

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/magisterskaya-rabota/72214>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Экономика

Содержание

Введение 3

Глава 1. Теоретические основы бизнес-планирования 5

1.1 Бизнес-план как основа эффективной деятельности предприятия 5

1.2 Структура и содержание бизнес-плана 17

1.3 Характеристика методик бизнес-планирования 22

Глава 2. Анализ методологического обеспечения решения поставленных задач 45

2.1 Характеристика предприятия и инвестиционного проекта 45

2.2 План маркетинга 57

2.3 План производства 64

2.4 Финансовый план 83

Глава 3. Разработка и технико-экономическое обоснование проекта 93

3.1 Применение метода предпроектного многофакторного сравнительного анализа проблем ООО «ВиПаМи» 93

3.2 Синтез и обоснование конкурентоспособного решения по адаптивным технологиям ООО «ВиПаМи» 95

3.3. Проблемы внедрения инвестиционного проекта на предприятии 97

Заключение 101

Список использованной литературы 103

8. Портал (от англ. Portal – главный вход) – веб-сайт, предоставляющий пользователю разнообразные интернет-сервисы, работающие в пределах этого сайта. Порталы являются крупными сайтами и предполагают наличие обширной аудитории.

9. Интернет-магазин – сайт, продающий товары онлайн. По сути, он является совокупностью программ, позволяющих покупателю удаленно выбрать товар из каталога, а также оформить заказ на него.

10. Биржа – ресурс играет роль посредника между заказчиком и клиентом. Тематика сайта-биржи может быть разнообразной. Примером такого сайта можно назвать биржу статей ADVEGO [28].

Для решения проблемы отображения и предоставления доступа к постоянно растущему объему информации, специалистами была предложена концепция веб-порталов. Существует множество определений, что такое вебпортал, приведем некоторые из них: Веб-портал – многопользовательская информационная система.

Как считают А.Т. Хроленко и А.В. Денисов – «Портал – это крупный интернет-проект, который ежедневно посещают тысячи, а иногда и миллионы людей» [42].

По данным Википедии: «Веб-портал – сайт в компьютерной сети, который предоставляет пользователю различные интерактивные интернет-сервисы, которые работают в рамках этого сайта. Веб-портал может состоять из нескольких сайтов. Также порталы функционируют как точки доступа к информации в интернете или сайты, которые помогают пользователям в поиске нужной информации. Такие порталы представляют информацию из различных источников в единообразном виде. Концепция веб-порталов – предоставление максимального количества интернет-сервисов в одном месте для привлечения наибольшего числа пользователей». Согласно данным определениям, веб-порталами могут считаться поисковые системы, такие, как Яндекс.

Основное отличие веб-портала от сайта – наличие различных интерактивных сервисов, таких как, например, погода, почта, поиск, форум, комментарии, голосования и подобные [32].

Но существуют и другие существенные отличия:

1. Большое количество страниц или большой объем постоянно обновляемого контента.

2. Индивидуальность, которая так же вызывает потребность в собственной стратегии продвижения.

Эти особенности неизбежно влекут за собой:

1. Необходимость автоматизации как можно большего количества процессов.
2. Необходимость стандартизации (типовые шаблоны страниц, стандарты размещения графики).
3. Поиск и написание большого объема интересного аудитории контента.
4. Необходимость учитывать большую нагрузку на сервер при одновременном значительном количестве посетителей.
5. Необходимость привлечения и удержания постоянной аудитории. Кроме перечисленных выше отличий, у веб-порталов так же существует условная классификация на вертикальные (порталы-ниши) и горизонтальные (универсальные) порталы [14].

Вертикальные – это порталы узкой направленности, предоставляющие сервисы для посетителей по определенным интересам, информация объединена какой-либо определенной темой.

Горизонтальные – порталы охватывающий множество тем, ориентированные на очень широкую аудиторию, не объединенную общими интересами, призваны обеспечить максимальный охват интересов посетителей.

Суммируя все вышесказанное, становится понятно, что портал функционально богаче сайта. Веб-портал можно условно назвать отправной точкой для своей аудитории, предоставляющей доступ к нескольким сервисам внутри какой-то темы.

