трудозатраты. Фактические данные показывают влияние изменений на другие задачи и, в конечном итоге, на дату окончания проекта.

Всё, что было сделано до этого, было бы бесполезно, если в программе Microsoft Project не было возможности сформировать отчеты. "Обзор проекта" - отчёт показывающий процентное завершение проекта. Для его формирования нужно зайти на вкладку "Отчёт", нажать на кнопку "Панели мониторинга" и выбрать "Обзор проекта" (рисунок 9).

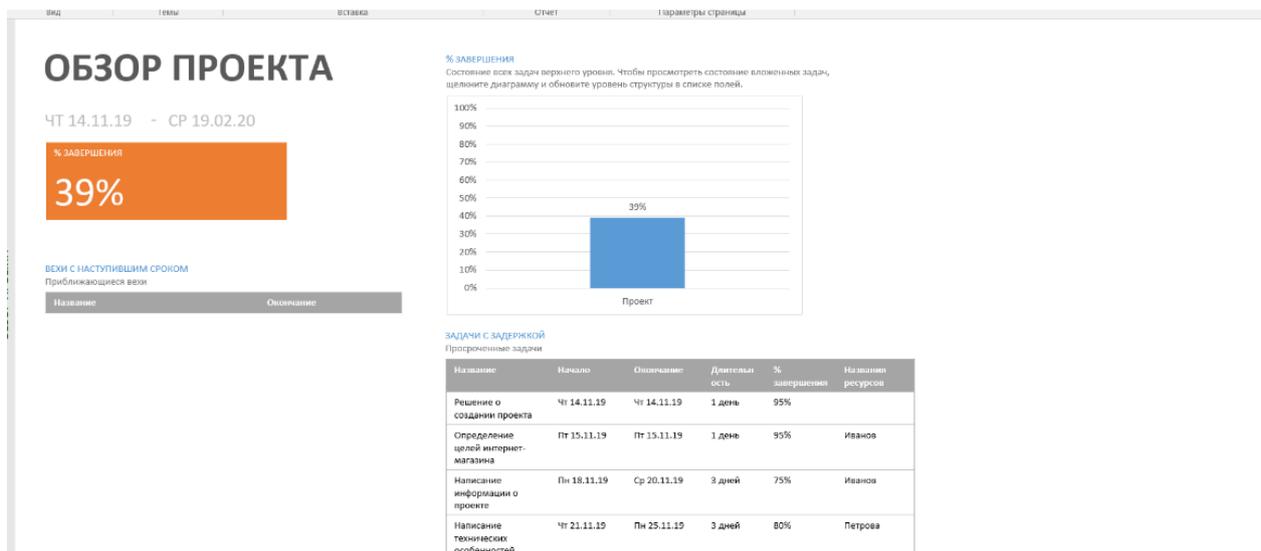


Рисунок 9 – Отчёт «Обзор проекта»

"Обзор затрат" - более полный отчет показывающий и процентное завершение работ, и денежные затраты (как уже потраченные, так и оставшиеся затраты) (рисунок 10).

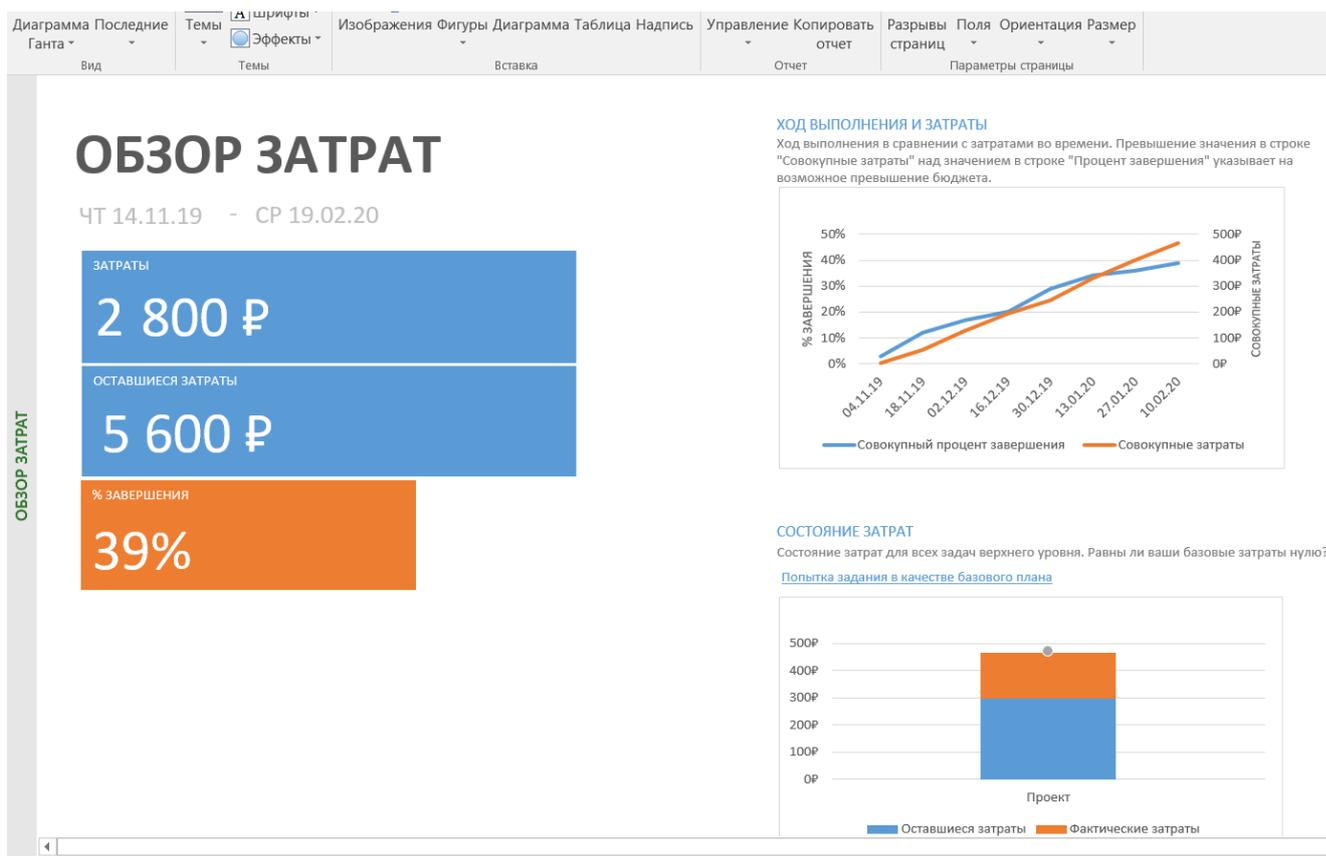


Рисунок 10 – Отчёт «Обзор затрат»

"Критические задачи" – отчёт, представляющий пользователю возможность увидеть оставшиеся критические задачи. Критические задачи - задачи от выполнения которых зависит весь проект (рисунок 11).

