МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ордена Трудового Красного Знамени федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Московский технический университет связи и информатики

Кафедра «Корпоративные информационные системы»

Лабораторный практикум по дисциплине

CRM-системы

Лабораторная работа № 3

«Создание сайта компании средствами 1С:УНФ»

Выполнил:

студент группы БПС 2601

Миронов М.А.

Проверил:

Игнатов Д.В.

Москва 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Цель работы 3

Задачи 4

Ход работы 5

Создание сайта компании 5

Оформление заказа через сайт 6

Синхронизация заказа с 1С:УНФ 6

Создание события по заказу 7

Формирование заказа поставщику 8

Оплата поставщику 9

Поступление товаров 10

Отгрузка покупателю 11

Поступление оплаты от покупателя 11

Завершение заказа и отчёт «Продажи» 12

Вывод 13

Цель работы

Получить практические навыки по созданию корпоративного сайта средствами подсистемы CRM конфигурации «1С:УНФ» и освоить сквозной бизнес-процесс обработки заказа от момента его оформления на сайте до формирования отчётности по продажам.

Задачи

1. Создать сайт компании через подсистему «Сайт» в 1С:УНФ, настроить его параметры, оформление и опубликовать.
2. Оформить заказ через сайт, поместив товары в корзину и заполнив контактную информацию.
3. Выполнить синхронизацию заказа с 1С:УНФ и проверить корректность создания документа «Заказ покупателя».
4. Создать событие (телефонный звонок) на основании заказа покупателя.
5. Сформировать заказ поставщику на основании заказа покупателя.
6. Провести документы закупки: расход из кассы и приходную накладную.
7. Сформировать документы продажи: расходную накладную и поступление в кассу.
8. Завершить заказ покупателя и сформировать отчёт «Продажи» с группировкой по категориям номенклатуры.
9. Оформить отчёт о выполненной работе.

Ход работы

Создание сайта компании

Подсистема «Сайт» в «1С:УНФ» позволяет создать корпоративный сайт, который работает в связке с информационной базой. Каталог товаров, цены, остатки и контактные данные берутся из учётной системы, а заказы, оформленные посетителями, автоматически попадают в программу. Благодаря этому отпадает необходимость в отдельной CMS и ручном переносе заявок.

Для создания сайта необходимо открыть раздел «Сайт» и воспользоваться командой создания нового сайта. В открывшейся форме указываются адрес электронной почты администратора, доменное имя (зарезервированное средствами сервиса или уже существующее), а также вариант оформления из предложенного набора шаблонов. После принятия лицензионного соглашения сайт публикуется и становится доступен посетителям.



Рисунок 1 — Создание сайта в подсистеме «Сайт»



Рисунок 2 — Выбор оформления и публикация сайта

Оформление заказа через сайт

После публикации сайт открывается в браузере и проверяется с точки зрения обычного покупателя. В каталоге выбирается товар, например пылесос Zelmer ZVC7625T, который добавляется в корзину. Затем выполняется переход к оформлению заказа, где заполняются фамилия, имя и отчество покупателя, номер телефона, адрес доставки и адрес электронной почты.

Контактные данные должны быть корректными, поскольку в дальнейшем они используются менеджером для связи с клиентом и для формирования документов в информационной базе. После подтверждения заказа он фиксируется на сайте и становится доступен для обмена с «1С:УНФ».



Рисунок 3 — Корзина и оформление заказа на сайте



Рисунок 4 — Подтверждение заказа покупателем

Синхронизация заказа с 1С:УНФ

Обмен данными между сайтом и информационной базой выполняется в подсистеме «Сайт». В зависимости от настроек синхронизация может происходить автоматически либо запускаться вручную командой обмена.

После завершения обмена необходимо открыть раздел «Продажи» → «Заказы покупателей» и убедиться, что в списке появился новый документ с признаком «С сайта».

В карточке заказа проверяются покупатель, номенклатура, количество, цены и сумма. Номер и дату заказа следует зафиксировать для отчёта. Если заказ не появился в информационной базе, проверяются настройки обмена, факт публикации сайта и очередь неотправленных данных.



Рисунок 5 — Настройка обмена сайта с информационной базой



Рисунок 6 — Заказ покупателя с признаком «С сайта»

Создание события по заказу

События в CRM фиксируют историю взаимодействия с клиентом. В карточке заказа покупателя используется команда «Создать событие», после чего выбирается тип «Телефонный звонок», указываются тема, дата, время и ответственный менеджер. Например, темой может быть «Подтверждение заказа и согласование доставки».

Сохранённое событие отображается в карточке заказа и в календаре менеджера. Это позволяет зафиксировать факт коммуникации, спланировать следующий контакт и не потерять обращение клиента в потоке других задач.



Рисунок 7 — Создание события на основании заказа покупателя



Рисунок 8 — Событие в карточке заказа

Формирование заказа поставщику

Для выполнения заказа покупателя необходимо обеспечить наличие товара. В карточке заказа покупателя выбирается команда «Ввести на основании» → «Заказ поставщику». В созданном документе указываются поставщик, договор, номенклатура, количество, закупочная цена и желаемый срок поступления. После проверки данных документ проводится.

