

Вилинский Алексей Сергеевич

Магистрант НАЧОУ ВПО СГА

Направление: Информатика и вычислительная техника

Магистерская программа: Распределенные автоматизированные системы

Инtranет-портал как эффективное средство ведения бизнеса

Аннотация. Существуют два подхода к электронному маркетингу: как к дополнительному средству и как к виртуальному бизнесу. Подход к электронному маркетингу как к дополнительному средству подразумевает, что компании не ограничиваются маркетинговыми мероприятиями только в Интернете. Фактически для выполнения деловых задач и достижения целей маркетинга они должны уделять внимание другим, традиционным средствам рекламы и маркетинга, а Web-маркетинг при этом рассматривается как еще одно средство в маркетинговом арсенале компании. Подход к электронному маркетингу как к дополнительному средству является обычным подходом в наши дни и осуществляется, чаще всего, путем создания Интернет-сайта компании.

Ключевые слова: инtranет-портал, клиент-сервер, веб-сайт, CMS, СУБД, контент.

Инtranет-портал – это внутрикорпоративный информационный портал, доступ к которому имеют только сотрудники компании. Фактически это промежуточное решение между локальной сетью и дорогими системами документооборота.

Инtranет-портал позволяет:

- Значительно ускорить информационный обмен внутри компании, создав общее хранилище файлов и документов, а также управлять

информационными потоками путем разграничения прав доступа к разным разделам

- Облегчить взаимодействие сотрудников, в том числе из разных географических регионов
- Быстро вводить в курс дела новых сотрудников путем предоставления им информации и инструкций на портале
- Оперативно обновлять часть информации путем публикации отчетов, автоматически формируемых системой с использованием исходных данных из программных приложений, установленных на персональных компьютерах сотрудников.
- Автоматически оповещать всех участников системы или только отдельных лиц об обновлениях портала и новостях

В случае внедрения каких-либо дополнительных средств взаимодействия на сайте компании, будь это взаимодействие с клиентами, или система внутреннего документооборота, принято говорить об интернет-портале.

Интернет-портал (portal от лат. porta – ворота) – веб-сайт, предоставляющий пользователю Интернета различные интерактивные сервисы, работающие в рамках одного веб-сайта, такие как почта, поиск, погода, новости, форумы, обсуждения, голосования и т. д.

Интранет дает ощутимый экономический эффект в деятельности организации, что связано в первую очередь с резким улучшением качества потребления информации и ее прямым влиянием на производственный процесс. Для информационной системы организации ключевыми становятся понятия «публикация информации», «потребители информации», «представление информации».

Архитектура Интранета явилась естественным развитием информационных систем: от систем с централизованной архитектурой, через системы «клиент-сервер» к Интранету.

Идея централизованной архитектуры была классически реализована в мэйнфреймах, отличительной чертой которых была концентрация

вычислительных ресурсов в едином комплексе, где осуществлялось хранение и обработка огромных массивов информации. Достоинства: простота администрирования, защита информации.

При использовании персональных компьютеров появилась возможность переноса части информационной системы непосредственно на рабочее место. Таким образом, возникла необходимость построения распределенной информационной системы. Этим целям соответствует архитектура «клиент-сервер», основанная на модели взаимодействия компьютеров и программ в сети.

В традиционном понимании системы «клиент-сервер» осуществляют поставку данных, и для них характерно следующее:

- на сервере порождаются данные, а не информация;
- для обмена данными между клиентами используется закрытый протокол;
- данные передаются на компьютеры клиентов, на них интерпретируются и преобразуются в информацию;
- фрагменты прикладной системы размещаются на компьютерах клиентов.

Основные достоинства систем «клиент-сервер»:

- низкая нагрузка на сеть (рабочая станция посылает серверу базы данных запрос на поиск определенных данных, сервер сам осуществляет поиск и возвращает по сети только результат обработки запроса, т.е. одну или несколько записей);
- высокая надежность (СУБД, основанные на технологии «клиент-сервер», поддерживают целостность транзакций и автоматическое восстановление при сбое);
- гибкая настройка уровня прав пользователей (одним пользователям можно назначить только просмотр данных, другим просмотр и редактирование, третьи вообще не увидят каких-либо данных);

- поддержка полей больших размеров (поддерживаются типы данных, размер которых может измеряться сотнями килобайт и мегабайт).

Инtranет представляет собой технологию управления корпоративными коммуникациями в отличии от Интернета, являющегося технологией глобальных коммуникаций. В телекоммуникационных технологиях выделяют три уровня реализации: аппаратный, программный и информационный. С этой точки зрения Инtranет отличается от Интернета только информационными аспектами, где выделяются три уровня: универсальный язык представления корпоративных знаний, модели представления, фактические знания.

В настоящее время в Инtranете широко используются открытые стандарты по следующим направлениям [1]:

- управление сетевыми ресурсами (SMTP, ШАР, МIМЕ);
- телеконференции (NNTP);
- информационный сервис (HTPP, HTML);
- справочная служба (LDAP);
- программирование (Java).

Тенденции дальнейшего развития Инtranета:

- интеллектуальный сетевой поиск;
- высокая интерактивность навигаторов за счет применения Java-технологии;
- сетевые компьютеры;
- превращение интерфейса навигатора в универсальный интерфейс с компьютером.

Есть два способа создания инtranет-портала для компании:

- собственная разработка;
- покупка готового решения и внедрение.

В качестве готовых решений рассмотрим CMS (Система управления содержимым (контентом), англ. Content management system, CMS), так называемые системы управления контентом. С их помощью можно сделать любой сайт.

Прежде чем принять решение о внедрении CMS, необходимо учесть все косвенные затраты. К ним относятся:

- 1) стоимость обучения персонала;
- 2) снижение качества контента;
- 3) снижение функциональности;
- 4) проблема избыточности и гибкости;
- 5) высокие изначальные расходы.

Сайт, использующий свою собственную платформу, обладает неограниченными возможностями. Полный контроль над кодом позволяет добавлять любой требуемый функционал. При использовании CMS все становится намного сложнее.

Несмотря на возможность написания дополнительного функционала, могут возникнуть трудности с его интеграцией в CMS. Например, если в CMS не интегрирован форум, а он необходим на сайте, возможно придется просить пользователей дважды авторизовываться — один раз на сайте и один раз на форуме.

Если система управления контентом не написана с нуля в точности под требования пользователя, то вполне возможно, что она будет содержать избыточный функционал. Дело в том, что комплексные программные продукты ориентированы на широкую аудиторию.

И это означает, что приходится платить за ненужную функциональность, усложняющую пользовательский интерфейс. Чем больше функционала, тем сложнее интерфейс, тем сложнее проходит обучение.

Литература

1. Джексон Г. Проектирование реляционных баз данных для использования с микро-ЭВМ. М.: Финансы и статистика, 1991.
2. Дэниел О'Лири. ERP системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. Выбор, внедрение, эксплуатация / Пер. с англ. Ю.И. Водопьяновой. М.: ООО «Вершина», 2004.

3. Информационные системы: Учебник для вузов. 2-е изд. СПб.: Питер, 2005.

4. Кристиан Дари, Богдан Бринзаре, Филип Черchez-Тоза, Михай Бусика. AJAX и PHP. Разработка динамических веб-приложений: Учебник. М.: Символ Плюс, 2006.

© Бюллетень магистранта 2015 год № 1