ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт массовых коммуникаций

Факультет журналистики

Кафедра связей с общественностью

**Курсовая работа**

**Сайт как информационный носитель**

**(на предприятиях сферы сотовой связи)**

Выполнил: Минаева

Екатерина Валерьевна

гр. 346-СО

Проверил: Терехова О.В.

Владивосток

2009 г.

# Содержание

# Содержание

# Введение

# Глава 1. Создание и управление сайтом. Типы сайтов

# 1.1.. Создание эффективного сайта

# 1.2. Цели создания сайтов

# 1.3. Управление сайтом

# 1.4. Связи со СМИ

# 1.5. Онлайновый мониторинг

# Глава 2. Сравнение сайтов сотовых компаний

# 2.1. Сайт компании «Мегафон»

# 2.2. Сайт компании «Акос»

# Заключение

# Список литературы:

# Введение

Интернет (Internet)— это гигантская сеть компьютеров, размещенных по всему миру и коммуникатирующих друг с другом. Эта сеть, по сути, создаёт новое информационное пространство — Cyberspace, в котором люди могут: 1) обмениваться посланиями за секунды с тысячами людей одновременно, 2) получать доступ к отдалённому (в т.ч. на другом конце земли) компьютеру, располагающему базами данных, и извлекать эти данные, 3) подписаться на дискуссионный лист и участвовать в обсуждении различных вопросов, в том числе, в интерактивном режиме, 4) получать регулярные выпуски — новостей, пресс-релизов по конкретной тематике.

 Глобальная сеть в России стала неотъемлемой частью жизни общества, одним из важнейших рыночных инструментов. Наглядной иллюстрацией этого факта служит, прежде всего, число пользователей Интернета в России, которое постоянно растет. Каждый месяц Интернетом пользуется 13,2 млн. человек, за три месяца эта цифра увеличивается до 15 млн., а за полгода до 17,9 млн. Причем, отечественная аудитория Сети характеризуется достаточно высокими показателями «качества». Ведь ее составляют самые информационно активные, образованные и мобильные представители члены общества, чья платежеспособность позволяет им адекватно реагировать на процессы, происходящие на рынке потребления. Причем рост пользователей Интернета идет не только по экстенсивному вектору, то есть путем простого увеличения численности аудитории, но и по интенсивному, когда увеличивается активность стабильных пользователей. Перспективность интернет-аудитории как активной участницы рыночных отношений стала очевидной всем, чья профессиональная деятельность связана с массовыми коммуникациями.

Интернет обладает потрясающей способностью делать доступными самые различные виды информации и знаний. Количество доступной информации о какой-нибудь мелкой компании или о могущественном правительственном органе намного превосходит все, что содержится на их веб-сайтах или в электронной почте их служащих. Сегодня огромное и постоянно растущее число агентств, в том числе и новостных, а также просто частные лица, работающие в сети Интернет, могут предоставить лавину интерактивной информации о любой организации без ведома самой организации. Аудитория, посещающая Интернет, многочисленна и любопытна, она хочет знать все и обо всех.

Интернет-ресурсы — это инструменты предоставления самой видимой из всех средств коммуникации в киберпространстве, которые в руках специалистов по PR становятся еще более надежными и эффективными. Любая, уважающая себя компания, стремиться создать свой сайт или страничку в интернете. Это не зависит, международная ли это корпорация или региональная организация.

Целью курсовой работы является сравнительный анализ сайтов двух компаний в сфере сотовой связи и выявление положительных и отрицательных сторон.

# Глава 1. Создание и управление сайтом. Типы сайтов

## 1.1 Создание эффективного сайта

Ни одна уважающая себя организация, профессиональная ассоциация, некоммерческое агентство, политический кандидат или предприниматель не могут сегодня представить свое существование без собственного сайта в Интернете.

По мере того, как возникла необходимость в повышении качества Интернет-сайтов с точки зрения содержания, возник и спор о том, кто должен осуществлять контроль за сайтом: операторы, системщики, маркетинг или PR. Во многих организациях PR-специалисты борются за то, чтобы расширить сферу охвата сайтов за пределы продуктов и услуг. Все большее число компаний разрабатывают внешние сети, призванные служить «корпоративными отделами новостей», используемых исключительно СМИ.

Типы сайтов

Единой системы классификации сайтов не существует. Для обозначения веб-страниц с похожим функционалом порой используют разные названия, или же объединяют в одну группу сайты, созданные для достижения разных целей. Чаще всего используют функциональную классификацию.

