Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

Кафедра менеджмента

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

по курсу «Электронный бизнес»

Автоматизация экономической деятельности ГК «Ф-АВТО» в сети Интернет

Выполнил: студент группы 673901

Ремнёв Г. А.

Руководитель: Маклакова О.М.

Филитович И.В.

Минск 2019

**СОДЕРЖАНИЕ**

[1.1 Организационно-правовая форма и общие сведения о компании 6](#_Toc27262410)

[1.2 История развития организации 6](#_Toc27262411)

[1.3 Анализ и масштабы деятельности предприятия 6](#_Toc27262412)

[1.4 SWOT-анализ 7](#_Toc27262413)

[1.6 Организационная структура управления компанией 9](#_Toc27262414)

**Введение**

Люди оценили удобство сети. Ведь она позволяет вести бизнес, узнавать информацию, бронировать билеты и гостиницы, просто развлекаться. Возможности, предоставляемые такими ресурсами, невероятные.

Наличие собственного сайта существенно повышает имидж компании в глазах потенциальных клиентов и партнеров. Если его нет, к компании будут относиться не только настороженно, но и несерьезно! У клиентов сложится четкое впечатление, что компания не беспокоится о своем имидже и не следует веяниям времени.

Вспомните – еще несколько лет назад, чтобы узнать подробности работы компании, уточнить, какие именно услуги она предоставляет, нужно было звонить или даже приходить в офис. Сделать это можно было лишь в рабочее время.

Сайт – это виртуальный офис, работающий круглосуточно и без выходных. В любой момент пользователь может зайти «в него» и получить нужную ему информацию:

* подробное описание товаров и услуг;
* контактные данные;
* время работы и т.д.

Это очень удобно для пользователей и полезно для самой компании.

Вот еще одна причина, зачем нужен сайт. С его помощью вы сможете рассказать о себе, предоставляя пользователям всю возможную информацию, рассказывая, в чем ваши конкретные преимущества перед прочими компаниями.

Недавно проводилось исследование – его результаты указали на то, что компании, не имеющие собственного сайта, теряют примерно 25% клиентов. Такие сухие, но красноречивые цифры. Возможно, сегодня эта цифра стала еще выше, а в будущем – точно возрастет.

Вероятно, потенциальные клиенты или партнеры будут искать не именно вас, но ваших конкурентов, предоставляющих аналогичные услуги, но случайно попадут на ваш сайт по определенным поисковым запросам. А если бы у вас не было сайта – они бы так и не узнали о вашем существовании.

А вот и еще одно пояснение, зачем нужен сайт. Он являет собой реальный и эффективный, действенный инструмент ведения бизнеса. На нем будет представлена вся важнейшая информация, которая только может понадобиться:

* клиентам;
* партнерам;
* поставщикам.

Ее наличие, четкое и понятное описание привлечет к вам больше заказчиков. Если же на сайте продумать все детали, предусмотреть форму обратной связи или сразу установить кнопку для заказа товаров/услуг, эффективность вашего ресурса вырастет в разы!

И речь идет не только о новостных сайтах или порталах. Даже если это корпоративный ресурс, он позволит предоставлять пользователям актуальную и полезную информацию:

* о последних новостях;
* о проводимых акциях;
* о существующих скидках и т.д.

Правильно созданный сайт, на котором структурирована информация, позволит вам существенно разгрузить работу офиса.

Смотрите, зачастую клиенты задают одну и ту же информацию, а вашим сотрудникам приходится даваться одни и те же ответы:

* по телефону;
* по электронной почте;
* по прочим средствам связи.

Но вы уже знаете, что чаще всего интересует ваших клиентов, а потому просто разместите эти данные на страницах сайта, что позволит вам избежать ответов на постоянно повторяющиеся вопросы.

Актуальность данной работы обусловлена потребностью компании в качественном и внушающем доверие представительстве в сети Интернет, а также связана с выходом на новые рынки, что повышает требования к дизайну, контенту и функционалу сайта. Несмотря на то что привлечение клиентов посредством сайта является недорогостоящим способом продвижения, оно обладает доказанной эффективностью, особенно в условиях выхода на рынки других стран.

Цель курсового проекта — на основе требований заказчика и соответствующего теоретического материала разработать сайт для компании «Аутопартс», продающей автозапчасти и двигатели, бывшие в употреблении.

Объект — сайт компании «Аутопартс».

Предмет — проектирование и разработка сайта компании.

Для достижения цели проекта поставлены следующие задачи:

* проанализировать деятельность компании «Аутопартс»;
* определить требования к сайту;
* разработать структуру сайта, выделить функциональные блоки;
* выполнить верстку сайта.
  1. Организационно-правовая форма и общие сведения о компании
  2. История развития организации
  3. Анализ и масштабы деятельности предприятия
  4. SWOT-анализ
  5. Миссия и дерево целей
  6. Организационная структура управления компанией

1. АНАЛИЗ РЫНКА И КОНКУРЕНТОВ