

Каждая глава имеет собственное содержание с возможностью перехода к любому подразделу.

Содержание материала подается не монолитными блоками, а в виде больших по размеру визуально разделенных абзацев, перемежаемых информационными блоками, списками, таблицами, картинками и заголовками.

Описание в тексте обильно иллюстрируется снимками экрана диалоговых окон среды «1С» и элементов управления. Необходимые места на изображениях выделяются красными рамками и дополняются поясняющими блоками текста и стрелками-указателями.

Ряд последовательных действий (например, настройка вкладок диалогового окна) и логически связанные картинки объединяются в презентации, снабжаемые по необходимости комментариями к каждому слайду. Стрелки по обе стороны рисунка являются средствами навигации по слайдам.

Каждая глава представляет собой список заданий для выполнения в качестве лабораторной работы, список вопросов для защиты при сдаче работы, теоретический материал и тесты для самопроверки.

<http://edoc.bseu.by>

А. Г. Шункевич

Научный руководитель – кандидат физико-математических наук, доцент Н. В. Шамукова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

WEB-САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

Развитие информационных технологий, среди которых одно из ключевых мест занял Интернет, появление и бурный рост электронной коммерции стали основой для появления нового направления в современной концепции маркетинга взаимодействия – интернет-маркетинга.

Интернет обладает уникальными характеристиками, значительно отличающимися от характеристик традиционных инструментов маркетинга. Одним из основных свойств среды Интернета является ее гипермедийная природа, характеризующаяся высокой эффективностью в представлении и усвоении информации, что значительно повышает возможности маркетинга в усилении взаимосвязи предприятий и потребителей.

Web-сайт компании обычно выступает центральным элементом коммуникативной политики, проводимой в Интернете. Он предоставляет компании широкий ряд дополнительных возможностей, в добавление к доступным ранее коммуникационным службам. Главная их особенность состоит в том, что теперь компания может предоставлять пользователям дополнительный сервис: давать информацию, оказывать пред- и послепродажное обслуживание, продавать товары и услуги. При наличии собственного сайта возрастает эффективность проводимых в Сети рекламных мероприятий, поскольку любая реклама может содержать ссылку на сайт компании, где пользователю станет доступно значительно большее количество информации, и он составит более полное мнение о фирме и ее предложении. Кроме

того, информация о поведении посетителей на сайте может сразу же попасть в информационную систему компании и служить для более качественного их обслуживания.

С точки зрения маркетинга, web-сайт – это набор информационных блоков и инструментов для взаимодействия с одним или несколькими сегментами целевой аудитории. Какая информация будет представлена на нем, какие инструменты будут задействованы, как они будут взаимодействовать между собой – все это зависит от выбранной модели бизнеса, краткосрочных и долгосрочных задач, а также от типа сегментов целевой аудитории и возможности контактировать с ней тем, либо иным способом.

Структура сайта на ОАО «Бобруйский машиностроительный завод» имеет довольно простую структуру и включает такие разделы:

- главная;
- о предприятии;
- продукция;
- официальные дилеры и агенты;
- справочные материалы;
- пресс-центр;
- сотрудничество;
- контакты.

Данные разделы отражают основные аспекты деятельности предприятия, но сам сайт не способствует наиболее активному привлечению клиентов, в большей степени из-за навигации и интерфейса.

Для анализа интернет-технологий в области маркетинга был проведен сравнительный анализ сайта по разработанному перечню показателей ОАО «Бобруйский машиностроительный завод» и предприятий-конкурентов, выпускающих аналогичную продукцию.

Полученные результаты анализа свидетельствуют о том, что web-сайт ОАО «Бобруйский машиностроительный завод» по многим параметрам уступает предприятиям-конкурентам. Это ослабляет позицию предприятия на рынке сбыта наносной продукции.