Механизм ввода на основании переносит строки и суммы автоматически, что снижает трудоёмкость работы и исключает ошибки, связанные с повторным ручным вводом. Заказ поставщику отображается в разделе закупок, а его статус позволяет контролировать исполнение поставки.



Рисунок 9 — Заказ поставщику на основании заказа покупателя



Рисунок 10 — Заполненный заказ поставщику

Оплата поставщику

На основании заказа поставщику создаётся документ «Расход из кассы». В нём указываются основная касса, сумма оплаты и договор с поставщиком. После проведения документа движение денежных средств отражается в учёте, а оплата оказывается связанной с конкретной закупкой.

Правильное оформление расхода из кассы важно для корректного расчёта взаиморасчётов с контрагентом и себестоимости товаров. Перед проведением проверяется, что сумма и назначение платежа соответствуют заказу.

Место для скриншота

Рисунок 11 — Расход из кассы на основании заказа поставщику

Поступление товаров

Факт поставки оформляется документом «Приходная накладная», который создаётся на основании заказа поставщику. Указываются склад поступления, количество и цена товара, после чего документ проводится. В результате товар появляется в остатках на складе и может быть отгружен покупателю.

После оприходования статус заказа поставщику переводится в состояние «Получено» или аналогичное, подтверждающее выполнение поставки. При расхождениях фактического количества с заказанным данные корректируются до проведения документа.

Место для скриншота

Рисунок 12 — Приходная накладная от поставщика

Место для скриншота

Рисунок 13 — Статус заказа поставщику «Получено»

Отгрузка покупателю

На основании заказа покупателя формируется «Расходная накладная». В документе указываются склад отгрузки, покупатель, номенклатура, количество и цена продажи. После проведения отражаются реализация товара и уменьшение складских остатков.

Перед проведением проверяется соответствие позиций и цен условиям заказа, а также наличие достаточного количества товара на складе. Это позволяет избежать отрицательных остатков и ошибок в расчётах с клиентом.

Место для скриншота

Рисунок 14 — Расходная накладная покупателю

Поступление оплаты от покупателя

На основании расходной накладной создаётся документ «Поступление в кассу» с операцией «От покупателя». Указываются сумма оплаты и основная касса, после чего документ проводится. В учёте фиксируется поступление денежных средств и закрытие задолженности покупателя.

Связь платёжного документа с отгрузкой позволяет контролировать взаиморасчёты и видеть, какие заказы оплачены полностью, а какие ещё требуют внимания менеджера.



Рисунок 15 — Поступление в кассу от покупателя

Завершение заказа и отчёт «Продажи»

После отгрузки и оплаты заказ покупателя переводится в статус «Выполнен». Затем в разделе «Продажи» → «Отчёты» формируется отчёт «Продажи» за необходимый период с группировкой по категориям номенклатуры. В отчёте анализируются выручка, количество проданных позиций, себестоимость и финансовый результат.

Отчёт позволяет оценить эффективность работы сайта как канала продаж и понять, какие категории товаров пользуются спросом. Полученные данные могут использоваться для корректировки ассортимента, цен и рекламных активностей.



Рисунок 16 — Отчёт «Продажи» с группировкой по категориям номенклатуры

Вывод

В ходе выполнения лабораторной работы я получил практические навыки создания корпоративного сайта средствами подсистемы CRM конфигурации «1С:УНФ» и освоил сквозной бизнес-процесс обработки заказа покупателя. Работа показала, что современная CRM-система является не просто хранилищем контактных данных, а полноценным инструментом организации продаж, объединяющим сайт, складской учёт, кассовые операции и аналитику в едином информационном пространстве.

Я научился создавать сайт компании, настраивать его основные параметры и оформление, публиковать сайт и проверять его работоспособность с точки зрения покупателя. Отдельное внимание было уделено оформлению заказа через сайт: выбору товара, формированию корзины и заполнению контактных данных. Это позволило увидеть, как посетитель сайта превращается в клиента, а его обращение — в учётный документ.

Особенно важным оказалось освоение механизма синхронизации сайта с информационной базой. Благодаря обмену данными заказ автоматически появляется в «1С:УНФ» с признаком «С сайта», что исключает ручной перенос информации и снижает риск ошибок. Я убедился, что для стабильной работы обмена необходимо правильно настроить подключение, проверить публикацию сайта и проконтролировать очередь данных.

В практической части работы была выстроена полная цепочка документов: заказ покупателя, событие по заказу, заказ поставщику, расход из кассы, приходная накладная, расходная накладная и поступление в кассу. Использование механизма «Ввести на основании» позволило автоматически переносить данные между документами и наглядно продемонстрировало преимущества связанных бизнес-процессов. Каждый документ отражает определённый этап сделки, а вместе они образуют прозрачную и контролируемую схему работы предприятия.

Полученные навыки имеют большое значение для будущего специалиста по корпоративным информационным системам. Создание сайта и настройка его интеграции с учётной системой являются типовыми задачами при внедрении CRM, а умение пройти весь путь заказа от заявки до

отчёта позволяет глубже понять логику работы предприятия и требования пользователей. В дальнейшем эти знания могут быть применены при настройке продаж, автоматизации работы менеджеров, сопровождении информационных систем и анализе эффективности бизнес-процессов.