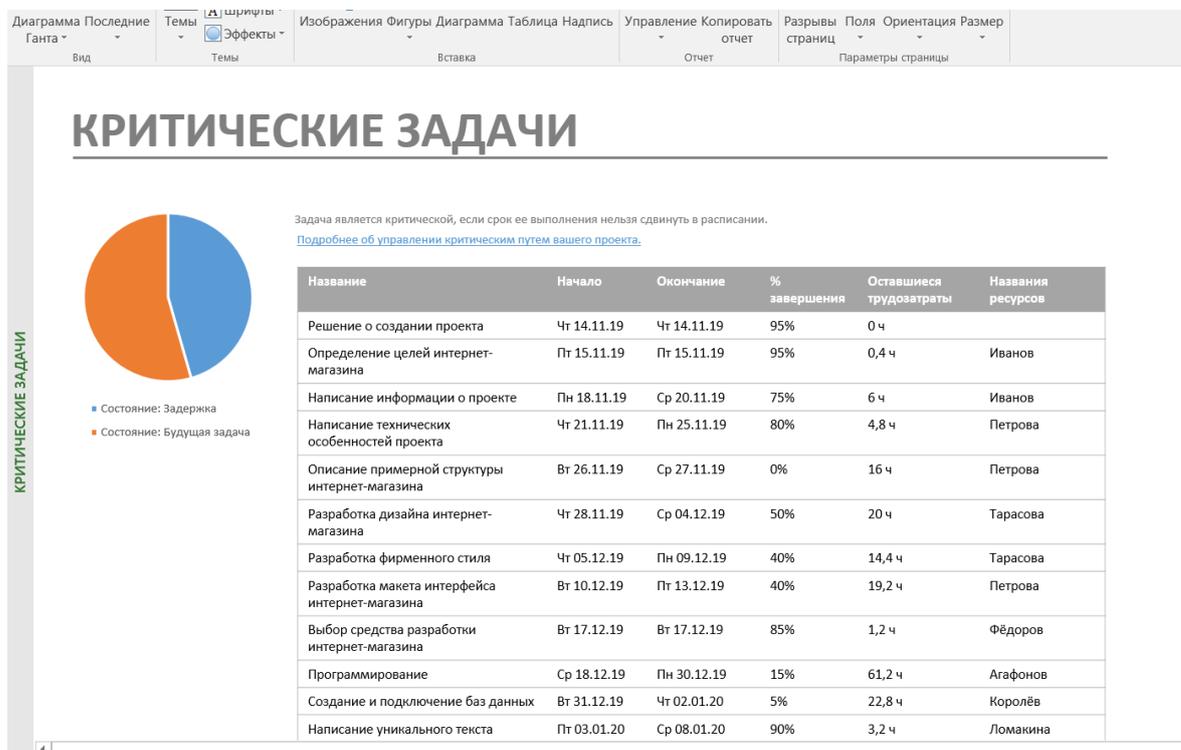


Рисунок 11 – Отчёт «Критические задачи»

По данным отчетам видно, что проект выполнен пока что на 39%. На этот промежуток потрачено 2 800 рублей, что не является финальным результатом, так как некоторые задачи могут задержаться, или в обратном случае быть выполненными раньше.

### 3 Разработка интернет-магазина для «miSew shop»

#### 3.1 Разработка структуры, содержания и дизайна страниц

Сайт является лицом магазина, на сайте клиент примет решение, покупать ли нужный ему товар или услугу в этом интернет-магазине или уйти к конкуренту. Поэтому очень важно уделить внимание каждой детали – структуре, содержанию и, конечно, дизайну страниц.

Первым делом при создании интернет-магазина нужно зарегистрировать домен – уникальный адрес сайта, который отображается в верхней строке браузера при открытии главной страницы интернет-магазина.

На сайте reg.ru был приобретён домен misew-shop.ru, по которому в будущем будет отображаться наш интернет-магазин. Стоимость доменного имени за год – 199 рублей. Так же на сайте компании-регистратора была указана ссылка на конструктор Tilda, чтобы потом быстро подключить домен (рисунок 12) и опубликовать готовый сайт со своим уникальным адресом.

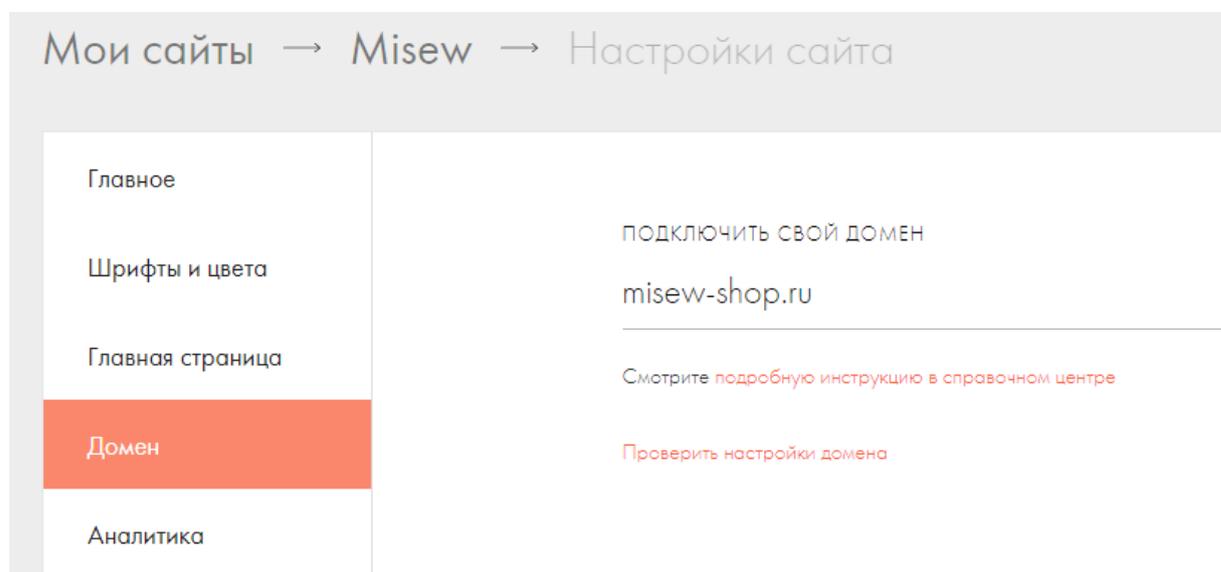


Рисунок 12 – Подключение домена

Удобство конструктора Tilda в том, что сайт создаётся блоками, сам подстраивает расстояние между ними, шрифты, размеры текстов и многое другое. А так же при создании нового сайта предлагается два варианта: выбрать готовый шаблон, куда в определённые места нужно просто подставить нужную

информацию или создать чистую страницу и заполнять её самостоятельно, выбирая удобные блоки из обширной библиотеки, которую предлагает Tilda.

На нашем сайте будут блоки, которые повторяются на каждой странице: header (шапка) (рисунок 13) – блок в верхней части страницы сайта, где будет отображаться основное меню, логотип и контакты, а так же footer (подвал) – блок в нижней части страницы сайта, где видна полезная, но не первостепенная информация, копирайт, подписка на рассылку и ссылка на дополнительные сервисы (рисунок 14).



Рисунок 13 – Шапка сайта

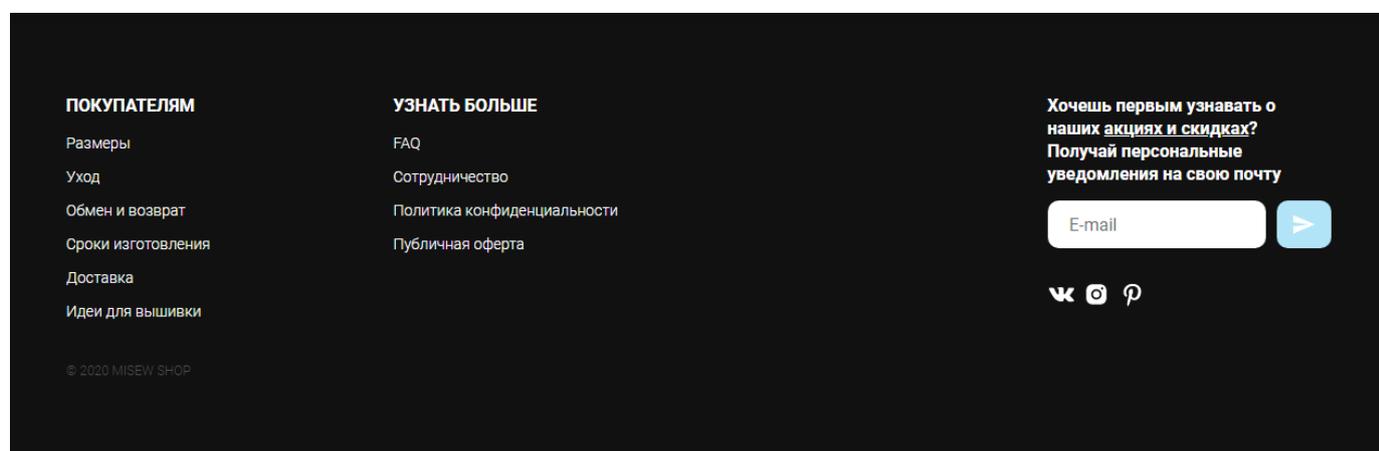


Рисунок 14 – Подвал сайта

Следует создать отдельно две страницы, одну для шапки, другую для подвала, добавить необходимые элементы на каждую из них, после чего в настройках сайта перейти в раздел «Шапка и подвал» и назначить страницы.

Отдельно были созданы страницы, указанные в футере, откуда, собственно, на них можно было перейти.

