

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL  
Infotehnoloogia teaduskond  
Informaatikainstituut  
Infosüsteemide õppetool

IDU40LT

Kristina Džalilova

Анализ и создание веб-сайта для рекламного агентства

Бакалаврская работа

Руководитель: Lea Elmik

Со руководитель: Rein Paluoja

Tallinn 2014

## Авторская декларация

Настоящим подтверждаю, что представленная мною работа

“Анализ и создание веб-сайта для рекламного агентства “является результатом моего личного труда и не скопирована (целиком или частями) с работ других авторов без соответствующих на то ссылок.

Число .....

Студент .....

Имя

Подпись

## **Аннотация**

Целью работы является создание сайта для рекламного агентства BodyCar creative.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Изучить и проанализировать теоретические основы создания сайтов, выявить цели создания сайта и поставить проблемы, которые можно решить с созданием сайта;
- Провести анализ рынка и определить его сегменты, изучить сайты аналоги, провести анализ их эффективности;
- Предложить варианты решения выявленных проблем, разработать веб-сайт для рекламного агентства BodyCar creative;

Исходя из проведенного анализа, определены цели создания веб-сайта для рекламного агентства BodyCar creative. Также выбраны способы реализации создания сайта.

Эта бакалаврская работа написана на русском языке и содержит 47 страниц, 3 главы, 28 рисунков, 6 таблиц.

## **Annotatsioon**

Töö eesmärgiks on veebilehe loomine reklaamagentuurile „BodyCar creative”.

Eesmärgi teostamiseks on vaja lahendada järgmised ülesanded:

- Uurida ja analüüsida veebilehtede valmistamise teoreetilisi põhimõtteid, välja selgitada nende tegemise eesmärgid ja tuua välja probleemid, mida veebilehtede kasutamine saab lahendada.
- Viia läbi turu analüüs ja määrata turu segmendid loodava veebilehe jaoks, uurida analoogseid veebilehti ja teha nende efektiivsuse analüüs.
- Pakkuda lahendusvariante väljaselgitatud probleemidele ja luua veebileht reklaamagentuurile „BodyCar creative”.

Lähtudes analüüsi tulemustest, on välja töötatud eesmärgid reklaamagentuurile „BodyCar creative” veebilehe loomiseks ja loodud sellest lähtuvalt ka töötav veebileht.

Lõputöö on kirjutatud vene keeles ning sisaldab teksti 47 leheküljel, 3 peatükki, 28 joonist, 6 tabelit.

## **Abstract**

The purpose of the project is to design a website for the BodyCar Creative advertising agency. To achieve the set goals it is necessary to solve the following issues:

- Research and analyze the theoretical foundations of website creation, identify the purpose of creating and set problem which can be solved with the creation of the website;
- To analyze the market and determine its segments, explore sites analogues, analyze their effectiveness;
- Offer solutions to the problems identified, to develop a website for BodyCar Creative advertising agency;

Based on the analysis, it determines the goals for the website design for BodyCar Creative advertising agency. It also suggests a method implementation of this site.

This bachelor paper is written in Russian and contains 47 pages, 3 chapters, 28 pictures, 6 tables.

## Словарь сокращений и понятий

<b>ASP</b>	<b><i>Active Server Pages</i></b> <i>Активные серверные страницы</i>
<b>CSS</b>	<b><i>Cascading Style Sheets</i></b> <i>Каскадные таблицы стилей</i>
<b>DOM</b>	<b><i>Document Object Model</i></b> <i>Объектная модель документа</i>
<b>FAQ</b>	<b><i>Frequently Asked Question</i></b> <i>Часто задаваемые вопросы</i>
<b>Flash</b>	<b><i>Software platform</i></b> <i>Мультимедийная платформа</i>
<b>HTML</b>	<b><i>HyperText Markup Language</i></b> <i>Язык гипертекстовой разметки</i>
<b>JavaScript</b>	<b><i>Dynamic computer programming language</i></b> <i>Прототипно-ориентированный сценарный язык программирования</i>
<b>Perl</b>	<b><i>Practical Extraction and Report Language</i></b> <i>Практический язык для извлечения данных и составления отчётов</i>
<b>PHP</b>	<b><i>Hypertext Preprocessor</i></b> <i>Препроцессор гипертекста</i>
<b>Script</b>	<b><i>Scripting language</i></b> <i>Язык сценариев</i>
<b>Slideshow</b>	<b><i>Presentation of a series of still images</i></b> <i>Видеоклип, формируемый из фотографий.</i>
<b>SWOT</b>	<b><i>Strengths</i></b> (сильные стороны), <b><i>Weaknesses</i></b> (слабые стороны), <b><i>Opportunities</i></b> (возможности) <b>и</b> <b><i>Threats</i></b> (угрозы)

## Перечень рисунков

Рисунок 1. Классификация сайтов по разным признакам [6] .....	16
Рисунок 2. CSS основная конструкция [7] .....	18
Рисунок 3. www.kleebisreklaam.ee .....	27
Рисунок 4. www.piar.ee .....	28
Рисунок 5. www.adverttech.ee .....	28
Рисунок 6. www.vipline.ee.....	29
Рисунок 7. www.smartservice.ee.....	29
Рисунок 8. Навигация по сайту .....	31
Рисунок 9. Первая страница сайта BodyCar creative .....	32
Рисунок 10. Страница услуг и о нас. ....	32
Рисунок 11. Галерея проделанных работ .....	33
Рисунок 12. Обратная связь.....	33
Рисунок 13. Сайт и его составляющие .....	34
Рисунок 14. Создание меню сайта .....	35
Рисунок 15. Логотип агентства .....	35
Рисунок 16. Фотографии для слайд шоу .....	36
Рисунок 17. Глобальные переменные.....	36
Рисунок 18. Основной блок кода .....	37
Рисунок 19. Главная станица, слайд шоу .....	38
Рисунок 20. Нижний колонтитул, код .....	38
Рисунок 21. Разделение текста на блоки .....	39
Рисунок 22. Формирование страницы "Услуги" .....	39
Рисунок 23. Страница "О Нас" .....	40
Рисунок 24. О нас полная страница .....	40
Рисунок 25. Страница галереи .....	41
Рисунок 26. Галерея страница сайта.....	41
Рисунок 27. Окно обратной связи.....	42
Рисунок 28. страница "Contact us" .....	42

## Перечень таблиц

Таблица 1. Различия сайтов.....	14
Таблица 2. Теги, используемые внутри <Head> [3, стр.16].....	17
Таблица 3. SWOT анализ рекламного агентства BodyCar creative.....	23
Таблица 4. Основные конкуренты.....	26
Таблица 5. Размеры сайтов - конкурентов.....	30
Таблица 6. Сравнение сайтов - конкурентов с будущим сайтом BodyCar creative.....	30
Таблица 6. Сравнение сайтов - конкурентов с будущим сайтом BodyCar creative.....	43

## Оглавление

Авторская декларация.....	2
Введение.....	10
1. Теоретические основы написания сайтов.....	12
1.1 Основы написания сайтов.....	12
1.2 Виды сайтов.....	14
1.3 Технология создания сайтов.....	17
2. Анализ деятельности рекламного агентства BodyCar creative.....	20
2.1 Характеристика фирмы BodyCar creative.....	20
2.2 Анализ нужд и потребностей на предмет содержания сайта.....	24
2.3 Анализ сайтов - конкурентов.....	25
3. Создание сайта для рекламного агентства BodyCar creative.....	31
3.1 Логическая структура сайта.....	31
3.2 наброски дизайна сайта.....	32
3.3 Реализация сайта для рекламного агентства BodyCar creative.....	34
Заключение.....	44
Resümee.....	45
Resume.....	46
Список использованной литературы.....	47



## Введение

Лишь немногие коммерческие предприятия могут сегодня успешно вести дела без сайта, на котором они могут в полной мере рассказать о себе, предоставляемых услугах и показать свои проделанные работы.

Чтобы быть в состоянии выполнять серьезные рыночные задачи, сайт должен опираться на рыночные дисциплины, понятия и категории. Сайт должен стать вашей визитной карточкой, он должен запомниться потребителю.

Отсюда следует, что сайт не может носить только информативный характер, он должен целиком и полностью отражать всю сущность организации, которой она принадлежит.

Исследование деятельности рекламного агентства поможет выяснить необходимую информацию для сайта, анализ сайтов - аналогов поможет выяснить необходимую структуру сайта.

Сегодня актуальность создания сайта не вызывает сомнения так, как она играет ключевую роль в развитии деятельности любого предприятия. Если производителя лишить такой эффективной связи с потребителем, какой является сайт, то он перестанет вкладывать деньги в совершенствование старых и создание новых товаров.

Цель работы: на основе результатов анализа деятельности рекламного агентства BodyCar creative, создать сайт, подходящий к концепции данного агентства.

Объект исследования: рекламное агентство BodyCar creative.

Предмет исследования: создание сайта, который позволит привлечь большое количество клиентов.

Использованные методы исследования: анализ деятельности рекламного агентства, выявление конкурентов и подробный анализ сайтов - аналогов.

Работа состоит из введения, трёх частей и заключения.

В первой главе рассмотрены теоретические основы написания сайтов.

Вторая глава посвящена подробному анализу деятельности рекламного агентства BodyCar creative, выявление нужд и потребностей на предмет содержания сайта. Анализ сайтов - аналогов.

В третьей главе будут разработаны наброски сайта и его структуры. Будет произведена разработка логической и физической структуры сайта, проведена детализация выбранной концепции, создание окончательного дизайна - макета сайта.

# 1. Теоретические основы написания сайтов

## 1.1 Основы написания сайтов

На сегодняшний день Интернет играет немало важную роль в современном обществе. Интернет служит нам как источник получения информации, а также даёт нам возможность коммуникации. С развитием Интернета появилась возможность создания веб-сайтов для предоставления различного рода информации и услуг. Также использование веб-технологий открывает широкие перспективы для электронной коммерции и обслуживания клиентов через Интернет.

Интернет - это уникальную коммуникационную систему, которая может использоваться для многих целей. Ее привлекательность как раз и состоит в многообразии возможностей и в том новом, что она несет для различных видов деятельности.

Создание сайта и его обслуживание на сегодняшний день для большинства организаций становится насущной необходимостью. Веб - сайт выступает как средство коммуникации и привлечения целевой аудитории. Необходимо отметить, что бизнес в Интернете развивается через рекламу и продвижение сайта компании. Сайт выступает как дополнительный офис компании, который работает круглосуточно без обеда и выходных и расположен рядом с каждым клиентом. [1. стр.194]

Разработка сайта позволяет привлекать целевую аудиторию определённого продукта или услуги, поскольку полностью отображает то чем занимается и какое направление у организации, что позволяет привлекать, а также взаимодействовать непосредственно с целевой группой потребителей. Так же создание сайта - это способ расширения границ деятельности предприятия и освоения новой маркетинговой сферы - сферы Интернета, наиболее уникальной для развития бизнеса. **Сайт - это коммерческий инструмент. В целом сайт должен выполнять целый ряд задач [1]:**

- информационная поддержка работы кадровой службы;
- поддержка рекламных кампаний;
- поддержка продаж розничной сети;
- снижение затрат на распространение информации;
- оперативная информация о новинках;
- официальная информация о фирме;
- информация для потенциальных партнеров, поставщиков;
- поддержка дилерской/партнерской сети;
- сбор маркетинговой информации.

