

Список вариантов

<u>Тема (предметная область для разработки)</u>	<u>B2B</u>	<u>B2C</u>
<u>Сайт сети игровых магазинов.</u>	-	<u>Вариант 33</u>
<u>Аукцион китайской компьютерной техники.</u>	-	<u>Вариант 34</u>
<u>Сайт продажи сельскохозяйственных продуктов.</u>	-	<u>Вариант 35</u>
<u>Сайт дизайнерского агентства.</u>	-	<u>Вариант 36</u>
<u>Сайт юридической компании.</u>	-	<u>Вариант 37</u>
<u>Интернет магазин автозапчастей.</u>	-	<u>Вариант 38</u>
<u>Сайт студии web-дизайна.</u>	-	<u>Вариант 39</u>
<u>Сайт топливной компании.</u>	-	<u>Вариант 40</u>
<u>Сайт компании по предоставлению it-услуг.</u>	-	<u>Вариант 41</u>
<u>Сайт брокерской фирмы.</u>	-	<u>Вариант 42</u>
<u>Интернет магазин очков виртуальной реальности</u>	-	<u>Вариант 43</u>
<u>Сайт рекламных конструкций.</u>	<u>Вариант 1</u>	<u>Вариант 44</u>
<u>Сайт компании, специализирующейся на создании микросхем и процессоров.</u>	<u>Вариант 2</u>	<u>Вариант 45</u>
<u>Интернет магазин радиотехники</u>	<u>Вариант 3</u>	<u>Вариант 46</u>
<u>Эксклюзивный шоколад</u>	<u>Вариант 4</u>	<u>Вариант 47</u>
<u>Мыло ручной работы</u>	<u>Вариант 5</u>	<u>Вариант 48</u>
<u>Школа танцев</u>	<u>Вариант 6</u>	<u>Вариант 49</u>
<u>Фото-видео студия</u>	<u>Вариант 7</u>	<u>Вариант 50</u>
<u>Клиника генетических исследований</u>	<u>Вариант 8</u>	<u>Вариант 51</u>
<u>Спа салон</u>	<u>Вариант 9</u>	<u>Вариант 52</u>
<u>Тур фирма</u>	<u>Вариант 10</u>	<u>Вариант 53</u>
<u>Инфобизнес</u>	<u>Вариант 11</u>	<u>Вариант 54</u>
<u>Курсы для школьников</u>	<u>Вариант 12</u>	<u>Вариант 55</u>
<u>Пошив одежды</u>	<u>Вариант 13</u>	<u>Вариант 56</u>
<u>Коллекторское агенство</u>	<u>Вариант 14</u>	<u>Вариант 57</u>
<u>Курсы по 1С</u>	<u>Вариант 15</u>	<u>Вариант 58</u>
<u>Студия по созданию сайтов</u>	<u>Вариант 16</u>	<u>Вариант 59</u>

<u>Компания для многоцелевого продвижения бизнеса</u>	<u>Вариант 17</u>	<u>Вариант 60</u>
<u>Аудит ИТ</u>	<u>Вариант 18</u>	<u>Вариант 61</u>
<u>Автоматизация бизнес-процессов в компании</u>	<u>Вариант 19</u>	<u>Вариант 62</u>
<u>Аудит ИБ и внедрение решений по информационной безопасности</u>	<u>Вариант 20</u>	<u>Вариант 63</u>
<u>Проектирование ИТ-инфраструктуры компании</u>	<u>Вариант 21</u>	<u>Вариант 64</u>
<u>Внедрение решений на базе 1С в компании</u>	<u>Вариант 22</u>	<u>Вариант 65</u>
<u>Внедрение CRM системы</u>	<u>Вариант 23</u>	<u>Вариант 66</u>
<u>Курсы повышения квалификации сотрудников</u>	<u>Вариант 24</u>	<u>Вариант 67</u>
<u>Курсы MBA</u>	<u>Вариант 25</u>	<u>Вариант 68</u>
<u>Страховая компания</u>	<u>Вариант 26</u>	<u>Вариант 69</u>
<u>Продажа 3д-принтеров</u>	<u>Вариант 27</u>	<u>Вариант 70</u>
<u>«Умный дом»</u>	<u>Вариант 28</u>	<u>Вариант 71</u>
<u>Стилист. Подбор имиджа.</u>	<u>Вариант 29</u>	<u>Вариант 72</u>
<u>Оформление креативных пространств</u>	<u>Вариант 30</u>	<u>Вариант 73</u>
<u>Доставка еды на дом</u>	<u>Вариант 31</u>	<u>Вариант 74</u>
<u>Вывоз и переработка мусора</u>	<u>Вариант 32</u>	<u>Вариант 75</u>

