

- zemon – каталог, в котором размещается исполняемый файл программы zemon.exe (zemon для ОС Linux);

- dbase – каталог, в котором размещаются конфигурационные DBF-файлы;

- web – каталог для размещения web ресурсов, используемых для реализации АРМ Телемеханика;

Настройка работы ПО «Монитор РВ» осуществляется заполнением соответствующих полей в таблицах конфигурации, которые имеют DBF-формат и размещаются в подкаталоге dbase общего каталога программы. Исходные данные заносятся в конфигурационные файлы при вводе комплекса в эксплуатацию и могут изменяться в процессе эксплуатации при подключении новых устройств, или при изменении технических характеристик комплекса. В каталоге dbase обязательно должны присутствовать следующие конфигурационные файлы, необходимые для запуска программы Монитор:

- DEVICE.DBF – файл для описания устройств ввода/вывода данных;

- SYSCAN.DBF – файл для описания системных каналов для приема и ретрансляции данных в соответствии с конкретными протоколами;

- CHANNEL.DBF – файл для описания соответствия каналов устройств ввода/вывода системных каналов;

- SYSDATA.DBF – файл для описания оперативной базы данных;

Запуск клиентского рабочего места.

Исполнительной средой клиентского рабочего места программы «АРМ ТМ» является Web-браузер на компьютере с любой операционной системой, поддерживающей ПО Java. С помощью браузера происходит соединение с Web-сервером ПО «Монитор РВ», затем осуществляется запрос данных и отображение полученного результата. Для осуществления соединения с сервером на клиентском компьютере необходимо запустить Web-браузер и перейти по адресу [http://net\\_ID:2080](http://net_ID:2080), где net\_ID – IP-адрес УСПД; а 2080 – рабочий порт ПО «Монитор РВ».

В случае успешного выполнения всех перечисленных шагов устройство отправляется на испытание, устанавливается в специально оборудованный стенд, где осуществляется непрерывное тестирование приема/передачи данных по логическим каналам связи в течение нескольких недель. Контроль за испытаниями осуществляется с помощью программы «АРМ ТМ» и системными журналами устройства. Так же УСПД проходят проверку в термокамере.

#### **Итоги.**

Данная методика была успешно применена на предприятии ООО «СИСТЕЛ». Было протестировано более сорока УСПД-248, а так же другие модели устройств сбора и передачи данных и центральные приемо-передающие станции. Большинство из них работает на объектах по всей территории России.

#### **Список литературы**

1. [http://www.altera.com/literature/ug/ug\\_bbi.pdf](http://www.altera.com/literature/ug/ug_bbi.pdf)
2. Монитор реального времени системы сбора и первичной обработки телеинформации. Руководство системного программиста RU.59703777.10001-01 32 01-ЛУ
3. Монитор реального времени системы сбора и первичной обработки телеинформации АРМ Телемеханика Руководство оператора RU.59703777.10002-02 34 01-ЛУ

---

### **ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, КАК ИНСТРУМЕНТ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

---

**Автор:** Гасанова Зейнаб.

**Руководитель:** Керимов Игорь Валехович, кандидат технических наук, доцент.

**Образовательное учреждение:** Международный университет природы, общества и человека «Дубна», филиал «Протвино».

#### **ONLINE STORE AS E-COMMERCE INSTRUMENT**

**Gasanova Z.**

В работе анализируется электронная коммерция, как сфера экономики, на примере организации работы интернет-магазина. Задача доклада - продвижение новых форм торговли, описание готового программного инструментария, а также разработка общей структуры её информационной системы.

Электронная коммерция — это коммерческая деятельность в сфере рекламы и распространения товаров и услуг посредством использования сети Интернет. В настоящее время электронная коммерция быстро развивается и, по статистике, уже более 200 миллионов человек во всем мире регулярно совершают покупки в Интернет-магазинах.

Сейчас об электронной коммерции говорят практически все. Но надо сказать, мало, кто реально представляет себе, что же это такое. Существует три основных общепринятых модели электронной коммерции: B2B, C2C и B2C. Модель B2B (business-to-business) - это отношения между компаниями и поставщиками, производителями и продавцами и т.д. Модель электронной - коммерции C2C (customer - to- customer) отражает деловые отношения, возникающие между частными лицами (например, на онлайн-аукционах). Модель электронной коммерции B2C (business-to-customer) предполагает предоставление услуг или продажу товаров конечному потребителю, будь то частное лицо или корпоративный заказчик.

Один из наиболее популярных B2C инструментов в электронной коммерции — Интернет-магазин. Они являются самой удобной для покупателя формой электронной торговли. В России существуют уже сотни магазинов, в которых можно купить всё: компьютеры и программы, книги и диски, продукты питания и др.

Покупатель в Интернет-магазине имеет возможность, ознакомиться с товаром (техническими характеристиками, внешним видом товара и т. д.), а также его ценой. Выбрав товар, потребитель может сделать непосредственно из Интернета заказ на его покупку, в котором указывается форма оплаты, время и место доставки и т. д. Оплата производится либо наличными деньгами после доставки товара, либо по кредитным карточкам.

В целом, процесс создания Интернет-магазина можно разделить на 4 основных этапа:

1. подготовительный;
2. разработка интернет-магазина;
3. организация бизнес-процессов;
4. продвижение интернет-магазина.

