

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Воронежский государственный технический университет»

КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ, ИЗДЕЛИЙ И  
КОНСТРУКЦИЙ

Белькова Н.А.

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В МАРКЕТИНГЕ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ  
ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**  
для магистрантов

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Профиль Экспертиза качества и маркетинг строительных материалов

## Практическая работа №1

### Оценка эффективности выполнения заказа (Feel the difference!)

Рабочее задание:

Проанализируйте стадии выполнения заказа в традиционной (offline) и электронной (online) коммерции и заполните таблицу.

В качестве объекта заказа принимается продукция, близкая к объекту исследований по теме диссертации.

Стадии выполнения заказа	Традиционная коммерция (применяется несколько носителей информации)	Электронная коммерция (применяется только один носитель информации)
Получение информации о товаре		
Оформление заявки		
Просмотр каталогов, определение цены		
Проверка наличия товара и подтверждение цены		
Оформление заказа		
Отправление заказа (покупатель)		
Постановка заказа в очередь		
Проверка наличия на складе		
Внесение в расписание доставки		
Создание счета- фактуры		
Получение товара (перевозчик)		
Подтверждение получения		
Отправление счета-фактуры (поставщик)		
Получение счета-фактуры (покупатель)		
Внесение платежа в расписание		
Совершение платежа (покупатель)		
Получение платежа (поставщик)		

## Практическая работа №2

### Оценка эффективности электронных платежных систем

Рабочее задание:

Выберите одну из популярных российских платежных систем ([www.webmoney.ru](http://www.webmoney.ru), [www.paycash.ru](http://www.paycash.ru), [www.cyberplat.com](http://www.cyberplat.com), [www.paybot.com](http://www.paybot.com), [www.cashew.ru](http://www.cashew.ru), [www.imbs.com/protokol.htm](http://www.imbs.com/protokol.htm), [www.grado.ru](http://www.grado.ru), [www.telebank.ru](http://www.telebank.ru)) или другую платежную систему.

Охарактеризуйте ее по следующим критериям:

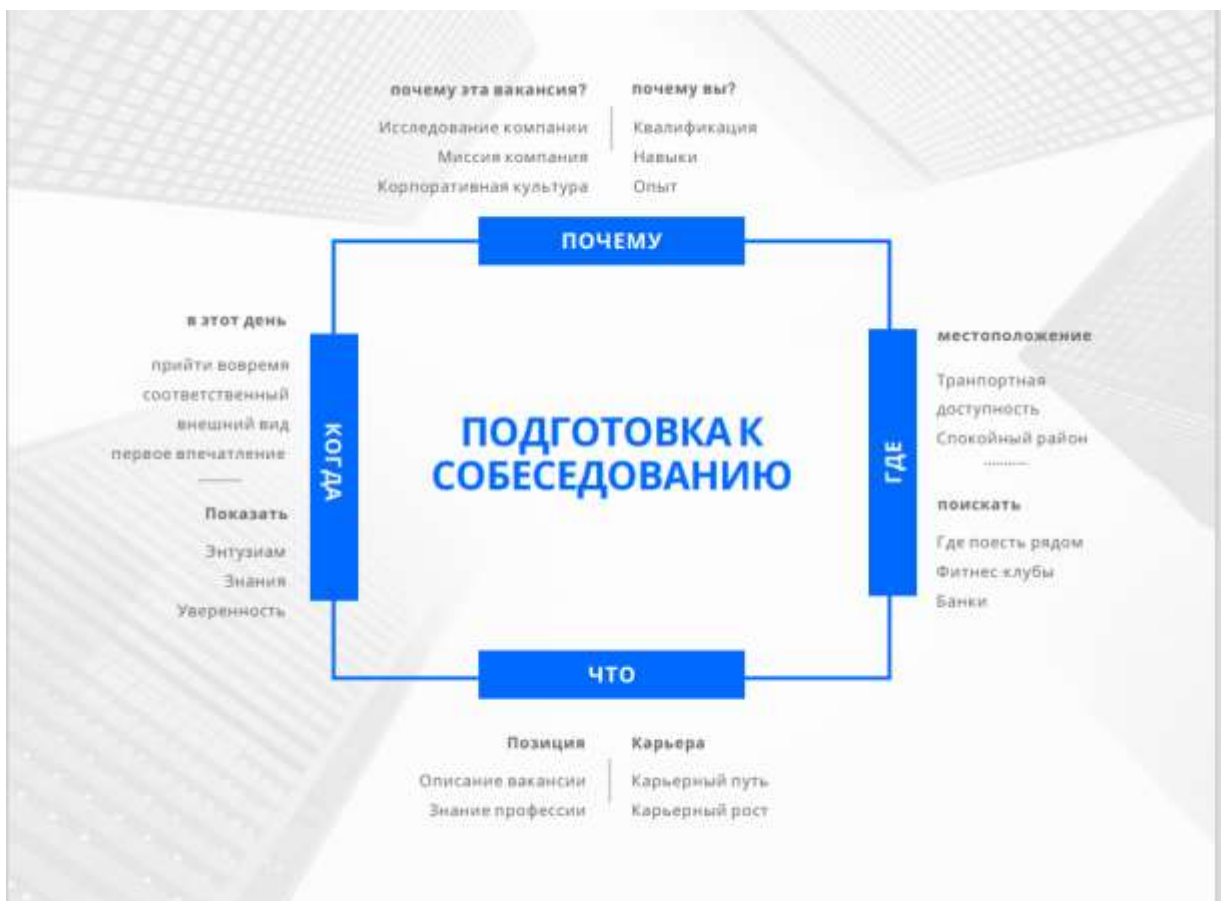
- ♣ характеристика банка;
- ♣ виды платежных инструментов (кредитные карты, электронные кошельки и т.д.);
- ♣ схемы оплаты с использованием кредитных карт, электронных кошельков;
- ♣ перечень услуг для физических и юридических лиц;
- ♣ тарифы основных видов услуг;
- ♣ алгоритм открытия счета.