• Сайт - визитка

Сайт имеет информационный и имиджевый характер. Это Ваша визитная карточка в Internet, которую могут увидеть тысячи посетителей сайта. Сайт предлагает расширенную информацию о Ваших товарах или услугах, существенно снижает Ваши расходы традиционную на рекламу и повышает ее эффективность за счет дополнительной информации. Содержит 10-15 страниц с текстом, иллюстрациями и графикой, имеет линейную структуру. Кроме того, такой сайт может быть записан на компакт диск, для автономного (без выхода в Internet) просмотра на компьютере, и распространятся среди потенциальных клиентов, что значительно увеличит возможности по рекламе Ваших товаров и/или услуг.

• Коммерческие сайты

Предназначены для поддержки бизнеса какой-либо фирмы или организации. Часто такие сайты называют "бизнес-сайт". Основной аудиторией бизнес-сайта являются потенциальные и настоящие клиенты фирмы или организации. Дополнительная аудитория часто включает в себя потенциальных и действительных инвесторов, а также заинтересованные организации, такие как средства информации и фирмы-конкуренты. Сайт используется для распространения информации о продуктах и услугах, предоставляемых организацией (фирмой), и сведения о способах связи с фирмой.

Другими словами, коммерческим сайтом (бизнес-сайтом) можно назвать такой сайт, который предназначен для извлечения прибыли его владельцем за счет привлечения на сайт потенциальных клиентов из конкретной целевой аудитории. Такой сайт содержит не менее 30 страниц.

• Информационные сайты

Ставят перед собой задачу информирования пользователей в определенных сферах общественной жизни (правительственные, образовательные сайты, сайты новостей и сайты некоммерческих фирм, организаций, религиозных групп, а также различные общественные сайты). Как правило, информационные сайты отличаются большим объёмом размещенных на них материалов (текстовых, табличных и графических).

• Развлекательные сайты

Ставят целью развлечь своих посетителей. Как правило, продаваемым товаром является само развлечение. Развлекательные сайты, как правило, насыщены графикой, анимацией и спецэффектами.

• Навигационные сайты

Помогают пользователям в поиске нужной информации через Интернет. Навигационные сайты часто называют Интернет-порталами. К ним можно отнести поисковые системы, каталоги, рейтинги и некоторые справочные сайты.

• Художественные сайты

Являются самовыражением какого-либо автора, чаще всего, веб-дизайнера. Влияние пользователя на художественный сайт сводится к тому, что он может либо его мысленно одобрить, либо пройти мимо. Достаточно часто художественные сайты выполнены в авангардном дизайне.

• Персональный сайт

Часто называемый персональной домашней страничкой, является самовыражением его создателя. На таких сайтах рассказывается о авторе, круге его увлечений и т.д. Как правило, такие сайты не преследуют цели извлечения прибыли.

• Комбинированные сайты

Сочетают в себе два или более типов сайтов и их достоинства (коммерческий Интернет-портал, информационно - коммерческий сайт и т.п.). Если говорить о сайтах для бизнеса, то целесообразность создания того или иного типа сайта определяется кругом следующими основными критериями: Круг решаемых сайтом задач. Необходимо выбрать основную цель создания сайта и второстепенные цели. Бюджет сайта. В зависимости от бюджета будет зависеть выбор основной формы документа, на основе которого будет разрабатываться сайт. От бюджета напрямую зависит также и общий объём сайта, уровень его технической сложности, сроки создания сайта, число будущих посетителей сайта, и, следовательно, та прибыль, которую сможет приносить сайт его владельцу.

• Мобильные сайты

Мобильный сайт - это сайт адаптированный для просмотра на мобильном телефоне, КПК и иных мобильных устройствах. Разработка мобильных сайтов, это новое, перспективное направление в Internet коммерции.

Деловому человеку очень важно иметь оперативный и быстрый доступ к самой свежей информации. Персональные мобильные устройства успешно решают данную задачу. В любом месте: в автомобиле, в поезде, в гостинице, на пляже они всегда обеспечат возможность оперативного получения и отправки информации. Наличие у Вашей фирмы сайта, адаптированного для просмотра на мобильных устройствах, позволяет их владельцам узнать о Вашей фирме гораздо раньше, чем о фирмах-конкурентах.

##

## 1.2 Цели создания сайтов

Если вы хотите создать сайт, начните с главного – определите его цели. Для этого ответьте на вопросы: что вы хотите получить от сайта? как вы хотите вернуть вложенные в создание сайта и его развитие средства? что для вас будет являться критерием успеха вашего интернет проекта?