Веб - сайт можно рассматривать как источник получения прибыли и увеличения дохода. Зачастую сайт содержит подробные сведения, как приобрести или заказать тот или иной продукт или услугу организации. **Если рассматривать сайт с точки зрения рекламы, то его структура должна содержать следующие моменты [2]:**

Во-первых, это способность привлечь внимание. Очень важно насколько привлекается внимание Интернет - пользователей. Воздействует ли сайт именно на те категории потенциальных потребителей, на которые она рассчитана.

Во-вторых, сила воздействия на эмоции потребителей. Какие чувства рождаются у них при использовании сайта, насколько удачен рекламный аргумент и правильно ли он подан.

В-третьих - это информативность. Ясно изложен рекламный аргумент? Насколько емко показана полезность рекламируемого объекта.

И последнее. Захочет ли человек просмотреть сайт до конца. Насколько эффективно привлекается внимание людей.

И именно на этих четырёх пунктах и основывается вся структура сайта с точки зрения рекламы.

## 1.2 Виды сайтов

Сайт иначе можно назвать интернет - представительством человека или организации. Веб - представительство – это, иными словами, визитная карточка фирмы. Чаще всего оно содержит всю необходимую информацию о предприятии, контактную информацию, возможно, с фотографиями проделанных работ и перечень предоставляемых услуг. Поскольку сайт-визитка – это лицо фирмы, он должен отражать ее идеи, корпоративный стиль, представительность, все отличительные черты организации. Сайт должен заинтересовать посетителей, как рекламная вывеска у входа в офис, или яркая реклама в печатном издании.

**Сайт можно различать по разного рода характерам:** представительский, имиджевый, информационный, маркетинговый, рекламный или использовать комбинацию из нескольких характеров. В приведённой ниже таблице 1. описаны основные различия между характерами сайтов [2, стр. 98].

Таблица 1. Различия сайтов

Различия сайтов	
<i>Представительский</i>	Создать простую визитную карточку, разместив все реквизиты, контактную информацию, немного иллюстраций, общую характеристику фирмы или предприятия.
<i>Имиджевый</i>	Сформировать имидж предприятия как современного, динамично развивающегося, с высоким потенциалом, использующего в своей деятельности передовые информационные технологии, «на уровне лучших в своей нише рынка». Требуется тщательной проработки дизайнером в первую очередь.
<i>Информационный</i>	Размещение полной информации о деятельности фирмы, ее потенциале, программах, товарах и услугах, характеристиках товаров, сопутствующей информации по товарам и услугам в помощь посетителям сайта и заказчикам. Максимальное размещение информации для

	уменьшения нагрузки на другие каналы связи и работников. Наиболее объемная по количеству обрабатываемых и размещаемых материалов.
<i>Маркетинговый</i>	Организовать привлечение новых потенциальных заказчиков, оформление на сайте предварительных заказов, изучение рынка (популярность товаров, спрос), другие маркетинговые задачи. Требуется внимательной совместной проработки проекта (заказчиком и исполнителем).
<i>Рекламный</i>	Рекламирывать имя фирмы (бренд) или товары, услуги, или и то, и другое. Реклама в регионе, в соседних регионах, в стране. Требуется большого объема работ по раскрутке и рекламе сайта, по сравнению с его созданием.

**Также можно рассматривать различные классификации сайтов [3]:**

- по используемым технологиям
- по принадлежности
- по масштабности и уровню решаемых задач.

**По используемым технологиям можно разделить сайты на статические, динамические и flash [4].**

Статические сайты - это сайты, которые носят постоянный характер, изменить их можно лишь изменив код. Такие сайты лишены интерактива, и серьезно ограничивают функциональные возможности для веб - мастера. Такие сайты довольно легко создавать, не нужны особые программы для работы с ними, не несут большой нагрузки на сервер. Основным языком разработки HTML.

Динамические страницы физически не существуют на сервере, а формируются, исходя из определенных входных данных. Такие сайты позволяют использовать интерактивность (отправлять и сохранять информацию, осуществлять общение, поиск по сайту) Языки программирования - PHP, ASP и Perl.

Flash сайты - создание сайтов с анимацией и звуком. Такие сайты имеют большой вес, долго загружаются и их создание очень трудоёмко.

**По принадлежности сайты можно разделить на личные, сайты коммерческих и некоммерческих организаций [5].**

Личные (персональные сайты) - им владеет и его поддерживает один человек.

Сайт для коммерческих организаций - на нём представлен ассортимент товаров компании, его заказ или даже продажа (Интернет - магазин).

Сайт для некоммерческих организаций - сайты государственных структур.

По масштабности и уровню решаемых задач, сайты можно разделить на простые, тематические и многофункциональные.

Простые сайты представляют собой сайт с малым количеством страниц, не несут большой информационной нагрузки, чаще всего их называют сайтами - визитками.

Тематические сайты - интересны лишь определённому кругу людей, узконаправленные.

Многофункциональные сайты или порталы - они располагают большим количеством информации, чаще всего такими считаются социальные сети и почты.

В приведённом ниже рисунке 1. ещё раз представлены возможные классификации сайтов по разным признакам.

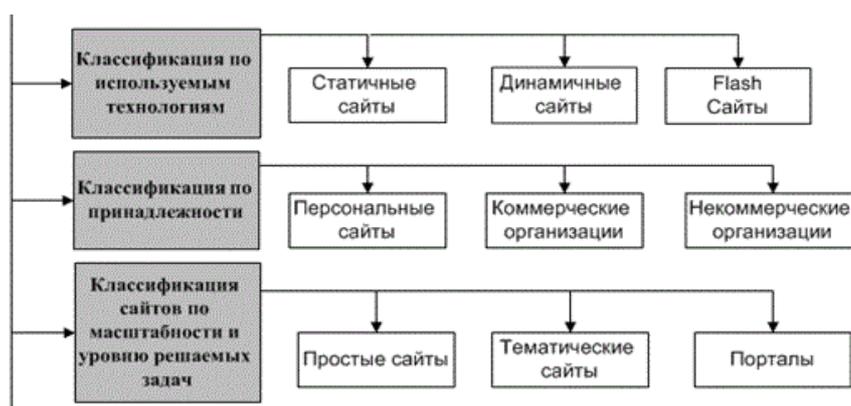


Рисунок 1. Классификация сайтов по разным признакам [6]

### 1.3 Технология создания сайтов

Любой сайт имеет пользовательскую и серверную часть. Пользовательская (или клиентская) часть строится на HTML-разметке, CSS-стилях и JavaScript-е.

HTML нужен нам для отображения контента сайта: тексты, заголовки, изображения, таблицы, текстовые блоки, нумерованные и ненумерованные списки.

CSS - это стилевое оформление контента: цвет и размер шрифта, позиционирование элементов, отображение границ объектов, размеры блоков.

JavaScript реализует динамическое взаимодействие с пользователем: проверка введенных данных, отображение диалоговых окон, добавление и сокрытие HTML-элементов. Серверная часть обеспечивает формирование HTML-кода, сохранение пользовательских данных, взаимодействие со сторонними веб-сервисами.

Если говорить более подробно, то у HTML-документов есть общие правила записи и общие понятия, используемые при создании сайтов.

Основой языка HTML является тег. Информация, заключенная между открывающимся и закрывающимся тегом, называется его контейнером. Атрибуты сообщают браузеру, каким образом должен отображаться тот или иной элемент страницы. Атрибуты позволяют сделать более разнообразным внешний вид информации, добавляемой с помощью одинаковых тегов.

Тег <HEAD> используется для служебных целей, введенная в нем информация не отображается в окне браузера, однако он содержит множество данных, которые указывают браузеру, как следует обрабатывать страницы.

В таблице 2, можно ознакомиться с основными тегами.

Таблица 2. Теги, используемые внутри <Head> [3, стр.16]

Тег	Описание
<title>	Задаёт заголовок окна, требует закрывающего тега
<meta>	Задаёт различную служебную информацию

<script>	Позволяет добавлять сценарии
<link>	Задаёт ссылку на таблицы стилей
<style>	Позволяет добавить стили для страницы
<base>	Задаёт базовый адрес документа
<basefont>	Задаёт для страницы шрифт по умолчанию

Стили обычно сохраняются во внешних файлах CSS. Внешние таблицы стилей позволяют изменить внешний вид и расположение всех страниц веб - сайта, только путем редактирования одного файла. Стил ь включает в себя все типы элементов дизайна: шрифт, фон, текст, цвета ссылок, поля, и расположение объекта на страницах.

Правило CSS состоит из двух основных частей: селектора и одно или несколько объявлений:

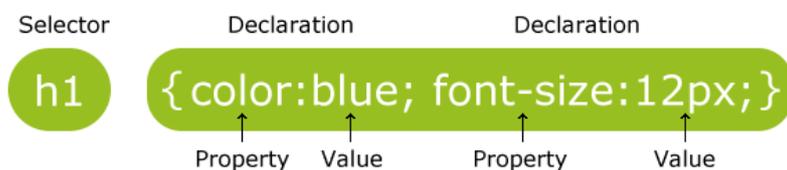


Рисунок 2. CSS основная конструкция [7]

На рисунке 2 хорошо видно, то из чего состоит селектор. Селектор, как правило, это элемент HTML в котором вы хотите изменить стиль. Каждое объявление состоит из свойства и значения. Свойство является атрибутом стиля, который вы хотите изменить. Каждое свойство имеет значение.

JavaScript является языком сценариев.

Сценарии JavaScript — это небольшие программы, которые выполняются на компьютере пользователя при загрузке с сервера вместе с веб - страницами.

Язык сценариев представляет собой язык, который легко программируется, легко работает с любыми браузерами. Они широко применялись для решения таких задач,

как, например, проверка информации, введенной пользователем в форму, перед ее отправкой на сервер или программирование ответных реакций на действия пользователя, делающие веб - страницы интерактивными.

Программный код, может быть вставлен в HTML страницах или храниться в отдельном файле. Чтобы вставить имеющуюся в HTML страницу JavaScript, используйте тег `<script>`. JavaScript - объектно-ориентированным языком программирования, то есть все элементы на веб - странице предстают в виде объектов.

Все объекты имеет свои свойства, и над ним можно совершать определенные действия. Это позволяет разработчику получать доступ к любому элементу веб - страницы очень быстро и легко.

Для того чтобы JavaScript видел содержимое HTML-страницы и состояние браузера используется инструмент - Document Object Model. DOM требуется для скриптов JavaScript, которые желают наблюдать или изменить веб-страницу динамически.

## **2. Анализ деятельности рекламного агентства BodyCar creative**

### **2.1 Характеристика фирмы BodyCar creative**

В настоящий момент рекламное агентство ещё не начало свою официальную деятельность, поэтому можно рассматривать лишь данные, которые рассматривает бизнес план.

Собственное рекламное агентство на сегодня один из наиболее перспективных видов бизнеса. Спрос на услуги связанные с рекламой растет с каждым днем: даже несмотря на обилие фирм конкурентов.

