

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

_____ С.М. Лобода

“ ____ ” _____ 2020 р

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ “ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ
ВИДАНЬ”

Тема: “Методи та засоби створення сайту-візитівки соціального проєкту”

Виконавець: студентка групи ВП- 213(м) Омельченко Оксана Миколаївна

Керівник: к.пед.н. Денисенко Світлана Миколаївна

Нормоконтролер: _____ ст. викладач Таран Віктор Миколайович
(підпис)

КИЇВ 2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

Напрямок підготовки: 186 “Видавництво і поліграфія”

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ С.М.Лобода

“ _____ ” _____ 2020 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи

Омельченко Оксани Миколаївни

1. Тема роботи “Методи та засоби створення сайту-візитівки соціального проєкту” затверджена наказом ректора від 1.10.2020 № 1869/ст.
2. Термін виконання роботи: з _____ по _____.
3. Вихідні дані роботи: дані про соціальні проєкти та особливості створення таких сайтів.
4. Зміст пояснювальної записки: аналітичний огляд літературних джерел з тематики диплому. Визначення особливостей проектування, вивчення основних понять сайтів-візитівок, розроблення сайту-візитівки соціального проєкту.
5. Перелік обов’язкового ілюстративного матеріалу: рисунки, сайт в додатку.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Уточнення постановки задачі		
2	Аналіз літературних джерел		
3	Обґрунтування вибору рішення		
4	Збір інформації		
5	Аналіз даних та їх класифікація		
6	Ознайомлення із загальними положеннями каталожних видань		
7	Розробка технології створення макету сайту-візитівки		
8	Створення сайту в програмному середовищі <i>Tilda</i>		
9	Оформлення пояснювальної записки		
10	Оформлення презентації		
11	Отримання рецензій від опонентів і друк пояснювальної записки		

7. Дата видачі завдання: _____ р.

Керівник дипломного проекту: _____ Денисенко С.М.

Завдання прийняв до виконання: _____ Омельченко О.М

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи “Методи та засоби створення сайту-візитівки соціального проєкту”: с., рис., літературних джерела, додатки.

САЙТ, СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЄКТ, ВІЗИТІВКА, КОНСТРУКТОР, ПРОГРАМНЕ СЕРЕДОВИЩЕ, САЙТ-ПРОЄКТ.

Об'єктом дослідження є сайт-візитівка.

Предметом дослідження є макет сайту-візитівки соціального проєкту.

Метою дослідження є визначення особливостей проектування та розробка макету сайту-візитівки соціального проєкту.

Методи дослідження, що використано під час виконання дипломної роботи:

Теоретичні: метод порівняння (для зіставлення особливостей різних каталогів для виявлення їх співвідношення); аналіз (для визначення характерних особливостей довідкових видань); синтез (з метою поєднання різних складових довідкового видання (каталогу) в єдине ціле); узагальнення.

Практичні: макетування і проектування для створення макету сайту.

Теоретичні результати магістерської роботи рекомендується використовувати під час проведення наукових досліджень, лекційних та лабораторних занять при вивченні спеціальних дисциплін та в практичній діяльності при створенні веб-ресурсів.

ЗМІСТ

Перелік умовних позначень, скорочень, термінів	6
Вступ.....	8
Розділ і теоретичні основи проєктування сайту-візитки соціального проєкту	11
1.1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І ТЕРМІНИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ САЙТ	11
1.2. СОЦІАЛЬНІ ПРОЄКТИ, ЇХ АУДИТОРІЯ, ПРОБЛЕМА ТА СТВОРЕННЯ САЙТІВ-ВІЗИТОК ДЛЯ НИХ.....	20
Розділ ii програмне забезпечення для реалізації проєкту	33
2.1. СПОСОБИ СТВОРЕННЯ САЙТІВ, САЙТИ-КОНСТРУКТОРИ ТА ЇХ ВИДИ	33
2.2. КОНСТРУКТОР TILDA PUBLISHING, ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ ТА МОЖЛИВОСТІ..	41
Розділ iii програмна реалізація макету сайту-візитки соціального проєкту	55
3.1. КОНЦЕПЦІЯ ТА ДИЗАЙНЕРСЬКЕ РІШЕННЯ	55
3.2. МАКЕТУВАННЯ ВИДАННЯ.....	60
Висновки	76
Список використаних джерел	78

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ

Конструктор сайтів – програмно реалізована складна система для створення веб-сторінок без знання мов програмування. Зазвичай є окремим сервісом, але може надаватися, як додаткова послуга хостинговими компаніями. Існує можливість створення сайтів як за допомогою систем керування контентом (CMS), так і

RGB – адитивна колірна модель, що описує спосіб синтезу кольору, за якою червоне, зелене та синє світло накладаються разом, змішуючись у різноманітні кольори.

Бриф – коротка письмова інструкція, що складається виконавцем і замовником. В брифі (у попередній формі) коротко прописуються всі основні технічні параметри проекту.

Сайт-візитка – невеликий сайт, що зазвичай складається з однієї (або декількох) веб-сторінок та містить основну інформацію про організацію, приватну особу, компанію, товари чи послуги, прайс-листи, контактні дані.

CMS – спеціальні движки, які включають в себе базовий функціонал сайту.

A/B-тестування – метод маркетингового дослідження, суть якого полягає в тому, що контрольна група елементів порівнюється з набором тестових груп, в яких один або декілька показників були змінені, для того, щоб з'ясувати, які зі змін покращують цільовий показник.

WebP – формат ущільнення зображень з втратами і без втрат якості.

PHP – мова, у код якої можна вбудовувати безпосередньо html-код сторінок, які, у свою чергу, коректно оброблюватимуться PHP-інтерпретатором.

WYSIWYG – властивість прикладних програм або веб-інтерфейсів, в яких вміст відображається в процесі редагування і виглядає максимально близько схожим на кінцеву продукцію, яка може бути друкованим документом, веб-сторінкою або презентацією.

CSV – файловий формат, котрий є відмежовувальним форматом для представлення табличних даних, у якому поля відокремлюються символом коми та переходу на новий рядок.

CRM – поняття, що охоплює концепції, котрі використовуються компаніями для управління взаємовідносинами зі споживачами, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними.

RSS – спеціальний формат, призначений для опису стрічок новин, анонсів статей, змін у блогах тощо. Інформація з різних джерел, подана у форматі RSS, може бути зібрана, опрацьована і подана користувачеві в зручному для нього вигляді спеціальними програмами.

SEO – процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай йдуть за першими посиланнями.

FTP-клієнт – комп'ютерна програма для спрощення доступу до FTP серверу.

JPEG – растровий формат збереження графічної інформації, що використовує стиснення з втратами якості зображення.

PNG – растровий формат збереження графічної інформації, що використовує стиснення без втрат.

ВСТУП

Актуальність дослідження обумовлена рядом факторів. Насамперед, це зростаюча потреба в соціальних проєктах найрізноманітнішої тематики з різних галузей, призначених для застосування у процесі розкриття суттєвих проблем.