Итак, цели создания сайта:

1. Помочь компании поддерживать старые и устанавливать новые связи на рынке

Если компании необходимо широко представить себя на рынке, Интернет послужит самым эффективным средством построения корпоративного имиджа, предоставляя неограниченные возможности по формированию связей с новыми партнерами.

Посещаемость среднестатистического корпоративного ресурса составляет 100 уникальных посетителей в день или около 2500 посетителей в месяц с учетом выходных и праздничных дней, в которые посещаемость традиционно ниже, чем в

будни. Не каждая компания в месяц раздает столько рекламных материалов. При сравнительно низкой себестоимости рекламы компания получает мощное средство продвижения на рынке.

Как информационная среда Интернет упрощает процесс деловой переписки и общения. Факт существования интернет сайта компании позволяет избежать стандартных процедур ознакомления с деятельностью компании на ее территории.

После публикации web сайт становится доступен пользователям Интернет всего мира. Это означает, что компанию смогут найти люди из регионов, в которых нет ее представительств. При этом, если сайт имеет контент на нескольких языках, то о компании узнают посетители из других стран.

2. Стать инструментом распространения информации о компании и ее бизнесе.

Полноценный Интернет-сайт компании предоставляет документы, фото, аудио - и видеоматериалы, необходимые для формирования правильного представления о деятельности и возможностях компании, всем желающим.

3. Проводить информационную и сервисную поддержку клиентов и партнеров

Интернет сайт – это программный продукт, призванный автоматизировать процессы, на реализацию которых в обычных случаях требуются значительные затраты. Наличие Интернет-сайта облегчает поиск новых деловых партнеров.

Посредством Интернет-сайта можно не только оперативно отвечать на вопросы, возникающие у пользователей ваших продуктов и услуг, но и формировать базу часто задаваемых вопросов. Тем самым удастся избежать многократных разъяснений по решению одних и тех же задач.

4. Увеличить объем продаж и найти новых покупателей продуктов вашей компании.

Интернет сайт – это инструмент для "ленивых". Согласитесь, что иногда очень тяжело после долгой рабочей недели подняться и пойти выбирать стиральную машину или букет цветов.

Современное решение – покупка через Интернет!

Компания, успешно работающая на традиционном рынке, при помощи Интернет-сайта может охватить большую целевую аудиторию, хотя бы потому, что расстояние не играет в Сети такого принципиального значения, как в реальной жизни.

5. Реализовать удаленную демонстрацию товара для продвижения продаж (sales-promotion).

Веб-сайт – это ресурс, обладающий практически неограниченным объемом для размещения информации, а значит и практически неограниченными возможностями sales-promotion.

На Интернет-сайте компании может быть представлена развернутая информация о товарах и услугах. Помимо общего описания в рамках ресурса возможна публикация рейтингов и аналитических отчетов, организация консультаций клиентов, партнеров и дилеров.

6. Стать инструментом обучения и повышения квалификации сотрудников компании и партнеров

С появлением Интернета, методики дистанционного обучения получили новое развитие, поскольку Сеть позволяет не только передавать информацию, организовывать живое общение между удаленными собеседниками, но и обеспечивает удаленное обучение персонала.

С появлением Интернет, методики дистанционного обучения получили новое развитие, поскольку Сеть позволяет не только передавать информацию, но и организовывать живое общение между удаленными собеседниками.

7. Стать каналом обмена информацией с удаленными представительствами и торговыми точками

Для компании с региональными представительствами или несколькими торговыми точками в одном городе Интернет может стать альтернативным каналом обмена информацией, обладающим более высокой скоростью, чем традиционные. При этом Интернет позволяет одинаково передавать различную информацию: документацию, презентационные материалы, инструкции, внутренние документы и т.д., что дает возможность осуществлять дистанционное управление продажами.

Полноценный Интернет-сайт предоставляет такие средства общения как форумы и чаты.

В рамках интернет ресурса можно организовать живую видеоконференцию собеседников, находящихся в разных частях света.

На сайте могут быть размещены разнообразные материалы, которые пользователи могут скачать и изучить.

На Интернет-сайте компании могут быть размещены специализированные приложения, предназначенные для внутреннего использования в компании: калькуляторы стоимости продукции, системы дистанционного управления заказами и т.п.

8. Обеспечить круглосуточное предоставление услуг клиентам и партнерам

В Интернете не бывает перерывов на обед и сон, Интернет-сайт не нуждается в санитарной обработке, поэтому он может функционировать круглосуточно. Таким образом, вы не потеряете клиента, которому потребуются услуги или информация о вашем бизнесе в три часа ночи. Предоставление услуг круглосуточно – выгодное отличие web сайта от клиент-менеджера.