Всемирная паутина меняется каждый день, обращая все больше внимания на потребителей. Сеть все больше становится коллективной и предлагает больше возможностей для самовыражения не только организациям, но и отдельным лицам. В связи с этим, можно наблюдать широкое распространение не просто сайтов, а веб-порталов. По данным агентства интернет маркетинга «Starta», на сегодняшний день существует около 2000 крупных веб-порталов. Основная масса из них – это поисковые, информационные, государственные, образовательные порталы. Нужно отметить важный момент, бывают разнообразные порталы, и они имеют разные пути достижения прибыли, но их цель всегда одна - это привлечь максимальное количество просмотров и постоянных посетителей.

Наибольший приток посетителей чаще всего дают поисковые системы, поэтому создание интернет-порталов ведется с максимальным уклоном на выполнение требований поисковых систем. Не смотря на множество задач, которые могут решать веб-порталы, по назначению все они имеют достаточно четкую классификацию [22]:

B2C (Business-to-Consumer). Услугу или товар предлагает юридическое лицо, а конечным потребителем выступает физическое лицо. Типичным примером может служить интернет-магазин с расширенными функциями.

B2B (Business-to-Business). Бизнес-Бизнесу – одна организация предлагает что-то другой. Например, порталы Госзакупок.

B2E (Business-to-Employee). Внутрикорпоративные системы, служащие в основном для организации работы компании. Если классифицировать порталы по выполняемым задачам, можно выделить основные группы: а)

Порталы поддержки бизнес-процессов. б) Порталы поиска решений. в) Порталы по управлению документами и структурированной информацией. г) Порталы управления знаниями. д) Порталы-каталоги.

Как показало изучение существующих на сегодняшний день веб-порталов, малый и средний бизнес предпочитает не использовать для продвижения в сети концепцию веб-порталов. Это связано с увеличением трудозатрат и количества персонала для обеспечения полноценного функционирования такого ресурса.

Прежде всего, определимся, что мы будем принимать под понятиями метод и методика. Под термином Метод будем принимать определение, приведенное в большом толковом словаре Д.Н.Ушакова – «Путь, способ, прием теоретического исследования или практического осуществления чего-нибудь». Методика, согласно бизнес словарю, это «Совокупность методов, приемов, опробованных и изученных для выполнения определенной работы». Экономический словарь дает такое определение термину Методика: «конкретный план действий на основе метода, создание инструкции, четкого алгоритма» [34].

Все методы создания сайтов можно условно разделить на 2 основные группы: методы ручного написания сайтов и методы автоматизированного создания сайтов [27].

Все чаще сейчас предприниматели прибегают к услугам так называемых конструкторов сайтов, это позволяет немного сократить расходы на создание и ведение интернет ресурса. Как обратная сторона уменьшения расходов, выступает отсутствие индивидуальности и невозможности воплотить собственные идеи. Всего, среди существующих методов, выделяют четыре самые распространенные:

1. Использование шаблонов. Шаблоны представляют собой написанную программную часть сайта, отвечающую за его функциональность и какой-то стандартизированный по темам дизайн.

2. Создание при помощи конструктора сайтов. Конструкторы очень похожи на шаблоны, но имеют возможность подключения дополнительных модулей и возможность выбрать и переработать элементы дизайна. Однако все ключевые элементы сайта будут строго на своих местах.

3. WYSIWYG (What You See Is What You Get). При использовании этого метода, верстка сайта производится в одной из программ для разработки сайтов, таких как Dream Weaver или Front Page, а дизайн создается в одном из графических редакторов (например, Photoshop). При использовании этого метода, разработчик может сразу, при создании сайта, видеть каким будет конечный результат, протестировать его.

4. Использование WYSIWYG-редактора и программирования. При выборе третьего или четвертого вышеописанных методов, существуют определенные методики создания сайтов, которых необходимо придерживаться. Приведем те из них, которые используются при создании любого типа сайтов.

Условно, эти методики можно обозначить как этапы разработки:

1. Определение целевой группы, для кого этот сайт.
2. Проработка маршрутов перемещения посетителя по ресурсу.
3. Анализ конкурентов близкой тематики.
4. Выявление потребностей аудитории.
5. Анализ необходимых интерактивных элементов и других составляющих, которые могут служить конкурентным преимуществом.
6. Разработка прототипа ресурса, создание дизайна.
7. Проверка на логичность связей внутри ресурса.
8. Виртуальное тестирование.
9. Программирование.
10. Тестирование пользователями с различным уровнем владения компьютером и интернетом.
11. Тестирование на превышение стандартных нагрузок.
12. Оптимизация.
13. Индексация в поисковых системах.