Соціальне проєктування – це науково-практична діяльність, націлена на діагностику актуальних і перспективних соціальних проблем, вироблення ресурсно-забезпечених оптимальних варіантів їх вирішення. Це конструювання індивідом, групою чи організацією дії, спрямованої на досягнення соціально значущої мети, яка є локалізованою за місцем, часом і ресурсами. Сутність соціального проєктування полягає в конструюванні бажаних станів майбутнього. Для забезпечення успішної роботи користувача з такими проєктами, потрібно дуже виважено підходити до їх створення, забезпечуючи всі необхідні умови для максимально ефективного і комфортного одержання необхідних даних.

Також, з огляду на невинне зростання популярності електронних видань, зростає потреба підвищення статусу соціальних проєктів та пошуку шляхів ефективного донесення інформації, зацікавлення споживача та привертання його уваги.

Відтак, виникає потреба в теоретичному вивченні всіх аспектів проєктування, макетування та практичної реалізації соціальних проєктів, зокрема такого їх різновиду, як сайт-візитівка та обґрунтування умов їх ефективного використання.

Визначальною ознакою сайту-візитівки соціального проєкту є стисле та вичерпне представлення матеріалу з однієї конкретної теми. Наразі, особливо гостро постає проблема розробки соціальних проєктів у зв'язку з всесвітньою пандемією.

Адже в останній час виникла потреба у вирішенні температурного скринінга людей задля уникнення поширення коронавірусної інфекції.

Зазвичай, сайт-візитка— невеликий сайт, що зазвичай складається з однієї (або декількох) веб-сторінок та містить основну інформацію про організацію, приватну особу, компанію, товари чи послуги, прайс-листи, контактні дані.

У сайта-візитки є одна особливість. Його функціонал мінімальний. Інформація, подана на ній, в більшості випадків – статична. Тобто, на сторінках просто викладені фотографії, ціни та послуги.

Відтак, виникає інша проблема – адаптування соціальних проєктів на сайта-візитівках, щоб максимально доступно донести до споживача основну задумку проєкта та зацікавити його придбати те, що допоможе мільйонам людей захиститися від небезпечного вірусу. Такі сайти є максимально стиснутими та навантаженими інформацією і їх використання особливо виправдані, так як 80% тих, хто збирається вкласти гроші в цей проєкт має здобути базові знання про нього. Окрім того, є значна кількість закладів, специфіка яких потребує додаткових вкладень, аби забезпечити для працівників комфортну роботу в офісних закладах.

Проблема проєктування макетів сайтів-візиток соціальних проєктів останні роки знаходиться у фокусі дослідницької уваги. Зумовлено це тим, що макети такого типу мають можливості прямо впливати на успішність сприйняття, розуміння та засвоєння матеріалу. Психологи та розробники намагаються визначити всі аспекти відбору та організації матеріалу для його найзручнішого сприйняття та засвоєння тими, хто цікавиться соціальними проєктами. Дизайнери прагнуть дослідити нові дизайнерські рішення та шукають нестандартні підходи до оформлення таких макетів, призначених для використання у процесі вивчення нової інформації.

Таким чином, наявність окреслених проблем і обумовлюють вибір теми дипломного проєкту “Методи та засоби створення сайту-візитівки соціального проєкту”.

Об'єктом дослідження є сайти-візитки.

Предметом дослідження є сайт-візитка соціального проєкту.

Метою дослідження є визначення методів та засобів створення сайту-візитки соціально проєкту та його розробка.

Задач дослідження декілька, а саме:

1. Дослідити категоріально-понятійний апарат дослідження та визначити особливості соціального проєкту як різновиду тематичного сайту-візитки.
2. Провести аналіз ресурсів за темою дослідження.
3. Визначити етапи проєктування сайту-візитівки.
4. Здійснити аналіз апаратно-програмного забезпечення реалізації сайту-візитки соціального проєкту.
5. Розробити концепцію, дизайн та програмно реалізувати сайт-візитівку соціального проєкту.

Методи дослідження, що використано під час виконання дипломного проєкту:

Теоретичні: метод порівняння (для зіставлення особливостей різних сайтів для виявлення їх співвідношення); аналіз (для визначення характерних особливостей сайтів і соціальних проєктів); синтез (з метою поєднання різних складових сайтів-візитівок в єдине ціле); узагальнення.

Практичні: макетування і проєктування для створення макету сайту.

Теоретичне значення обраної теми полягає в подальшому використанні опрацьованих матеріалів та результатів теоретичного дослідження для вдосконалення інформації і подальшого її використання дизайнерами розробниками про проєктуванні сайтів-візитівок соціальних проєктів.

Практичне значення полягає в тому, що створений макет сайту-візитівки соціального проєкту може використовуватися в процесі професійної підготовки студентів за спеціальністю 186 “Видавництво та поліграфія” при подачі інформації на заняттях з дисципліни “Технології електронних мультимедійних видань” та поліграфістами і графічними дизайнерами в професійній діяльності, а також компанією, яка займається тим, що допомагає навести в країні лад за допомогою температурних скринінгів .

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОЄКТУВАННЯ САЙТУ-ВІЗИТКИ

СОЦІАЛЬНОГО ПРОЄКТУ

1.1. Основні поняття і терміни дослідження поняття сайт

Для проведення дослідження насамперед необхідно проаналізувати категоріальний апарат. Відповідно до об'єкту і предмету дослідження особливий інтерес викликають сайти-візитки саме соціальних проєктів. Відтак проаналізуємо підходи до визначення цих термінів в нормативній літературі мультимедійної діяльності.

Ключове поняття для нашого проекту “сайт-візитка”, тому проаналізовано глосарії, статті, інтернет-ресурси, а також друковані видання для визначення поняття “сайт”.

Сайт – це інтернет-ресурс, який включає в себе об'єднані посиланнями і загальною структурою документи (веб-сторінки). Вони обов'язково мають унікальне доменне ім'я (адреса), яке зазвичай офіційно реєструється на юридична або фізична особа.

З точки зору Всесвітньої павутини, інтернет-сайт – це відособлена інформаційна одиниця. Вона може містити в собі будь-яку кількість сторінок: від однієї до мільйонів. Кожна сторінка – це текстовий документ, сформований за допомогою спеціальних мов програмування і розмітки. Одними з найпоширеніших сьогодні технологій є мови CSS, PHP і HTML. Скомпонований текстовий файл завантажується з мережі браузером – це програма-оглядач, яка обробляє код веб-сторінок і перетворює його в візуально зрозумілий для користувача інтерфейс.

З чого складається сайт

Інтернет-сайт – це не просто текстовий програмний код, укладений в файл спеціального формату. Щоб веб-ресурс працював, він повинен включати в себе комплекс наступних елементів.

Сервер або хостинг. Файли сайту повинні зберігатися і оброблятися на будь-якому фізичному ресурсі. Цю функцію виконують сервери. Вони є спеціальними комп'ютерами, які надають веб-проекту пам'ять на швидкому носії, ОЗУ і інші технічні ресурси. Один сервер може обслуговувати кілька сайтів. Місце і обчислювальні ресурси, виділені на правах оренди, називаються хостингом.