Работая круглосуточно, сайт ответит на вопросы КАЖДОГО клиента.

Посетитель сайта может оставить заказ, который будет дожидаться вас, пока вы не придете на работу и сядете перед компьютером с чашечкой кофе.

9. Реализовать оперативную обратную связь с клиентами в любой точке мира.

Интернет-сайт позволяет не только предоставлять информацию посетителям, но и проводить маркетинговые исследования, решать PR задачи. Опросы, анкеты, анализ статистики посещений и другие интерактивные формы связей с общественностью помогут вам скорректировать работу и максимально приблизить ее результаты к запросам целевых аудиторий. Web ресурс способен осуществлять функции PR агентства.

10. Взаимодействовать с традиционными и электронными средствами массовой информации.

СМИ проявляют повышенный интерес к Интернету как источнику первичной информации, поэтому сайт можно и нужно использовать как канал воздействия на журналистов.

Полноценный Интернет-сайт компании может предоставить СМИ, в том числе и электронным, документы, фото, аудио - и видеоматериалы, необходимые для формирования правильного представления о деятельности и возможностях компании.

Интернет сайт сделает информацию о Вашей компании доступной для мировых электронных СМИ.

##

## 1.3 Управление сайтом

Сайт организации зачастую служит самым простым и самым «видимым» инструментом коммуникации, к которому получает доступ любой желающий. С этой точки зрения можно утверждать, что в 21 веке наиболее важным средством коммуникации являются веб-сайты. В связи с этим для профессионального управления сайтом PR-специалисты должны соблюдать шесть правил веб-сайта.

1. Никаких «мертвых» ссылок. Все ссылки должны работать. Они должны быть связаны с обещанной информацией.
2. Контактная информация. Если посетителю нужна дополнительная информация, то следует рассказать, как он может ее получить. Затем на запрос следует ответить.
3. Размещение информации. Поскольку мы читаем слева направо, то наиболее важная информация должна быть расположена в левой части экрана, чтобы посетитель прочел ее в первую очередь.
4. Использование цвета. Цветные схемы важны, поскольку они не только влияют на время загрузки информации, но и представляют компанию.
5. Легкость использования. Информация должна быть легко доступной и располагаться в логической последовательности. Гиперссылки должны быть точными и четко выделенными. каждый уровень внутри сайта должен позволять пользователь возвращаться на предыдущий уровень или переходит к следующему.
6. Цель. Цель сайта определяет количество и вид размещаемой информации.

Сайты принято делить на три категории:

* + Модель присутствия: рассчитана на то, чтобы зафиксировать присутствие в Интернете, и служит целям продвижения организации, ее продуктов и услуг.
	+ Информационная модель: загружена материалом, включая публикации из прессы, и рассчитана на то, чтобы создать полный портрет организации.
	+ Модель электронной коммерции: рассчитана на создание и продвижение продаж.

Созданный сайт за редким исключением нуждается в регулярном обновлении. Нужно, чтобы посетители всегда видели свежие новости, последние предложения фирмы, актуальные цены. Если человек два раза зашел на сайт в течение месяца и не увидел ничего нового, в следующий раз он зайдет через пол года, если вообще вспомнит об этом сайте.

Поддержка сайта включает регулярное обновление материалов, подбор или написание статей, поиск новостей, обновление каталога и т.п.

## 1.4 Связи со СМИ

В основы онлайновых взаимоотношений со СМИ входит следующее:

Отделы новостей на сайтах. Самые продвинутые организации создают внешние сети, предназначенные только для СМИ и являющиеся производными от их Интернет-сайтов. Эти «корпоративные отделы новостей» включают весь традиционный материал, требуемый СМИ.

Пресс-релизы. Каждый сайт начинается с пресс-релизов, организованных в хронологическом порядке.

Выступления руководителей. Все основные выступления и речи руководителей должны быть включены в отдел новостей сайта. Лучшие сайты наделены интерактивными чертами, позволяющими отправлять тексты выступлений всем желающим по электронной почте.

Годовые или квартальные отчеты. Каждое ОАО обязано четыре раза в год отчитываться перед своими акционерами относительно заработанной прибыли, поэтому большинство компаний выпускает три квартальных отчета и один годовой. Эти отчеты также должны появляться в корпоративном отделе новостей сайта.

Годовые собрания. Многие компании стали записывать годовые собрания акционеров на видео и транслировать их через Интернет с тем, чтобы те, у кого не было возможности лично присутствовать на собрании, могли бы сделать это в электронной форме.