Альберт Ласкер, прозванный отцом современной рекламы, говорил, что реклама — это «торговля в печатном виде» [4,стр. 3]. Лучше и проще всего сущность рекламы отражает следующее определение: реклама — это продажа без участия продавца [4,стр. 3].

Целью рекламного агентства является, планирование фонда оплаты труда, текущих расходов и доходов, финансовых результатов.

Специфика предлагаемой услуги заключается в предоставлении качественного сервиса и обслуживания.

Рынок в области сферы услуг подобного типа является привлекательным для потенциальных инвесторов в связи с рядом факторов:

- Быстрый срок окупаемости
- Высокая норма прибыли
- Мобильность капитала

Спрос на услуги рекламных агентств непрерывно растет. Рост доходов населения сделал услуги рекламы более доступной для большинства потребителей, что положительно сказывается на развитии бизнеса. В то же время потребители стали

предъявлять все более высокие требования к качеству услуг и уровню сервиса. Работа агентств с устаревшим оборудованием, технологиями и организацией бизнеса становится неэффективной на фоне роста числа, современных технологий которые способствуют уменьшению затрат на производство, что требует новых подходов к организации бизнеса.

Таким образом, целями будущего рекламного агентства являются:

- выбор цели бизнеса
- анализ бизнес - среды
- планирование деятельности предприятия по всем разделам бизнес-плана
- анализ эффективности и инвестиционной привлекательности проекта.

Разработка проекта создания рекламного агентства BodyCar creative, будет проходить путем учреждения общества с одним учредителем и участием капитала, который предоставляет касса по безработице. Срок окупаемости проекта 2, 5 года.

Рекламные агентства играют положительную роль, будучи квалифицированными посредниками между торговлей и производством, в интересах потребителей и всего общества содействуют рациональному предложению и, наоборот, ограничивают объем нерациональных или преждевременных предложений.

Основной целью и задачей будущего предприятия является создания креативного решения оформления фирменного транспорта и личного транспорта автовладельца и как дополнение изготовление печатной рекламы. Услуги, которые будет предоставлять рекламное агентство BodyCar creative, будут пополняться постепенно, в зависимости от доходов фирмы.

Основной список предоставляемых услуг:

- Разработка фирменного стиля (бренд бук)
- Изготовление и оклейка фирменного транспорта
- Полная или частичная замена цвета автомобиля с помощью автомобильной плёнки с индивидуальным эксклюзивным дизайном для каждого клиента
- Тонирование стёкол и фар
- Изготовление печатной рекламы

Основная целевая аудитория - фирмы имеющий собственный транспорт, частные лица, желающие изменить внешний облик своего транспортного средства. Основным сегментом рынка для услуг на начальный период деятельности будет являться город Таллинн. Если деятельность будет успешной и будет пользоваться большим спросом, то предполагается расширение сферы деятельности.

Говоря о рынке рекламных агентств, необходимо отметить, что на сегодняшний день наблюдается явный недостаток агентств класса «люкс». Среднего уровня, намного больше. Появившись, такое заведение часто начинает необоснованно завышать расценки и теряет клиентуру. Основная проблема нынешних владельцев рекламных агентств заключается в том, что у них нет четкого портрета своего клиента и идеи социального планирования. Ценовая политика на услуги оклейки в BodyCar creative складывается из использованного материала и степени сложности проделанной работы, к каждому клиенту свой подход. На услуги печати цены более фиксированные, зависят лишь от количества, чем больше, тем дешевле.

Целями и задачами предприятия являются:

- Получение прибыли
- Завоевать рынок предоставляемых услуг
- Окупаемость капиталовложений за 2 года
- Создание новых рабочих мест

Следующим этапом исследования будет проведение SWOT анализа. С его помощью мы можем определить сильные и слабые стороны предприятия, оценить угрозы и возможности развития предприятия.

На таблице 3, хорошо видно, что рекламное агентство имеет большое количество плюсов и возможностей для развития, нежели угроз и рисков.

Таблица 3. SWOT анализ рекламного агентства BodyCar creative

SWOT анализ	
<p><b>Плюсы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Низкие цены</li> <li>• Индивидуальный подход к каждому клиенту</li> <li>• Увеличение спроса на данные услуги</li> <li>• Широкий ассортимент высокого качества материалов</li> <li>• Молодой, квалифицированный персонал</li> <li>• Разнообразный ассортимент</li> <li>• Хорошие деловые связи с потребителями продукции и поставщиками</li> <li>• Удобное месторасположение</li> </ul>	<p><b>Минусы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Отсутствие репутации на рынке</li> <li>• Не большой список услуг</li> <li>• Новое предприятие на рынке</li> <li>• Слабая реклама</li> <li>• Зависимость от поставщиков</li> <li>• Отсутствие долгосрочных источников финансирования</li> </ul>
<p><b>Возможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Расширение сферы деятельности</li> <li>• Расширение ассортимента</li> <li>• Достичь высокой степени конкурентоспособности предприятия</li> <li>• Улучшение уровня жизни населения</li> <li>• Совершенствование менеджмента</li> <li>• Изменение рекламных технологий</li> </ul>	<p><b>Риски</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Увеличение конкурентов на рынке</li> <li>• Снижение благосостояния населения</li> <li>• Нестабильность цен поставщиков</li> </ul>

## 2.2 Анализ нужд и потребностей на предмет содержания сайта

Содержание является одним из основных преимуществ, которые может получить фирма, если разместит на ней нужную пользователям информацию. Сайт компании BodyCar creative - должен иметь единый стиль, содержать данные о фирме, иметь галерею проделанных работ, перечень услуг и контактную информацию. Так как фирма имеет креативный характер, её сайт должен сильно отличаться от других сайтов конкурентов. Основная цель сайта - это реклама компании, её продвижение на рынке данных услуг.

Цели такой рекламы - это, во-первых, формирование у потребителя определенного образа фирмы, а во-вторых, формирование у других фирм образа надежного партнера.

Также побуждение потребителя обратиться именно к данной фирме и стремление сделать данного потребителя постоянным клиентом фирмы.

Сайту нельзя пренебрегать любыми возможностями выделиться из общей массы. Если сайт выделяется, есть шанс, что пользователи уделят ему больше времени или внимания при посещении. Они могут даже запомнить его и посетить вновь. Возможно, нет лучшего средства оставить благоприятное впечатление, чем цвет. Людям свойственна немедленная реакция на цвет. Цветовая гамма сайта будет сконцентрирована на светло-серых цветах с яркими вкраплениями красного цвета, которые будут привлекать внимание. Текст будет легко читаем, количество текста не будет большим, лишь самое главное, буквы будут серые на тёмно-сером фоне. Большое внимание будут уделяться подбору ярких, качественных фотографий.

Сайт будет иметь следующую структуру:

- Главная страница – фотографии, отражающие основную деятельность фирмы;
- Услуги – эта страница содержит перечень выполняемых услуг и краткое описание;
- Галерея – эта страница с фотографиями проделанных работ;
- О нас – информация о компании;
- Обратная связь – эта страница содержит информацию о телефонах и адресах компании BodyCar creative, возможные варианты связи и заказа услуг.

Ещё раз хочу обратить ваше внимание, что цель веб - сайта – привлечь внимание, возбудить интерес, передать информацию потребителю и заставить действовать его определенным образом.

Поэтому для продвижения сайт будет иметь целый ряд ключевых слов, которые будут помогать людям при поиске нашего сайта в поисковых системах, в планах использование Google AdWords это означает, что при поиске по одному из наших ключевых слов на Google будет появляться объявление о фирме BodyCar creative рядом с результатами поиска.

С помощью созданного сайта будут достигнуты цели:

- Привлечено большее количество новых клиентов;
- Будет возможно оповещать клиентов о новых технологиях и материалах;
- Будет возможность показать уже проделанные работы;
- Клиентам будет проще нас найти, по имеющейся карте, а также связаться с нами по указанным номерам телефона.

### **2.3 Анализ сайтов - конкурентов**

В Эстонии достаточно большое количество рекламных агентств, которые занимаются подготовкой и оклейкой фирменного транспорта, но таких фирм, которые частично или полностью меняют цвета личного транспорта немного.

Для анализа сайтов - конкурентов были выбраны фирмы, которые связаны с оклейкой транспорта. Существует достаточно большая конкуренция, для того, чтобы клиент выбрал именно тебя, нужно иметь очень хорошее качество выполненной работы и конкурентно - способную цену.

Основные конкуренты представлены в таблице 4, кратко описаны предлагаемые услуги и сайт конкурента:

Таблица 4. Основные конкуренты

Название организации	Предлагаемые услуги	Сайт конкурента
Rekl Enno OÜ	Оклейка фирменного транспорта, разные виды печати, вывески, световые ящики.	www.kleebisreklaam.ee
Piar OÜ	Разные виды печати	www.piar.ee
Adverttech OÜ	Оклейка фирменного транспорта, вывески, световые ящики, разные виды печати	www.adverttech.ee
Vipline OÜ	Световая реклама, печать, наклейки на транспорт.	www.vipline.ee
Smartservice OÜ	Оклейка транспорта плёнкой, тонирование стекол.	www.smartservice.ee

Основная задача любого сайта - предоставление посетителям информацию о том или ином товаре или услуге. Сайт должен быть удобным для использования, функциональный, иметь хороший дизайн.

Хороший дизайн формируется из выбора цветов текста и фона веб - страницы. Цветовая гамма должна отвечать целям сайта и не только обеспечивать разборчивость текста, но и создавать у посетителя соответствующий настрой. Существуют идеальные сочетания цветов для чтения - тёмно-серый шрифт на светло-сером фоне. Такому правилу прислушивались все конкурирующие фирмы.

Основные критерии оценки сайта:

- Простота выполнения и использования
- Легко разобраться, что где находится на сайте.

- Содержание, дизайн
- Дружелюбие к пользователю
- Полезность

Первым рассмотрим сайт фирмы ReklEnno. Сайт выполнен довольно просто, содержит большое количество ссылок, можно прочитать про фирму, увидеть список услуг, сделать запрос цены на ту или иную услугу, ознакомиться с клиентами и узнать контактные данные фирмы. Есть варианты переходов на различные языки, но кроме эстонского ничего не работает. Ссылки, которые уже были посещены, не подсвечиваются другим цветом, можно запутаться. Дизайн достаточно лаконичный, выполнен в едином стиле, для пользователя не очень удобно, что о некоторых услугах ничего не написано. Ниже приведён снимок с экрана - рисунок 3.