Порядок выполнения курсовой работы

В дополнение к пояснительной записке необходимо записать краткое видео по работе вашего сайта в котором отразить:

1. Внешний вид сайта и все его страницы с вашими комментариями
2. Админ. панель сайта с описанием ее основного функционала и установленных плагинов
3. Показать работу с сайтом для владельца сайта (добавление: страниц, товаров, новостей и тд)
4. Показать группы созданные в социальных сетях
5. Показать в сервисе письма отправленные пользователям
6. Показать настройки контекстной рекламы

Видео добавить в плейлист по ссылке:

https://www.youtube.com/playlist?list=PL70UAICosQFcmxEbBVv67ZiMh8xWNI0am&jct=oxkCLSWQNBjX9Sm68L-uL6INZgg7_Q

В качестве названия видео указать: ФИО + номер группы + вариант + название предприятия

Например: Пупкин Евгений Вольнович гр. 777 вариант 66 ООО «Йулабен»

Обучающее видео для записи видео:

<https://youtu.be/P7woZC1qzR4>

<https://youtu.be/ZoicMkI95mE>

Содержание пояснительной записки:

1. Проведите анализ и охарактеризуйте фирму

- 1.1. Опишите основные виды деятельности
- 1.2. Опишите организационную структуру фирмы. (Форма представления - на выбор студента)

2. Сформулируйте основные цели создания интернет-магазина. (Минимум 10)

- 2.1. Обозначьте отличия B2B и B2C для вашей предметной области
- 2.2. Сформулируйте основные требования к сайту. (Минимум 20)
- 2.3. Приведите экономическое обоснование создания интернет магазина.

3. Опишите ключевые бизнес-процессы магазина с помощью одной нотации (DFD, IDEF0, IDEF3, BPMN, UML, ARIS). (схема)

- 3.1. Обоснуйте выбор описываемых бизнес-процессов и соответствующей нотации.
- 3.2. Опишите второстепенные бизнес-процессы в оставшихся нотациях. (Минимум 10 моделей) (Схема)

4. Опишите основных потребителей

- 4.1. Создайте аватар клиента по пунктам, указанным по [ссылке](#).

5. Опишите основных конкурентов

- 5.1. Проведите анализ сайта вашего конкурента. Следует найти реальный сайт из вашей области и описать его так, как указано по ссылке.
(<http://www.workformation.ru/kak-provodit-analiz-konkurentov.html>)

6. Создайте свое собственное название и логотип.

- 6.1. Опишите факторы, которыми вы руководствовались при нейминге
- 6.2. Создайте статистику цветов и форм логотипов ваших конкурентов. Опишите как цвет и форма влияют на клиентов
- 6.3. Создайте свой собственный логотип, опираясь на проделанный вами анализ конкурентных логотипов, используя при этом специализирующийся на этом сервис.
 - 6.3.1. Опишите факторы, которыми вы руководствовались при создании логотипа.
 - 6.3.1.1. *Укажите, где планируется размещать ваш логотип, на каких объектах города, информационных стендах, обоснуйте эти решения. Опишите масштабы логотипа в приведенных вами условиях.*

