

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/182081>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Программирование WEB (другое)

Введение 3

1. Аналитическая часть 4

1.1. Теоретические аспекты использования технологий электронного бизнеса 4

1.2. Постановка задачи 8

2. Проектная часть 15

2.1. Техническое задание 15

2.2. Моделирование в UML 18

2.3. Проектирование структуры данных 21

2.4. Концептуальное проектирование сайта 26

2.5. Описание функционала онлайн аукциона 31

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 37

Введение

В рамках данной работы рассмотрены вопросы автоматизации проведения аукционов. Онлайн форма продажи в настоящее время является одной из развивающихся, так как способствует расширению круга потенциальных покупателей, обеспечивает безопасность сделки, возможность проведения экспертизы продаваемых объектов.

Использование информационных систем в деятельности аукционов позволяет оперативно получать информацию о выставленных на продажу объектах, состоянии текущих цен при проведении аукционов. Целью данной работы является разработка сайта для проведения онлайн-аукционов.

Задачи проекта:

- изучение специфики аукционной деятельности;
- анализ бизнес-процессов проведения аукционов;
- определение информационных объектов, их свойств;
- постановка задач автоматизации, определение перечня справочников, входных, отчетных форм;
- построение логической модели базы данных;
- построение физической модели базы данных;
- определение стратегии автоматизации;
- разработка сайта.

Объектом исследования является автоматизация аукционной деятельности.

Предмет исследования – создание базы онлайн аукциона.

1. Аналитическая часть

1.1. Теоретические аспекты использования технологий электронного бизнеса

Современные технологии электронного бизнеса основаны на использовании электронных коммуникационных средств (включающих мессенджеры, электронную почту, социальные сети), имеющих существенный потенциал. Технологии цифрового маркетинга используют средства мультимедиа. Данные средства используются при предоставлении информации, в образовательных технологиях, для обеспечения возможностей получения обратной связи.

Точки контакта с потребителями в рамках использования систем цифрового маркетинга включают Интернет-порталы, ресурсы, к которым обращаются пользователи. Маркетинговые инструменты включают форматы размещения рекламных сообщений определенных площадках (точках контакта).

Основными формами использования технологий цифрового маркетинга являются:

- веб-ресурсы;

- e-detailing;
- e-learning;
- социальные сети;
- мобильные приложения;
- специализированные Интернет-ресурсы.

Технологии продвижения товара с использованием Web-сайтов включают:

- 1) работу сайтов компаний, на которых размещается информация рекламного характера;
- 2) работу с тематическими веб-сайтами в качестве платформы для размещения рекламных сообщений.

Технологии взаимоотношения с клиентами в рамках работы с Web-ресурсами включают:

- 1) определение категории клиента;
- 2) прохождение обязательной регистрации на сайте;
- 3) заполнение анкеты для определения клиента к определенной категории и формирования персональных предложений.

Инструментарий цифрового маркетинга включает:

- 1) системы баннерной рекламы, предполагающие размещение баннеров на предназначенных для этого площадях на сайтах;
- 2) размещение рекламы в блогах, когда рекламные сообщения оформляются в форме статей;
- 3) размещение маркетинговой информации в социальных сетях;
- 4) работа с системами нативной рекламы, что предполагает её встраивание в новостные ленты социальных сетей, имеющей стиль оформления в идентичный окружающему контенту.

Основными точками контакта в данном случае являются:

- популярные форумы,
- блоги (видеоформата, Instagram и др.),
- информационные и справочные ресурсы и др.

Таким образом, Web-Ресурсы как точки контакта включают:

- 1) брендированные и информационные страницы о реализуемой компанией продукции;
- 2) данные обратной связи с фирмой.

1. Мелихова Н. В. Информационные технологии управления: учебное пособие. - Челябинск: Издательство Челябинского государственного университета, 2014. - 214 с.
2. Кашаев С. 1С: Предприятие 8.3: программирование и визуальная разработка на примерах. - Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2015. - 336 с.
3. Щеглов, Ю.А. Информационные системы и процессы. - Новосибирск: НИИХ, 2015. - 251 с.
4. Тагайцева С. Г., Юрченко Т. В. Разработка прикладных решений на платформе 1С: Предприятие 8: учебное пособие. - Нижний Новгород: ННГАСУ, 2016. - 125 с.
5. Задорожный, В.Н. Информационные технологии и автоматизация управления. - Омск : Изд-во ОмГТУ, 2016. - 269 с.
6. Ахметов И. В., Карабельская И.В., Губайдуллин И.М., Сафин Р.Р. Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие. - Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. - 67 с.
7. Баранов В. В., Горошко И. В., Лебедев В. Н. Информационные технологии управления и организация защиты информации: учебник. - Москва: Академия управления МВД России, 2018. - 453 с.
8. Некрасов В. Н., Архипова О. И. Информационно-коммуникационные технологии управления и особенности разрешения их противоречий: монография. - Ростов-на-Дону: Профпресс, 2014. - 105 с.
9. Костикова А. В. Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие. - Волгоград: ВолгГТУ, 2016. - 110 с.
10. Бабиева Н. А., Раскин Л. И. Проектирование информационных систем: учебно-методическое пособие. - Казань: Университет, 2014. - 200с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/182081>