Интервью. Онлайновые пресс-конференции и интервью также стали стандартной процедурой; при этом компания информирует журналистов о времени и пароле, необходимом для доступа к конкретному руководителю организации для интервью.

Фотографии, биографии руководителей, рекламный материал и т.д. Онлайновые фотографии руководителей и иные материалы являются стандартным содержанием отделов новостей.

Цифровой пресс-кит. Весь материал, включаемый пресс-кит – пресс-релизы, фотографии, дополнительная информация – дублируется в Интернете с тем, чтобы журналисты могли его скачать.

## 1.5 Онлайновый мониторинг

Интернет переполнен недовольными клиентами, акционерами, ругающими руководство, и фальшивыми сайтами, подражающими сайтам той или иной организации.

Информация о типах сайта взята из: PR в Интернете / Дэвид Филлипс. — Пер. с англ. И. Гаврилова. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 320 с: ил. — (Начальная школа бизнеса).

Дискуссионные группы и чаты – это отдушина для недовольных акционеров и потребителей. Мелкие компании должны быть постоянно в курсе того, что о них говорят на онлайновых форумах. Таким образом, мониторинг информационных групп должен стать постоянной работой для их PR-специалистов.

Фальшивые сайты должны отслеживаться организациями, на которых они нападают. Поскольку судебные процессы оказывают минимальное влияние на владельцев фальшивых сайтов, то лучше просто тщательно следить за появляющейся на них информацией: опять-таки это должно быть рутинной работой PR-специалистов.

Городские легенды являются еще одной предпосылкой онлайнового мониторинга. Это всевозрастающая лавина «страшных» историй о различных компаниях, возникающих на основе ложных интернетовских служб. Большая часть этих историй распространяется по стране и миру по электронной почте.

Итак, создание собственного интернет сайта – значимый шаг компании к расширению границ своего бизнеса! Обычно разработка веб сайта – это создание либо маркетингового инструмента, призванного стимулировать спрос на определенные услуги или продукцию, либо информационного ресурса, призванного донести до целевой аудитории некоторую информацию, либо создание сервисного ресурса, решающего задачи по оказанию определенных услуг заинтересованным посетителям. При этом, следует помнить, что разработка (изготовление) сайта, который сможет качественно выполнить все эти функции, – процесс сложный, требующий высоко профессионального исполнения, иначе сайт превращается всего лишь в набор красивых картинок и гору программных кодов, бесцельно лежащих где-то в сети Интернет.

# Глава 2. Сравнение сайтов сотовых компаний

В качестве примеров выбраны компании разных уровней:

* Компания «Мегафон» – оператор мобильной связи на федеральном уровне.
* Компания «Акос» - оператор мобильной связи, действует на территории Сибири и Дальнего Востока.

##

## 2.1 Сайт компании «Мегафон»

Мегафон – первый общероссийский оператор мобильной связи стандарта GSM 900/1800.

Зона охвата сети «Мегафон» на сегодняшний день включает все 83 региона России и расширяется с каждым днем. Сеть «Мегафон» построена на самом современном оборудовании, обеспечивающем качественный прием и передачу сигнала, а также огромное количество дополнительных услуг и сервисов, включая самые современные, такие как высокоскоростная передача данных и обмен мультимедийными сообщениями.

«Мегафон» строит свой бизнес, основываясь на принципах максимального удовлетворения потребностей абонентов, добросовестной конкуренции и информационной открытости.

«Мегафон» использует передовые технологии, открывающие абонентам новые возможности общения и работы с информацией. Уникальный для российского телекоммуникационного рынка спектр услуг качественной мобильной связи адресован как массовому потребителю, так и корпоративным клиентам.

Сайт компании «Мегафон», на первый взгляд ничем не отличается от сайтов конкурентов, например сайта компании «Акос». На главной странице расположены все основные разделы сайта, (о компании, тарифы, услуги, новости, роуминг, специальные предложения, абонентам, корпоративным клиентам, скачать), яркие картинки, и логотип компании. Что является нормой для всех подобных сайтов операторов связи.

Но, изучив структуру сайта, можно увидеть существенные отличия. Сайт включает в себя множество функций (различных направлений и содержит огромные блоки необходимой и интересной информации):

* Информативную (на сайте множество информации о компании, история компании, новости компании, новинки).
* Развлекательную (на сайте можно наитии развлекательный материал в виде картинок для скачивания, видеофайлов,
* Сервисную (сайт содержит огромное количество технической информации, можно подключить любую услугу самостоятельно при помощи предложенных настроек).

