

ВВЕДЕНИЕ

Тема дипломной работы: «Разработка веб-сайта для продвижения услуг малого бизнеса».

Актуальность темы исследования связана с тем, что для малого бизнеса сайт давно перестал быть только справочной страницей в интернете. Он выполняет функции витрины, канала продаж, инструмента коммуникации с клиентами и площадки для формирования доверия к компании. Потенциальный клиент часто принимает первое решение о сотрудничестве еще до звонка или визита: он оценивает структуру сайта, понятность описания услуг, наличие ценовой информации, удобство формы заявки, скорость загрузки страниц и качество визуального оформления.

Многие малые предприятия используют устаревшие сайты или ограничиваются страницами в социальных сетях. Такой подход снижает управляемость продвижения: компания зависит от внешних платформ, не всегда может полноценно представить услуги, собрать заявки, настроить аналитику и выстроить понятный путь пользователя от первого перехода до обращения. Поэтому разработка современного сайта для малого бизнеса имеет не только техническое, но и маркетинговое значение.

Проблема исследования заключается в том, что сайт часто создается без предварительного анализа аудитории, структуры услуг, поисковых запросов, конкурентной среды и сценариев поведения пользователей. В результате ресурс может выглядеть визуально приемлемо, но не решать главную задачу - не помогать клиенту быстро понять предложение и оставить заявку. Это делает необходимым комплексный подход к разработке, где проектирование структуры, дизайн, контент и техническая реализация рассматриваются как единая система.

Элемент введения	Формулировка
Цель исследования	Разработать проект веб-сайта для продвижения услуг малого бизнеса с учетом пользовательских сценариев, структуры услуг и требований к удобству взаимодействия.
Объект исследования	Процесс интернет-продвижения услуг малого бизнеса.
Предмет исследования	Структура, функциональные элементы и дизайн веб-сайта как инструмента привлечения клиентов.
Проблема исследования	Недостаточная эффективность сайтов малого бизнеса из-за слабой структуры, неочевидного пути пользователя и отсутствия связки между контентом, дизайном и заявкой.

В соответствии с поставленной целью в дипломной работе решаются следующие задачи:

- изучить роль сайта в системе продвижения малого бизнеса;
- проанализировать требования к структуре, интерфейсу и содержанию коммерческого сайта;
- рассмотреть особенности целевой аудитории и основные пользовательские сценарии;
- разработать структуру сайта, включающую ключевые разделы, информационные блоки и формы обратной связи;
- подготовить дизайн-концепцию и описать функциональные элементы сайта;
- оценить ожидаемый эффект от внедрения сайта для привлечения заявок и повышения доверия к компании.

Методы исследования включают анализ научной и учебной литературы по интернет-маркетингу, изучение сайтов конкурентов, сравнительный анализ функциональных решений, моделирование пользовательских сценариев, проектирование структуры сайта, разработку прототипа и оценку соответствия

проекта задачам малого бизнеса. Такой набор методов позволяет связать теоретические положения с практическим результатом.

Информационной базой исследования являются публикации по веб-разработке, интернет-маркетингу и пользовательскому опыту, данные конкурентного анализа, материалы по деятельности выбранного малого предприятия, требования к содержанию сайта, а также примеры коммерческих страниц из смежных сфер услуг.

Практическая значимость дипломной работы состоит в том, что разработанные решения могут быть использованы при создании или обновлении сайта малого предприятия. Предложенная структура помогает системно представить услуги, упростить путь пользователя к заявке, повысить доверие к компании и подготовить основу для дальнейшего продвижения в поисковых системах и рекламных каналах.

Структура дипломной работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. В первой главе рассматриваются теоретические основы использования сайта в продвижении малого бизнеса. Во второй главе анализируются потребности выбранной компании и особенности целевой аудитории. В третьей главе описывается разработка структуры, дизайна и функциональных элементов веб-сайта.