На главной странице сайта помимо меню был размещён блок с обложкой, заголовком, который говорил о деятельности данного магазина и подзаголовком – слоганом (рисунок 15). Так же добавлена стрелка для мгновенной прокрутки до следующего блока и уведомление об использовании cookie в правом нижнем углу, которое будет преследовать посетителя сайта, пока тот его не закроет.

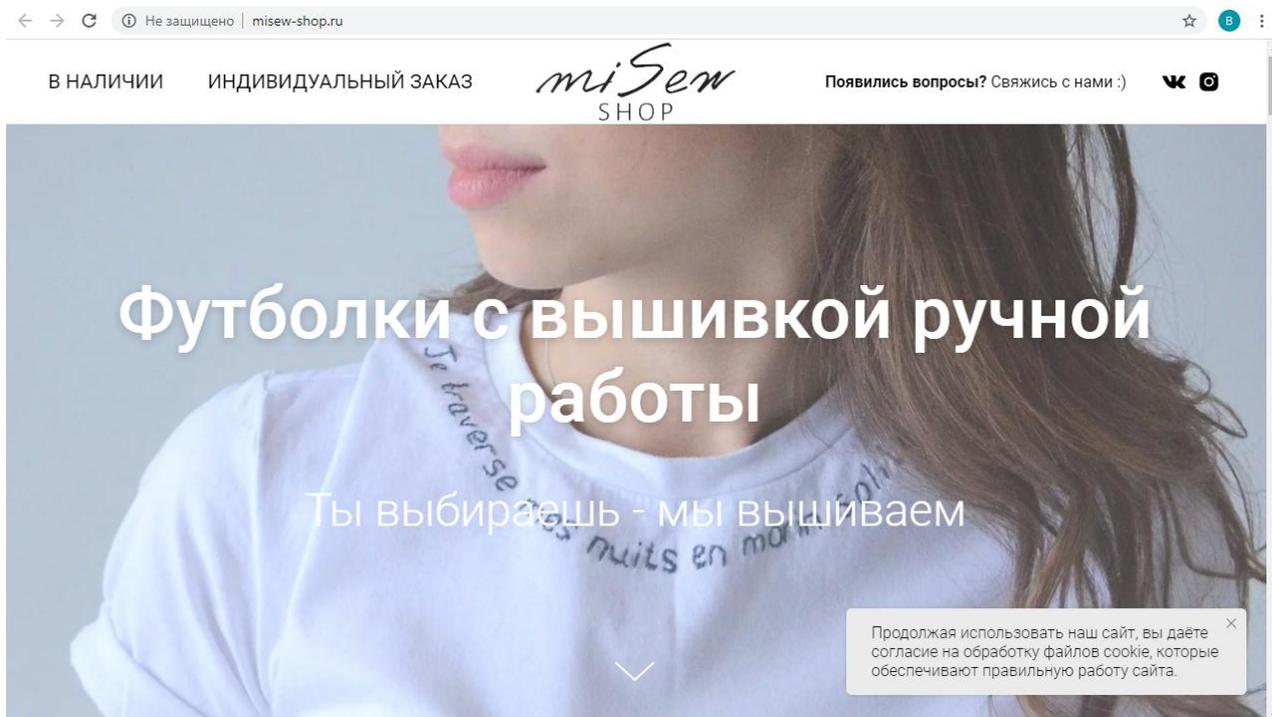


Рисунок 15 – Главная страница сайта Misew shop

Ниже идёт минималистичный блок с небольшим текстом «Мы создаём твой собственный стиль, благодаря которому ты просто не сможешь остаться незамеченным». Данный блок отражает суть магазина Misew shop – уникальные футболки с ручной вышивкой выделяют тебя из общей массы и будут привлекать внимание людей.

Как можно заметить, на главной странице меню состоит всего из двух пунктов: в наличии и индивидуальный заказ. Что касается вещей в наличии, то их представлено небольшое количество в каталоге (рисунок 16), который располагается следом за блоком с описанием.

Чтобы быстро перейти к вещам в наличии, перед блоком с каталогом достаточно поставить якорную ссылку. Каталог состоит из карточек товаров с двумя кнопками:

- подробнее о товаре, нажимая на которую вылетает pop-up с описанием продукта и кнопкой заказа, так же при наведении мышкой на фотографию, изображение автоматически увеличивается и можно рассмотреть вышивку детальней;
- добавить в корзину, при нажатии на которую справа появляется значок корзины, где можно оформить заказ данной вещи, указав минимальные

данные. Оплата заказов производится кредитной картой (Visa. MasterCard) через Яндекс.Деньги.

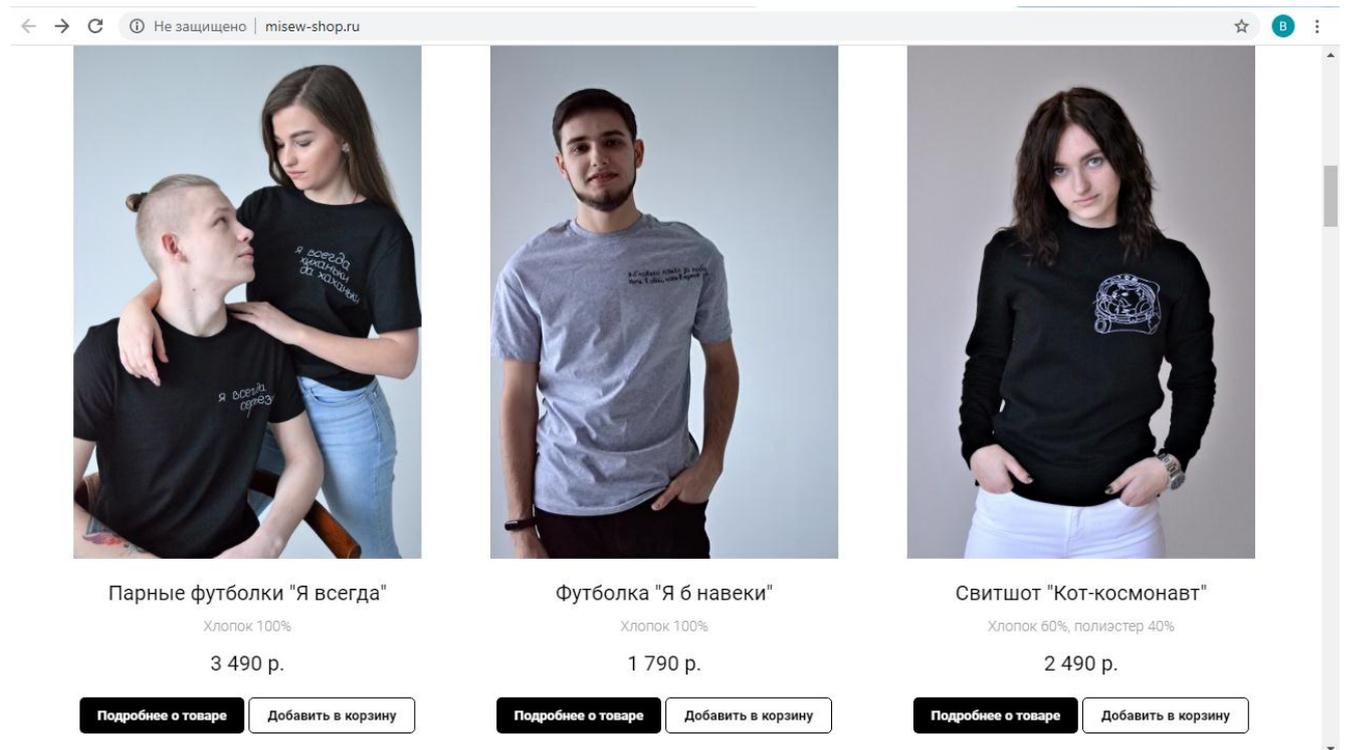


Рисунок 16 – Каталог товаров

Для кнопки «Индивидуальный заказ» был прикреплен поп-ап с формой, куда покупатель вносит минимальные данные, описывая свой заказ и оставляя один из контактов: e-mail или ник в Instagram, по которым в дальнейшем с ним связывается продавец.

Важным моментом при создании подобных форм, куда человек вводит свои данные, является наличие политики конфиденциальности и политики об обработке и защите персональных данных. На Tilda есть удобный и понятный конструктор, который помогает сделать их, им мы и воспользовались.