Связь данного оператора действует по всей России и это отражено на сайте. Существует основной официальный сайт и в нем же можно выбрать свой регион распространения связи. Все предельно ясно и просто. Выбрав регион, можно сузить фокус до края или области.

На сайте компании мегафон есть всё, что необходимо абонентам, корпоративным клиентам, партнёрам.

Позвонив по телефону 0500 в Абонентскую службу «Мегафон-Дальний Восток», абоненты смогут получить консультацию по любому вопросу об услугах компании.

С помощью новой информационно-справочной услуги «Консультант Онлайн» у абонентов «Мегафон» есть возможность в прямом эфире получить консультацию по любым вопросам, касающимся услуг сети «Мегафон»– Дальний Восток».

Для абонентов, у которых имеются вопросы, мнения и пожелания, существует «Книга отзывов» – это новый сервис для всех абонентов «Мегафона на Дальнем Востоке и в Восточной Сибири.

Ответы на наиболее частые вопросы, которые поступают в Абонентскую службу, скомпоновали в раздел Вопросы и ответы.

В случае если у абонента «Мегафон» возникли трудности, специалисты всегда готовы прийти на помощь. Для этого создана анкета технической поддержки.

Компания «Мегафон» предупреждение о возможных случаях мошенничества.

На сайте можно:

* Отправить SMS, MMS (отправка сообщений выполняется прямо с сайта и бесплатно).
* Ознакомиться с новым телефоном iPhone 3G и даже заказать его.
* Заменить гудок в телефоне (можно выбрать понравившуюся мелодию и загрузить её с сайта).
* Пополнить счет, скачать видео/скринсейверы/календари.
* Настроить телефон (на сайте можно настроить различные функции в телефоне и все настройки будут для конкретной модели телефона, всё предусмотрено и просто описано; также можно сравнить телефоны по функциональности).
* Использовать сервис-гид (услуга Сервис Гид позволяет контролировать состояние лицевого счета, подключать и отключать дополнительные услуги и сервисы).

Также, на сайте существуют необычные разделы, такие как:

Мегалаборатория - энциклопедия по настройке высокотехнологичных услуг и приложений на мобильных телефонах, смартфонах, коммуникаторах и других устройствах, таких как ПК, ноутбуки, модемы и т.д.

Если Вы готовы поделиться опытом с другими посетителями сайта, тогда зарегистрируйтесь и добавляйте настройки самостоятельно.

Газета «Твой Мегафон».

Представлены корпоративные издания компании «Мегафон» в электронном варианте, которые можно скачать прямо с сайта.

Форум.

Компания «Мегафон» представила Единый форум. Абоненты мегафон могут заходить на сайт и участвовать в дискуссиях. Для этого необходимо пройти регистрацию.

Интернет-магазин компании «Мегафон».

Компания предлагает уникальную возможность выбора запоминающегося номера для подключения к сети «Мегафон» и покупка тарифного плана. И всё это можно оформить через интернет.

«Мегафон PRO».

Представляет развлекательный материал для скачки: игры, картинки, мелодии, видео.

Любой желающий может получить обратную связь. Указанны контактные данные. Для каждого региона можно найти точку обслуживания абонентов.

Компания не поскупилась на средства и вложила в этот сайт всё что можно. Сайт наполнен всем необходимым, выстроено всё просто, а для непонимающих абонентов создали карту сайта, в которой все по полочкам расписано, запутаться невозможно, даже если захотеть.

Сайт выстроен в едином стиле, что не вызывает никаких сомнений по поводу официальности. Сразу видно, что над ним работали профессионалы высокого уровня.

 Вся информация, на сайте обновлённая, нет задержек, всегда контролируется материал и добавляется новый.

Качество и точность материала так же не вызывает сомнений. На всё есть объяснения, где нужно, указанны ссылки и подтверждение на права.

 «Мегафон» также рад ответить на вопросы своих клиентов и дать ценные советы, как разумно и с выгодой пользоваться тысячью дополнительных услуг, которые сегодня предлагает компания. Как положить деньги на счет, находясь в другом городе, как быстро сменить номер, где отремонтировать телефон и почему в большой семье такой маленький бюджет на связь? Ответы на эти и многие другие вопросы можно найти на сайте своего региона.

Также, «Мегафон» приглашает компании для участия в партнерских программах.

В этом разделе можно найти форму обратной связи и бренд-бук, в котором изложены основные принципы бренда Мегафон.

