

Д/р
14030

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
(повне найменування вищого навчального закладу)

Навчально-науковий інститут інформаційних та соціальних технологій
(повне найменування інституту/факультету)

Кафедра системного програмного забезпечення та технологій дистанційного
навчання
(повна назва кафедри)

Дипломна робота

бакалавра (СД)

на тему: «Разработка сайта интернет-магазина торговой сети авторской мебели и реставрационных услуг»

«Розробка сайту інтернет-магазину торгівельної мережі авторської меблі та реставраційних послуг»
« Development of site online store commercial network author's furniture restorations services»

Текст: рус.

Виконав студент денної форми навчання
Напрямок підготовки 6.050102 «Комп'ютерна інженерія»
Луканєв Станіслав Дмитрович

Керівник канд. фіз.-мат. наук Ходиревська І.Ю.

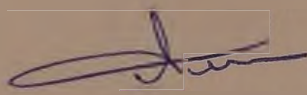
Рецензент канд. фіз.-мат. наук Гоцульский В.Я.

Рекомендовано до захисту:
Протокол засідання кафедри
№ 10 від 31.05 2017 р.

Захищено на засіданні ЕК № 4
протокол № 38 від 27.06 2017 р.

Оцінка добре / С / 83
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Завідувач кафедри


(підпис)

Альошин О.М.

Голова ЕК

(підпис)

Шварц О.П.

Одеса – 2017

790148

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА 1. Теория.....	6
1.1 Интернет-торговля.....	6
1.1.1 Преимущества и недостатки Интернет-торговли.....	6
1.2 Понятие “Интернет-магазин”.....	10
1.2.1 Общая схема Интернет-магазина.....	10
1.2.2 Возможности и функции Интернет-магазина.....	12
1.2.3 Фазы разработки Интернет-магазина.....	12
1.3 Веб-дизайн.....	16
1.3.1 Факторы качества веб-дизайна.....	16
1.3.2 Технические аспекты создания веб-страницы.....	19
1.3.3 Таблицы стилей и языки разметки.....	19
1.3.4 Структура документов HTML и CSS.....	22
1.3.5 Языки программирования.....	25
1.3.6 Веб-сервер.....	30
1.3.7 Базы данных и СУБД для веб-приложений.....	32
1.3.8 CMS OpenCart.....	34
1.4 Разработка дизайна.....	36
1.4.1 Разработка интерфейса.....	36
1.4.2 Общие правила дизайна страниц.....	41
1.4.3 Классификация веб-дизайна.....	43
1.4.4 Макет страницы.....	45
1.4.5 Правило оформления текста.....	47

1.4.6 Подбор шрифта.....	48
1.4.7 Подбор цвета.....	50
1.4.8 Работа с графикой.....	52
1.4.9 Форматы графических файлов.....	53
ГЛАВА 2. Проектно-конструкторская часть.....	55
2.1 Технические характеристики.....	55
2.2 Организация страницы и оформления.....	56
2.2.1 Понятие "юзабилити".....	56
2.2.2 Композиция страницы.....	58
2.2.3 ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ГЛАВНОЙ СТРАНИЦЫ.....	59
2.2.4 ПОД ЗАПРЕТОМ.....	61
2.2.5 ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Понятие “Интернет-коммерция”

С развитием Интернета во всём мире наблюдается рост активности в области Интернет торговли. На сегодняшний день через Интернет можно приобрести практически любые товары и услуги.

Интернет-коммерция – это вид деятельности в сети интернет, основанный на получении прибыли при осуществлении купли-продажи продукции или услуг, в процессе которого определенным циклом финансовой или коммерческой транзакции осуществляется при помощи интернет технологий.

Среди отличительных особенностей онлайн коммерции перед традиционной торговлей можно отметить:

- отсутствие географических, временных и языковых барьеров, что позволяет продвигать товары и услуги на новые рынки сбыта;
- более низкий уровень издержек производства и обращения, что достигается путем внедрения новых технологий во все сферы деятельности компаний: начиная от закупок сырья и материалов и заканчивая дистрибуцией готовой продукции и пост-продажным обслуживанием;
- более высокий уровень конкуренции: расстояние между магазинами всего несколько секунд - именно это время необходимо для загрузки соответствующего сайта;
- потенциальная емкость электронного магазина значительно превышает емкость традиционных магазинов по причине отсутствия физических ограничений на складские и торговые помещения.

Интернет-коммерция включает в себя интернет-магазины, биржи и посреднические интернет-аукционы, операции взаимодействия между

предприятиями, организацию различных каталогов и средств общения пользователей в Интернете, проведение рекламных кампаний определенных товаров или ресурсов, и т.д. Число товаров и услуг постоянно пополняется, предлагая пользователям всё большее число возможностей.

Коммерческие приложения, в первую очередь, должны приносить прибыль. В основном, доход от интернет-проектов достигается несколькими путями, среди которых можно выделить:

- предоставление рекламных мест;
- прямые продажи товаров, услуг и информации;
- техническая поддержка;
- предоставление инструментов для ведения бизнеса.

Рекламные места предоставляются практически на всех существующих интернет-сайтах. Прибыль от рекламы достигается, в первую очередь, за счет службы обмена баннерами.

Прямые продажи товаров и услуг используются для получения прибыли интернет-магазинами, банковскими и платежными организациями.

Техническая поддержка через Интернет позволяет значительно экономить средства, предлагая пользователям более быструю и дешевую, по сравнению с аналогами, систему поддержки дилеров и конечных пользователей.

