

РЕФЕРАТ

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, СУЩНОСТЬ, СВЯЗЬ, ДИАГРАММА ВАРИАНТОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, ИНТЕРФЕЙС

Объектом исследования является сайт магазина «Электрошок» по продаже refurbished техники.

Актуальность темы проекта обусловлена тем, что применение электронного магазина в торговых операциях является новым шагом по сравнению с традиционными способами заключения и осуществления сделок. Внедрение и активное использование электронного магазина должно способствовать повышению эффективности торговых операций благодаря снижению стоимости транзакций, расширению потенциала рынка. К тому же, процесс приобретения товаров через Интернет обеспечивает более оперативное взаимодействия поставщика и заказчика.

Цель работы – разработка Интернет-магазина «Электрошок» по продаже refurbished техники.

Исходя из поставленной цели, были определены задачи:

- 1) изучение существующей организации Интернет-магазинов и выявление ее недостатков;
- 2) обоснование необходимости создания Интернет-магазина;
- 3) проведение анализа и выбор Интернет-технологий для разработки Интернет-магазина;
- 4) разработка динамических web-страниц Интернет-магазина, управляемых базой данных.

К экономическим задачам, которые может решить разработанный Интернет-магазин, можно отнести:

- 1) уменьшение затрат на рекламу;
- 2) оптимизация транспортных потоков и уменьшение затрат на доставку;
- 3) оперативный анализ рынка;
- 4) повышение качества, оперативности и достоверности маркетинговых исследований рынка, в том числе, в части поиска новых «товарных ниш».

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние разрабатываемого объекта, все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дипломный проект: с., 37 рис., табл., 21 источник, 1 прил.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Холмогоров, В.В. Интернет-маркетинг. Краткий курс / В. В. Холмогоров. - СПб: Питер, 2010. - 412 с.
- 2 Уилсон, Р. Планирование стратегии Интернет-маркетинга / Р. Уилсон. - М.: ИД Гребенникова, 2009. - 264 с.
- 3 Комплексный подход.: пер. с англ. : уч. Пос / В. Шарма, Р. Шарма. - М., 2001.
- 4 Электронная торговля: оптом и по правилам // Экономическая газета. - 2010. - № 57 (1378).
- 5 Хэнсон, У. Internet-маркетинг / У. Хэнсон. - СПб.: Питер, 2009. - 374 с.
- 6 Семенов, Ю.А. Протоколы Internet для электронной торговли / Ю. А. Семенов. - М.: Горячая линия-Телеком, 2009. - 648 с.
- 7 Хаф, Л. Проектирование информационных систем / Л. Хаф. - М.: Бином, 2006 - 728 с.
- 8 Ганеев, Р.М. веб-интерфейс баз данных ODBC / Р. М. Ганеев. - М.: Горячая Линия - Телеком, 2006. - 208 с.
- 9 Колисниченко, Д.Н. Самоучитель JSP 5. 3-е издание / Д. Н. Колисниченко. - М.: Наука и техника, 2006. . - 560 с.
- 10 Уэйнрайт, П. Apache для профессионалов / П. Уэйнрайт. - СПб.: Лори, 2006. - 543 с.
- 11 Дейт, К. Введение в системы управления базами данных / К. Дейт. - М.: Бином-Пресс, 2003. - 475 с.
- 12 Паутов, А.В. MySQL: руководство для начинающих / А. В. Паутов. - М.: ИТ Пресс, 2006. - 345 с.
- 13 Шелдон, Р. MYSQL 5: Базовый курс / Р. Шелдон, Д. Мойе. - М.: Диалектика, 2007 - 880 с.
- 14 Дубейковский, В. И. Эффективное моделирование с AllFusion Process Modeler 4.1.4 и AllFusion PM / В. И. Дубейковский. - М.: Нолидж, 2007. - 284 с.
- 15 Маклаков, С. В. BPwin и ERwin. CASE - средства разработки / С. В. Маклаков. - М.: «Диалог МИФИ», 2002. - 224 с.
- 16 Буч, Г. Язык UML. Руководство пользователя / Г. Буч, Дж. Рамбо, А. Джекобсон. - СПб.: Питер, 2007. - 432 с.
- 17 Мартин, Дж. Организация баз данных в вычислительных системах / Дж. Мартин. - М.: Мир, 2005. - 450 с.
- 18 Иванникова, В.Е. Особенности труда маркетолога / В. Е. Иванникова // Охрана труда и социальное страхование. - 2007. - № 7 (176). - с. 25-28
- 19 Кобевник, В.Ф. Охрана труда / В. Ф. Кобевник. - М.: Высшая школа, 2000.
- 20 Мотузко, Ф.Я. Охрана труда / Ф. Я. Мотузко. - М.: Высшая школа, 2005.