При выборе для создания сайта метода использования шаблонов или конструкторов, тяжело отследить были ли соблюдены некоторые из 18 вышеназванных методик. Это может являться еще одним существенным недостатком этих методов. Кроме прочего, в наши дни очень важно иметь адаптивный сайт. Адаптивный дизайн обеспечивает корректное отображение сайта на различных устройствах. Это важно учитывать не только потому, что все больше пользователей заходят в интернет с мобильных телефонов или планшетов, но и потому что многие поисковые сервисы (например, Google) учитывают, оптимизирован ли сайт для различных устройств и отсутствие адаптивности может значительно понизить рейтинг [45].

В связи с этим остановимся на трех методиках создания адаптивного сайта:

1. Адаптивный веб-дизайн. Представляет собой единый HTML код для всех платформ. В таком коде прописаны условия, при которых в зависимости от ширины экрана и прочих данных, дизайн отображается нужным образом.
2. Динамический показ. В этом случае веб сервер сам определяет тип устройства пользователя и показывает соответствующую веб страницу.
3. Создание отдельного сайта для мобильных устройств. Каждый разработчик, совместно с заказчиком выбирает наиболее подходящую для каждого конкретного случая методику адаптации сайта. Существует огромное количество ресурсов, позволяющих проверить, адаптивен ли сайт, как он будет отображаться на том или ином устройстве.

По структуре сайта так же можно выделить несколько методик создания [9]:

1. Линейная структура сайта. Все страницы такого сайта иерархически равноправны.
2. Сайт с древовидной структурой. Содержит разделы, которые содержат подразделы. Сайты с четкой иерархией. Разные страницы такого сайта имеют разные уровни вложенности.
3. Решетчатая структура.

Наиболее сложная структура. Пользователь может перемещаться по страницам сайта как вертикально, так и горизонтально – между страницами различных уровней. Часто используется в интернет-каталогах. Не менее важны методики создания навигации сайта. Навигация – отражение структуры сайта, которое видит пользователь, попадая на ресурс. На сегодняшний день, самые популярные: меню, выпадающее меню, перебор страниц и пиктографическое меню [33]. При относительно не большом выборе методов создания сайтов, существует достаточно обширное количество методик, призванных сделать сайт хорошо индексируемым, понятным пользователю. Выбор определенных методик очень важный этап в создании веб ресурса.

Актуальность создания веб-порталов объясняется следующим:

1. Быстрота подачи информации широкому кругу лиц;
2. Улучшение имиджа компании и повышение ее популярности;
3. Возможность организовать обратную связь с клиентами;
4. Оперативная связь с филиалами и представителями в разных концах страны и за рубежом;
5. Организация маркетинговых исследований;
6. Реклама и привлечение покупателей и клиентов;
7. Увеличение трафика.

2.3 План производства

Прежде, чем приступить к разработке методики создания веб-портала для компании, определим, с какими задачами призваны справляться такие Интернет-ресурсы. Можно выделить пять основных задач маркетинга [44]:

1. Информирование о существовании компании.
2. Увеличение количества посетителей компании.
3. Привлечение целевой аудитории компании.
4. Увеличение дохода.
5. Удержание клиентов.

Подробно рассмотрим методику создания подобного интернет ресурса. Прежде всего, для разработки эффективной концепции дизайна, необходимо определить целевую аудиторию посетителей. Веб-портал компании разрабатывается для мужчин и женщин среднего возраста (от 25 до 50 лет), со средним и выше среднего уровнем дохода. На следующем этапе необходимо выбрать метод создания веб-портала, будет ли это использование конструктора сайтов или шаблонов или метод WYSIWYG.

Мы будем рассматривать методику построения сайта по методу WYSIWYG, поскольку она в значительной мере отличается от остальных. При разработке сайта очень важно сформировать его структуру так, чтобы она была логичной, практичной и удобной для пользователя. Нельзя допустить чрезмерную перегруженность информацией.