Доменне ім'я. Це адреса сайту, наприклад, sayt.com або nazva-saytu.ua. Доменні імена можуть перебувати в зонах різного рівня і тематики, що потрібно враховувати при просуванні. Адреси високого рівня мають найвищу вартість. У деяких зонах неможливо купити домен - це, наприклад, державний сектор .gov.

Програмні файли або система управління контентом (CMS). Сьогодні системні файли для веб-проектів, як правило, не створюються вручну. Веб-майстри використовують CMS – спеціальні движки, які включають в себе базовий функціонал сайту. Найпопулярнішими системами управління контентом є Opencart, Wordpress, Prestashop, Joomla і Drupal. Самі CMS і база даних з картинками, текстами і іншим контентом зберігаються на сервері. Отже, можна зробити висновок, що інтернет-сайт – це CMS з файлами, розміщена на сервері і має унікальне доменне ім'я.

Цільова класифікація сайтів

Всі веб-ресурси створюються для вирішення певних завдань. За цим критерієм їх можна розділити на наступні види.

Комерційні. Створюються для прямого отримання продажів з інтернету, створення позитивного образу компанії і розширення охоплення цільової аудиторії. Класичним комерційним сайтом є інтернет-магазин – тут все елементи створені для того, щоб стимулювати відвідувачів до покупки.

Інформаційні. Працюють для передачі певної інформації своєї аудиторії. Це можуть бути новинні, науково-популярні, розважальні або тематичні майданчики. Найчастіше інформаційні сайти створюються з метою їх монетизації за допомогою публікації реклами або партнерських посилань.

Некомерційні. До таких веб-ресурсів належать онлайн-майданчики різних державних органів, соціальних служб, навчальних закладів, міністерств і подібних установ. Мета їх створення та існування полягає лише в інформуванні з певних питань.

Структурно-функціональна класифікація сайтів

Щоб сайт добре справлявся зі своїми завданнями, потрібно правильно підібрати для нього структуру і функціональне наповнення. Так, немає сенсу використовувати CMS для інтернет-магазину, щоб створити інформаційний чи розважальний проект, – це просто незручно. В цьому відношенні виділяють наступні види веб-ресурсів:

- лендінг – це лише однієї сторінки сайт з потужною рекламної складової. Його завдання – заволодіти увагою відвідувача і привести його до конверсійним дії;

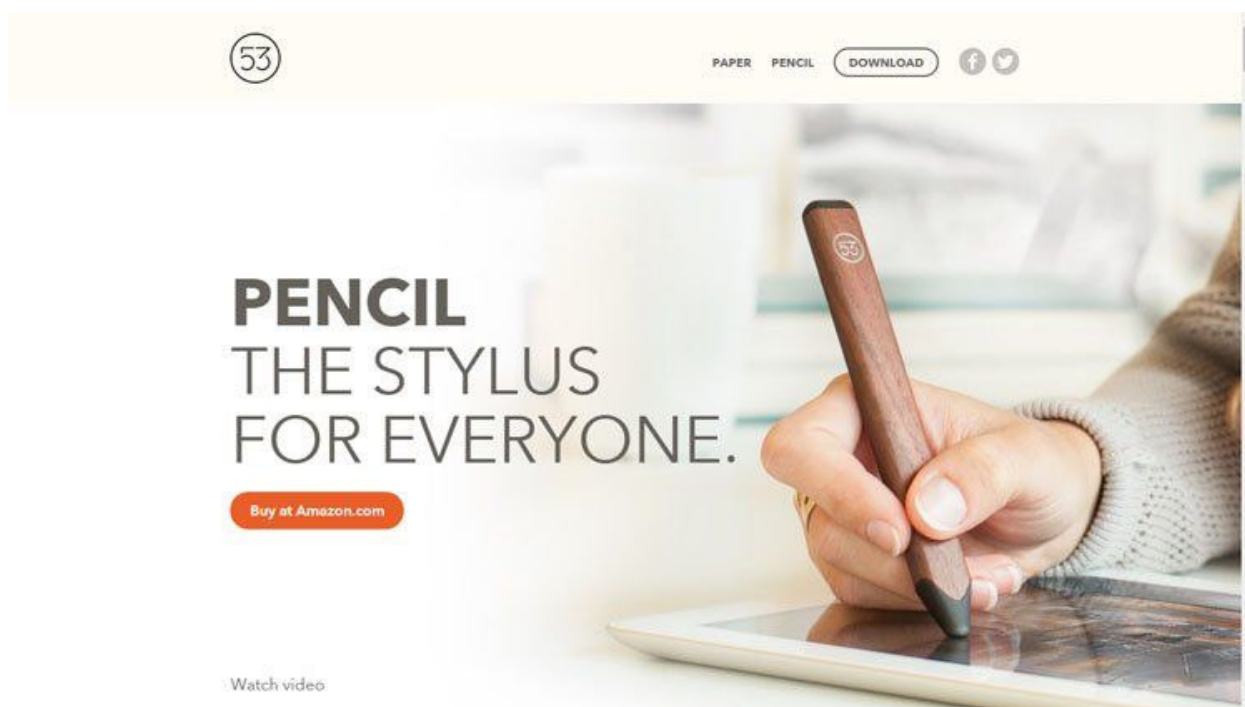


Рис. 1.1. Приклад обкладинки лендингу

- сайт-візитка – це невеликий ресурс з простою структурою. Такі проекти створюються для інформування аудиторії про діяльність компанії або окремого спеціаліста;