Интернет-приложения условно можно разделить на два вида: использующие и не использующие интерфейс с пользователем.

В большинстве интернет-приложений основу взаимодействующего с пользователем интерфейса, составляет каталог, основанный на базе данных и/или статическом наборе страниц, в котором реализованы специфичные для приложения функции. Например, для интернет-магазинов расширением интернет-каталога является возможность выбирать и заказывать товары в

сети; для сайтов, распространяющих программное обеспечение, - возможность скачивать выставленные приложения на компьютер.

Интернет-приложения, не взаимодействующие с пользователем, (баннерообменные сети, службы учета посетителей и т.д.), в большинстве случаев, являются "вспомогательной" частью других интернет-приложений.

Ни для кого не секрет, что для того, чтобы получить возможность пользоваться всеми преимуществами сети Интернет, главные из которых - интерактивность и доступность, фирма должна включить свое виртуальное представительство в общие бизнес-процессы. Это означает, что интернет-клиенты должны иметь возможность получать такой же спектр услуг, как если бы они действительно посетили офис или торговый зал.

Для фирмы, которая занимается розничной или оптовой торговлей, лучшим решением является создание своего интернет-магазина, а также разработка методов привлечения потенциальных покупателей.

Вывод

Развитие аппаратных и программных технологий привело к большой популярности сети Интернет и позволило ей занять лидирующее положение среди основных инструментов ведения бизнеса, в частности, электронной торговли. Присутствие торговой компании в Интернете необходимо не только с целью получения и наращивания желаемой прибыли, но и для успешной конкурентной борьбы в современных условиях.

Интернет-магазин - наиболее популярный вид онлайн-торговли. В процессе создания данного веб-ресурса важно грамотно выстроить стратегию ведения бизнеса. В ряд важнейших вопросов, которые предстоит решить торговой компании, входят разработка организационной структуры и ассортиментной политики, выбор способа построения и дальнейшего сопровождения информационной системы интернет-магазина, организация службы доставки, маркетинговая деятельность и, что немаловажно, разработка качественного веб-дизайна предоставляемого ресурса.

В ходе дипломной работы был рассмотрен круг ключевых проблем, связанный с электронной коммерцией и эффективными методами их решения, исследованы особенности взаимодействия пользователя с веб-ресурсами, а также проанализированы функциональные и прагматические возможности веб-дизайна.

Большое внимание было уделено особенностям восприятия различных визуальных и технических средств и их применению в процессе разработки электронного ресурса; составлен перечень рекомендаций по оптимизации дизайна сайта с учетом всех выявленных закономерностей.

С учетом использования всех рекомендаций был разработан интернет-магазин, занимающейся реализацией мебели и товаров для дома. Данный электронный ресурс удачно сочетает в себе удобный интерфейс,

функциональность и простоту использования: доступные и понятные диалоговые окна, структурированный каталог, разбитые по категориям товары, имеющие краткое и подробное описание с иллюстрациями, возможность поиска, просмотр "новинок" и самых продаваемых товаров.

Литература

1. Гото Г, Котлер Э. Web-дизайн. - СПб: Символ Плюс, 2009.
2. Дж.Н. Роббинс. Web-дизайн. Справочник. - М.: Кудиц-Пресс, 2008.
3. Дж.Н. Роббинс. Разработка приложений для электронной коммерции. - СПб: Питер Бук, 2001.
4. Леонтьев А.А. Web-дизайн. Руководство пользователя. - М.: Центр, 2000.
5. Орлов Л. Как создать электронный магазин в Интернет, 2-е изд., М.: Бук. пресс, 2006. - 384 с.
6. А. Рубен, А. Горев, С. Макшарипов. Эффективная работа с СУБД. - СПб.: Питер, 2009. - 822 с.
7. Business-To-Consumer (B2C). Википедия, свободная энциклопедия - www.ru.wikipedia.org/wiki/B2C <<http://www.ru.wikipedia.org/wiki/B2C>>.
8. JavaScript (скриптовый язык). Википедия, свободная энциклопедия. - www.ru.wikipedia.org/wiki/JavaScript <<http://www.ru.wikipedia.org/wiki/JavaScript>>.
9. MySQL (СУБД). Википедия, свободная энциклопедия. - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MySQL> <<http://ru.wikipedia.org/wiki/MySQL>>.
10. PHP (язык программирования). Википедия, свободная энциклопедия. - www.ru.wikipedia.org/wiki/MySQL <<http://www.ru.wikipedia.org/wiki/MySQL>>.
11. Web-сервер. Википедия, свободная энциклопедия - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Веб-сервер> <<http://ru.wikipedia.org/wiki/Веб-сервер>>.
12. Введение в CSS. - <<http://htmlbook.ru/samcss/vvedenie-v-css>>.
13. Введение в HTML. - <<http://htmlbook.ru/samhtml/vvedenie-v-html>>.
14. Графика для Web. - www.webimg.ru <<http://www.webimg.ru>>.
15. Дизайн как стиль жизни: история, теория, практика. - www.rosdesign.com <<http://www.rosdesign.com>>.

16. Понятие и функции интернет-магазина <<http://www.ecomrus.ru/funkcii-internet-magazina.html>>. - www.ecomrus.ru <<http://www.ecomrus.ru>>.

17. Проблемы и решения в Web-дизайне. - www.rotorweb.ru <<http://www.rotorweb.ru>>.

Слуцкий