Это подчеркивает Эрин Киссейн: «Что же происходит, если контента оказывается слишком много? С одной стороны, это затрудняет поиск действительно нужной информации. С другой – распределение конечного объема ресурсов на неограниченный объем контента приводит к снижению его качества». Существует несколько видов структурирования информации [45]:

1. Линейная структура. Весь материал располагается последовательно.
2. Иерархическая структура. Сначала создают категории высшего уровня, а затем материал в логическом порядке размещают в категории, которые находятся ниже. Иерархические структуры бывают двух видов: узкая глубокая и широкая неглубокая. Узкая глубокая иерархия характеризуется тем, что на верхнем уровне она имеет мало категорий. Для получения нужной информации пользователь вынужден переходить на несколько уровней вниз. Эта структура обладает достаточно понятной навигацией, но предполагает достаточно долгий путь к нижним уровням, из-за чего информация, размещенная там, нередко не доходит до потенциального пользователя [35]. Широкая неглубокая иерархия характеризуется большим количеством категорий, как на верхнем, так и на последующих уровнях. Сразу дает полное представление об информации, размещенной на сайте, но затрудняет

Список использованной литературы

1. Азбука бизнес-планирования: учебн. пособ. / А.М. Сата-ев., изд. М.: ИД «Юриспруденция», 2015. – 128 с.
2. Алиев В.С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учебн. пособ. / В.С. Алиев, изд. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 352 с.
3. Анализ и прогнозирование чистой прибыли. Богатенкова Е.Н., Бухтиярова Т.И., Демьянов Д.Г. Современные наукоемкие технологии. 2014. № 7. – С. 23—24.
4. Андерсон, С. Приманка для пользователей: создаем привлекательный сайт / С. Андерсон; [пер. с англ. С. Силинский] - Москва: Питер, 2013. - 234 с.
5. Адаптивный дизайн или мобильная версия [Электронный документ] – (<http://research.cmsmagazine.ru/responsive-design-and-mobile-website/>). Проверено 10.01.2019
6. Бояркин Д. Способы создания сайтов [Электронный документ] – (<http://dvboyarkin.ru/blog/sposoby->

sozdaniya-sajta). Проверено 10.01.2019

7. Борисов А. Создание веб-сайта [Электронный документ] – (<https://habrahabr.ru/post/273795/>). Проверено 10.01.2019

8. Бадмаев А. Б. Особенности создания веб-сайта // Молодой ученый. — 2016. — №27.2. — С. 7-9.

9. Бизнес-планирование: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / [В.З. Черняк и др.]; под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. – 4-е изд., перераб. и доп., изд.М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 591 с.

10. Бесшабашнов С., Денисов А. Создание сайта [Электронный документ] – (http://www.cmsmagazine.ru/library/items/management/stages_of_site_development/). Проверено 10.01.2019

11. Бизнес-планирование. Учебник / П.И. Орлова, изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2015.-288 с.

12. Бухалков М.И, Внутрипроизводственное планирование: Учебник, изд. М. ИНФРА-М, 2017. — 368 с.

13. Баканов Г.Б, Бизнес-план как начальная стадия инновационного менеджмента: Учебно-методическое пособие, изд. Таганрог: ТРГУ, 2017. — 250 с.

14. Бизнес-план как основной инструмент современного менеджмента//INFO MANAGEMENT. URL: http://infomanagement.ru/lekciya/Bisnes_plan_kak_instrument (дата обращения: 20.01.2019)

15. Бизнес-план на сто процентов. Тактика и стратегия эффективного бизнеса / Ронда Абрамс; Перевод с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2014. — 468 с.

16. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебн. пособ. / В.А. Баринов, изд. М.: Форум, 2017. - 256 с.

17. Веб-дизайн и SEO оптимизация при создании сайта [Электронный документ] – (<http://lpgenerator.ru/blog/2016/03/23/veb-dizajn-i-seooptimizaciya-pri-sozdanii-sajta/>). Проверено 10.01.2019

18. Вин Ч., Как спроектировать современный сайт: профессиональный вебдизайн на основе сетки - Москва: Питер, 2011. - 192 с.

19. Гендина, Н.И. Лингвистические средства проектирования контента вебсайтов / Н.И. Гендина // Научные и технические библиотеки. – 2008. – №3. – С. 5-14

20. Киссейн Э., Основы контентной стратегии – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2016.-196 с.

