

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/262634>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Управление проектами

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

1.1 Особенности применения информационных технологий в проектном менеджменте

1.2 Отечественный и зарубежный опыт реализации проектов создания интернет-магазинов

5

5

9

2. АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТЕ СОЗДАНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО МАГАЗИНА

2.1 Досье и характеристика деятельности компании LEGO

2.2 Содержание и эксплуатация программного и аппаратного обеспечения проекта

2.3 Возможности и недостатки ИТ-технологий при реализации проекта интернет-магазина для LEGO

16

16

21

24

3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ СОЗДАНИИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА НА БАЗЕ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ

3.1 Предложения по улучшению использования ИТ-технологий в проекте интернет-магазина

3.2 Оценка социально-экономической эффективности проектной деятельности с применением ИТ-технологий

26

26

30

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 34

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 36

ПРИЛОЖЕНИЕ А 38

ВВЕДЕНИЕ

Современный мир и развитые технологии диктуют человеку не только новые условия существования, но и новые возможности. Одна из целей данной работы, раскрыть сущность электронной торговли, которая уже давно вышла за пределы узких кругов, адаптировалась среди многих слоев населения, и может выступать в качестве конкурента традиционным видам занятости.

На сегодняшний день электронная торговля является молодой, только развивающейся сферой экономики. В результате этого, система законодательства, регулирующая данную область не совершенна. В данной работе также затрагивается правовой аспект электронной торговли в реалиях нашей страны, а также приводится сравнительный анализ правовых баз других стран.

В широком смысле электронную торговлю часто воспринимают как современную методологию ведения бизнеса, которая подразумевает под собой вид деятельности способствующий сокращать издержки, улучшать качество предлагаемых товаров и услуг, а также ускорять процессы их обмена. При такой трактовке понятия электронная торговля зачастую отождествляется с электронной коммерцией и включает в себя электронный обмен данными, использование электронной почты, факсимильную связь, а также электронные доски объявления и каталоги.

В таком понимании электронная торговля включает в себя множество аспектов деятельности компании: электронный обмен информацией, маркетинговая деятельность, различные системы управления ресурсами, расчеты и взаиморасчеты, послепродажное обслуживание и организация комплексного обслуживания клиентов, организация комплексного обслуживания контрагентов – выявление и анализ этих аспектов также детально проведен в процессе исследования темы.

Актуальность темы заключается в том, что стремительное развитие информационных технологий во всех сферах общественной жизни, в том числе и в системе торговли влияют на все сферы экономической и политической жизни современного общества.

Объектом исследования данного курсового проекта является компания по производству игрушек «LEGO», которое является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность в разных странах мира.

Целью исследования является характеристика информационных технологий при создании Интернет-магазина на примере компании «LEGO».

Цель работы позволила сформулировать следующие задачи:

- рассмотреть особенности применения информационных технологий в
- охарактеризовать отечественный и зарубежный опыт реализации проектов создания интернет-магазинов;
- привести досье и характеристика деятельности компании LEGO;
- охарактеризовать содержание и эксплуатация программного и аппаратного обеспечения проекта;
- рассмотреть возможности и недостатки IT-технологий при реализации проекта интернет-магазина для LEGO;
- представить предложения по улучшению использования IT-технологий в проекте интернет-магазина;
- провести оценку социально-экономической эффективности проектной деятельности с применением IT-технологий.

При написании данной работы были использованы работы таких авторов, как П.Р. Портнова, Б.З. Мильнера, А.М. Смолкина.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

Основными методами при написании данной работы послужили анализ литературных источников, метод наблюдений за практическим применением категорий этики при исследовании системы управления на предприятии.

1. НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

1.1 Особенности применения информационных технологий в проектном менеджменте

Главным ресурсом развития цивилизованного общества выступает информация, на основе которой развиваются и совершенствуются информационные технологии, создаются новые инструменты эффективного управления в системе госслужбы, где особо важной частью управления можно назвать работу с информацией, фиксируемой в различных документах. Потому ключевая роль в данном сегменте принадлежит программному обеспечению и системе электронного документооборота (СЭД), что является необходимым условием организации качественной работы с документами.

Внедрение цифровых технологий в систему торговли свидетельствует о том, что цифровые транзакции значительно экономичнее, чем в бумажном формате и в очном режиме.

Необходимо отметить, что для бизнеса цифровизация выступает средством к выживанию на рынке товаров и услуг, фактором роста конкурентоспособности, продаж и увеличения прибыли компаний.

Электронная торговля - финансовые операции и сделки, выполняемые посредством сети Интернет и частных сетей связи, в ходе которых совершаются покупки и продажи товаров и услуг, а также переводы денежных средств. Операция в электронной торговле может представлять собой простое подтверждение желания и возможности покупки по кредитной карточке и следующего за этим перевода необходимой

суммы с одного счета на другой. Но она может оказаться и очень сложной, когда, например, для выполнения операции передача информации должна выполняться через многие сети.

Первые примеры электронной торговли корнями уходят в банковские операции и процесс, получивший наименование «телеграфные переводы». В этом процессе клиент уполномочивал банк сделать телеграфный перевод на счет в ином банке. Такой процесс включал в себя перемещение денежных средств через страну либо на иной край света и традиционно применялся огромными предприятиями и другими независимыми торговыми организациями. На смену телеграфным переводам пришли электронные средства передачи финансовой информации - процесс, в ходе которого один банк посылал телекс иному, поручая ему перевести денежные средства. При этом банки уведомляли друг друга о переводе телеграммами, телексами либо по электронной почте.

Изначально электронной торговлей пользовались, основным образом, государственные органы, большие финансовые организации и предприятия. После этого движущей силой образования области электронной торговли стали компании-эмитенты кредитных карточек. Такие фирмы, как «Виза Интернэшнл», применяли частные и торговые сети связи для санкционирования и обеспечения чистоты финансовых операций с кредитными карточками.

Стремительно растущий интерес покупателей к сети Интернет, широкое применение программ просмотра (браузеров), в которых предусматривается зашифрованная передача информации о кредитных карточках, и существенное распространение мультимедийных компьютеров - это лишь некоторые из факторов, стимулировавших становление электронной торговли в 1990-е годы. При электронной торговле персональный компьютер (ПК), подключенный к сети Интернет, либо торговая оперативная служба применяются для взаимодействия с какой-нибудь финансовой организацией либо для покупок товаров и служб. Электронная покупка может быть столь же простым делом, как посещение пользователем ПК торгового узла сети WWW и применение кредитной карточки для заказа товаров, которые после этого подрядчик отправит клиенту. Но она может оказаться и больше трудным делом, в которое будут привлечены не только подрядчик товаров и служб, но также бесчисленные агентства, занимающиеся обработкой, выполнением и контролем финансовой операции.

В нормальном случае пользователь входит в Интернет и соединяется с торговым узлом WWW, определяет, что ему нужно приобрести, и заказывает желаемое.

Один из вариантов этого процесса применяется в сочетании с электронными каталогами, распространяемыми на CD-ROM некоторыми компаниями среди обладателей ПК. Пользователь устанавливает такой CD-ROM на CD-плеер своего компьютера и запускает приложения типа браузера. Предпочтя то, что он желает купить, пользователь вводит и передает информацию, нужную для заключения операции.

Изначально операции покупки выполнялись сурово ступенчато и только по одному предмету за один раз. Впрочем позже работающие оперативно провайдеры (подрядчики служб) и службы, исполняющие службы на базе CD-ROM, освоили больше результативный процесс, названный «покупкой в тележку для отбора товаров» и отражающий электронными средствами процесс отбора товаров либо служб в магазине. Заложённая в данный процесс программа подсчитывает нынешний вывод по отобранным товарам либо службам в соответствии с ценами. Такая модель дает пользователю вероятность добавлять либо убавлять покупки, складываемые в «тележку», как это делают клиенты в обыкновенном магазине самообслуживания. Как только пользователь завершил отбор покупок, программа подсчитывает итоговую стоимость покупок, а финансовая операция регистрируется и передается в соответствующую финансовую организацию. Описанная тут модель с тележкой для покупок применяется в нескольких оперативных службах, исполняющих продажи и поставки бакалейных и других продовольственных товаров. Электронная торговля начала также влиять на базовые аппаратные средства ПК. Так, дабы облегчить пользователям закупки через Интернет, производители ПК оснащают свои компьютеры больше сильными видеоподсистемами, жесткими дисками большей емкости, микропроцессорами, результативнее обрабатывающими мультимедиа-информацию, и быстродействующими модемами.

В конце XX в. велись разработки больше верных линий связи между пользователями ПК, банками и предприятиями бизнеса. В начале XXI в. обширно используются прямые списания затрат с банковских счетов клиентов и прямые начисления денег на банковские счета продавцов. Эти разработки стали допустимыми вследствие происхождению нескольких новых спецтехнологий. Первая из них - дебетовая карточка.

Финальным средством финансового обмена для электронной торговли может стать электронная наличность. Операции с электронной наличностью требуют особого программного обеспечения. Такое

программное обеспечение дает пользователю вероятность переводить деньги из своего банка на электронный счет наличности, находящийся на его ПК, а после этого приобретать товары либо службы у оперативно работающих на сети подрядчиков, оплачивая сделанные покупки с этого электронного счета. Электронные торги сегодня принято организовывать на специальных площадках, которые позволяют продавать и покупать самые разнообразные строительные материалы, оборудование и инструмент. При этом срок окончания таких торгов известен заранее, а за его обозначение отвечает сам продавец товаров. Чтобы принять участие в подобном мероприятии необходимо получить ЭЦП, которая позволит подтвердить собственные действия на планируемом аукционе. Нередко электронные площадки предусматривают прохождение процедуры обязательной аккредитации, после которой можно будет подавать заявку на участие.

1.2 Отечественный и зарубежный опыт реализации проектов создания интернет-магазинов

На сегодняшний день электронная торговля является молодой, только развивающейся сферой экономики. В результате этого, система законодательства, регулирующая данную область не совершенна. Каждая страна вырабатывает свой подход к регулированию электронной торговли.

Объем сегментов российского рынка Интернет-торговли в 2014 году представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Объем сегментов российского рынка Интернет-торговли в 2020-2021 годах, (млрд.руб.)

Сегменты 2020 год 2021 год

Бытовая техника, в т.ч. аудио/видеотехника 116 121

Одежда и обувь 36 38

Автозапчасти 29 33

Товары для дома, мебель, DIY 18 11

Детские товары 12 14

Косметика и парфюмерия 10 13

Книги, дискиDVD, CD 5 6

Продукты 7 9

Спортивные товары 3 5,7

Подарки, предметы роскоши 3 5

Неспециализированные Интернет-магазины 21 27

Другое 21 25

На сайтах ежедневных скидок и коллективных покупок наибольшим спросом пользуются услуги салонов красоты, развлечения и спорт, организация ужинов и туристические услуги. Среди виртуальных товаров и услуг наиболее популярными являются авиа- и железно-дорожные билеты, а также билеты на мероприятия и покупка программного обеспечения. Ожидается, что в 2022 году объем всего розничного интернет-рынка в России может составить 845 миллиардов рублей (более 27 миллиардов долл. США)

Рис. 1. Прогноз роста рынка Интернет-торговли

По умеренным прогнозам, к 2025 году розничный интернет-рынок России может еще удвоиться (50-70 миллиардов долл. США). Данная цифра составляет около 7% от общего объема розничного рынка России, и, ни в коем случае не может рассматриваться как максимальный показатель. В долгосрочной перспективе устойчивый рост главным образом будет обусловлен следующими структурными факторами:

- Электронная подпись и онлайн-платежи будут становиться все более популярными, порождая массовый онлайн спрос на такие услуги, как страхование и предложения турпакетов.

- Инфраструктура доставки достигнет своей зрелости: с уменьшением стоимости доставки электронные формы торговли будут распространяться на более дешевые категории товаров, доступные даже в малых городах и отдаленных районах.

В 2021 году Data Insight насчитала 22 млн. онлайн-покупателей за шесть месяцев (на 30% выше, чем 2020 года), что соответствует примерно 33% российских интернет-пользователей и 15% взрослого населения России.

По данным опросов ФОМ, ежемесячно 16,9% российских интернет-пользователей делают покупки в Интернете, что равно 11,1 млн. человек. Еще 6,1% выбирают товар в Интернете, но фактически делают покупку в оффлайн-режиме или по телефону. Между тем, более трех четвертей пользователей

Интернета не были вовлечены в электронную коммерцию.