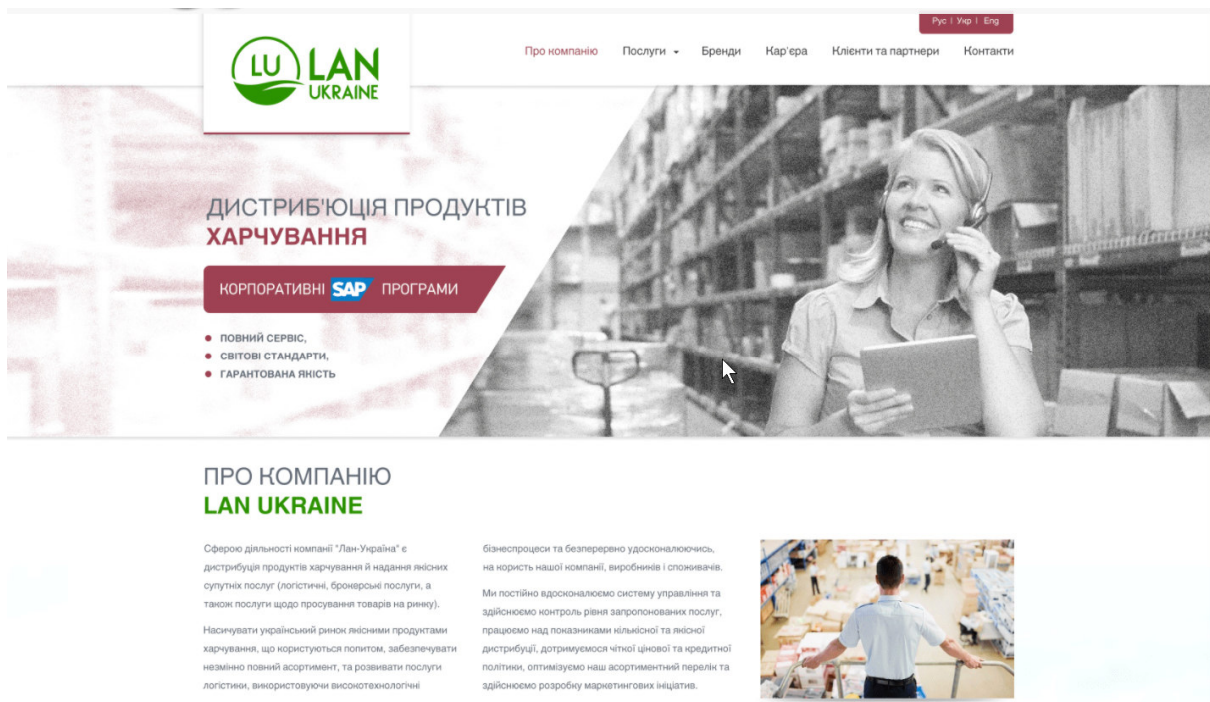


Рис. 1.2. Приклад обкладинки сайту-візитки

- інтернет-магазин – спеціальний комерційний формат сайту, що дозволяє зручно вибирати і замовляти товари. У його структуру зазвичай входять кошик, форма зворотного зв'язку, фільтри, вікна з відгуками, кнопка «Купити» і ін.;

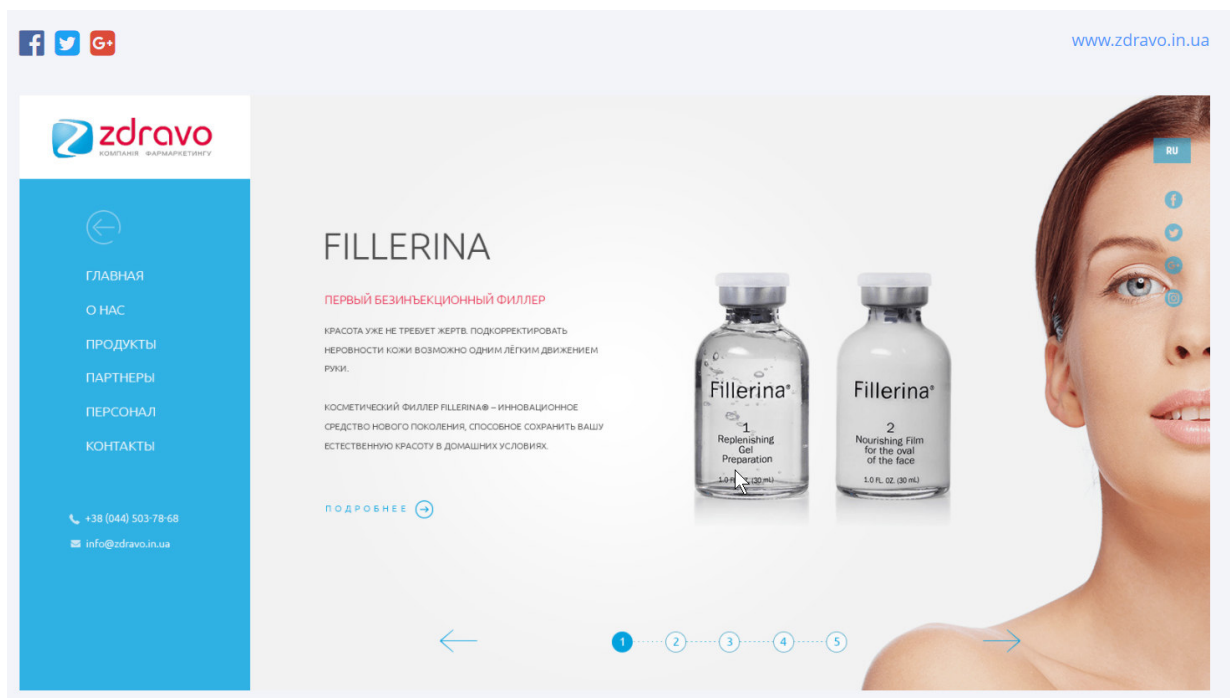


Рис. 1.3. Приклад обкладинки сайту інтернет-магазину

- персональний блог – цей вид сайтів присвячений конкретній людині або його діяльності. Блоги можуть бути розважальними, біографічними, науковими, інформаційними та ін.;
- сайти послуг – це ресурси, структура і функціонал яких дозволяє бізнесу зручно і ефективно пропонувати свої послуги.

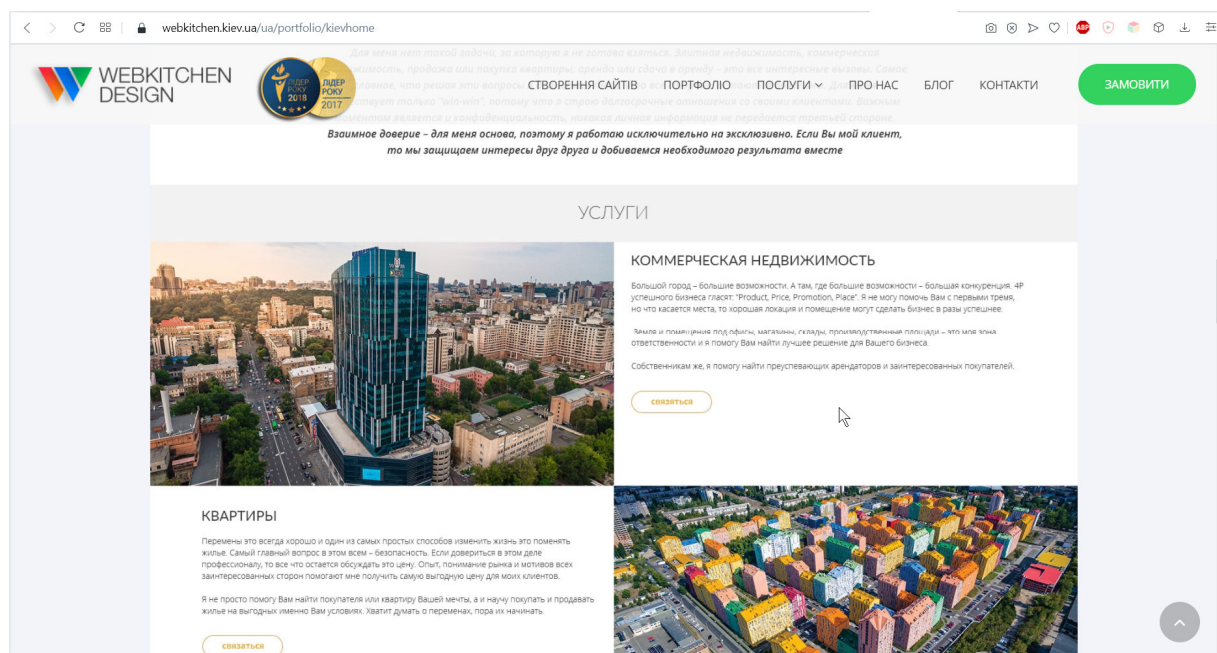


Рис. 1.3. Приклад обкладинки сайту послуг

В окрему категорію потрібно віднести такі види сайтів, як соціальні мережі, поштові сервіси, пошукові системи, хмарні сховища, відеохостінги і файлообмінники. Ці ресурси зазвичай мають масштабний характер, а їх розробка та підтримка вимагають значних фінансових ресурсів.