Подготовительный этап:

- Изучаем свои ресурсы и определяем модель бизнеса:
  - прямая поставка (дропшипинг/drop-shipping);
  - под заказ со склада;
  - свой склад;
  - комбинированная модель.
- Провести маркетинговое исследование и анализ конкуренции выбранной ниши.
- Найти поставщиков и подобрать товарную матрицу.
- Изучить нишу и определить для себя целевую аудиторию.
- Определиться с позиционированием, а также подготовить уникальное торговое предложение.
- Подготовить финансовый план, а также план работ.

Разработка и наполнение сайта:

• Выбор движка интернет-магазина (это могут быть бесплатные, свободно распространяемые: Wordpress, OpenCard, Drupal, или коммерческие: 1С-Битрикс, CS-Cart, UMLCMS,

- Установка движка,
- Добавление товаров в каталог,
- Настройка дизайна интернет-магазина,
- Настройка каталога интернет-магазина,
- Настройка служебных страниц,
- Настройка способов доставки,
- Настройка шлюзов по приему оплаты,
- Настройка инфо-блоков и виджетов,
- Регистрация домена интернет-магазина,
- Настройка корпоративной почты на домене.

Организация бизнес-процессов

- Регистрация ООО или ИП
- Открытие расчетного-счета в банке
- Определяемся как мы работаем в офисе или дома.
- Аутсорсинг логистики Интернет-магазина - заключение договора с курьерской службой.
- Определиться — закупать впрок или работать под заказ.
- Организовываем прием и обработку заказов через менеджера Интернет-магазина или через колл-центр.

- Подключение электронных платежных систем
- Настройка способов коммуникации с клиентом и системы отзывов и обратной связи.

Продвижение Интернет-магазина

- Решение вопроса об увеличении продаж в Интернет-магазине

- Расчет максимальной стоимости привлечения нового покупателя
- Выстраивание системы продаж
- Запуск контекстной рекламы на примере Яндекс Директ
- Запуск SEO продвижения (продвижение сайта в поисковых системах)
- Запуск блога интернет-магазина
- Создание сообщества в социальных сетях (SMM- процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы)
- Запуск Email Marketing (Инструкция по настройке.)
- Запускаем кампании на купонных сервисах.
- Выстраиваем прочный бренд.

Создание интернет-магазина для компаний, занимающихся оптовой или розничной продажей самых различных товаров стало в наши дни не только вопросом престижа предприятия, но и самой насущной необходимостью. Ведь создать интернет-магазин гораздо проще, чем организовать розничную или оптовую торговлю обычным методом и в этом может помочь информация, изложенная в данной работе. Создание интернет-магазина- это расширение рынка сбыта продукции. Также интернет-магазин поможет автоматизировать работу с постоянными заказчиками, представить полный ассортимент товаров (зачастую это сложно сделать на ограниченной торговой площади), увеличить продажи новинок продукции и ускорить распродажу товарных остатков.

#### Литература

1. Electronic Commerce: Theory and Practice (Studies in Computational Intelligence) / Makoto Yokoo [и др.]; М.: Springer, 2010.— 170 с.
2. Электронный учебник по информационно-коммуникационным технологиям. Электронная коммерция в Интернете [Электронный ресурс]. Электрон. дан. Режим доступа: <http://eict.ru/commerce.html> (Дата обращения: 14.12.2014).

### РАЗРАБОТКА ПОДСИСТЕМЫ ОТОБРАЖЕНИЯ ПРОФИЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ОБУЧАЮЩЕЙ СИСТЕМЫ «3DUCATION»

---

**Автор:** Григорьев Александр, магистр 2-го года обучения, направление «Фундаментальные информатика и информационные технологии».

**Руководитель:** Зеленко Лариса Сергеевна, к.т.н., доцент кафедры программных систем.

**Образовательное учреждение:** Самарский государственный аэрокосмический университет им. акад. С.П. Королева (национальный исследовательский университет) (СГАУ), факультет информатики, г. Самара

### DEVELOPMENT OF USER PROFILE VISUALISATION SUBSYSTEM FOR DISTANCE EDUCATION SYSTEM «3DUCATION»

Grigoriev A.

В данной статье описаны возможности подсистемы отображения профиля пользователя дистанционной обучающей системы «3Ducation. Ключевыми особенностями данной системы являются *игровой подход* к организации образовательного процесса, использование *технологий создания виртуальных миров*, а также применение *дистанционного обучения*. Система «3Ducation» позволяет пользователю изучать лекционные материалы, проверять полученные навыки с помощью средств тестирования, общаться с товарищами и преподавателями, обеспечивая таким образом полную и всестороннюю поддержку образовательного процесса.

В числе качеств, которыми должна обладать подобная система, не последнее место занимает наличие возможности контроля успехов и достижений – как со стороны преподавателя, так и со стороны самого ученика. Средства самоконтроля позволяют школьнику получить представление о собственных способностях, сильных и слабых сторонах, а также помогают выработать навыки планирования и анализа. Кроме того, возможность наблюдать за своим прогрессом с течением времени может быть использована для повышения мотивации, что делает обучающий процесс еще более эффективным и приятным для ученика. Наконец, не стоит забывать и о соревновательном элементе: сравнивая свои результаты с результатами одноклассников, школьник получает дополнительный стимул для развития. Принимая во внимание сказанное выше, нетрудно понять, почему так важна разработка подсистемы отображения профиля пользователя.