Также, компания «Мегафон» представляет информацию о деятельности компании в разделе новостей. Добавляет все свежие новости, интересующие не только абонентов, партнёров, но и СМИ.

В целом, сайт оставляет положительное впечатление, и при необходимости, всегда будет желание снова полистать странички сайта.

## 2.2 Сайт компании «Акос»

Компания «АКОС» – предоставляет услуги в области цифровой сотовой связи в стандарте GSM. Компания первой среди дальневосточных операторов получила лицензию на предоставление услуг сотовой связи на территории Приморского края. В мае 1994 года в компании был осуществлен первый на территории Сибири и Дальнего Востока сотовый звонок.

Главная страница сайта компании «АКОС» не вызывает каких-либо особенных эмоций. Рядовая страница, подобная страницам конкурентных компаний. Присутствуют яркие картинки, броские заголовки, основные детали и разделы.

Если заглянуть глубже, то ничего особенного, мы точно не увидим. Сайт не отличается необычными разделами или деталями.

Вот что компания «Акос» предлагает своим абонентам:

* Тарифные планы компании. Вместе с тем, компания не просто предлагает тарифные планы, но и помогает их выбрать, с помощью ряда необходимых вопросов:
	1. Сколько денег в месяц вы готовы тратить на сотовую связь?
	2. На какое время суток - день/ночь, рабочие дни/выходные – вы планируете большую часть разговоров?
	3. Какую долю от всех разговоров будут составлять звонки на ваш телефон (входящая связь) и звонки с Вашего мобильного телефона (исходящая связь)?
* Дополнительные услуги.

Эти услуги касаются не только работы через интернет сайты, но и перечисляют всевозможные услуг, существующие в компании.

В компании есть автоматические системы сервиса:

* Автоматическая Система Сервиса Абонентов (АССА) компании «АКОС» дает абоненту возможность самостоятельно получать актуальную информацию о состоянии счета, добавлять / удалять дополнительные услуги, активировать карточки экспресс - оплаты, получать разнообразную справочную информацию.
* Интернет Система Сервиса Абонентов позволяет абоненту получать информацию о состоянии своего лицевого счета посредством сети Интернет.
* Дополнительная Система Сервиса Абонентов USSD - это ряд новых и удобных возможностей.
* Условиях подключения. Также, указаны центры продаж и обслуживания ЗАО «АКОС», Эксклюзивные дилерские салоны, Официальные дилеры.
* Возможностях оплаты. Как и где оплатить.
* Дополнительных скидках и акциях. Также указаны соответствия городских и федеральных номеров.
* Зоне обслуживания. На карте обозначены зоны обслуживания уже существующие и планируемые.
* Роуминге. Объясняется как пользоваться роумингом и как он действует.

В компании «АКОС» постоянно ведется огромная работа по улучшению качества предоставляемых услуг.

Также, на сайте отдельными сообщениями выделены разделы:

* Дилерам компании «Акос».
* Вопрос-ответ (оплата, тарифы, услуги).
* Вакансии (работа в престижной компании).

Присутствует отдел новостей. Все новости разделены по датам. Также, не маловажный момент, присутствия такой категории новостей как, RSS-канал.

RSS - это специальная категория XML формата для передачи (трансляции) анонсов новостей, статей, изменений и прочей оперативной информации с сайта.

RSS-канал содержит заголовок, описание и ссылку на полный текст новости. На сайте вы можете воспользоваться системой RSS в формате RSS 2.0.

Есть разъяснения, как пользоваться и что это такое.

Есть раздел «Награды», в котором представлены награды, и отмечаются участия компании «Акос» в различных мероприятиях (конкурсах, церемониях).

Самое главное, указана на сайте и правовая информация (лицензии, свидетельства и т.п.).

Компания предлагает широкий спектр дополнительных сервисов — от простых в исполнении, но очень полезных информационно-развлекательных услуг на базе SMS-сообщений, до услуг на базе высокотехнологичных платформ.

Эти сервисы призваны помочь скоротать время и поднять настроение, а также предоставить абонентам возможность получать самую свежую и полезную информацию. Например:

* Услуга "Твой пиТОН" - это мелодия или смешная фраза вместо обычных гудков в трубке телефона, которую услышат все, кто позвонит Вам!
* Сервис «Свой пиТОН» позволяет вам установить в качестве своего тона все, что вам заблагорассудится, будь то стихотворение собственного сочинения или голос вашей любимой бабушки!
* Есть развлекательный сервис, где можно найти короткие номера для отправки сообщений и получения картинок, участие в конкурсах и т.п.