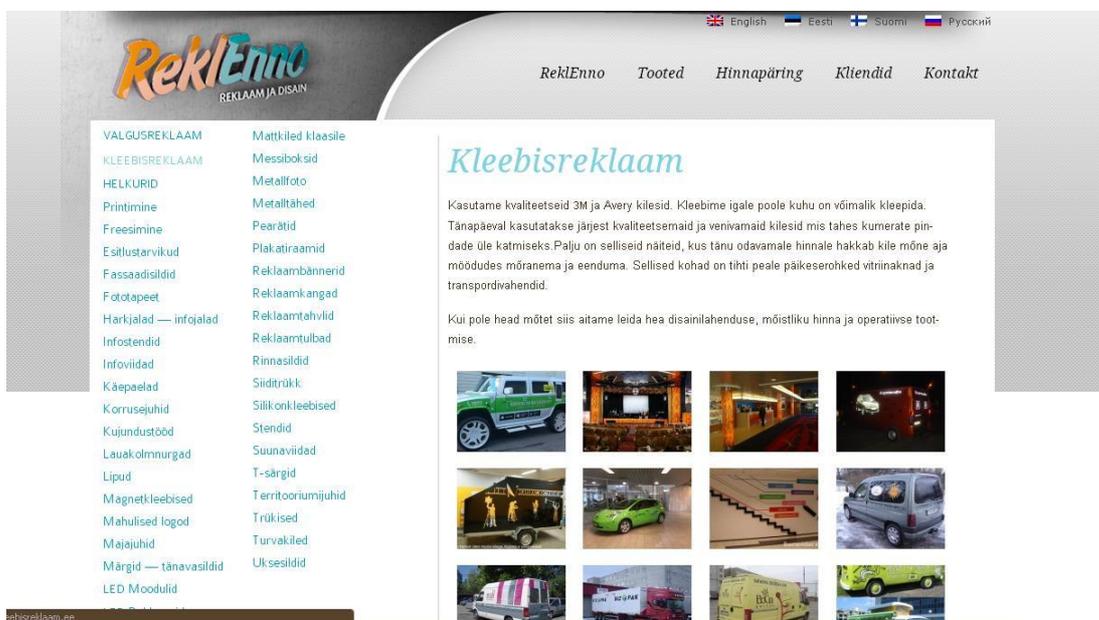


Рисунок 3. [www.kleebisreklaam.ee](http://www.kleebisreklaam.ee)

Вторым рассмотрим сайт фирмы Riag. Имеется интерактивное слайд шоу их предлагаемых услуг, но подробно об услугах прочитать, не получится. О фирме практически ничего не написано, есть контактная информация и красиво оформленный каталог разных печатей, Дизайн выполнен в бело-голубых тонах, особых эмоций сайт не вызывает, Сайт полезен лишь контактной информацией и возможностью оформить заказ визитных карточек, и посмотреть галерею, которая находится на внешней ссылке. Ниже приведён снимок с экрана - рисунок 4.



Рисунок 4. www.piar.ee

Сайт фирмы Adverttech также имеет интерактивное слайд - шоу, дополненное пояснениями, все представленные услуги описаны и предоставлены фото - отчеты, существует проблема с переключения с русского на эстонский язык, часть текста остаётся на русском языке. Не доделана часть FAQ, посещённые страницы не подсвечиваются другим цветом. В целом дизайн выполнен в одном стиле, читать текст удобно, есть возможность поиска, удобно, что можно узнать приблизительные цены, на некоторые услуги. Ниже приведён снимок с экрана - рисунок 5.



Рисунок 5. www.adverttech.ee

Четвёртый конкурент фирма Vipline, слишком подробно описывает, то чем занимается, такое большое количество текста даже читать не хочется, нет поиска по сайту. На сайте можно составить запрос о цене, узнать контактную информацию,

фотографии проделанных работ прикреплены к соответствующим статьям. Текст хорошо написан на двух языках. Ниже приведён снимок с экрана - рисунок 6.

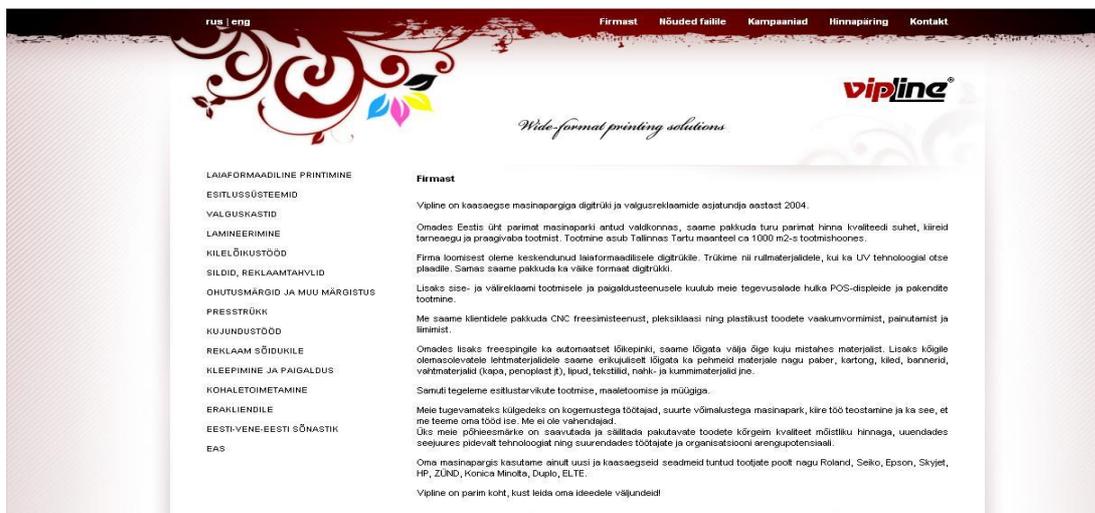


Рисунок 6. [www.vipline.ee](http://www.vipline.ee)

Smart Service чётко показывает направление своей работы, и делит сайт на несколько категорий, одна из которых связаны с машинами. Можно посмотреть проделанные работы в галерее, услуги в разделе услуг, забронировать время и прочитать о фирме. Важная информация выделена, есть поисковая система, фон не сильно отвлекает, текст оформлен в классическом стиле, тёмно-серые буквы на светлом фоне. Ниже приведён снимок с экрана - рисунок 7.



Рисунок 7. [www.smartservice.ee](http://www.smartservice.ee)

С помощью специального скрипта были выявлены размеры сайтов и количество внешних и внутренних ссылок, от этого размера зависит то, как сайт загружается, насколько быстро или медленно. Данные приведены в таблице 5.

Таблица 5. Размеры сайтов - конкурентов

Сайт	Размер	Внутренние ссылки	Внешние ссылки
www.kleebisreklaam.ee	118,61 кб	129	
www.piar.ee	10,54 кб	26	1
www.adverttech.ee	57,83 кб	66	2
www.vipline.ee	15,89 кб	23	2
www.smartservice.ee	4,85 кб	4	5

С помощью таблицы 6, можно сравнить как сделаны сайты - конкурентов и каким планируется сделать сайт BodyCar creative. Видно, как были реализованы сайты - конкурентов, насколько они были продуманны, вносятся в них изменения или нет. Много ли времени было потрачено на общий дизайн, прислушивались ли разработчики к основным требованиям. Сайт BodyCar creative будет выполнен с учётом недоделок конкурентов, чтобы целиком и полностью быть полезным и удобным своему пользователю.

Таблица 6. Сравнение сайтов - конкурентов с будущим сайтом BodyCar creative

	Rekl Enno OÜ	Piar OÜ	Adverttech OÜ	Vipline OÜ	Smartservice OÜ	BodyCar Creative
Единый стиль	+	+	+	+	+	+
Слайд - шоу	+	+	+	-	-	+
Навигация по сайту	+	+	+	+	+	+
Функциональный логотип	+	+	+	+	+	+
Все ли ссылки работают	-	+	+	+	+	+
Фотографии проделанных работ	+	+	+	+	+	+
Обратная связь	-	+	-	+	-	+
Карта	+	+	+	-	+	+

## 3. Создание сайта для рекламного агентства BodyCar creative

### 3.1 Логическая структура сайта

Сайт разработан так, что находясь на любой страничке, вы можете выбрать необходимый вам раздел. Возможность попасть в любое место сайта, несмотря на свое место нахождения в нем – упрощает навигацию, делая ее, очень простой и удобной. Логотип компании будет перезагружать страницу, направляя пользователя в главное меню.

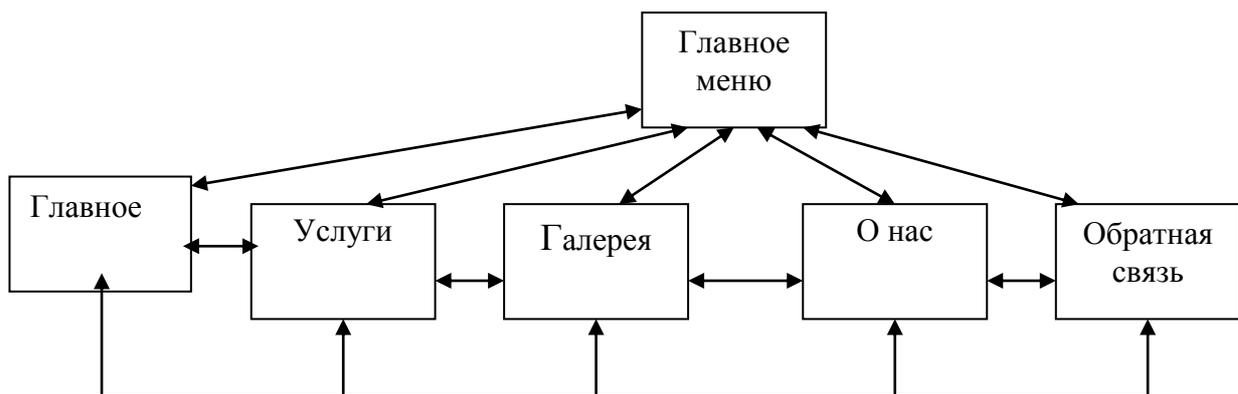


Рисунок 8. Навигация по сайту

Используя современные визуальные средства разработки такие как Adobe Dreamweaver CS , можно с малыми временными затратами спроектировать веб - сайт, обладающий достаточной полнотой материала, универсальностью и простотой использования.

Для дополнительного удобства необходимо использовать программу notepad++, которая позволяет редактировать и просматривать все необходимые файлы для создания сайта.

## 3.2 Наброски дизайна сайта

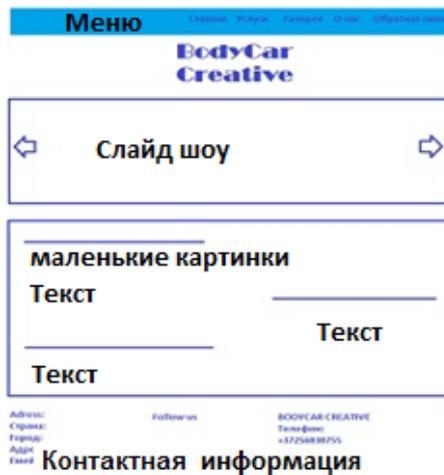


Рисунок 9. Первая страница сайта BodyCar creative

Главная страница будет содержать слайдер с несколькими фотографиями, отражающими то, чем занимается рекламное агентство BodyCar Creative. Эскиз представлен на рисунке 9. Также на первой странице будут представлены краткое описание фирмы и последние новости, новинки. Логотип кампании будет присутствовать на каждой странице сайта, и будет служить для отправления на главную страницу сайта. Страница, на которой в данный момент находится гость будет подсвечиваться другим светом.



Рисунок 10. Страница услуг и о нас.