Так же одним из главных моментов является настройка форм, куда отправляются данные для заказа или рассылки. Мы настроили несколько сервисов приёма данных:

- Google Таблица: Заказы;
- Tilda.CRM: Заказы;
- E-mail: misew.shop@mail.ru;
- Tilda.CRM: Подписка на рассылку;
- GetResponse: Рассылка.

После блока с товарами были добавлены многочисленные отзывы от реальных людей, которые ранее делали заказ через страницу в Instagram. Ещё ниже был добавлен блок «Почему мы хорошо делаем свое дело?» с указанием наших преимуществ. Далее была добавлена форма для вопросов, отзывов и предложений.

После того, как были созданы все необходимые страницы, мы публикуем сайт и подключаем аналитику для отслеживания статистики. Очередное удобство конструктора Tilda в том, что у него есть собственная встроенная статистика (рисунок 17), показывающая автоматически основные параметры, которые помогут измерить эффективность сайта: просмотры страниц, количество посетителей, мобильные устройства, количество заявок и конверсий и вовлечённость.

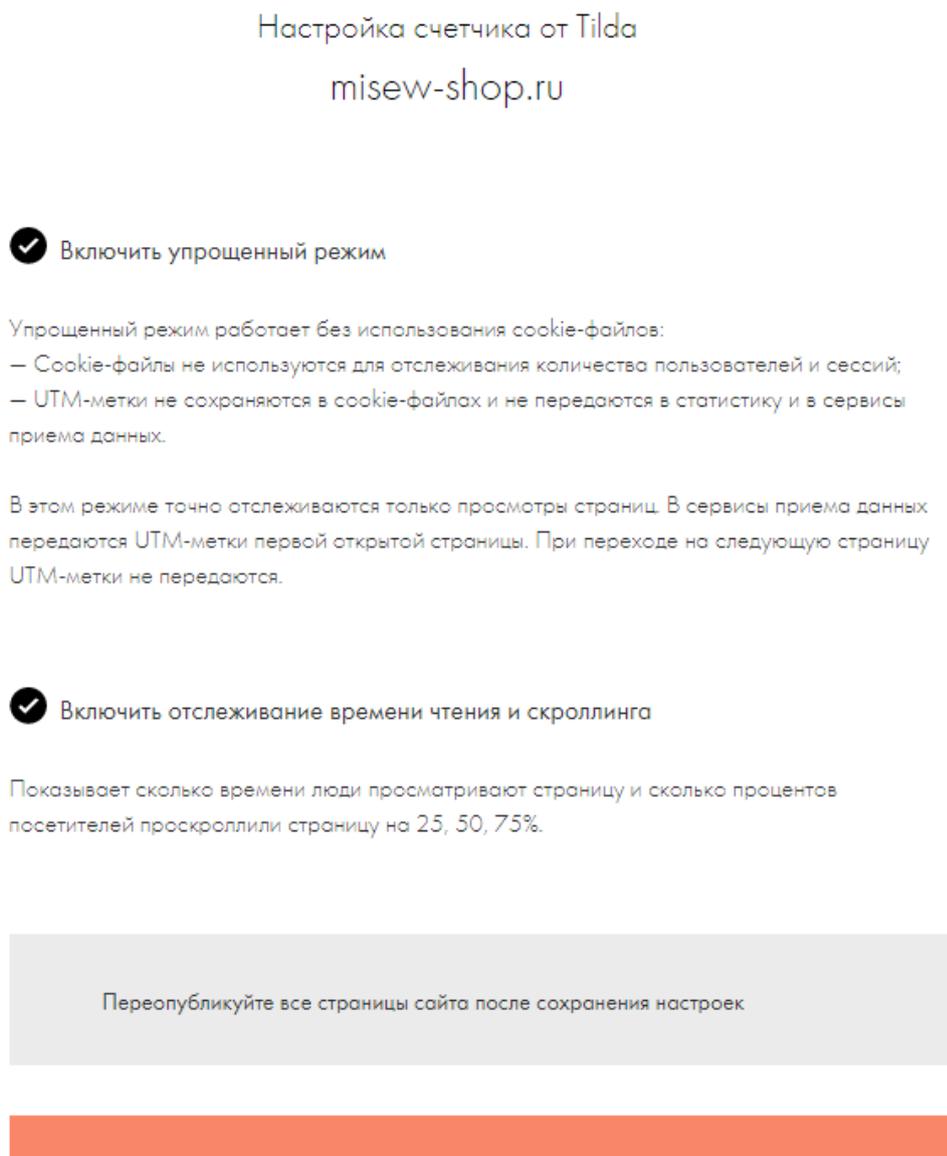


Рисунок 17 – Настройка счётчика от Tilda

Помимо счётчика от Tilda, мы подключили Яндекс.Метрику (рисунок 18). В неё можно переходить прямо из настроек сайта, что тоже очень удобно.

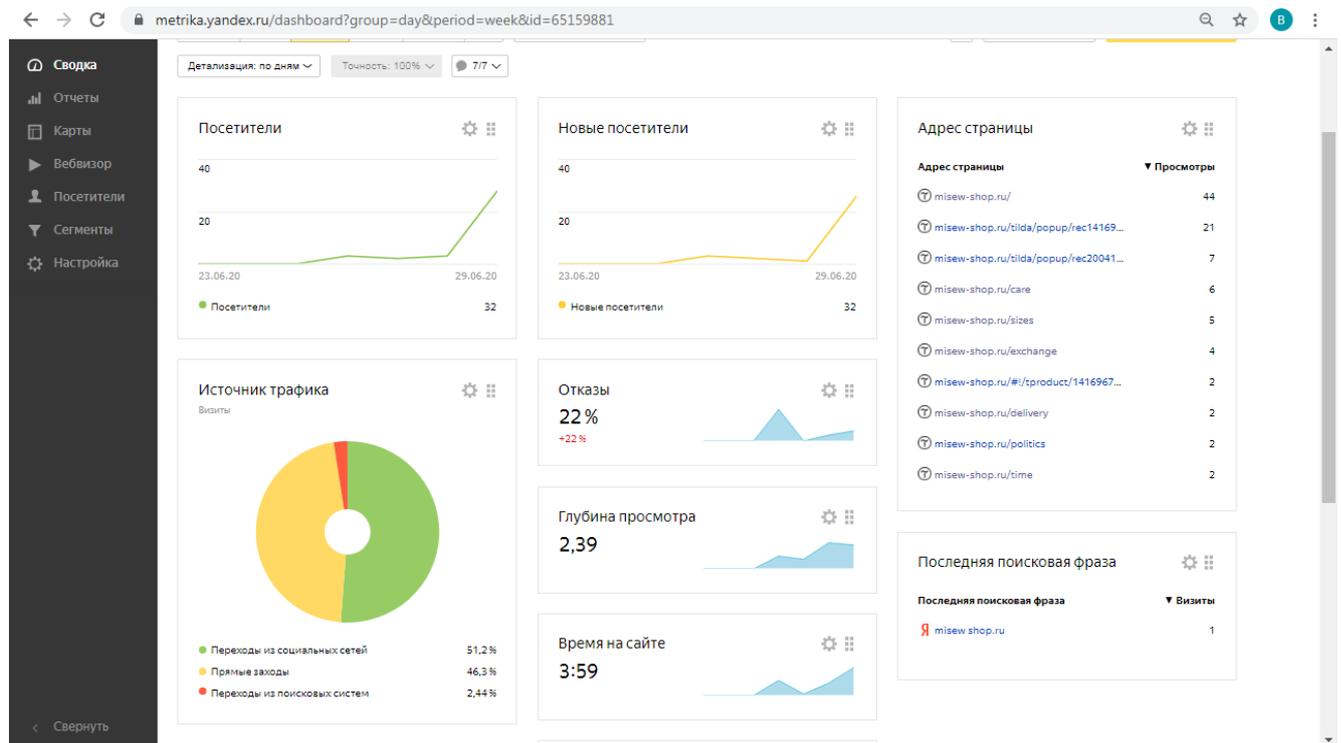


Рисунок 18 – Яндекс.Метрика

После того, как сайт полностью готов, настроены все системы и формы, подключены все сервисы, необходимо начать его продвижение в сети Интернет.