7. Проведите анализ подходов создания интернет магазина

- 7.1. Опишите основные требования для программного обеспечения
- 7.2. Проведите анализ существующих платформ для создания интернет магазина. (Сравнительная таблица, пункты сравнения выбрать самому, минимум 15 критериев)
 - 7.2.1. Анализ бесплатных платформ
 - 7.2.1.1. *Опишите плагины на основе которых работают инструменты интернет-магазина на основе данной платформы (плагины могут подключаться функционально и быть платными), так же опишите вариант приобретения платного решения на базе бесплатной платформы как аналог платных решений, примите в учет ресурсы на реализацию как один из основных факторов*
 - 7.2.2. Анализ платных платформ
 - 7.2.2.1. *Опишите плагины на основе которых работает данная платформа. (Плагины могут подключаться функционально и быть платными)*
- 7.3. Проведя анализ существующих платформ в таблице, обоснуйте свой выбор
 - 7.3.1. На основе выбранного вами программного обеспечения создайте интернет магазин, представьте ссылки (скриншоты) и подробный рассказ проделанных действий.
 - 7.3.2. Если сайт размещается на хостинге, то описать процесс выбора хостинга по пунктам, перейдя по [ссылке](#).
 - 7.3.2.1. *Привести альтернативные варианты выбранного вами хостера (минимум 3)*
 - 7.3.2.2. *Провести сравнение. (Таблица, критерии сравнения придумать самому)*

8. Создайте список основных требований к юзабилити сайта.

- 8.1. Составьте дерево интернет магазина. (Схема)

9. Выберите способы продвижения своего магазина. Обоснуйте данный выбор.

- 9.1. Сформулируйте основные требования, которых вы хотите достичь в результате продвижения. (Представьте в виде таблицы (Два столбца – Требования и ваши возможности))
 - 9.1.1. Составьте программу действий по реализации этих требований. (Timeline)
 - 9.1.1.1. *Рассмотрите план действий и инструменты, которые будут использоваться в зависимости от ситуации, на основе трех вариантов бюджета: очень высокий, средний, низкий (размер бюджетов определяется самостоятельно на основе заданной предметной области)*
 - 9.1.1.2. **Контекстная реклама**
 - 9.1.1.2.1. *Проведите анализ ключевых слов (yandex word stat, google trends)*
 - 9.1.1.2.2. *Создайте 10 проработанных объявлений контекстной рекламы минимум в трех различных сервисах на различные товары и страницы сайта, и подтвердите проделанную работу скриншотами и ссылками.*
 - 9.1.1.3. **e-mail рассылка**
 - 9.1.1.3.1. *Выберете сервис и обоснуйте свой выбор (unisender, Smartresponder, Mailchimp, Getresponse и т.д.) напишите недостатки и преимущества данного сервиса. (<http://texterra.ru/blog/vybiraem-luchshiy-email-servis-obzor-i-sravnenie-17-samykh-populyarnykh-kompaniy-na-rynke.html>)*
 - 9.1.1.3.2. *Создайте велком-цепочку писем для привлечения подписчиков и тем самым повысить интерес подписчика к нашему бизнесу.*
 - 9.1.1.3.3. *Создайте письма для рассылок :*
 - А) контентные
 - Б) транзакционные
 - В) продающие
 - Г) триггерные
 - 9.1.1.3.4. *Предоставьте скриншот результатов рассылки (статистика; АВ тестирование, доставляемость письма, кликабельность т.е. переходы на сайт, конверсию)*
<https://support.unisender.com/index.php?/Knowledgebase/Article/View/318/50/ur-ok-4-kak-provesti-ab-split-testirovanie>
 - 9.1.1.3.5. *Основываясь на статистике приведите примеры того, как улучшить данные показатели.*
 - 9.1.1.4. **СРА**
 - 9.1.1.4.1. *Опишите основные виды действий, которые будут оплачиваться. Обоснуйте свой выбор*
 - 9.1.1.4.2. *Анализируйте СРА сети и сравните минимум 5, выбрав лучшую сеть*
 - 9.1.1.4.3. *Опишите способы оплаты, выберете подходящий для вас способ, обоснуйте свой выбор*
 - 9.1.1.4.4. *Опишите источники трафика, сравните, выберете лучший и обоснуйте выбор*
 - 9.1.1.4.5. *Сравните СРА модель и любой другой способ рекламы. Приведите плюсы и минусы каждого способа.*