Рисунок 10 представляет собой страницы "услуг" и "о нас". Они будут иметь похожий вид, отличаться будет, лишь содержанием и прикрепленными к тексту фотографиями. В нижней части на всех страницах будут указаны контактные данные

и где можно дополнительно ознакомиться с проделанными работами - ссылки на Facebook.



Рисунок 11. Галерея проделанных работ

Рисунок 11 - эскиз галереи. Галерея будет представлена, в виде двух столбиков фотографий. Каждую фотографию можно будет подписать: что и когда было сделано. При нажатии фотография будет открываться большего размера, позднее может быть создана у каждой проделанной работы галерея, находящаяся на внешней ссылке.



Рисунок 12. Обратная связь

На последней ссылке - рисунок 12, будет представлена возможность обратной связи, будет представлена карта, показывающая место мастерской, будут указаны все контактные данные и возможность отправить письмо, непосредственно в рекламное агентство.

### 3.3 Реализация сайта для рекламного агентства BodyCar creative

Создание сайта для рекламного агентства BodyCar creative начинается с подбора информации, которая будет выставлена на показ, также подбираются фотографии и рисуются необходимые кнопки и логотип агентства.

Первым делом создаются пять HTML страниц с соответствующими названиями (Главное, Услуги, Галерея, О нас, Обратная связь), так же создаётся файл styles.CSS в котором прописывается внешний вид и расположения текста, картинок.

Все составляющие видны на рисунке 13.

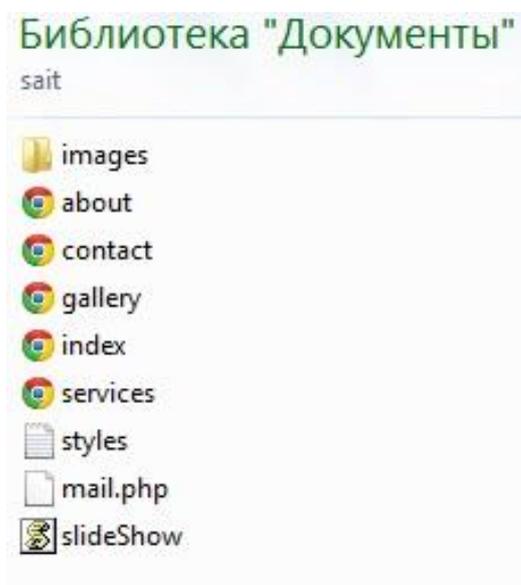


Рисунок 13. Сайт и его составляющие

Каждая из этих страниц ссылается на другие и страница, на которой в данный момент находится пользователь, подсвечивается другим цветом.

Использование визуального эффекта, изменение внешнего вида страниц в меню, когда над ними находится курсор мыши, поможет сделать веб-страницу интереснее. При наведении компьютерной мышки к другому разделу её цвет тоже меняется.

Позднее будет поставлен задний фон, в виде цветного прямоугольника, на фоне которого страницы будут смотреться лучше. На рисунке 14 видно, как с помощью программы Dreamweaver можно видеть код сайта и его дизайн.

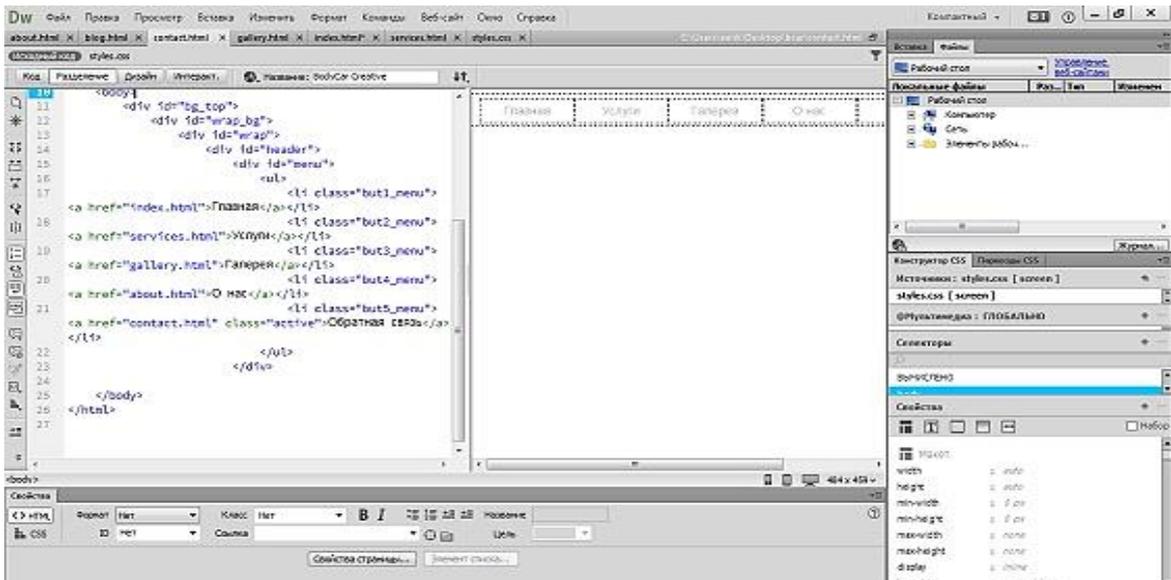


Рисунок 14. Создание меню сайта

По статистике только 10% пользователей прокручивают информацию до конца страницы, именно поэтому самая важная информация и все устройства управления (кнопки, ссылки) должны располагаться наверху страницы. [9]

После этого можно отвести место под логотип, при нажатии которого нас будет отправлять сайт на главную страницу. Для этого мы присваиваем картинке адрес нашей главной страницы. На рисунке 15 видно, как прописано `<a href="index.HTMl">`, именно эта ссылка отправляет на главную страницу.

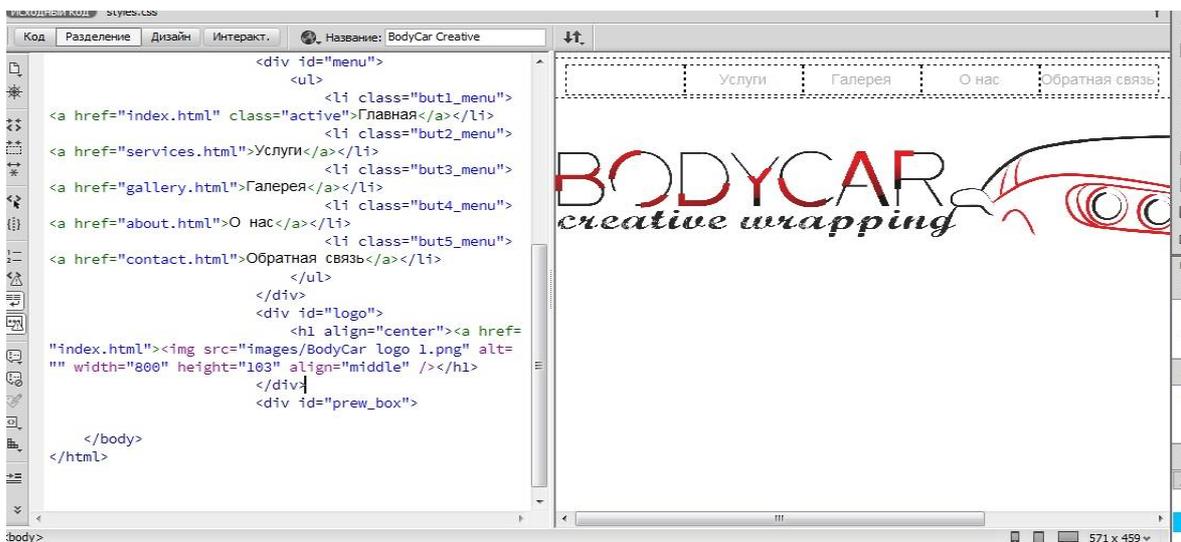


Рисунок 15. Логотип агентства

Главная страница сайта будет содержать слайд шоу из ярких фотографий, чтобы произвести впечатление и запомниться посетителю. Для создания слайд шоу создаётся файл JavaScript и прописывается на главной странице путь к этому

документу. Рисунок 16 показывает присоединение фотографий для слайд шоу и место связи HTML с JavaScript.

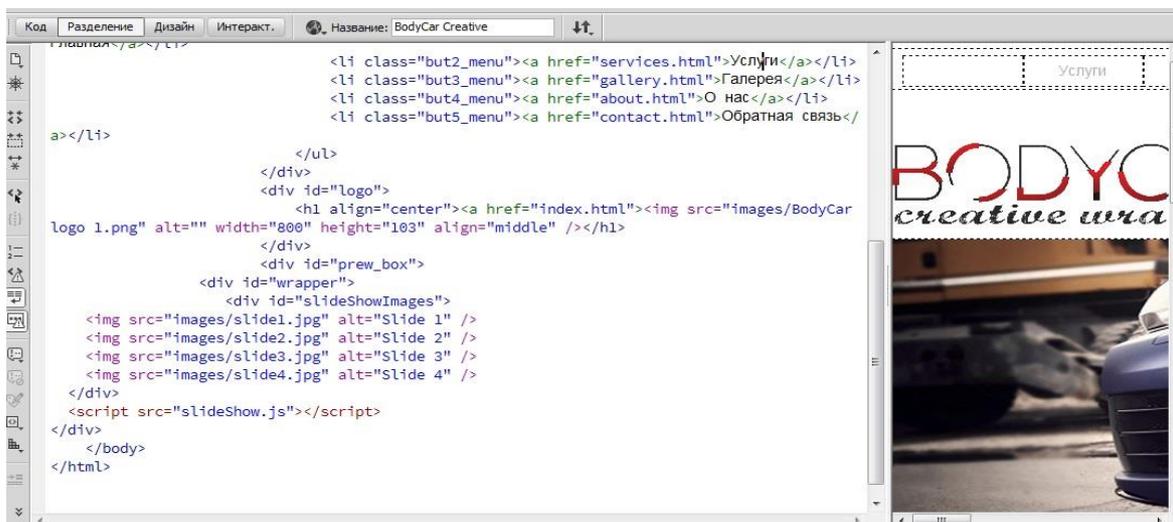


Рисунок 16. Фотографии для слайд шоу

Одна из ценных возможностей `slideShow.js` состоит в том, что изображения слайдов разных размеров автоматически выравниваются по центру в программе-оболочке `<div>`. Первый элемент в `slideshow` — это литерал объекта, который называется `globals`. Этот объект содержит все "глобальные переменные" функции `slideshow`. Например, первая глобальная переменная отвечает за скорость показа слайдов. На рисунке 17 показаны все глобальные переменные и их назначения.