### 3.2 Настройка SEO-оптимизации интернет-магазина

Сайты, сделанные на Тильде, по умолчанию отлично индексируются поисковиками за счёт особенностей самой платформы: последовательного расположения блоков на странице. Кроме того, есть возможность улучшить результаты выдачи в поисковых системах с помощью специальных настроек:

- задать страницам сайта название (Title) и описание (Description);
- загрузить бейджик для социальных сетей;
- указать читаемые адреса страниц (ЧПУ, человекопонятный URL);
- добавить теги H1, H2, H3;
- прописать альтернативные текста (alt теги) для изображений;
- загрузить фавикон;
- создать страницу 404 ошибки;

- проверить переадресацию [https/http](https://) и [www/без www](http://www/);
- проверить, нет ли запрета на индексацию;
- опубликовать все страницы и посмотреть, нет ли ошибок в SEO-рекомендациях;
- добавить сайт в Google Search Console и Яндекс.Вебмастер.

Этих действий достаточно, чтобы Google и Яндекс узнали о существовании сайта и начали показывать в поисковой выдаче. На какой строчке будет размещаться сайт и по каким запросам будет показываться, зависит от качества контента сайта, поведения посетителей сайта (как долго они остаются на сайте и совершают ли действия), объёма трафика, наличия ссылок на сайт на других сайтах и алгоритмов поисковых систем.

По умолчанию в результатах поисковых систем выводится та информация, которую мы задали в Настройках страницы → вкладка «Главное» (рисунок 19).

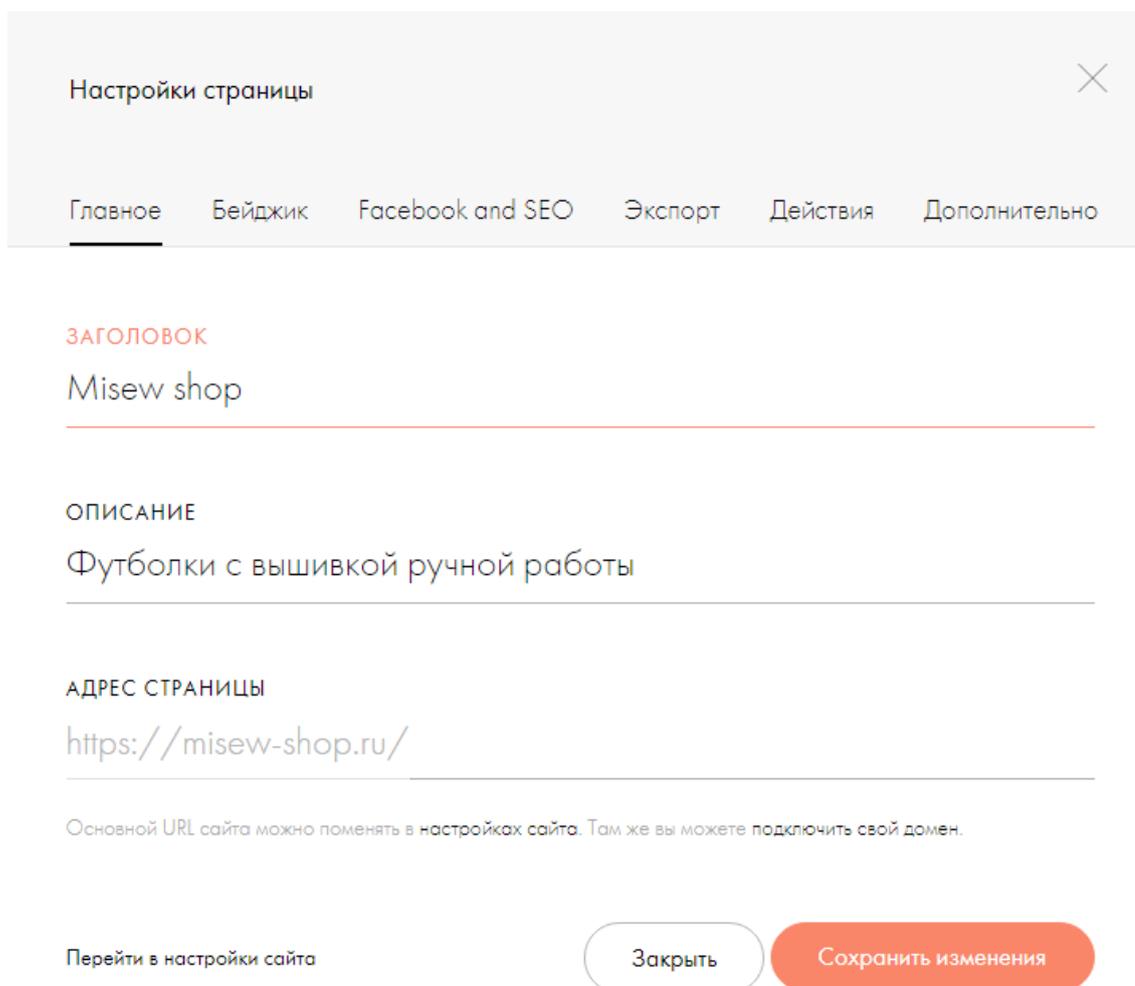


Рисунок 19 – Настройки страницы

Человекопонятный URL — URL-путь, состоящий из понятных слов, вместо системного адреса. Например, вместо /page4652188.html стоит указать /about. Такие адреса удобны для пользователей и помогают предположить содержание страницы.

В настройках страницы мы загрузили бейджик (превью страницы), отдельный бейджик можно было загрузить для Facebook, но мы оставили их одинаковыми.

Так же есть возможность, чтобы данные для поисковых систем или социальных сетей отличались от тех, что прописаны в настройках страницы. Для этого в настройках страницы нужно перейти на вкладку «Facebook и SEO» (рисунок 20), нажать «Задать специальные мета данные» и заполнить поля «Заголовок» и «Описание» — они будут выводиться в результатах поиска или при публикации в социальных сетях.

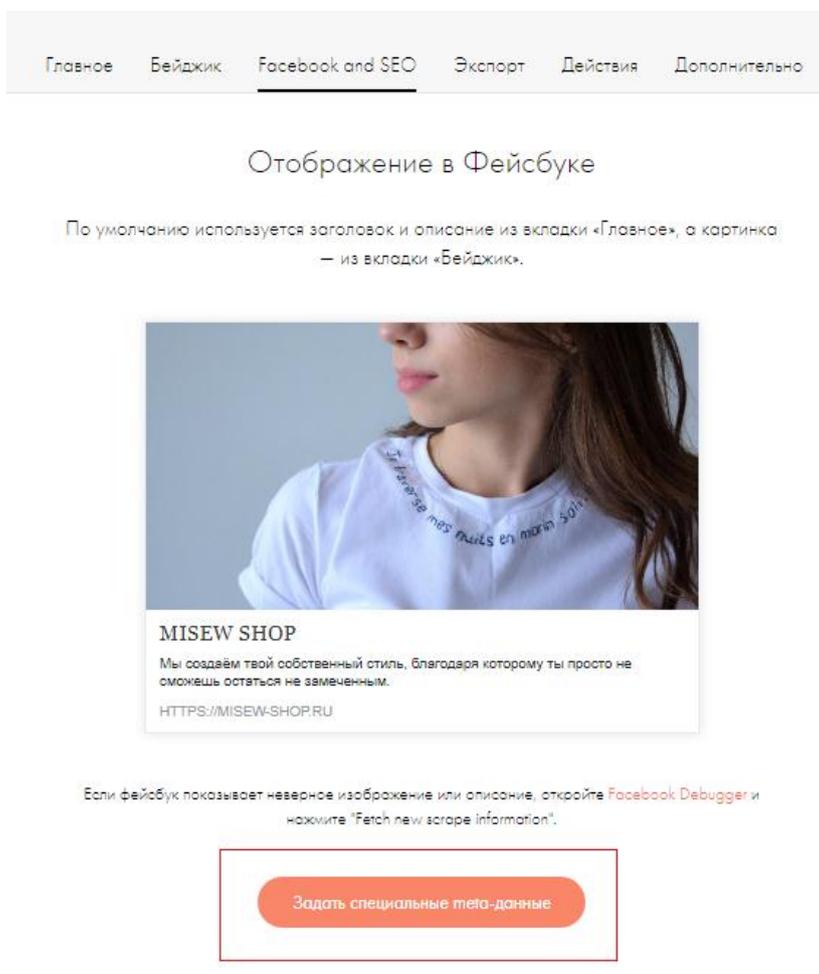


Рисунок 20 - Вкладка «Facebook и SEO»

Для самого важного заголовка на странице – футболки с вышивкой ручной работы – мы указали тег H1. Этот заголовок имеет наибольшую значимость для

поисковых систем и на странице его можно указать только единожды. Для заголовков следующих уровней можно задать теги H2 и H3. В отличие от тега H1, их может быть несколько на странице, но и на SEO они влияют слабее.