Сайт візитка це сайт організації з оригінальним дизайном, багатофункціональною системою управління контентом (CMS), і можливістю автоматичної синхронізації з корпоративною системою продажів (бек-офісу).

Сайт-візитка призначена для залучення клієнтів і партнерів і можливості зворотного зв'язку з ними, для здійснення ефективної реклами, для зниження комунікаційних та презентаційних витрат, завдяки сайт-візитці зміцнюються позиції компанії в конкурентній боротьбі.

Сайт-візитка є найбільш оптимальним і недорогим рішенням для компаній, які планують організувати продаж товарів або послуг через інтернет без залучення серйозних фінансових ресурсів.

Сайт-візитка умовно розділяється на незалежні функціональні частини:

- набір статичних сторінок;
- новини, акції, огляди;
- каталог товарів;
- прайс лист;
- система пошуку;
- кошик;
- замовлення;
- допоміжні модулі (реєстрація користувачів, призначення менеджерів);
- система автоматичної синхронізації бази даних бек-офісу з базою

даних веб-візитки.

Технічне завдання – документ, в якому зафіксовані вимоги до рішень, які повинні бути реалізовані в ході створення сайту або програмного забезпечення.

Воно розробляється на основі особистої бесіди з замовником, що пред'являються їм технічних вимог до проекту та заповнення брифу.

Бриф – коротка письмова інструкція, що складається виконавцем і замовником. В брифі (у попередній формі) коротко прописуються всі основні технічні параметри проекту. Остаточні характеристики ресурсу відображаються в ТЗ.

Потім на підставі параметрів, прописаних в брифі, відбувається складання ТЗ.

Етап складання ТЗ для успішної розробки є найбільш важливим моментом. За оцінками професіоналів, правильно складене техзавдання на розробку сайту означає 50% успішність всього проекту. Тому цим займається не тільки менеджмент, але і технічний персонал (розробники і веб-дизайнери).

ТЗ є технічним та юридичним документом. У ньому обумовлюють не тільки всі технічні складові, але і терміни виконання замовлення.

Затвердження ТЗ відбувається за участю обох сторін. В його зміст детально відображаються всі характеристики кожної окремої сторінки і кожного окремого елемента сайту. Тому обсяг ТЗ може зайняти не одну сторінку.

Обсяг ТЗ для розробки великих порталів може доходити до декількох сотень сторінок.

У складанні ТЗ беруть участь замовник спільно з розробником. Внесок розробника в технічне завдання полягає в тому, щоб сформулювати кінцеву мету і зрозуміти побажання замовника, уникнувши при цьому двозначних тлумачень. Іншими словами, виконавець повинен подивитися на проблему очима замовника.

На підставі власноручно затвердженого технічного завдання, замовник буде приймати готову роботу. У деяких випадках ТЗ становить виконавець проекту.

Технічне завдання включає наступні пункти:

- загальна інформація (назва сайту, перелік необхідних для роботи документів),
- призначення і мети майбутнього сайту або програмного забезпечення,
- вимоги до функціоналу сайту,
- рівень безпеки майбутнього проекту
- дизайн, структура і навігація по сайту,
- контент сайту,
- порядок прийому виконаного проекту.

Технічне завдання – невід'ємний інструмент комунікації між замовником і виконавцем, так як дозволяє обом сторонам:

- представити майбутній продукт,
- перевірити створений продукт більш точно, по пунктам,
- не допустити помилок або знизити їх кількість.

Існує й така думка, що ТЗ робиться в основному для замовників, а не для виконавців. Спеціаліст, що професійно займається створенням сайту або розробкою ПЗ, прекрасно розуміє всю послідовність і тривалість роботи над проектом. Технічне завдання таким чином – продовження принципу “клієнт завжди правий”.

Верстка – це процес створення веб-сторінок за готовим шаблоном, розробленим в спеціальних графічних редакторах, за допомогою мов програмування HTML, CSS, JavaScript.

Іноді вона здійснюється і без шаблонів (дизайн створюється “на ходу”), але це тільки в тому випадку, якщо графічний дизайнер і верстальник – одна людина. У більшості випадків дизайн сайту розробляється окремим фахівцем.

Створення дизайну здійснюється в наступних програмах:

- Adobe Photoshop;
- GIMP;
- Krita і ін.

Сама ж верстка сайтів виконується на трьох мовах:

- HTML;
- CSS;
- JavaScript.

Іноді сайти створюються за допомогою конструкторів, де знання цих мов не потрібно. Сторінки, створені з їх допомогою, з технічної точки зору (їх код) виглядають точно так же. Просто в даному випадку розробнику замість метушні з кодом пропонують перетягувати різні елементи, вписувати назви заголовків і текст, регулювати повзунки, які відповідають за ті чи інші параметри і т. д. Це ми розглянемо трохи пізніше.

Дизайн сайту візитки. З точки зору оформлення необхідно пам'ятати про те, що сайт-візитка повинен містити елементи корпоративного стилю компанії, а також назви компанії та її логотипу. Втім, з точки зору стилістики обмежень немає: сайт-візитка буде однаково добре виглядати як в класичному стилі, так і в стилі арт-деко або хай-тек.

У питанні адміністрування краще вдатися до системи управління контентом, а не використовувати чистий html-код. Система управління контентів дозволяє швидко і досить просто проводити оновлення вмісту сайту, додавати і редагувати інформацію, а також видаляти застарілий і неактуальне контент. Важливо пам'ятати про те, що навіть якщо компанії не потрібно занадто часте оновлення інформації, робити це все ж необхідно, оскільки неоновлюваний сайт виглядає “мертвим” і викликає серйозні підозри у потенційних клієнтів.

Сайт-візитка має велику кількість беззаперечних переваг, серед яких необхідно відзначити, що він є відмінним інструментом для реклами.

Так, крім просування сайту безпосередньо в мережі, його також можна буде вказувати в підпису електронних листів або на візитках співробітників.

Таким чином, потенційні клієнти не будуть втрачені, адже зайти на сайт і отримати всю необхідну інформацію вони можуть в будь-який зручний для себе час, а не тільки в години роботи компанії.

Також, за допомогою сайту-візитки з'являється можливість оперативно інформувати вже існуючих клієнтів або партнерів про, наприклад, оновленні продукції або нових акційних пропозиціях не вдаючись до масової розсилки електронних листів або обдзвону.

Серед замовників сайтів-візиток можна зустріти не тільки приватних підприємців, представників малого та середнього бізнесу, такі як туристичні агентства, будівельні компанії, весільні салони, приватні клініки, тощо, а й великі підприємства і організації, які не потребують розміщенні і частому оновленні великих обсягів інформації.

