

```

}
//action
{type: 'USER_ADD', user: user}
Mobx:
class userStore{
  @observable users = [
    {name: 'Nikita'}
  ]

  @action addUser = (user) => {
    this.users.push(user)
  }
}

```

Для создания интерфейса так же использовались компоненты Material UI. Это удобное решение для быстрой и качественной реализации компонентов с возможностью их изменения и повторного использования. Пример такого компонента представлен на рисунке 1.

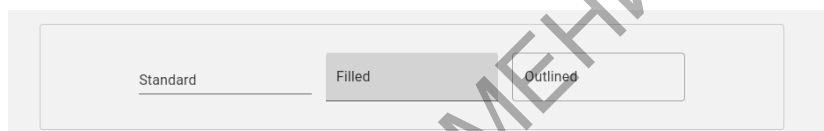


Рисунок 1 – Компонент Material UI

Пример кода Material UI:

```

<form className={classes.root} noValidate autoComplete="off">
  <TextField id="standard-basic" label="Standard" />
  <TextField id="filled-basic" label="Filled" variant="filled" />
  <TextField id="outlined-basic" label="Outlined" variant="outlined" />
</form>

```

А. В. Степовиков

(ГГУ имени Ф. Скорины, Гомель)

Науч. рук. **А. И. Кучеров**, ст. преподаватель

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИЛОЖЕНИЯ ПО SEO/SEA ПРОДВИЖЕНИЮ САЙТОВ

На сегодняшний день, без использования технологий поисковой оптимизации не может существовать ни один веб-сайт. Изначально

интернет-маркетинг осуществлялся через продвижение с помощью каталогов ссылок и баннеров. Такой метод был легок в реализации, поэтому продвижение с помощью него не вызывало затруднений, однако пользователи чаще всего находили некачественные сайты, которые не обладали полезным контентом, а продвигались в основном за счет рекламы.

Ситуация резко изменилась при появлении первых поисковых систем и их поисковых алгоритмов. Многие пользователи начали настраивать поисковые системы как домашние страницы и искать необходимую информацию в поиске. Именно в этот момент владельцы сайтов задумались о том, как добиться того, чтобы их сайты были выше в поисковой выдаче, тем самым привлекая именно свою целевую аудиторию.

Сегодня рынок маркетингового продвижения интернет-ресурсов может предложить сразу несколько каналов привлечения трафика и повышения прибыльности сайта, отличающихся между собой по стоимости, времени достижения цели, конечной результативности и долгосрочности полученного эффекта. Основными тремя каналами являются – поисковое продвижение (SEO – Search Engine Optimization), контекстная реклама (SEA – Search Engines Advertising) и привлечение клиентов через социальные платформы (SMM – Social Media Marketing).

В идеале для максимального эффекта следует использовать сразу несколько направлений. Однако это может быть проблематично если использовать несколько разных приложений для каждого направления. Поэтому идея о создании приложения, которое будет включать в себя все 3 направления сразу, имеет хорошие перспективы.

Теперь чуть подробнее о самих направлениях. SEO – это сокращение от search engine optimization, что переводится как оптимизация под поисковые системы. Это ряд действий, которые направлены на улучшение индексации сайта и его видимости в поисковых системах, а именно: оптимизация кода, работа с тегами, юзабилити, оптимизация контента и наращивание ссылочной массы. Оптимизация всегда направлена на долгосрочный эффект (рисунок 1). SEA – это контекстная реклама, которая видна пользователям на страницах поисковой выдачи или тематических порталах. Преимущества данного метода – привлечение целевых посетителей (рисунок 2).

Таким образом, для упрощения работы над оптимизацией сайтов и удобством их настройки, необходимо создать приложение, в котором можно будет легко получать данные из анализаторов поисковых

систем, а также производить корректировку выбранных сайтов и разработку стратегии их продвижения



Рисунок 1 – SEO

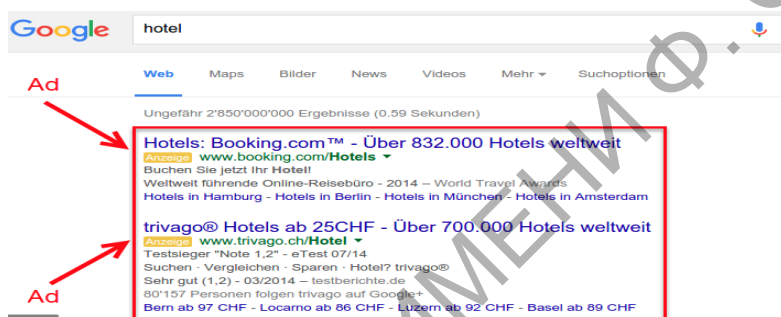


Рисунок 2 – Пример SEA продвижения

К. Н. Суло

(ГГУ имени Ф. Скорины, Гомель)

Науч. рук. **В. Н. Леванцов**, ст. преподаватель

РАЗРАБОТКА ПОДСИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОДПИСКАМИ В ПРОЕКТЕ КОРПОРАТИВНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В качестве диссертации был разработан проект по теме: разработка подсистемы управления подписками в проекте корпоративной электронной коммерции, основанная на коммерческой платформе Hybris.

Проект был создан для осуществления подписок на товары в онлайн магазине и управления ими.

Данное приложение даёт возможность пользователям удалённо осуществлять подписки на товары. Также, пользователь имеет возможность управлять активными подписками: изменять дату и время отправки товара пользователю, изменять состав подписки, добавлять или