Альтернативный текст (тег alt) показывается на месте изображения, если само изображение не видно (к примеру, в момент загрузки при медленном соединении). Чтобы его прописать, нужно в меню «Контент» напротив изображения нажать знак многоточия и ввести текст (рисунок 21).

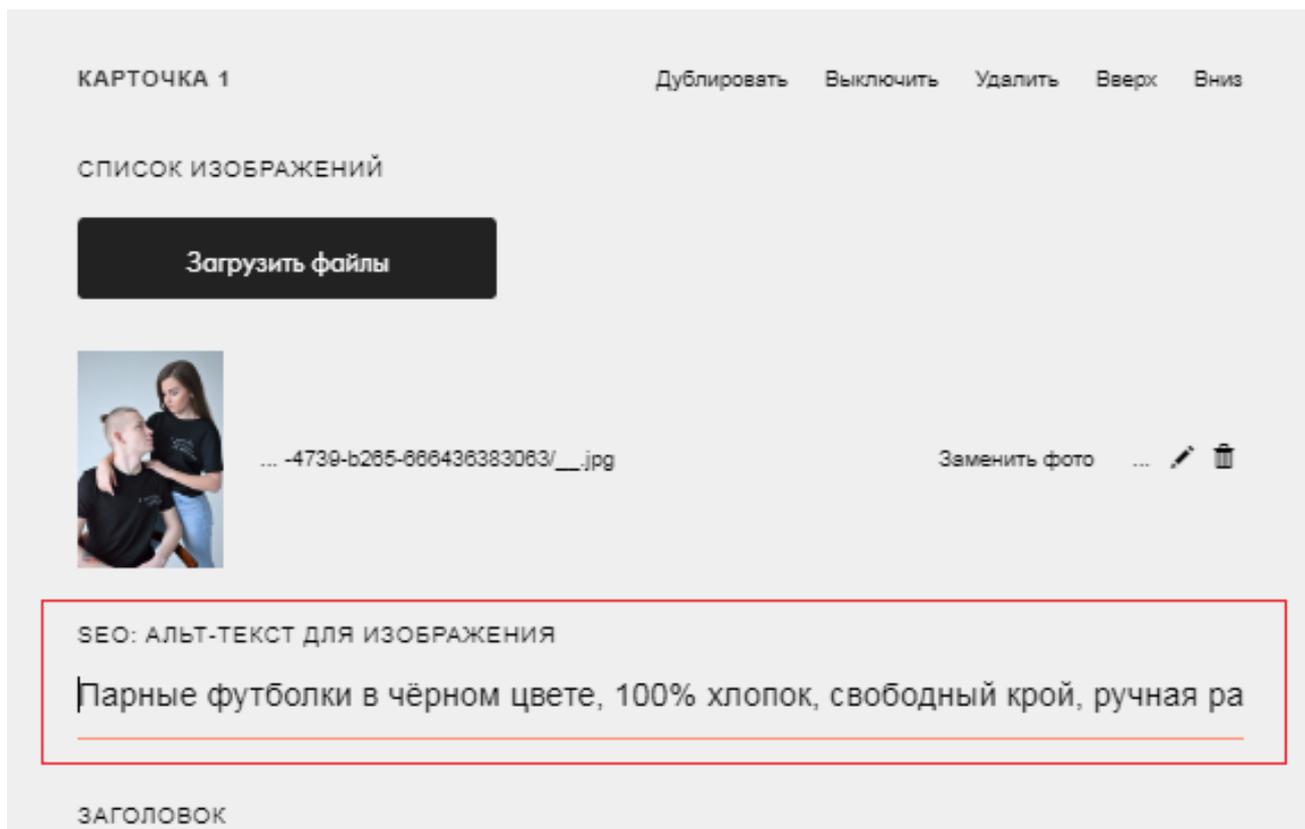


Рисунок 21 – Альтернативный текст для изображения

Кроме этого, поисковые системы воспринимают альтернативный текст как ключевые слова и учитывают их при индексации. Текст стоит писать таким образом, чтобы он был релевантен содержанию сайта в целом и отражал содержание картинки.

Фавикон — значок веб-сайта или страницы. Отображается в браузере перед названием страницы, а также в качестве картинки рядом с закладкой, во вкладках и в других элементах интерфейса. Чтобы поменять иконку (рисунок 22), которая отображается на вкладке браузера необходимо перейти в Настройки сайта → SEO → Favicon.

Здесь же можно загрузить иконку, которая будет отображаться в закладках в Safari, как значок в мобильном телефоне или иконка на десктопе (apple-touch-icon), и иконку и фон для плиток на Win10.



Рисунок 22 – Настройка фавикона

Страница 404 — это автоматическая страница, которая открывается, если запрашиваемый сайт невозможно найти. Обычно такая ошибка возникает, когда человек вводит некорректный адрес сайта или переходит по несуществующей ссылке (например, старая ссылка была удалена, а в поисковой индексации она осталась).

Чтобы создать страницу 404 ошибки, мы добавили новую страницу в сайте (рисунок 23), оформили её, опубликовали и затем в Настройках сайта > Еще > Страница 404, где выбрали нужную страницу из списка.

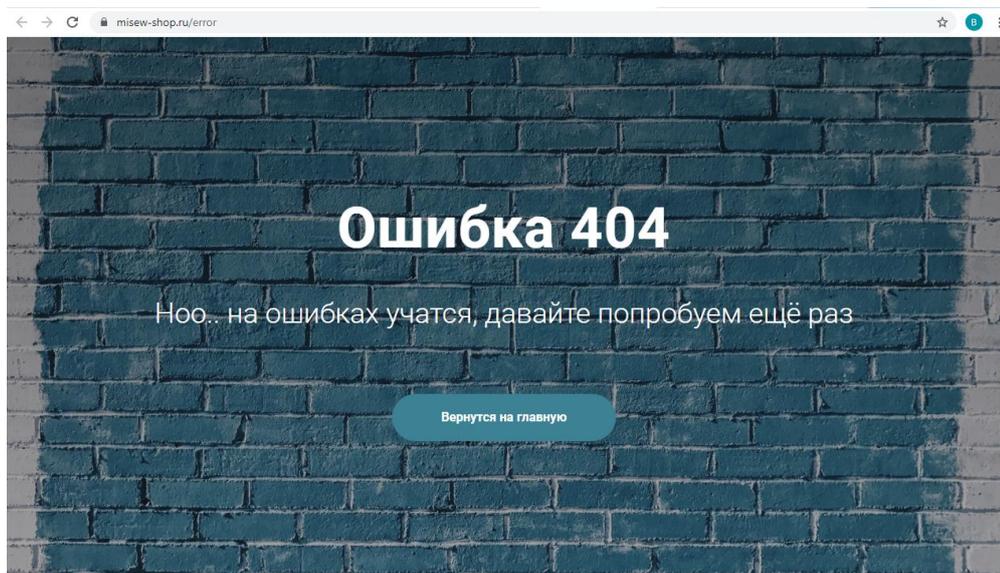
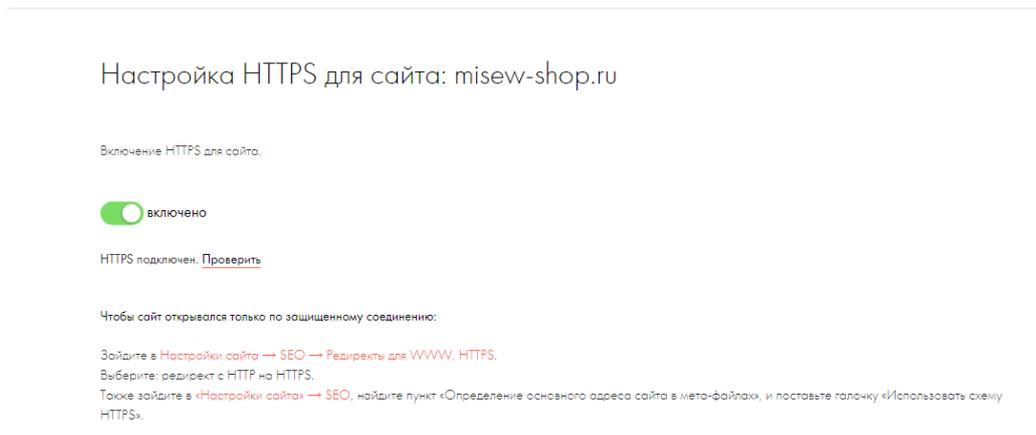


Рисунок 23 – Страница ошибки

Для того, чтобы разрядить обстановку и не отпугнуть покупателя страницей ошибки, мы сделали её на спокойном фоне с ноткой юмора и добавили кнопку на главную страницу, чтобы быстро вернуть клиента на сайт.

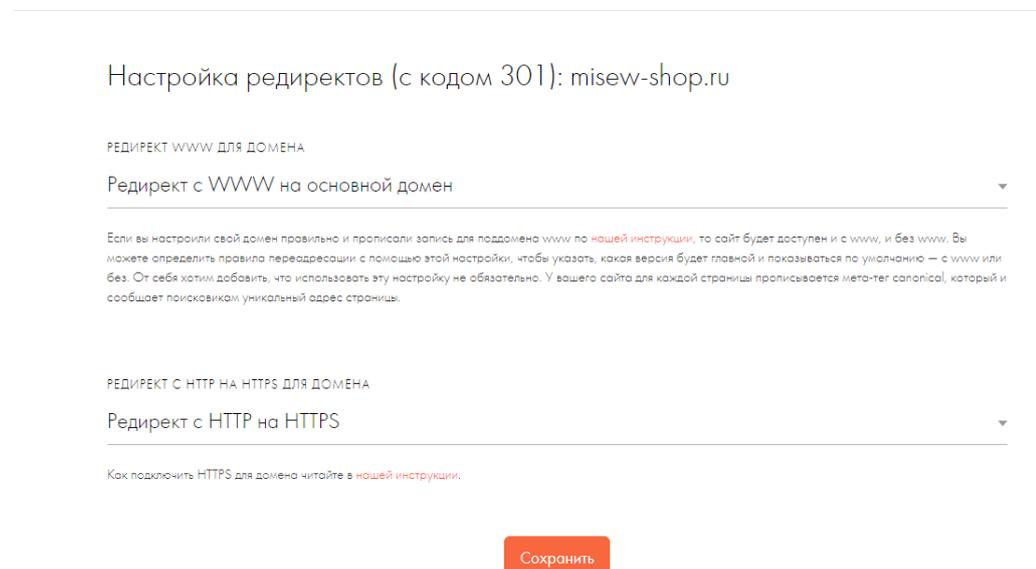
Что касается переадресации `https/http` и `www/без www`, то действия нужны аналогичные для двух вариантов. Для начала мы настроили HTTPS для сайта `misew-shop.ru` (рисунок 24).



## Рисунок 24 – Настройка HTTPS

По той причине, что наша страница открывается по адресам `https://misew-shop.ru` и `http://misew-shop.ru`, а так же по адресам `http://misew-shop.ru` и `http://www.misew-shop.ru` для поисковых систем это разные страницы с одинаковым содержанием, что снижает рейтинг страницы в выдаче.

Для того, чтобы это исправить необходимо перейти в Настройки сайта → SEO → Редиректы для `www` и `https` (рисунок 25).



## Рисунок 25 – Настройка редиректов

Запрет на индексацию отдельной страницы или сайта в целом можно проверить в настройках сайта. При необходимости, можно наоборот запретить поисковику индексировать страницу или сайт. Также для полной уверенности, что поисковые роботы не получат доступ к сайту, можно поставить пароль на сайт на этой же странице. К этим действиям мы не прибегали.

После публикации всех страниц, Tilda предоставила возможность протестировать сайт на соответствие основным рекомендациям от поисковых систем. Очень удобно, что при наличии каких-то ошибок, влияющих на индексацию сайта, конструктор даёт рекомендации по их устранению.

Как только страница была опубликована, она становится доступной для индексации роботами поисковых систем. Чтобы роботы быстрее «увидели» эту страницу и начали показывать её при поисковых запросах, сайт нужно добавить в Google и Яндекс вручную.

Для этого нужно зайти в Настройки сайта → SEO и выбрать Яндекс Вебмастер или Google Search Console (рисунок 26), где при нажатии «Зарегистрировать сайт» он будет зарегистрирован в поисковых сетях.

#### Яндекс Вебмастер: misew-shop.ru

Яндекс Вебмастер — сервис компании Яндекс, который анализирует представление сайта в поиске Яндекс, проверяет отображение сайта на мобильных устройствах, выполняет техническую диагностику сайта, выдает сообщения о нарушении правил поисковой системы и предоставляет наглядное отображение индексирования вашего сайта.

ЗАГРУЖЕНО СТРАНИЦ 0 из 4

ИСКЛЮЧЕНО -

ПРОИНДЕКСИРОВАНО -

ТИЦ -

ФАЙЛ SITEMAP.XML

Add sitemap

Add Store sitemap

ЗАМЕЧАНИЯ нет

Домен подтвержден

СОСТОЯНИЕ Данные еще не были загружены

#### Google Search Console: misew-shop.ru

Это бесплатный сервис компании Google, который помогает управлять тем, как представлен ваш сайт в поисковой выдаче Google. Сайт, сделанный на Тильде, будет проиндексирован Google в любом случае, но добавление в Google Search Console поможет понять как Google видит ваш сайт и оптимизировать выдачу при поисковых запросах.

ФАЙЛ SITEMAP.XML <https://misew-shop.ru/sitemap-feeds.xml>  
load page: 0, indexed: 0, errors: 1

<https://misew-shop.ru/sitemap-store.xml>  
load page: 3, indexed: 0

<https://misew-shop.ru/sitemap.xml>  
load page: 1, indexed: 0

Add Feeds sitemap

ЗАМЕЧАНИЯ нет

СОСТОЯНИЕ Домен подтвержден

Рисунок 26 - Яндекс Вебмастер и Google Search Console

Для продвижения сайта в Интернете, ориентироваться надо в первую очередь на людей — текст на сайте должен быть прежде всего уникальным и полезным для людей. Тем не менее, поисковики должны понять, что на сайте есть полезный контент. Для этого текст должен содержать ключевые слова — слова, которые пишут люди в поисковой строке, когда хотят найти информацию.

Этих действий достаточно, чтобы Google и Яндекс узнали о существовании сайта и начали показывать в поисковой выдаче. На какой строчке будет размещаться сайт и по каким запросам будет показываться, зависит от качества контента сайта, поведения посетителей сайта (как долго они остаются на сайте и совершают ли действия), объёма трафика, наличия ссылок на сайт на других сайтах и алгоритмов поисковых систем.

На сегодняшний день очень популярны социальные сети, поэтому для того, чтобы продвинуть наш интернет-магазин в Интернете, мы оставляем ссылку на сайт в аккаунте Instagram, в группе Вконтакте, в профиле Pinterest. А так же сообщаем об этом людям, подписанным на нас в этих социальных сетях, «заманивая» их дополнительной скидкой при заказе через сайт и рекомендации другу нашего интернет-магазина.

В социальной сети Вконтакте была настроена таргетинговая реклама (рисунок 27) с переходом на главную страницу сайта. Мы самостоятельно выбрали целевую аудиторию, указали города, поставили лимит по цене на объявление.