Справа в тому, що з точки зору реклами сайт-візитка не менш ефективний інших видів веб-ресурсів, але його розробка обійдеться замовнику набагато дешевше і розібратися з його адмініструванням досить просто.

Отже, сайт-візитка – це невеликий сайт, який складається з декількох сторінок (від 5 до 10) і містить лише основну інформацію про компанію: її назва, рід діяльності, контактні дані тощо.

Головна відмінність сайту-візитки від інших ресурсів полягає в його призначенні, а не форматі, адже він призначений для того, щоб дати відвідувачу необхідну інформацію про компанію та її пропозиціях.

Таким чином, стандартні розділи сайту-візитки будуть наступними:

Інформація про компанію. Тут може бути відображено історію розвитку компанії, її головні успіхи і досягнення, інформація про найбільш значущих клієнтів або партнерів тощо

Каталог. Даний розділ містить у собі перелік товарів або послуг, які пропонує компанія, із зазначенням їх вартості та основних характеристик, але без можливості оформлення замовлення безпосередньо на сайті

Контакти. Крім стандартного вказівки телефонів, адреси та електронної пошти сайти-візитки часто доповнюють функціональними модулями, такі як контактна форма або інтерактивна карта проїзду

Портфоліо. Список успішних проектів з переліком або докладним описом виконаних робіт, може бути виконаний у формі галереї

1.2. Соціальні проекти, їх аудиторія, проблема та створення сайтів-візиток для них

Соціальне проектування – це науково-практична діяльність, націлена на діагностику актуальних і перспективних соціальних проблем, вироблення ресурсно-забезпечених оптимальних варіантів їх вирішення.

Соціальне проектування – це конструювання індивідом, групою чи організацією дії, спрямованої на досягнення соціально значущої мети, яка є локалізованою за місцем, часом і ресурсами. Сутність соціального проектування полягає в конструюванні бажаних станів майбутнього [2, с.120].

Соціальне проектування відноситься до інноваційної діяльності. Воно у своїй основі передбачає певні соціальні зміни.

Ці зміни створюються, отримують обґрунтування, плануються, тобто являє собою різновид свідомої інноваційної діяльності.

У великих соціальних проєктах багато схоже з соціальними реформами: вони також схильні до небезпеки перегляду, скасування або ревізії в силу обставин, які пов'язані з особливостями функціонування вищих рівнів влади.

Мікропроєкти зачіпають інтереси невеликих груп людей, наближені до звичайних проблем і менш залежать від загальнополітичної обстановки.

Саме на таких проєктах добре видно суб'єктна орієнтація соціального проєктування, яка проявляється в тому, що цілі, завдання, зміст соціального проєкту несуть на собі риси ціннісно-нормативної системи ініціатора проєкту.

У процесі проєктної діяльності створюється соціальний проєкт.

Соціальний проєкт – науково обґрунтована модель конкретного рішення соціальної проблеми, виражена в певній знаковій формі (системі документації); сконструйоване ініціатором проєкту соціальне нововведення, метою якого є створення, модернізація або підтримання в середовищі матеріальної чи духовної цінності, яка має просторово-часові та ресурсні межі і вплив якого на людей визнається позитивним за своїм соціальним значенням.

Під соціальним нововведенням розуміється різновид управлінського рішення, задум якого передбачає цілеспрямована зміна того чи іншого соціального явища або процесу, а реалізація полягає у здійсненні цього задуму.

Ініціатором проєкту може бути як індивід, так і організація або співтовариство. У другому визначенні проєкту підкреслюється, що вплив формованої цінності на людей визнається позитивним.

Залежно від цілей і масштабу проєкту це можуть бути і мала група, і спільнота думку якої прийнято називати суспільною думкою.

Проєкт повинен бути визнаний багатьма. Крім цього, необхідно, щоб проєкт був визнаний фахівцями-експертами.

В організаційному аспекті проекти оцінюються за такими ознаками: масштаб проекту; терміни реалізації; якість; ресурсне забезпечення; місце і умови реалізації проекту.

Проект, в якому названі ознаки врівноважують одна одну, є рівноправними, називають ідеальним типом проекту.

У реальних проектах домінує один з факторів, і за цими домінантами можна виділити типи проектів [1, с.55].

Соціальні проекти різноманітні за особливостями фінансування, масштабами, термінами реалізації, ступеня складності, характером проєктованих змін, напрямками діяльності.

Ці особливості важливо усвідомити до початку роботи за проєктом, що дозволить з максимальною ефективністю скористатися перевагами кожного їх проєктних типів і заздалегідь передбачити можливі труднощі.

Виділяють такі типи проектів за різними ознаками. Типи проектів за характером проєктованих змін: інноваційні, завдання яких – впровадження принципово нових розробок, чим визначається їх тісний зв'язок з науково-технічними проектами (наприклад, створення Інтернету); підтримуючі, які вирішують завдання екологічного характеру, в тому числі в рамках екології культури. Підтримуючі проекти називаються також реанімаційними або реставраційними.

Типи проектів за напрямками діяльності: освітні проекти, завдання яких – представлення освітніх послуг, метою яких є придбання знань, умінь, навичок; науково-технічні проекти також можуть виступати як проекти соціальні, якщо своїми наслідками безпосередньо зачіпають суспільне життя.

Науково-технічні проекти можуть мати пошуковий, експериментальний характер і через представлення результатів громадській думці набувати соціальну функцію (викликати суспільний інтерес, сприяти утворенню асоціацій і клубів, надавати якості публічних діячів особам, які брали участь у проєкті і т.д.); культурні проекти можуть по основній своїй спрямованості виступати як проекти художні, символічні, екзотичні та ін.

Їх спільна риса як соціальних проєктів полягає в тому, що вони виявляються вплетеними в тканину соціального життя, тобто люди в цьому випадку звертають увагу не на естетичні сторони проєкту, а на його соціальну функцію.

Типи проєктів за їх масштабами. Оцінка масштабу проєкту ґрунтується на наступних показниках: наскільки велике число людей (груп, організацій), які зможуть скористатися результатами проєкту; яка потреба проєкту в кадрових ресурсах, скільки сумарного часу всіх зайнятих у проєкті необхідно для його реалізації; як багато фінансових коштів і матеріально-речових ресурсів потрібно затратити, щоб проєкт був реалізований в планованому обсязі; наскільки складний проєкт за своєю структурою, формами організації, звітності тощо; на який час і для якій території розраховане виконання проєкту.

З урахуванням цих показників виділяють: мікропроєкти, малі проєкти та мегапроєкти.

Мікропроєкти – це форма подання індивідуальної ініціативи, що одержує визнання оточуючих.

Мікропроєкт може не вимагати зовнішнього фінансування, спеціального обладнання. Такий проєкт є мікросоціальних дією, але за певних умов його масштаби можуть бути розширені.

Малі проєкти. Вони не передбачають великого числа споживачів, досить прості в управлінні, не вимагають великого фінансування.

Специфіка малих проєктів полягає в тому. Що їх складання і реалізація допускає деякі спрощення у процедурі проєктування і реалізації (простий графік, керівник – одна особа, не обов'язково створення команди проєкту).