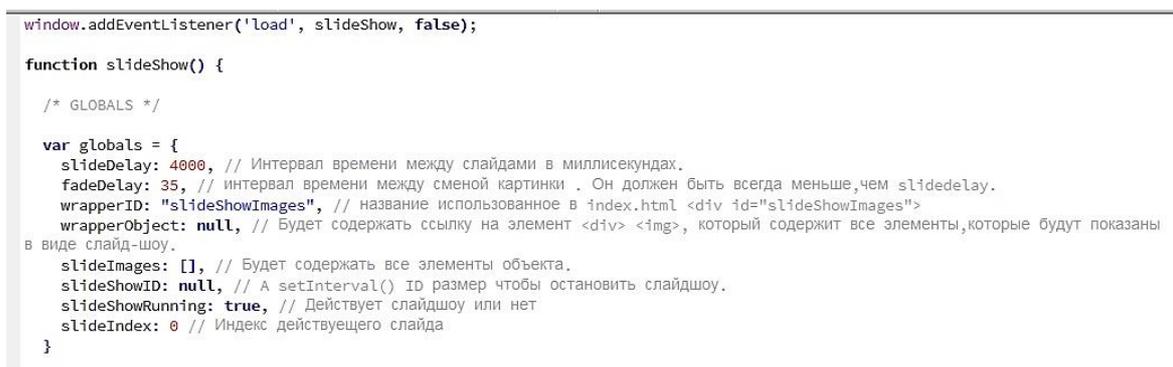


Рисунок 17. Глобальные переменные

Основной принцип работы слайд шоу заключается в том, что файлы фотографий, перечисленные в HTML изменяют по очереди своё значение непрозрачности с "0" на "1", чтобы стать видимым. Когда все файлы имеют значение "0" видимый файл имеет значение "1" и так они меняются по очереди, где первый слайд находится в

низу (первый перечисленный элемент `<img>`), а последний слайд (последний перечисленный элемент `<img>`) — вверху.

```
/* MAIN */

initializeGlobals();

if ( insufficientSlideShowMarkup() ) {
    return; //Недостаточно слайдшоу разметки - ВЫХОД сейчас.
}

// Как минимум есть один слайд

if (globals.slideImages.length == 1) {
    return; //Единственный слайд был показан- выход сейчас
}

// Как минимум две фотографии

initializeSlideShowMarkup();

globals.wrapperObject.addEventListener('click', toggleSlideShow, false);

startSlideShow();
```

Рисунок 18. Основной блок кода

На рисунке 18 показан основной блок кода и его можно описать следующим образом:

1. `initializeGlobals` инициализирует `globals`, предоставляя доступ к элементу программы оболочки `<div>`, другим его элементам `<img>`.
2. `insufficientSlideShowMarkup` возвращает значение `false`, если разметка, ожидаемая файлом `slideShow.js`, присутствует; в противном случае возвращается значение `true`.
3. Если `globals.slideImages.length == 1` задано как `true`, а в разметке есть только один элемент слайд-шоу, `<img>`, и он уже отображается на экране, то мы просто завершаем `slideShow.js` (оставляя это одно изображение на экране).
4. `initializeSlideShowMarkup` подготавливает заданную разметку слайд-шоу для предстоящего слайд-шоу.
5. Затем мы добавляем прослушиватель событий, `toggleSlideShow`, чтобы при щелчке элемента программы-оболочки `<div>` слайд-шоу отключалось (если оно включено) и включалось (если отключено).
6. Наконец, мы вызываем `startSlideShow`, чтобы в действительности начать слайд-шоу.

На рисунке 19 видно, как постепенно меняется один слайд на другой, один становится видимым, другой приобретает прозрачность.



### Добро пожаловать



Рекламное агентство «BodyCar creative». Основное направление деятельности нашей компании – оклеивание как частных, так и фирменных автомобилей виниловой пленкой, создание эксклюзивного дизайна для каждого автомобиля. В спектр наших услуг входит так же перетяжка салонов кожей, перетяжка кожей рулей и тонирование фар.

«BodyCar creative» по праву называют авторским рекламным агентством: мы профессионально занимаемся оклеиванием виниловой пленкой элементов кузова, стекол, автооптики, бамперов,

### Последние новости



Стикербомбинг - модный тренд в виниловом стайлинге! Все более популярным становится такое направление в автомобильном дизайне, как стикербомбинг. Все чаще не только на фотографиях в интернете, но и на городских улицах можно увидеть ярко и оригинально украшенные наклейками машины. Наклейки с различными героями мультфильмов, аниме, боевиков, просто рекламные наклейки с наименованиями брендов различных производителей,

Рисунок 19. Главная страница, слайд шоу

Нижний колонтитул на всех страницах будет повторяться, поэтому ему отводится место и код созданный для этого дублируется на всех страницах. Нижний колонтитул будет содержать контактную информацию о рекламном агентстве, будет поставлена ссылка на социальную сеть, где будет большее количество фотографий проделанных работ. `<a href="#">` - вместо # прописывается ссылка на тот сайт, который необходим. Рисунок 20 показывает код нижнего колонтитула.

```

html | index.html | services.html | about.html | blog.html | contact.html | styles.css
<div class="row-top">
  <div class="row-padding">
    <div class="wrapper">
      <div class="col-1">
        <h2>Address:</h2>
        <dl class="address">
          <dt><span>Страна:</span> Эстония</dt>
          <dd><span>Город:</span> Таллинн</dd>
          <dd><span>Адрес:</span> Падрику tee 1\4,14</dd>
          <dd><span>Email:</span><a href="#">bodycarcreative@gmail.com</a></dd>
        </dl>
      </div>
      <div class="col-2">
        <h2>Follow Us:</h2>
        <ul class="list-services">
          <li class="item-1"><a href="#">Facebook</a></li>
        </ul>
      </div>
      <div class="col-4">
        <div class="indent3">
          <div align="left"><strong class="footer-logo">BodyCar Creative</strong>
          <div align="left"><strong class="phone">Телефон:</strong> +37256838753</strong>
        </div>
      </div>
    </div><div class="clear"></div>
    <div id="footer_bottom">
  </div>
</div>
  
```

Рисунок 20. Нижний колонтитул, код

Некоторые сведения следует указывать на каждой странице. К ним относятся, в частности, электронный адрес, телефон, а также название компании и сведения об авторском праве. Каждая часть нижнего колонтитула должна иметь определённое место на странице, поэтому с помощью программы Dreamweaver закрепляются определённые позиции. На рисунке 21 можно увидеть, как текст разделён на определённые блоки.

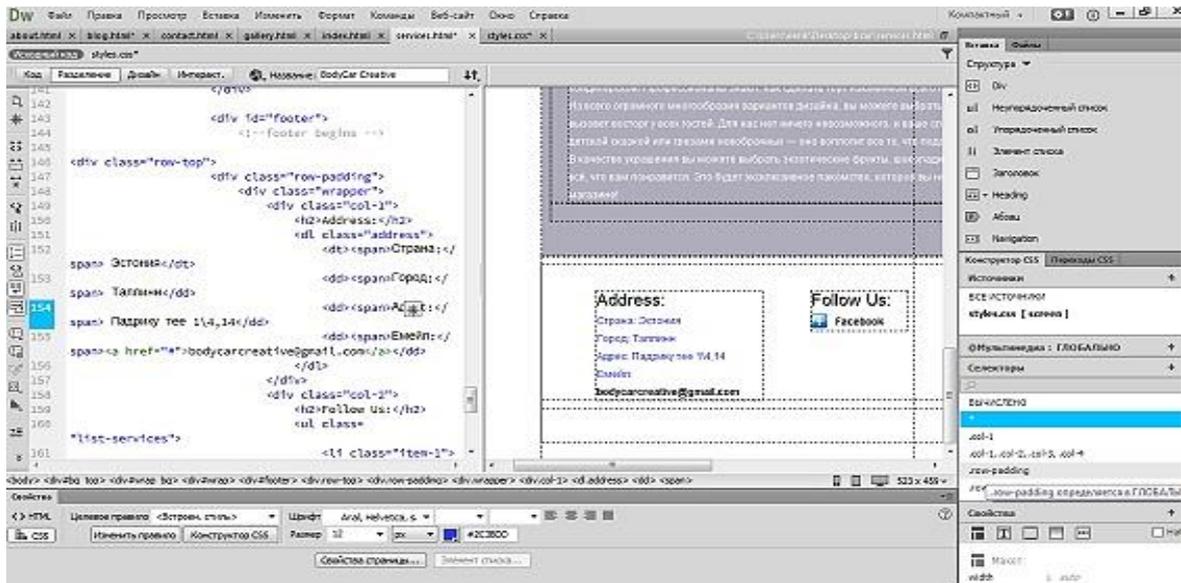


Рисунок 21. Разделение текста на блоки

Пользуясь такой же технологией основной текст на страницах делиться на блоки, отдельный блок для заголовка, даты новости, место для фотографии, рисунок 22.

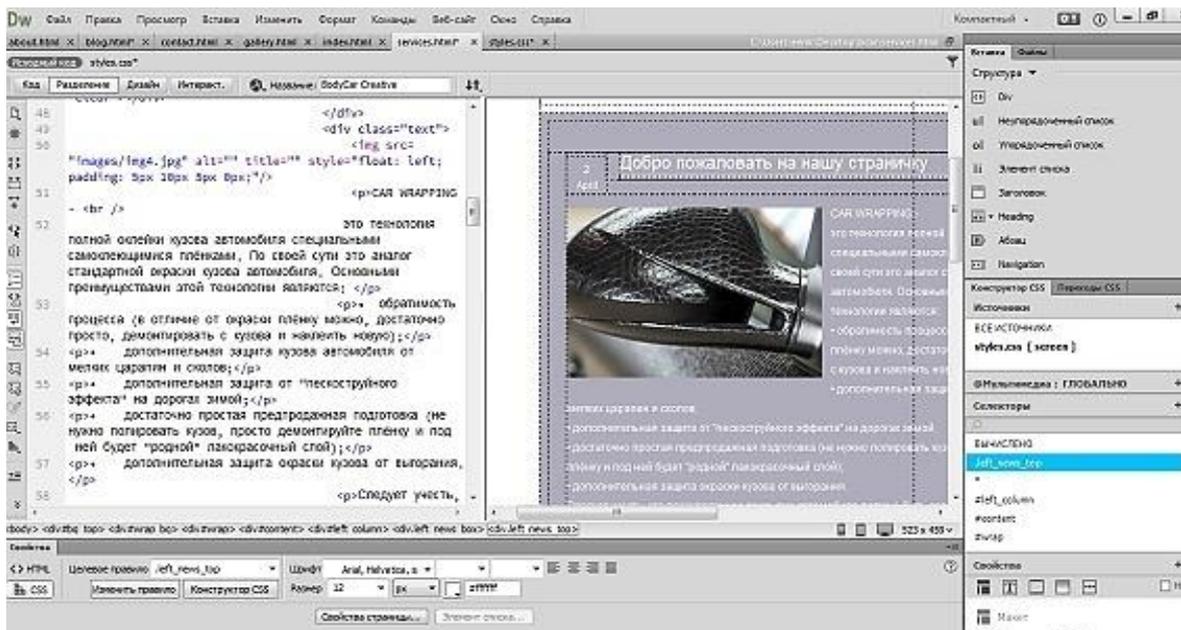


Рисунок 22. Формирование страницы "Услуги"

