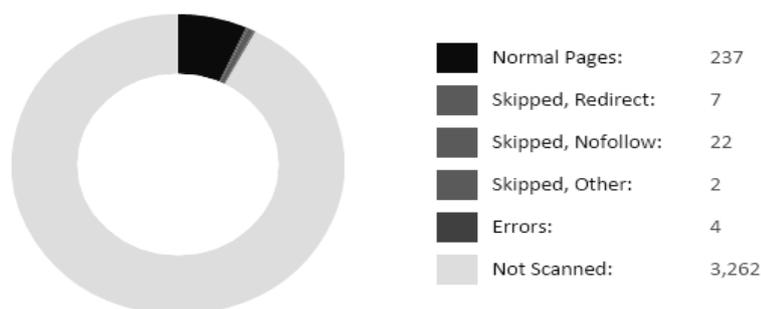


Your Pages - Click below to see detailed results for your pages:



Your Duplicate Content - Click below to see your duplicate content:



Рисунок 2 – Анализ сайта на дубли и неработающие ссылки

А.А. Секацкий (УО «ГГУ им. Ф. Скорины», Гомель)

Науч. рук. **П.Л. Чечет**, канд. техн. наук, доцент

КРИТЕРИИ ВЫБОРА CMS

На данный момент на рынке представлено множество систем класса CMS. Способных решить практически любые задачи. Но, не смотря на это, часто при реализации Интернет проектов прибегают к созданию «своей» уникальной CMS . Такой подход нельзя назвать рациональным, возможно, он подойдёт для проектов с действительно уникальным функционалом. Но таковых проектов, фактически мало. Обычно любой сложный функционал можно подразделить на несколько более простых, стандартных и распространенных. Поэтому, лучше остановиться на уже готовой платной или бесплатной CMS системе, поддержку которой осуществляет несколько компаний.

Подбор CMS следует осуществлять исходя из следующих критериев:

1. Количество компаний, осуществляющих техническую поддержку

Чем их больше, тем выше между ними конкуренция, что, несомненно, хорошо для потребителя.

2. Качество этих компаний

Желательно что бы тех. поддержку осуществляли компании (лучше крупные и известные), а не фрилансеры, что не удобно по многим причинам. К тому же хорошо когда существует какая-либо градация по квалификации – сертифицированный партнёр, золотой, платиновый и т. д.

3. Функциональность

Современная CMS система, не прибегая к программированию должна позволять:

- редактировать контент страниц, включая добавление/удаление графики;
- добавлять новые страницы;
- изменять структуру сайта и различные мета данные;
- настраивать регистрационные формы;
- управлять опросами, голосованиями и форумами;
- вести статистику посещений;
- распределять права по управлению сайтом среди пользователей.

4. Безопасность

После функциональности это, пожалуй, второй по важности критерий. Надо учитывать как надёжность системы со стороны внешних атак, так и от неосторожных действий пользователей системы.

5. Обновления

Не маловажным преимуществом готовых CMS систем над «своими» является именно факт их развития разработчиком без участия клиента и возможность обновления. Мало того, что таким образом можно получить функционал самостоятельно его не разрабатывая, но к тому же это позволит подсказать способ решения различных новых задач.

6. Гибкость

Гибкость системы определяется трудоёмкостью и необходимой квалификацией сотрудников для адаптации системы под свои требования – дизайн, структура, правовая политика и др.

7. Стоимость

При оценке стоимости, надо учитывать так же, сколько сайтов можно сделать на одной копии системы, какова стоимость тех. поддержки и последующих обновлений.

8. Технические требования

Необходимо чтобы система не требовала специфических настроек хостинга, которые может предоставить очень ограниченное число хостинг провайдеров. Очень важный критерий – потребность в ресурсах системы, её «жадность» к месту на диске, процессорной частоте и оперативной памяти. Если первое не особо важно, и при этом его не составляет особого труда узнать, то вторые два наоборот крайне важны и найти достоверные сведения о них крайне трудно.

9. Документация

Во многом успех от использования той или иной системы зависит от того, насколько легко в ней будет разобраться пользователям, что определяется наличием или отсутствием документации, справочной и учебной литературы и, конечно же, необходимым уровнем их технической квалификации.

А.А. Секацкий (УО «ГГУ им. Ф. Скорины», Гомель)

Науч. рук. **П.Л. Чечет**, канд. техн. наук, доцент

ЗНАЧЕНИЕ ИНТЕРНЕТА И WEB-САЙТА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ХОД

Появление и развитие глобальной сети Интернет создало предпосылки для внедрения в деловую практику хозяйствующих субъектов многих стран мира новых возможностей для получения информации и ведения бизнеса электронным способом, особенно в сфере торговли. Основные ресурсы сети, такие как Всемирная паутина, электронная почта, позволяют партнерам устанавливать и поддерживать контакты независимо от их географического расположения и времени суток. Благодаря использованию различных поисковых систем, каталогов, баз данных, тематических и информационных сайтов намного упростился процесс поиска и получения информации о партнере, выпускаемой им продукции. Большинство западных компаний уже давно используют сеть Интернет для осуществления закупок и сбыта товаров и услуг на мировом рынке ввиду низких издержек этого канала.

Эффективной мерой продвижения товаров и услуг на внешние и внутренние рынки является подключение предприятий к глобальным сетям. Немаловажная роль при этом принадлежит web-сайту предприятия.

Именно его создание в сети Интернет позволяет компаниям работать на современном международном уровне.

Сайт предприятия в сети Интернет выполняет несколько основных функций:

- презентационная;
- коммуникативная;
- интерактивная;
- маркетинговая;
- инструмент для заключения сделок с партнерами и т. д.

Основные задачи, решаемые предприятиями при создании сайта: