

КРОССБРАУЗЕРНЫЙ ВЕБ-СЕРВИС ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ АВТОМОБИЛЬНЫХ ЗАПЧАСТЕЙ

Институт информационных технологий БГУИР,
г. Минск, Республика Беларусь

Жигуновский А.В.

Шпак И.И. – зав. кафедрой ПЭ, к.т.н., доцент

В докладе рассмотрен комплекс вопросов, связанных с созданием, тестированием и внедрением современных систем реализации товаров через интернет-магазин и их интеграции со сторонними сервисами на основе разработанного веб-сервиса.

Веб-сервисы в современных условиях повсеместно внедряются практически во всех магазинах, с целью сокращения времени поиска товаров и увеличения доходности магазина [1]. Проанализировав наиболее успешно работающие интернет-магазины, определились с их достоинствами и недостатками и учли их при разработке веб-сервиса.

Создаваемый веб-сервис должен обеспечивать потенциальным покупателям возможность доступа к информации о компании, описанию товара и информации о стоимости и наличии этого товара.

Главной особенностью веб-сервисов является набор готовых классов, процедур, функций, структур и констант, предоставляемых веб-приложением для использования во внешних программных продуктах.

Функционал системы поиска товаров на сайте заключается в том, насколько просто покупателю найти на сайте те или иные товары. Это значит, что на сайте магазина обязательно наличие рабочего поиска по сайту, причем такого, который выдает результаты не только при полном совпадении фразы.

Чтобы дать клиенту доступ к магазину не только с компьютера, но и с телефона, необходима мобильная версия сайта. Она должна содержать только самые необходимые функции и не быть перегруженной.

Система обновления товаров предусматривает импорт товаров из файлов поставщиков, которые они отправляют на сервер веб-сервиса.

Важно предусмотреть наличие SSL сертификата — криптографический протокол, который подразумевает более безопасную связь.

В результате улучшаются условия для более полного удовлетворения запросов покупателей с одной стороны и учета этих запросов владельцем интернет-магазина, с другой стороны.

Особенности продажи товаров посредством веб-сервиса [2] с учетом законодательства Республики Беларусь отображает рисунок 1.

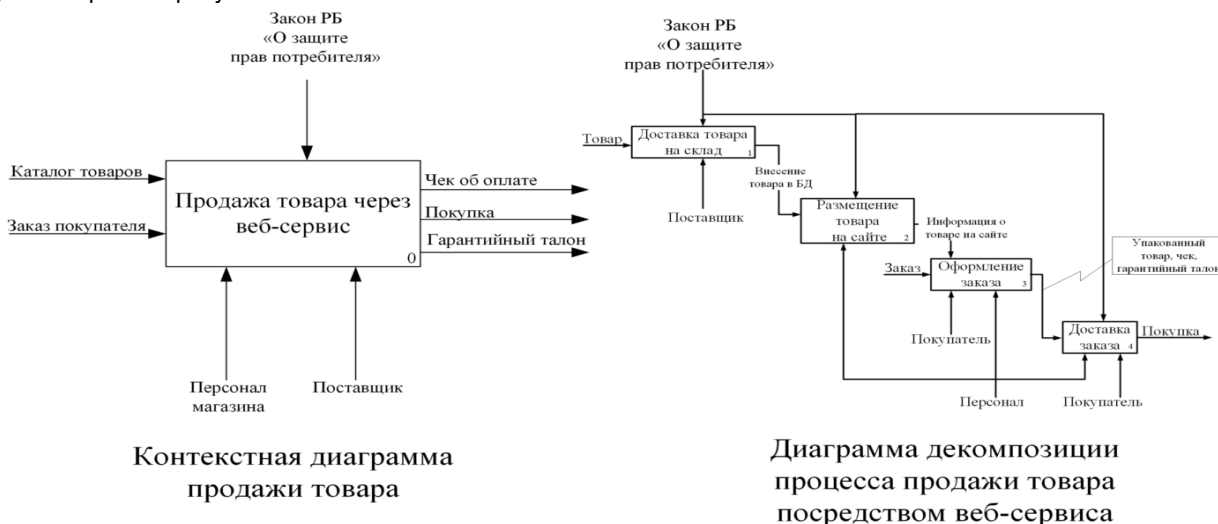


Рисунок 1 - Процесс продажи товаров посредством веб-сервиса в Республике Беларусь

Одним из важнейших моментов разработки стало определение нагрузки на сервер [3]. На рисунке 2 представлена загруженность процессора при выполнении высоконагруженной части операции.

Разработанный веб-сервис положен в основу работы предприятия занимающегося реализацией автомобильных запчастей.

В докладе процессы разработки веб-сервиса его тестирования и особенности внедрения рассмотрены более подробно.

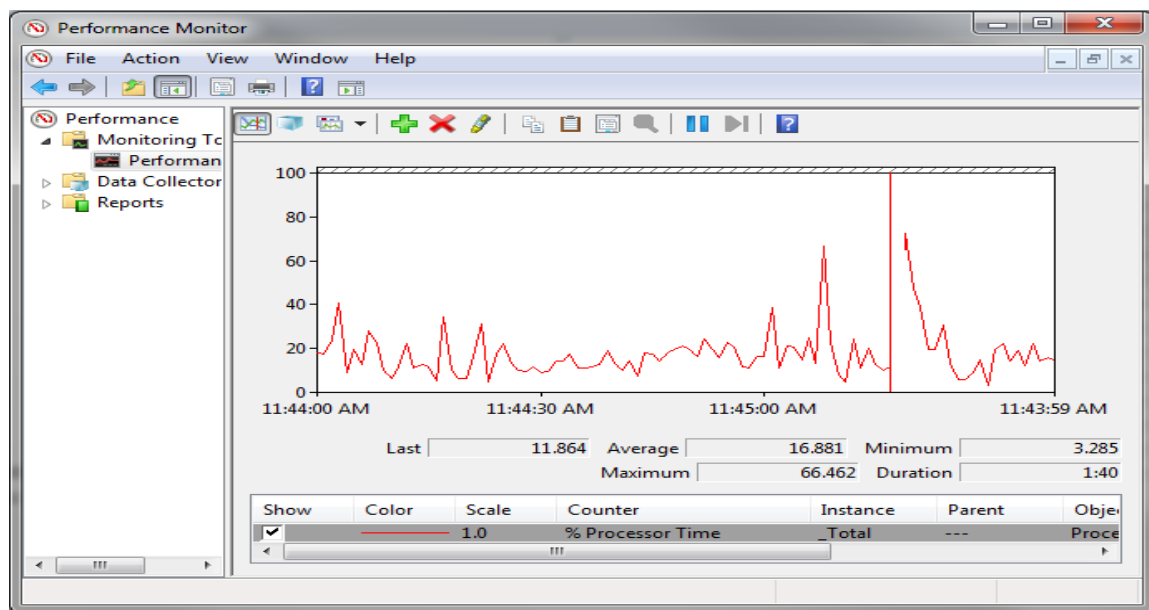


Рисунок 2 - Загруженность процессора при выполнении высоконагруженной части операции

Список использованных источников:

1. Веб-сервисы в теории и на практике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/46374/>. – Дата доступа: 02.01.2018.
2. Определение архитектуры приложений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ibm.com/developerworks/ru/library/r-define-application-architecture-rational-software-architect-2/>. – Дата доступа: 02.01.2018.
3. Анализируем скорость загрузки веб-страницы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webo.in/articles/habrahabr/16-optimization-page-load-time/>. – Дата доступа: 02.01.2018.

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ КЛИЕНТОВ КОМПАНИИ «ЕДА ДАРОМ» НА ПЛАТФОРМЕ ios

*Институт информационных технологий БГУИР,
г. Минск, Республика Беларусь*

Житников С.В.

Калитеня И. Л. – ассистент каф. ИСиТ, м.т.н.

Основная маркетинговая задача любого бизнеса – увеличение продаж, получение прибыли за счет привлечения новых клиентов и взаимодействия с уже имеющимися клиентами. Одним из последних нововведений в области маркетинга и продвижения, является адаптация бонусных программ и программ лояльности заведений для пользователей мобильных устройств.

Следует заметить, что приложение должно стать по-настоящему полезным для клиентов, а не просто быть средством получения рекламных сообщений.

Бонусная программа – один из видов программ поощрения покупателей. При правильном подходе, является механизмом по первичному привлечению клиентов и сбору информации, которая поможет узнать портреты групп покупателей, определить их ценность и уровень возможных маркетинговых вложений в каждую из этих групп.

В приложении «Еда Даром» пользователь получает бонусные баллы за каждый оплаченный заказ в заведении, участвующей в программе начисления бонусных баллов, а также за участие в акциях данного заведения.

В результате анализа отечественных и зарубежных аналогов мобильного приложения была разработана структура приложения и интерфейс пользователя, который бы отвечал функциональным требованиям и бы удобен и понятен для пользователей современных мобильных устройств.

Одной из отличительных особенностей бонусной программы «Еда Даром» является открытость для вступления в неё новых заведений и гибкость в адаптации к требованиям новых клиентов.

Разработанное мобильное приложение выполняет следующие функции:

- создание для пользователя личного кошелька в каждом посещенном заведении и накопление на нём баллов, которыми он мог бы расплатиться при следующем заказе;