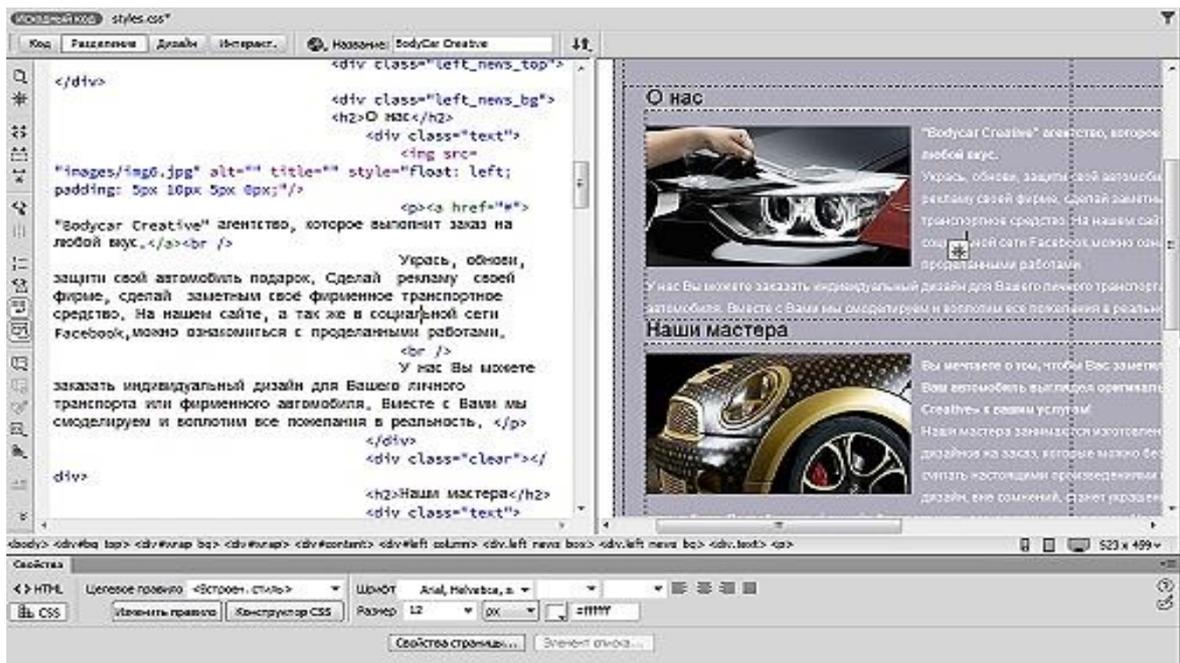


Рисунок 23. Страница "О нас"

Рисунок 23 показывает страницу О нас, которая содержит текст о самом агентстве, о наших мастерах, также содержит последние новости, рассказывает о возможности получить скидку на наши услуги. Редактирование цвета может происходить как в файле CSS, так и в нижней части программы Dreamweaver существует раздел свойства, в котором можно выбрать шрифт (для этого сайта подобран шрифт Arial, так как он самый удобный для чтения), также можно выбрать размер шрифта и его цвет. На рисунке 24 представлена страница О нас в полном размере.

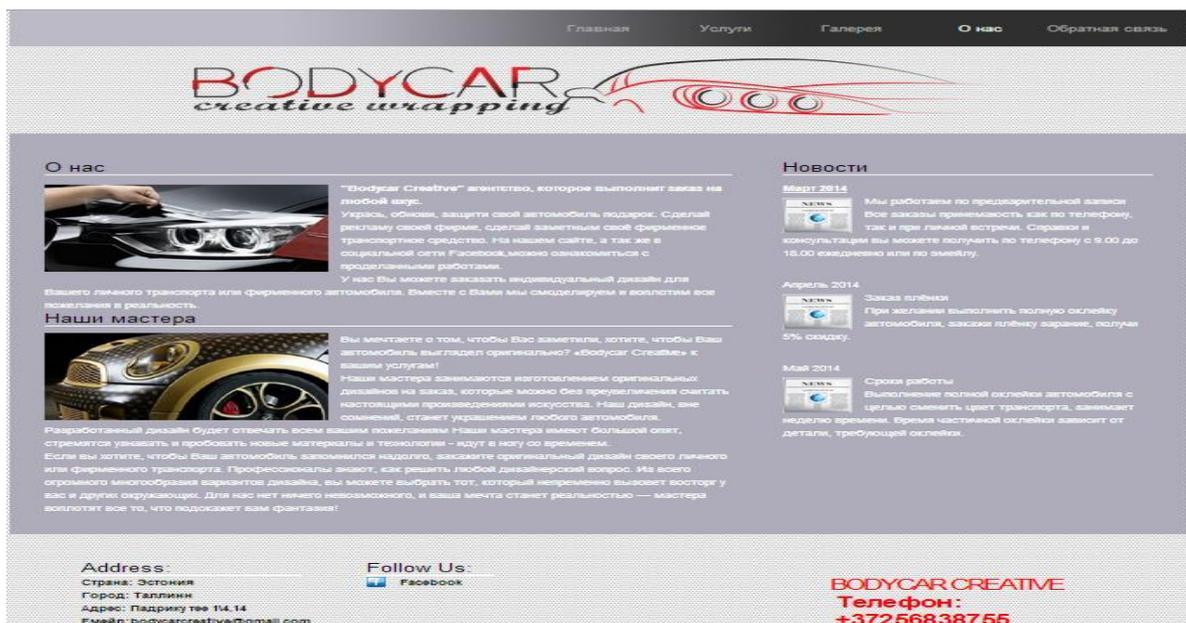


Рисунок 24. О нас полная страница

Страница галереи - рисунок 25, будет содержать фотографии и краткое описание того, что было сделано. Каждую фотографию можно будет открыть и посмотреть в более большом размере.

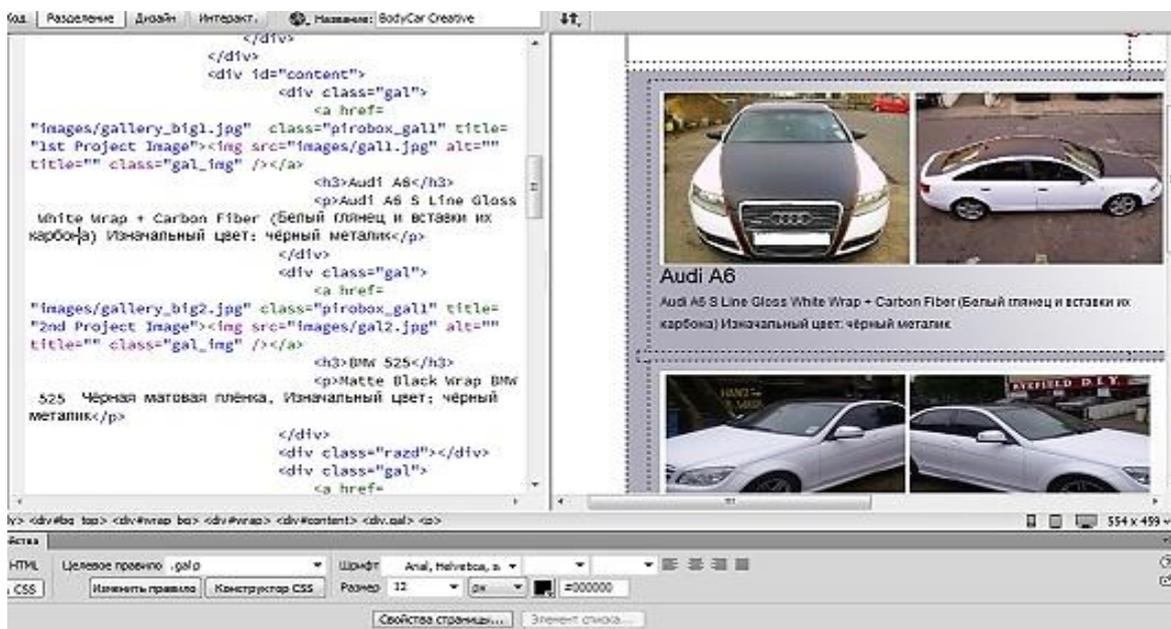


Рисунок 25. Страница галереи

В галереи будут представлены фотографии в два столбика - рисунок 26, изначальная фотография достаточно большого размера для удобства просмотра. Было решено делать коллажи из фотографий, чтобы в большем объёме рассказать о проделанной работе, заинтересовать потенциального клиента.

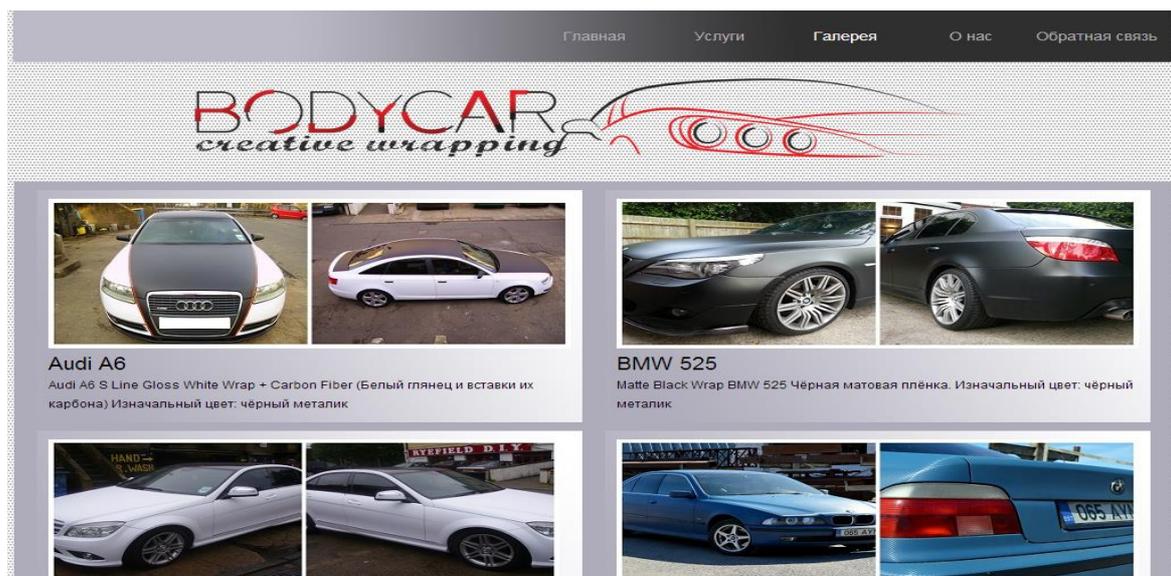


Рисунок 26. Галерея страница сайта

Последняя страница сайта рекламного агентства BodyCar Creative, будет содержать окно обратной связи, где с помощью файла mail.php письма будут, отправляться напрямую на электронную почту фирмы, как и все другие страницы, нижний колонтитул и карту google, по которой будет очень легко найти. На рисунке 27 окно обратной связи.