Личный кабинет

Кампании

Бюджет

Статистика

Ретаргетинг

Видео

Настройки

Помощь

Свернуть

Таргетинг > Кампании > Мои объявления > Футболки с вышивкой ручной работы

Футболки с вышивкой ручной работы

Приостановлено Запустить Остановить

Название кампании: Мои объявления

Дневной лимит: Не задан

Лимит объявления: 1 000

Цена за переход: 20

Дата запуска: 29 июня в 13:00

Дата остановки: Не задана

Расписание: Не установлено

Рекламные площадки: Вконтакте и сайты-партнёры

Тематики: Мужская и женская одежда (Одежда и обувь)

Дата создания: Сегодня в 12:02

Целевая аудитория: 218 000 человек

Города: Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Казань, Волгоград, Тамбов, Липецк, Тула, Новосибирск, Екатеринбург, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Уфа, Россия

Возраст: От 14 до 35 лет

Интересы и поведение: Женская и мужская одежда и обувь, Обувь, одежда и аксессуары

Голпы: SKILL SHIRTS. Даша HI MIR | Вышивка на

Предпросмотр

Футболки с вышивкой ручной работы  
misen-shop.ru  
Вещь с индивидуальной вышивкой - то, что нужно именно тебе.

Редактировать

Копировать

Рисунок 27 – Таргетинговая реклама Вконтакте

Так же был зарегистрирован профиль на Яндекс.Услугах (рисунок 28) с добавлением примеров работ, заполнением специальности, добавлением видео с готовыми работами.

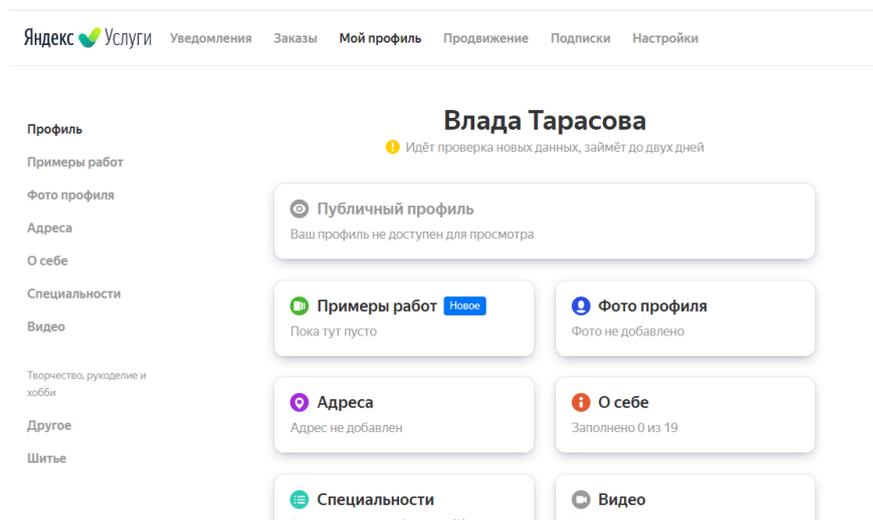


Рисунок 28 – Профиль на Яндекс.Услугах

Помимо онлайн продвижения не стоит забывать про офлайн. В нашем случае, мы сделали листовки, на которых указали промокод, с помощью которого люди могут получить дополнительную скидку при заказе на нашем сайте. Раздавали их на улице, прикладывая к ним нашу визитку и маленькую шоколадку для положительного подкрепления, чтобы наши листовки не полетели сразу в урну.

Проанализировав количество месячных заявок и прибыль от них, когда работа была только через Instagram, с тем, когда появился интернет магазин, получился результат, представленный на рисунке 29.

	Кол-во заявок	Средний чек	Доход
<b>Instagram</b>	47	1 900,00р.	89 300,00р.
<b>Интернет-магазин</b>	63	2 050,00р.	129 150,00р.
Увеличение кол-ва заявок на (%):	34,04255319		
Увеличение среднего чека на:	150,00р.		
Увеличение дохода на:	39 850,00р.		

Рисунок 29 – Расчёт экономической эффективности

По итогу, после осуществления действий продвижения, интернет-магазин для «miSew shop» показал экономическую эффективность в виде увеличения заказов на 34%, увеличения среднего чека на 150 рублей и увеличения выручки на 39 850 рблей за 30 дней после его запуска.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день сайт представляет собой необходимый атрибут любой компании. Интернет не имеет границ ни в пространстве, ни во времени. Сайт работает 24 часа в сутки, предоставляя необходимую информацию одновременно множеству заинтересованных в ней людей, независимо от того, где они находятся. При грамотном подходе к созданию сайт может принести огромную пользу, позволяя увеличить объем продаж товаров или услуг, установить новые связи на рынке, а также позволит оказывать информационную и сервисную поддержку клиентов и партнеров.

Успешный сайт – это выгодная инвестиция в любой бизнес. Но для повышения эффективности мало просто создать сайт. Необходимо сразу задуматься и о его качественном продвижении. Продвижение, раскрутка, внутренняя и внешняя оптимизация сайтов достаточно эффективны и обходятся дешевле всех других видов рекламы.

Чем лучше сайт выглядит и чем больше интереса он представляет для пользователя, тем лучше это для имиджа компании, на которую данный сайт работает. Быстро загружающиеся страницы, легкость и удобство использования, попадание на первые страницы поисковиков – всё это необходимо для качественного и успешного веб-сайта.

При написании бакалаврской работы были поставлены и решены следующие задачи:

- рассмотрены основные подходы к разработке интернет-магазинов;
- проведён сравнительный анализ инструментальных средств для разработки интернет-магазинов;
- рассмотрена организация и её конкуренты и спланирован проект по созданию и продвижению интернет-магазина;
- разработан интернет-магазин для «miSew shop»;
- настроена SEO-оптимизация интернет-магазина и осуществлено его продвижение в сети Интернет;

– оценена экономическая эффективность от внедрения интернет-магазина.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что бакалаврская работа показала свою: конкурентоспособность, инновационность и экономическую эффективность. На основе представленного теоретического материала был разработан интернет-магазин для «miSew shop», позволяющий привлечь новых потребителей, и тем самым повысить объём продаж и конкурентоспособность компании.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Юзабилити интернет-магазина [Электронный ресурс]. - <https://www.insales.com.ua/blogs/blog/yuzabiliti-internet-magazina> (Дата обращения: 06.05.2020).
2. Юзабилити интернет-магазина: рекомендации [Электронный ресурс]. - <https://pro-promotion.ru/articles/yuzabiliti/yuzabiliti-internet-magazina-rekomendatsii> (Дата обращения: 20.04.2020).
3. Лапыгин Ю.Н. Оценка эффективности проектного управления // Экономический анализ: теория и практика., 2011, - С. 46-53.
4. Каратыгин С., Тихонов А., Долголаптев В. Базы данных: простейшие средства обработки информации, электронные таблицы, системы управления базами данных: В 2 т. - М.: АВР, 2013, - С. 123-125.
5. Мазур И.И. Управление инвестиционно-строительными проектами: международный подход. - М.: Омега-Л, 2011, - С. 98-106.
6. Для тех, кто делает сайты: [Электронный ресурс] - [htmlbook.ru](http://htmlbook.ru) (Дата обращения: 15.03.2020).
7. Безруков Н.Н. Компьютерные вирусы. - М.: Наука, 2016, - С. 142-146.
8. Матвеева Л.Г. Управление проектами: учебник. - Ростов н/Д.: Феникс, 2009, - С. 196-206.
9. Трубилин А.В. Автоматизированные информационные технологии в экономике. Москва, "Финансы и статистика", 2018, - С. 203-208.
10. Голик В.С. Оценка эффективности функционирования Интернет проекта./ Маркетинг в России и за рубежом, № 3(54), 2016, - С. 256-258.
11. Титоренко Г.А. Информационные технологии управления. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016, - С. 469-473.
12. Архитектурная мастерская. Создание сайта: [Электронный ресурс]. - <http://wonderfulstyle.ucoz.com> (Дата обращения: 18.05.2020).
13. Торрес Р. Дж. Практическое руководство по проектированию и разработке пользовательского интерфейса. - СПб.: Вильямс, 2017, - С. 361-363.

14. Seo - биржи ссылок и статей, оптимизация сайтов, программирование [Электронный ресурс]. - <http://www.seoliga.ru/> (Дата обращения: 15.04.2020).
15. Мещеряков Е.В., Хомоненко А.Д. Публикация баз данных в Интернете. - СПб.: БХВ-Петербург, 2010. – С. 560-567.
16. Яковлев А.В. Способы продвижения в сети Интернет./ Маркетинг в России и за рубежом, № 3(54), 2016, - С. 93-96.
17. Куперштейн В. Microsoft Project 2010 в управлении проектами. - СПб: БХВ-Петербург, 2011, - С. 33-39.