Мегапроєкти, у якості яких зазвичай виступають цільові програми, що складаються з взаємопов'язаних проєктів. Їх специфіка полягає в необхідності масштабної координації виконавців; аналізі макропоказників середовища (країни, регіону світу); виділенні розробки концепції проєкту в якості самостійної фази; необхідності моніторингу проєкту і т.д.

У ролі інвестора може виступити держава в особі органів державної влади, органів місцевого самоврядування, приватного власника, самого ініціатора проєкту (індивідуальний чи колективний) [2, с.176].

Спонсорські проєкти, кредитні проєкти, бюджетні проєкти здійснюються в рамках державної соціальної політики та вирішення місцевих завдань.

Такі проєкти фінансуються з відповідних бюджетів у вигляді асигнувань для здійснення планової діяльності державного або муніципального установи, а також субсидій територіальним органом влади і місцевого самоврядування та недержавними організаціями.

Ініціатори проєкту-фікції зацікавлені в отриманні фінансування під проєкт, яке насправді планується використовувати на інші цілі, або використовувати на проєкт тільки частково, пізніше склавши звіт про витрачання коштів і представивши реалізацію проєкту на окремих вдалих об'єктах.

Квазіпроєкти володіють всіма ознаками справжнього проєкту, але планують нововведення, які насправді такими не є.

Як висновок, у процесі проєктної діяльності проєктується створення (модернізація, збереження в зміненому середовищі) цінності.

Форми, в яких нова цінність постає в ході реалізації проєкту, різноманітні: нова річ, предмет (будівля, споруда, комплекс, місто); нові властивості старої речі; зміна функцій; послуга; галузь виробництва, галузь управління; організація (громадське об'єднання, фірма, художня студія); система впливу (ідеологія, система виховання з відповідними інструментами впровадження); новий канал комунікації; заходи; запрограмована поведінка, реакція (такі дії реклами, маркетингових заходів); мода; імідж (розробка іміджу лідера, організації, товару); проєктування людиною самого себе; глобальні зміни у світі (подолання світової продовольчої проблеми, встановлення нового світового економічного порядку і ол.); законопроєкт або інший нормативний правовий акт.

Саме завдяки соціальному проєкту, корпорація провадить свою корпоративну політику в суспільстві і завдяки правильному аналізу, прогнозування, розробці та втіленню проєкту в життя, корпорація може розширити свою цільову аудиторію.

Соціальне проєктування є прогресивним явищем, тому що така організація роботи має конкретні переваги. Зокрема, вона забезпечує концентрацію зусиль і ресурсів на чітко визначених цільових групах клієнтів; локалізацію діяльності у визначених часових і географічних межах; застосування специфічних методів втручання відповідно до особливостей цільових груп; переважну орієнтацію на результати (проміжні й кінцеві), які можна виміряти об'єктивно.

На даний час, в соціальній сфері при реалізації соціальних проєктів менеджери зіштовхуються з наступними проблемами.

По-перше, рівень забезпечення вітчизняних соціальних працівників власною теорією і технологією розробки соціального проєкту поки що змушує бажати кращого.

Цьому є об'єктивні причини: фахова соціальна освіта запроваджена відносно недавно, і далеко не всі практичні працівники мали можливість її отримати; сама теорія соціальної роботи як науки переживає в Україні період становлення і на відміну від провідних західних шкіл (Великої Британії, Німеччини та ін.) не завжди готова запропонувати практикам потрібні рекомендації.

По-друге, наявна практика дещо випередила теорію – з кожним роком в Україні реалізується все більше соціальних проєктів, а ґрунтовних наукових праць вітчизняних авторів з цієї тематики явно не вистачає.

Кожен соціальних проєкт можна аналізувати за різними критеріями. Розроблена типологія включає наступні критерії: об'єкт проєктованих змін; характер змін; напрямок діяльності; особливості фінансування; масштаб фінансування; термін реалізації; територія. Повний опис будь-якого соціального проєкту передбачає його аналіз по кожного з даних критеріїв.

Типи соціальних проєктів за об'єктом, формою, в яких нова цінність буде виглядати в ході реалізації проєкту:

Послуга – це результат діяльності направлений на задоволення окремих потреб людей. Враховуючи специфіку соціальних проєктів в більшості випадків це буде соціальна послуга. Соціальні послуги – комплекс правових, економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих на окремі соціальні групи чи індивідів, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги, з метою поліпшення або відтворення їх життєдіяльності, соціальної адаптації та повернення до повноцінного життя [1].

Крім того, сфера соціальних послуг має свою специфіку з точки зору управління.

По-перше, споживач послуги зазвичай є присутнім при її наданні, з чого випливає більш тісна взаємодія споживача і надавача послуги.

По-друге, продукт в сфері послуг є більш індивідуальним, ніж у сфері вироблення речей.

По-третє, робота в сфері послуг є більш трудомісткою, ніж у промисловій сфері [2].

Організація як один з об'єктів проєктування. Організацію прийнято розглядати, як:

- 1) об'єкт (штучне об'єднання людей для досягнення визначеної мети);
- 2) процес (спільність дій, з метою створення або вдосконалення взаємозв'язків між частинами цілого);
- 3) вплив (впорядкування або налагодження дій певного об'єкту).

Всі форми організації передбачають наявність хоча б однієї людини і мети, яка направлена на задоволення суспільних чи особистих потреб, а також створення продукту в матеріальній, духовній чи інформаційній формі.

Захід. Підготовка заходу, також може відбуватися з застосуванням підходів, які характерні для соціального проєктування. В більшості випадків це відноситься до заходів, які носять масовий характер.

Нові відношення. Серед інших предметів соціального проєктування виділяють і такі, що не передбачають створення матеріально відчутних речей, а спрямовані на зміну установок, системи взаємовідносин у суспільстві.

Законопроект. Особливим предметом соціального проєктування є законопроект чи проєкт нормативноправового акту. Не кожний законопроект перетворюється в соціальний проєкт.

Очевидно, що крім звичайної правової технології він повинен бути направлений на зміну соціального становища певної категорії населення чи впровадження нових технологій роботи [2].

Прикладами законопроектів, як соціального проєкту можуть бути Національна програма "Діти України", Положення "Про прийомну сім'ю" тощо.

Наступним критерієм для типології виступає характер змін, які проєктуються: інноваційні чи підтримуючі.

- Інноваційні проєкти. В загальному, всі соціальні проєкти характеризуються інноваційними властивостями. Однак, при виділенні типу інноваційних соціальних проєктів виходять із специфічного їх призначення – впровадження принципово нових розробок.

Свого часу, наприклад, інновацією було впровадження соціального транспорту для людей з особливими потребами, дитячих дубників сімейного типу тощо.

- Підтримуючі проєкти, які часто називаються також реанімаційними, реставраційними. Вони направлені на підтримку, збереження, покращення вже отриманих здобутків [2].

Прикладами можуть бути проєкти направлені на профілактику залежностей, поширення ВІЛінфекції, безпритульності тощо.

Типи проєкту за особливостями фінансування.

- Спонсорський. Спонсор надає підтримку для реалізації проєкту, це може стати формою його реклами чи презентації. Очевидно, що тільки вже відомий в певних колах проєкт може бути спонсорським.