При анализе причин неудовлетворённости пользователей теми или иными факторами, стоит отметить повышенное внимание пользователей к ценам, информации о товаре на сайте, ценообразованию и условиям доставки. Доверие к совершению покупок онлайн, в целом является ключевым фактором. По крайней мере 30% интернет-пользователей России заявляют, что они никогда не делают покупки через Интернет, в то время как аналогичный показатель в большинстве западных стран 10-20%.

Интернет-аукцион - торговая площадка в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время публичных, открытых торгов на основании потребности и предложения. Некоторые интернет-аукционы могут предусматривать регистрацию (в том числе с денежным залогом).

В электронной коммерции применяются следующие основные типы аукционов:

- типовой аукцион - аукцион продавца на возрастание исходной цены.
- обратный аукцион - аукцион клиента на понижение исходной цены.
- немецкий аукцион - аукцион продавца на возрастание исходной цены. Применяется при продаже партии идентичных товаров, причем товары могут покупаться порознь различными клиентами.

Таблица 2 - Сравнительные характеристики процесса закупок на традиционных и на электронных торгах

Традиционные закупки Закупки на электронном аукционе

Круг поставщиков по основным позициям ограничен Неограничен

Закупочные цены определяются ограниченным «пулом» поставщиков определяются открытым рынком

Возможность влияния поставщиков на своих конкурентов присутствует Отсутствует

Возможность использования нерыночных средств давления на цены присутствует Отсутствует

Документооборот бумажный Электронный

Форма подачи заявки конкурсная заявка в бумажном виде аукционная заявка в электронном виде, подписанная электронной цифровой подписью

Юридическая значимость присутствует только у официальной конкурсной заявки присутствует у каждой заявки

Возможность корректировки ценового предложения ограниченная (2-3 ценовых предложения) неограниченная

Аукцион – это способ электронных торгов, при котором оценка предложений производится только по цене. Данный способ применяется при закупке стандартных товаров и услуг с предсказуемым качеством. Большинство серверов, на которых проходят Интернет – аукционы, работают по обобщенной схеме, в структуре которой учтены все составляющие, необходимые для приобретения и оплаты товара. Данная схема представлена на рисунке 2.

Рис.2. Схема приобретения товаров через Интернет – аукцион1

Интернет – аукцион - торговая площадка в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время публичных, открытых торгов на основании спроса и предложения. Товары, которые можно приобретать на Интернет - аукционах включают в себя различную продукцию, как горюче-смазочные материалы, транспортные средства, вычислительная техника, питьевая вода, расходные материалы для офисной техники и пр.

В настоящее время существуют несколько вариантов организации Интернет - аукционов, которые зарекомендовали себя как наиболее удобные и эффективные. Все онлайн-аукционы можно разделить на несколько видов.

Таблица 3 - Виды Интернет – аукционов

Название аукциона Описание

Классический («английский») Данный вид организации интернет - торга является наиболее распространенным. Он характеризуется тем, что участники аукциона повышают цены на товар с фиксированным или произвольным шагом. Победителем становится участник, предложивший наивысшую цену.

Скандинавский Предлагает покупателям товары по ценам на 10-20 % ниже их рыночной стоимости, но требует плату за совершение ставок. Победителем становится наиболее упорный участник, который дождался окончания ставок со стороны других участников и своей последней ставкой завершил торги. Главным недостатком такого вида интернет-аукциона является его продолжительность, так как торги

могут длиться неопределенное количество времени.

Голландский Характеризуется снижением цены на товар с течением времени, что значительно ускоряет процесс проведения торгов (иногда не более 10 минут). Данный вид интернет-аукциона предоставляет возможность быстро купить нужный товар по привлекательно низкой цене. Такой механизм составляет конкуренцию интернет-магазинам, но одновременно может заставить некоторых покупателей засомневаться в честности сделки. Стартовый взнос для участников, наличие их минимального числа (которое своими начальными взносами покрывает расходы), а также выкупная стоимость товара позволяют такому виду онлайн-аукционов обеспечить получение намеченной прибыли.