- 9.1.1.4.6. Найдите минимум 3 сервиса и 5 фрилансеров, которые занимаются рекламой, используя CPA модель. (Скриншоты+ссылки)
- 9.1.1.4.7. Сравните услуги сервисов и фрилансеров, используйте для этого таблицу (критерии придумать самому – минимум 10) , и сделайте обоснованный выбор в чью-то пользу (возможно использование услуг и сервиса, и фрилансера, но это нужно обосновать с экономической точки зрения)
- 9.1.1.5. **SMM**
- 9.1.1.5.1. Опишите стратегии реализации SMM, сравните их и выберите наиболее подходящую для вас, обосновав свое решение
- 9.1.1.5.2. Сравните минимум 10 платформ для реализации SMM, выберите 5 наиболее подходящих из них, обосновав свое решение
- 9.1.1.5.3. Кратко опишите процесс SMO, интегрируйте стратегии SMM и SMO на своем сайте
- 9.1.1.5.4. Создайте аккаунт в соц.сетях для продвижения интернет магазина с помощью SMM.
- 9.1.1.5.5. Проведите SMM кампанию. (Предоставьте скриншоты и ссылки на проделанную работу)
- 9.1.1.5.6. Сравните услуги 3 агентств, 2 сервисов и 5 фрилансеров в области SMM. (Таблица, критерии придумать самостоятельно – минимум 15)
- 9.1.1.6. **Другие способы продвижения**
- 9.1.2. Опишите возможности, которые появятся у вас после реализации программы. Создайте timeline для наглядности процесса.
- 9.1.3. Проведите анализ экономической эффективности продвижения. Следует брать обоснованные цифры, процентные соотношения, исходя из вашего опыта. (<http://www.grandars.ru/student/marketing/effektivnost-reklamy.html>)

10. Опишите процесс ценообразования товаров, которые вы представите на своем сайте.

- 10.1. Сформулируйте основные задачи ценообразования.
- 10.2. Обоснуйте выбранную вами стратегию установления цен.

11. Опишите способы оплаты и доставки.

- 11.1. Сделайте обоснованный выбор между приведенными вами выше способами. (Сравнительная таблица, пункты сравнения выбрать самому, + описание)
- 11.2. Представьте страницу вашего интернет-магазина, на которой будут реализованы эти способы. (Скриншот)

12. Проведите SWOT-анализ своего интернет магазина, визуализируйте полученные данные. (Таблица для swot-анализа – можно найти в интернете)

- 12.1. Опишите ваши дальнейшие действия, опираясь на полученную информацию.
- 12.2. Приведите статистику ваших клиентов на конкретный момент, после всей проделанной вами работы.
 - 12.2.1. Опишите какими способами вы будете удерживать ваших клиентов.
 - 12.2.2. Создайте собственную дисконтную и бонусную системы.

12.2.2.1. *Обоснуйте ваши решения и составьте прогноз «удержанные\потерянные клиенты» до и после создания систем.*

13. Составьте воронку продаж с точным описание количества клиентов, которое отсеивается на определенном этапе (<http://salers.ru/pravila-sostavleniya-voronki-prodazh/>)(<http://habrahabr.ru/post/259273/>)

13.1. Должно быть представлено описание + скриншоты, т.е проходит некоторое время после продвижения вашего сайта и только после этого вы должны провести данный анализ. Минимум 30 заказов – могут быть имитированы вами, либо от реальных клиентов



14. Разработайте инструкцию для владельца интернет-магазина со скриншотами готовых страниц вашего сайта В нее должны быть обязательно включены следующие пункты:

- 1.1. Подготовка контента
- 1.2. Добавление товара
- 1.3. Изменение цены на товар
- 1.4. Проведение акций, минимум 7 вариантов (<http://www.e-pepper.ru/articles/marketing/7-razlichnyx-variantov-akcij-dlya-internet-magaizna.html>)
- 1.5. Описание способов доставки и оплаты
- 1.6. Главная страница магазина, рассмотренная с точки зрения юзабилити
- 1.7. Составление формы заявки для покупки товара
- 1.8. Размещение рекламы на страницах интернет магазина. Где, как, почему и зачем
- 1.9. Увеличение спроса на товар, используя искусственно созданный дефицит. С какими товарами лучше всего действует данный способ и почему
- 1.10. Как лучше использовать «иллюзию новизны». На каких товарах и почему

- 1.11. Объединение товаров в группы
- 1.12. Интеграция с соц.сетями
- 1.13. Подготовка сайта к праздничным дням
- 1.14. Мобильная версия сайта