Также, на сайте есть поиск и карта сайта, которые всегда помогут разобраться в сложных «лазейках» сайта компании.

Компания не забыла и об обратной связи. И предоставила абонентам возможность высказаться, воспользовавшись разделом «Обратная связь» или отправив электронное письмо по указанному адресу:

* Свои замечания, касающиеся деятельности компании.
* Идеи и предложения по развитию и улучшению предоставляемых компанией услуг.
* Благодарность абонентов и партнеров. Если они довольны качеством обслуживания, спектром предоставляемых услуг и просто им нравиться быть вместе с компанией «Акос», пусть скажут об этом!

# Заключение

Сравнив сайты компании «Мегафон» и «Акос», их как информационные носители. Можно сказать следующее:

* Внешне сайты имеют огромное сходство. Оба сайта имеют схожие главные странички, на которых размещены:
	+ Логотипы компании, являются ярко выделенными элементами сайта. Открыв любой раздел, логотип будет на страничке как стандартная картинка в определённом для себя месте.
	+ Новые тарифные планы. Они расписаны на обоих сайтах. И одинаково их можно изменить или приобрести через интернет.
	+ Вынесены основные разделы, где можно получить информацию о

компании, тарифах, услугах, новинках, новостях компании.

* Также, сайты одинаково имеют правовую информацию, контактные данные, все необходимые документы, подтверждающие официальность сайтов.
* Схожая техническая поддержка для абонентов. Помощь в настройках связи, интернет/GPRS, MMS подключению услуг и прочее. Только в компании «Мегафон» здесь возможности шире. Они предоставляют абоненту возможность для настройки своего телефона, исходя из его модели и др. отличительных свойств.
* Сайт компании «Мегафон» имеет превосходство над сайтом компании «Акос» и в том, что в «Мегафон» существует единый сайт, который разделён на сайты для каждого округа и региона РФ. А на сайте «Акос» такого не наблюдается (еще не дорос до масштабов компании «Мегафон»).
* Сайт компании «Мегафон» имеет крупный развлекательный сервер, где можно скачать картинки, видеоролики, мелодию и т.п. В компании «Акос» можно скачать только рингтоны на мобильник.
* На сайте компании «Мегафон» существуют нестандартные разделы, которых нет на сайте «Акос». Такие как: форум, интернет магазин, газета, мегалаборатория, МегафонPRO.

В целом, оба сайты выполняют свои необходимые функции и являются достойными информационными носителями своих компаний. Всё необходимое есть как на сайте компании «Мегафон», так и на сайте компании «Акос». А превосходство сайта компании «Мегафон», в некотором смысле, заключается уже в дополнительной информации и услугах, которые можно назвать изысками. Возможно, такие же скоро появятся и на сайте компании «Акос».

# Список литературы

1. Московский ресурс// корпоративный сайт. Режим доступа: http://www.mosresurs.ru/contents/storoni\_pr.html
2. Агентство интернет-пиар// корпоративный сайт. Режим доступа: http://www.greenpr.ru/
3. Пиар агентство «Предеин и парнеры»// корпоративный сайт. Режим доступа:http://www.predein.ru/index.php?page=pr&pid=100001
4. Рекламное интернет-агентство «Волекс»// корпоративный сайт. Режим доступа: http://www.volex.spb.ru/page.php?tourId=43&pageId=23&menuItemTreeCode=050506&page=1
5. Сети плюс// корпоративный сайт. Режим доступа: http://setiplus.tamb.ru/pdp/pdptip.htm
6. Компания ИнтерЛабс // корпоративный сайт. Режим доступа: http://www.interlabs-design.ru/
7. «Ингейт Девелопмент»// корпоративный сайт. Режим доступа: http://dev.ingate.ru/develop-targets/
8. Студия "Веб-Гид"// корпоративный сайт. Режим доступа: http://web-gid.ru/site/support.phtml
9. «Ингейт Девелопмент»// корпоративный сайт. Режим доступа: http://dev.ingate.ru
10. Компания ИнтерЛабс // корпоративный сайт. Режим доступа: http://www.interlabs-design.ru/types.htm
11. Мегафон// корпоративный сайт. Режим доступа: http://www.megafon.ru/
12. Aкос// корпоративный сайт. Режим доступа: http://www.akos.ru/
13. Алёшина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров: Учебник. М.: Экмос, 2002
14. PR в Интернете / Дэвид Филлипс. — Пер. с англ. И. Гаврилова. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 320 с: ил. — (Начальная школа бизнеса).