На сегодняшний день, среди всех Интернет - аукционов России особенно востребован Molotok.ru. Molotok.ru - это план одного из величайших и знаменитейших веб порталов России Mail.ru. Интернет - аукцион eBay объявил о запуске русифицированной версии своего сайта. В итоге пользователи аукциона могут находить, сопоставлять, выбирать и приобретать нужный товар среди миллионов разных лотов при помощи русифицированного интерфейса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. - СПб.: Изд. дом «Питер»: ЗАО «Питер бук», 2019. - 335 с.
2. Валинурова А.А., Балабанова Н.В. Оценка перспективных способов приема платежей в сети Интернет // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. - 2018. - № 3 (31) - С. 10-16. - http://www.isuct.ru/e-publ/snt/sites/ru.e-publ.snt/files/2018/03/snt_2012_n03_10.pdf
3. Воронов В.П. Электронная коммерция: проблемы мировые и российские// ЭКО. -2019.№ 1.- С.8-11
4. Вступление в ВТО и электронная коммерция. - 2019. - <http://voprosik.net/vstuplenie-v-vto-i-elektronnaya-kommerciya/>
5. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса. Москва: Изд-во «Солон-пресс», 2019.
6. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. Изд-во Эксмо, 2017. - С. 12
7. Глызьев С.Ю. Как построить новую экономику?//Эксперт - 2018. - № 7 (790).
8. Горевая М.А. Электронная торговля как эффективный канал сбыта розничной компании // Интернет-маркетинг - 2019. - № 2.
9. Данные сайта Ассоциации электронных торговых площадок - <http://aetp.ru/html.aspx?link=5702>
10. Денисова А.Л., Н.В. Молоткова, М.А. Блюм - Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса. Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО ТГТУ. 2019 - С. 9-13. <http://www.tstu.ru/education/elib/pdf/2012/blyum.pdf>
11. Елин В.М. Жарова А.Н. Правовые аспекты торговли в сети Интернет // Право и государство: теория и практика. - 2018. - № 10. - С. 139-146
12. Закаблущая Е.В. Три проблемы электронной торговли России// Управление магазином. -2019 .№4-С.11-13
13. Измерение Интернет-аудитории в России. - 2020. - <http://www.tns-global.ru/rus/projects/media/asmi/inet/descrip/>
14. Имери В. Как сделать бизнес в Internet: Пер. с англ. - 3-е изд. - К.; М.; СПб.: «Диалектика», 2018.- 480с.
15. Козье Д. Электронная коммерция. М.: ИТД Русская редакция, 2019. - 148с
16. Корнева О. Рунет в картинках, часть 2. Как россияне делают покупки в Интернете - 2018. <http://moneynews.ru/AuthorsArticle/17499/>
17. Котляров И.Д. Эволюция форм торговли: традиционная, дистанционная, электронная // Вопросы управления. - 2019. - № 2 (19) -9<http://vestnik.uara.ru/ru-ru/issue/2019/02/13/>
18. Левинсон А. Онлайн аукционы в Интернете. Какие бывают и как работают. - 2012. - www.annalevinson.com/money/auction_140.html
19. Мартынов В.Г., Андреев А.Ф. Электронные деньги. Интернет платежи. Изд-во ЦИПСИР, 2020.
20. Михайлова О. Проблемные вопросы развития электронной торговли в России// Экономикс- 2019. №5-С.6-8
21. Овечкин А.В. Процесс оформления покупки в интернет-магазине // Интернет-маркетинг. - 2021. - №4
22. Овчинников Б. Рынок e-commerce в России. Итоги 2019 года и тренды 2020. - 2020. - <http://www.datainsight.ru/ecommerce2012>.
23. Опарин А. Электронная коммерция на пороге 3D// E-Commerce World.-2019. № 5-С. 3
24. Орлов И.А., Пауков А.А. Совершенствование правового регулирования электронных торгов в Российской Федерации // Вестник российской таможенной академии - 2021. - № 3. - С. 119-123
25. Салбер А.Д. Перспективы развития рынка электронной коммерции/ Курьер печати- 2019. №8- С. 14-16

26. Тедеев А.А. «Электронная коммерция (электронная экономическая деятельность): правовое регулирование и налогообложение», 2019, «Приор».- 266с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/262634>