Характеристику представьте в виде блок-схемы или ментальной карты. По завершении задания проведите мини-презентацию электронных платежных систем и выберите ТОП-5 для использования юридическими лицами.

Ментальная карта, она же интеллект-карта, она же mind map — это техника визуализации мышления, которая позволяет фиксировать и обрабатывать информацию.

Создание интеллект-карт можно разделить на три этапа:

1. Мозговой штурм, то есть поиск базовой темы в зависимости от цели майндмэпа. Это то, что обычно располагается в центре карты или сверху.
2. Наполнение. Когда главная мысль сформулирована, можно выделить ключевые темы второго уровня.
3. Конкретизация. Здесь можно задействовать рисунки и короткие описания. На этом этапе уточняем темы второго уровня.



Примеры изображения ментальной карты

## Практическая работа №3

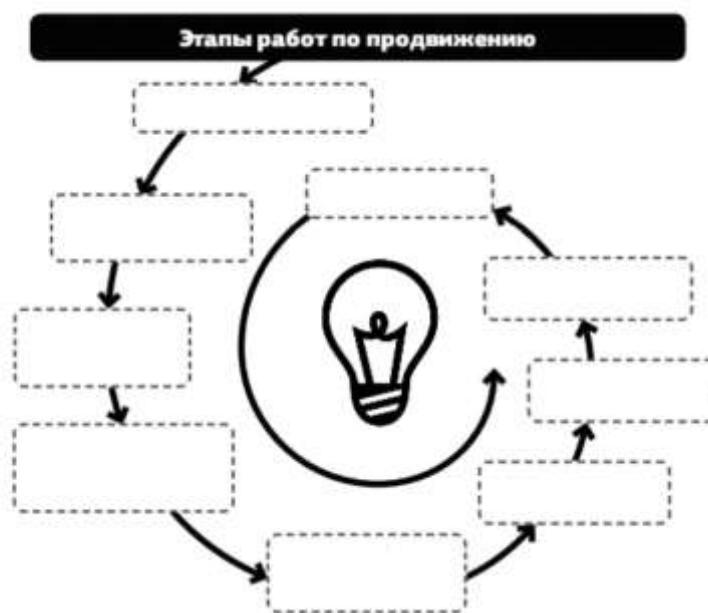
### Этапы работ по продвижению сайта

Рабочее задание:

Расположите следующие этапы работ по продвижению сайта в логическом порядке:

- определение целей;
- оптимизация сайта;
- отчетность;
- оценка стоимости запросов и прогноз трафика;
- первоначальный аудит;
- повышение конверсии сайта;
- подбор релевантных страниц;
- подбор семантического ядра;
- работа со ссылочной массой.

Представьте этапы в виде схемы.



Распишите подробно все этапы продвижения сайта.

## Практическая работа №4

### Кейс-стади «Сравнительный анализ оптимизированных сайтов»

Рабочее задание:

Выявить разницу между оптимизированными и неоптимизированными сайтами.

Для этого необходимо провести сравнительный анализ сайтов (по тематике близких к теме магистерской диссертации). Выберите из выдачи любой поисковой системы максимально и минимально оптимизированные сайты одной тематики (или предлагающие схожие услуги) (первый сайт для анализа может соответствовать ТОП-3 выдачи (кроме объявлений Яндекс.Direct), второй – занимать 80–100-е место в выдаче).

Сайты анализируются по критериям, представленным в таблице.

Название сайта		
Адрес сайта		
Соответствие ключевых слов тематике сайта		
Структура сайта		
Уровень юзабилити ресурса		
Внутренняя перелинковка		
Уникальность текста		
Уникальность изображений		
Форматирование текста		
Орфография		
Наличие/отсутствие технических ошибок, страниц в разработке и т.д.		
Авторские критерии:		
✓		
✓		
✓		

При оценке необходимо учитывать следующие моменты.

Правильная структура сайта — это система расположения страниц сайта по четко сформированной логической схеме, структуру можно обозначить, как иерархию всех страниц сайта, их принадлежность к тем или иным каталогам и папкам (см. рисунок).

Юзабилити - степень удобства использования интерфейса. Уровень юзабилити определяет, насколько удобно посетителю сайта воспринимать информацию, пользоваться поиском, ориентироваться на ресурсе, совершать целевые действия и прочее.

Внутренняя перелинковка – это проставление ссылок из одной страницы на сайте на какие-то другие в пределах одного ресурса.



Рисунок - Пример простейшей структуры сайта небольшого интернет-магазина