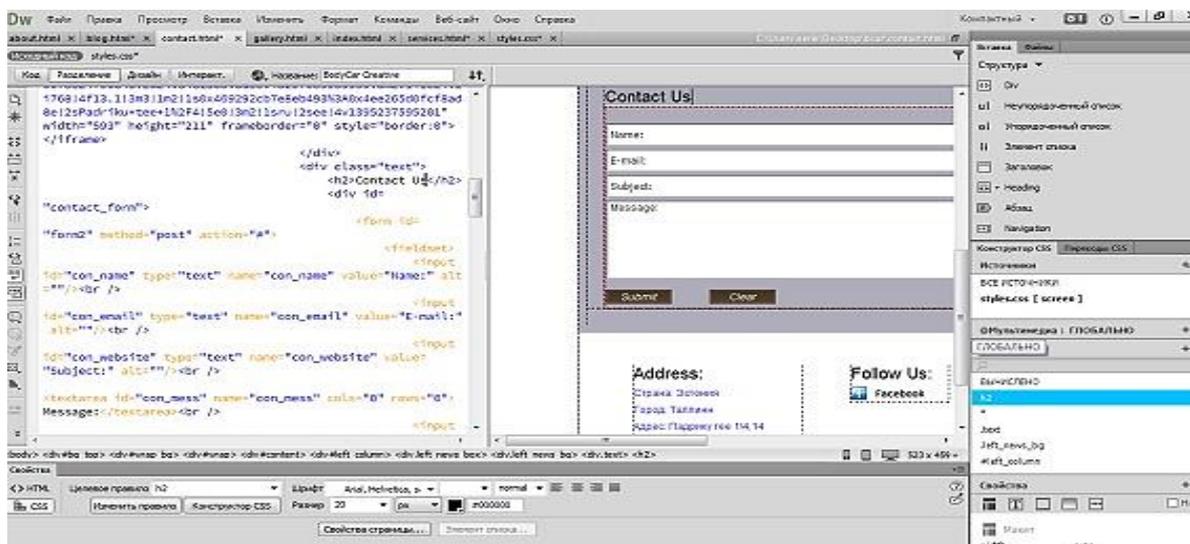


Рисунок 27. Окно обратной связи

С помощью специальной скрипта можно перенести из google любой адрес с картой и поставить её на сайт. Таким образом, полностью готовая страница выглядит - рисунок 28:

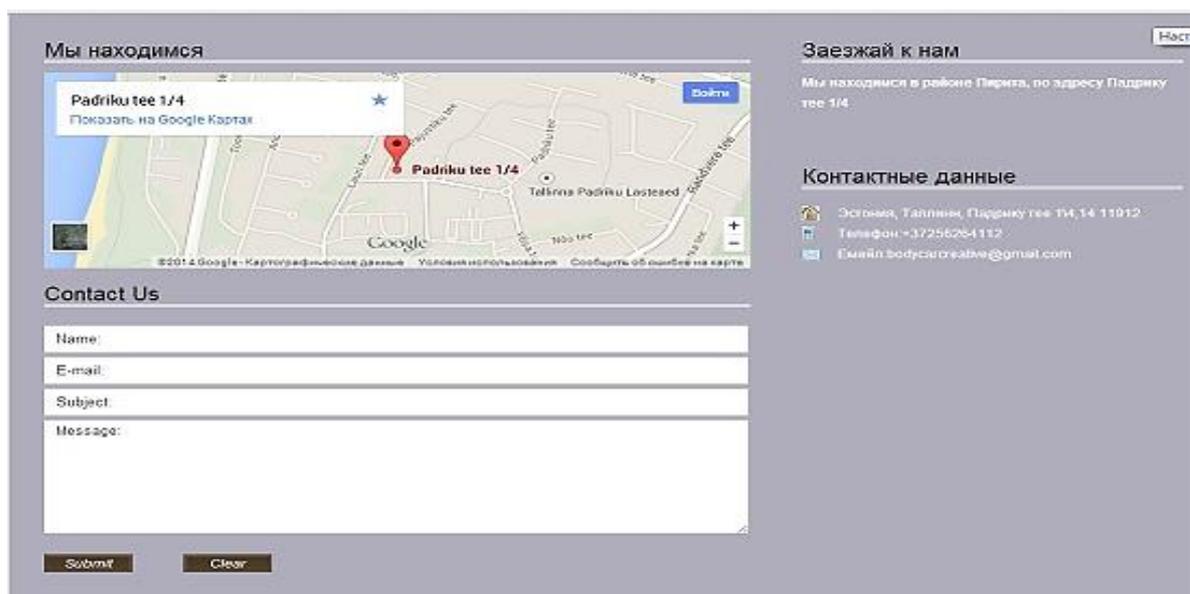


Рисунок 28. страница "Contact us"

В результате проделанной работы были достигнуты все цели, поставленные в таблице 6. Был использован единый стиль на всех страницах сайта, главную страницу украшает слайд - шоу, главное меню в верхней части страницы представляет собой удобную навигацию по сайты, логотип агентства с любой страницы отправляет на главную, все прикрепленные ссылки имеют функциональную основу. Сайт имеет галерею проделанных работ и ссылку на социальную сеть. Удобное окно обратной связи и карту, чтобы легче было найти рекламное агентство.

Таблица 7. Сравнение сайтов - конкурентов с будущим сайтом BodyCar creative

	Rekl Enno OÜ	Piar OÜ	Adverttech OÜ	Vipline OÜ	Smartservice OÜ	BodyCar Creative
Единый стиль	+	+	+	+	+	+
Слайд - шоу	+	+	+	-	-	+
Навигация по сайту	+	+	+	+	+	+
Функциональный логотип	+	+	+	+	+	+
Все ли ссылки работают	-	+	+	+	+	+
Фотографии проделанных работ	+	+	+	+	+	+
Обратная связь	-	+	-	+	-	+
Карта	+	+	+	-	+	+

Таблица 7. уже встречалась ранее и была показана ещё раз, чтобы продемонстрировать, что всё запланированное ранее было реализовано в сайте рекламного агентства BodyCar creative.

## Заключение

Ценность применения сайтов в рекламной и торговой деятельности фирм заключается в потенциальной возможности охватить своей торговлей бесчисленное количество покупателей. Это универсальное средство коммуникации находит применение в самых различных сферах деятельности.

Основной целью создания Веб - сайта – это способ предложить товары и услуги потребителю. На сегодняшний день это самая динамично развивающаяся среда вещания.

В процессе работы был проведен анализ технологий разработки Веб - сайтов, были проанализированы виды сайтов, их назначения, рассмотрены были сайты фирм - конкурентов, выявлены основные проблемы, которые можно решить с созданием сайта.

Ключевым результатом проделанной работы стал сайт для рекламного агентства BodyCar creative, включающий в себя:

- Эффективную систему управления
- Интерактивную главную страницу, для привлечения посетителей
- Галерею проделанных работ
- Необходимую для посетителей обратную связь.

Была тщательно разработана структура Веб – сайт для рекламного агентства BodyCar creative, которая бы соответствовала направлению деятельности данной фирмы. Проанализированы требования к содержанию и дизайну сайта.

При разработке Веб – сайта использовались возможности встроенного языка скриптов JavaScript и каскадных таблиц стилей CSS.

Таким образом, можно заключить, что большое количество Интернет пользователей позволяет получить большую прибыль для предпринимателей. Именно поэтому создание виртуальной страницы для рекламного агентства BodyCar creative является выгодной необходимостью для ее дальнейшего развития.

## Resümee

Käesoleva lõputöö teemaks on „Analüüs ja veebilehe loomine reklaamagentuurile „BodyCar creative” (lähtudes firma „BodyCar creative” äriplaanist).

Lõputöö teema aktuaalsus seisneb selles, et loodud veebileht kui vahend firma reklaamimiseks, mängib otsustavat rolli uue firma arenemisel.

Lõputöö eesmärgiks on analüüsida vajadusi ja luua veebileht firmale „BodyCar creative”. Uuringu objektiks on firma, mis spetsialiseerub isikliku või firma transpordi väliskujunduse muutmisele.

Uurimisaineks on veebilehe loomine, mille eesmärgiks on reklaamagentuuri teenuste tutvustamine ja nendega turule pääsemine.

Lähtudes läbiviidud analüüsi tulemustest, sai loodud reklaamiagentuurile veebileht, mis sisaldab endas:

1. Reklaamiagentuuri põhiandmeid
2. Pakutavate teenuste tutvustusi
3. Galeriid tehtud töödest
4. Tagasiside võimalust

Töö tulemusena on loodud veebileht reklaamagentuuri „BodyCar creative” jaoks. Veebileht sisaldab kõike vajalikku selleks, et arendada firmat ja tõsta tema konkurentsivõimekust, mis võimaldab suurendada ka enda turuosa. Sellega on ka tööle püstitatud eesmärgid täidetud.

## **Resume**

Subject of for the final coursework: "Analysis and creation of a website for an advertising agency (based on the business plan of the company BodyCar creative)".

Relevance of the topic of the final coursework is created as a tool for the site's advertising and plays a crucial role in the development of the new company.

The aim is to analyze and develop a website for BodyCar creative advertising agency.

Object of research - a company specializing in change in appearance of personal or corporate vehicles.

Subject of research - creating a website for the purpose of promoting the services of advertising agencies on the market.

The output website for an advertising agency will increase its market share and competitiveness.

Based on the results of the analysis, a website was designed for an advertising agency which includes:

1. Basic data about the advertising agency
2. Service offerings
3. The gallery demonstrates work examples
4. Created feedback and contact page

As a result of the work, ideas were conceived which implemented the website for BodyCar Creative advertising agency. The website contains all the necessary components and information for the development and competitiveness of the sections, it will help increase market share and improve their competitiveness, thereby aim of the work was accomplished.

## **Список использованной литературы**

1. Байков В. Интернет от e-mail к WWW в примерах. –СПб.: BHV, 1996. – 208с.
2. Шейнов В.П. Эффективная реклама. Секреты успеха. - М.: Ось-89, 2003. - 448 с.
3. Ташков П. А. Веб- мастеринг на 100 % Изд-во. «Питер», 2010
4. К.Л. Бове, У.Ф. Аренс. Современная реклама. Определение рекламы. Изд-во. Дом Довгань. - 1995. - 704 с
5. Васюхин О. В., Варзунов А. В. Информационный менеджмент: краткий курс. Учебное пособие/ - СПб. СПбГУ ИТМО, 2010. - 194 с.

## **Ресурсы сети Интернет**

1. Типовые бизнес-задачи сайта. © ООО Промсофт, Новосибирск, 2005.  
<http://www.promsoft.ru/download/site-task.pdf> 04.02.2014
2. Интернет и его роль в маркетинге. Разработка рекламной программы.  
<http://www.zos.ru/comptech.net.ru/www/3.html> 04.02.2014
3. Виды, типы, разновидности сайтов, классификация сайтов.  
<http://vidy-saitov.ru/index.htm> 04.02.2014
4. Виды, типы, разновидности сайтов и классификация сайтов по используемым технологиям. <http://vidy-saitov.ru/vidy-saitov1.htm> 04.02.2014
5. Виды, типы, разновидности сайтов и классификация сайтов по принадлежности. <http://vidy-saitov.ru/vidy-saitov2.htm> 04.02.2014
6. Виды сайтов <http://ec-it.ru/content/info/Vidy-sajtov.html> 05.02.2014
7. CSS tutorial <http://www.w3schools.com/css/default.asp> 06.02.2014
8. Маркетинговые принципы построения виртуальных страниц Internet  
<http://www.marketing.spb.ru/read/article/a36.htm> 20.03.2014