21. Колесов А. Корпоративные порталы: [Электронный документ] – (<https://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=6523.ru>). Проверено 10.01.2019.

22. Крофт Д. Отзывчивый веб-дизайн [Электронный документ] – (<https://www.bkaprt.com/rwd/43>). Проверено 10.01.2019

23. Лори Морган-Ферро [Электронный документ] – (<https://www.red-hotcopy.com>). Проверено 10.01.2019

24. Методы создания веб сайтов [Электронный документ] – (<http://ijobtest.ru/na-sajte/metody-sozdaniya-sajta-preimushhestva-inedostatki/>). Проверено 10.01.2019

25. Малышева А. Типографика [Электронный документ] – (<http://fb.ru/article/278746/tipografika-eto-rabotograficheskogo-i-vebdizaynera>). Проверено 10.01.2019

26. Маркотт И., Отзывчивый веб-дизайн – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2016.-176 с.

27. Мейерсон М., Скарборо М. Основы интернет-маркетинга. Все что нужно знать чтобы открыть свой магазин в интернете – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014.- 320с.

28. Мюллер-Брокманн Й., Система сеток в графическом дизайне – Москва: Студия Артемия Лебедева, 2014.- 184 с.

29. Мазур В. [Электронный документ] – (<http://twitconsult.com/articles/article/id/37>). Проверено 10.01.2019

30. Нильсен Я., Веб-дизайн. Книга Якоба Нильсена – СПб: Символ Плюс, 2017.-512 с.

31. Нестерук М. Примеры хорошего веб-дизайна [Электронный документ] – (<https://stfalcon.com/ru/blog/post/good-website-design-examples>). Проверено 10.01.2019

32. Олсопп Д. Дао веб-дизайна [Электронный документ] – (<https://www.bkaprt.com/rwd/3>). Проверено 10.01.2019

33. Психология в дизайне [Электронный документ] – (<http://designer.kulichki.net/articles/webdesign/13.html>). Проверено 10.01.2019

34. Правила хорошего сайта [Электронный документ] – (<http://designer.kulichki.net/articles/webdesign/6.html>). Проверено 10.01.2019

35. Разработка навигации при создании сайта [Электронный документ] – (<http://seofa.ru/razrabotka-navigacii-pri-sozdanii-sajta/>). Проверено 10.01.2019

36. Романов А. Отзывчивый веб-дизайн [Электронный документ] – (<https://habrahabr.ru/post/243247/>). Проверено 10.01.2019

37. Стрибли М. Элементы и принципы дизайна[Электронный документ] –

(http://www.cmsmagazine.ru/library/items/graphical_design/the-elements-andprinciples-of-design/). Проверено 10.01.2019

38. Самое важное о юзабилити в 2016 [Электронный документ] – (<http://www.web-ar.ru/blog/samoe-vazhnoe-o-yuzabiliti-v-2016>). Проверено 10.01.2019

39. ТучкевичЕ.И., AdobePhotoshopCC. Мастер класс Евгении Тучкевич – СПб: БХВ-Петербург, 2015.-480 с.

40. Фрэйн Б., HTML5 и CSS3 Разработка сайтов для любых браузеров и устройств – Москва: Флинта, 2014.- 298 с.

41. Халворсон К., Контентная стратегия управления сайтом – Москва: Питер, 2013. - 234 с.

42. Хроленко А.Т., Денисов А.В., Современные информационные технологии для гуманитария Практическое руководство – Москва: Флинта, 2016.-129 с.

43. Шихов А. Методы создания сайтов [Электронный документ] – (<http://alexandrshikhov.ru/sovremennye-sposoby-sozdaniya-sajtov-chast-1/>). Проверено 10.01.2019

44. 10 советов для дизайнеров от Майка Монтейро [Электронный документ] – (<http://www.designonstop.com/webdesign/tips/10-sovetov-dlya-dizajnerovot-majka-montejro-po-poisku-i-obshheniyu-s-klientami.htm>). Проверено 10.01.2019

45. Шамс Э. Что такое Веб-дизайн [Электронный документ] – (<http://bayguzin.ru/main/uroki/uroki-po-web-dizajnu/web-design.html>). Проверено 10.01.2019

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/magisterskaya-rabota/72214>