Цей проєкт повинен володіти позитивним іміджем, викликати зацікавленість суспільства, щоб сформувати позитивні установки по відношенню до спонсора.

- Інвестиційний. Інвестиція – це вклад з метою отримання прибутку. Для інвестора повинна бути чітко зрозуміла мета проєкту, його важливість, яка в майбутньому дасть можливість отримати переваги.

Інвестування в соціальних проєктах може мати різні форми:

- грошові засоби та їх еквіваленти;
- земля;
- будівлі, машини, обладнання;
- майнові права;

В ролі інвестора може виступати держава, органи місцевого самоуправління, сам ініціатор проєкту.

- Кредитний. Одним із способів фінансового забезпечення проєкту може бути вибраний кредит.

Це ще один комерційний варіант фінансування, специфіка якого передбачає, що отримати кошти можна тільки за умови надання гарантій кредитному закладу (наприклад, заклад власності).

- Бюджетний. Оскільки соціальні проєкти часто вирішують важливі соціальні проблеми чи завдання, їхнє фінансування може здійснюватися з державного, обласного, міського бюджетів.

Така форма співпраці також називається державним замовленням на певні види діяльності, які призводять до соціально бажаних змін.

Фінансове забезпечення із бюджету має свої обмеження, які визначаються різноманітними нормативами, що, в свою чергу, ускладнює впровадження інновацій [2].

- Грантовий. Грант – це грошові або інші засоби, що передаються громадянами та юридичними особами, а також міжнародними організаціями для проведення конкретних наукових досліджень, розробки законопроектів, підготовки кадрів та інших цілей на умовах, передбачених грантодавцем.

Грант передбачає фіксовану грошову суму, яку грантодавець передає безповоротно виконавцю визначених робіт (грантоотримувачу).

Надання гранту передбачає, що організатори проекту у визначені терміни відзвітуються про витрачені, під проект засоби.

Витрати повинні відповідати меті і завчасно чітко фіксується у визначеному грантодавцем порядку.

- **Благодійний.** Фінансування благодійних проектів часто має форму меценатства, коли фізична чи юридична особа, забезпечує проект засобами потрібними для його реалізації.

Разом з тим, не ставиться перед проектом чи організацією жодної комерційної мети, потреби в рекламі тощо. Потрібні ресурси виділяють з метою реалізації проекту, впровадженні бажаних соціальних змін.

- **За рахунок коштів організації.** В більшості випадків, це проекти, які направлені на досягнення цілей організації. Організація може володіти фінансовим чи матеріальним капіталом і витратити його на реалізацію власним проектів.

Така форма фінансування часто зустрічається у змішаному вигляді з іншими видами фінансування. Оскільки той же грантодавець вимагає від організації грантоотримувача певний відсоток внеску власних коштів [2].

- **Здійснювався збір коштів під даний проект.** Це може бути проект, який викликає суспільний резонанс, зацікавлення досить великого кола суспільства, і вони згодні відгукнутися та підтримати реалізацію проекту. Також дана форма фінансування вдало поєднується з іншими.

- **За рахунок членських внесків.** Більшість організацій здійснює періодичний збір членських внесків. Це той капітал, який залишається в організації і безпосередньо може бути використаний для її діяльності. Часто практикується коли, ті люди, які здають членські внески користуються більшими благами організації, ніж інші. І це дає можливість організації реалізовувати проект для певної категорії цільової групи.

- Проект не потребує фінансування. Буває, коли для реалізації соціального проекту не потрібне фінансування, а тільки матеріальні ресурси (приміщення, їжа, одяг, люди, техніка, транспорт).

В такому випадку при проведенні домовленостей з партнерами можна ефективно реалізувати проект.

Соціальний проект може існувати у двох основних формах, як:

- самодостатня одиниця, покликана модифікувати існуючий стан об'єкта, локалізованого за часом і простором;
- частина соціальної програми, що складається з безлічі підпроектів, яка може не мати кінцевих термінів завершення.

Інтернет зростає нескінченно, кожен день підключаються тисячі нових користувачів. За статистикою, вже кожен третій житель Землі має вихід в інтернет.

Але інтернет – це давно вже не тільки інформаційно-комунікаційна мережа.

Це сучасний засіб для отримання різномірної інформації з різних предметних областей людського знання, розміщена на окремому ресурсі – сайті. Однією з різновидів сайтів є сайт-візитка.

Сайт-візитка – невеликий сайт, що складається з однієї (або декількох) веб-сторінки і містить основну інформацію про організацію, товари або послуги.

Сайт потрібен не тільки великим торговим фірмам і підприємцям, які працюють в інтернеті.

Зараз компанія, яка не розміщує інформацію в інтернеті, вже не може повноцінно розвиватися. навіть невеликому кафе необхідна присутність в інтернеті адже багато потенційних клієнтів хочуть дізнатися режим роботи закладу, способи доставки, пропоноване меню закладу.

Отримання актуальної інформації - ось що визначає появу в мережі офіційних сайтів і сторінок навіть найменших підприємств.

Метою створення інформаційного сайту є:

- інформування населення про заходах проекту;
- отримання зворотного зв'язку;
- проведення маркетингових досліджень;
- розширення географії учасників.

Результатом розробки повинно бути web-додаток, яке задовольнятиме інформаційним потребам різних категорій користувачів.

1. Інформаційні потреби користувачів:

- перегляд інформації;
- пошук потрібної інформації;
- зворотний зв'язок.

2. Інформаційні потреби адміністратора і редактора:

- авторизація за логіном і паролем;
- управління контентом сайту;
- управління користувачами;
- зворотний зв'язок з користувачами.

Зараз, коли час бурхливого зростання інтернет технологій, існують різні способи розробки сайтів. Від миттєвих запусків в кілька годин, до тривалих які тривають місяцями або навіть роками.

Найпростішим способом, що не вимагає знань мов програмування, є використання візуальних редакторів, де шляхом блоків заповнюється вся структура і виходять найпростіші сторінки сайту.

Так само є безліч сервісів по створенню блогів, в яких сайт збирається як конструктор. Найпоширенішими з них є uCoz, Wix, uKit і т.д., на основі яких можна побудувати електронні підручники, багатосторінкові сайти і сайти-візитки [1, 2].

Для створення більш складних динамічних сайтів буде потрібно знання скриптового мови програмування PHP. Щоб сайт мав більшою функціональністю будуть потрібні знання JavaScript і різних технологій, дозволяють зробити сайт більш красивим, динамічним і швидкодіючими.

Таке створення з нуля займе багато часу, як показує практика і виникає безліч помилок.

Більш простим способом створення сайту є використання системи для забезпечення і організації спільного процесу створення, редагування і управління вмістом сторінки (CMS).

Наразі існує велика безліч систем управління контентом (CMS), як платних, так і безкоштовних. CMS дозволяють вирішувати завдання різного рівня складності в набагато менші терміни, ніж написання всього коду з нуля.

Виходячи з порівняльного аналізу систем і особистого досвіду використання деяких з них, для реалізації проекту була обрана система управління контентом сайту Тільда.

РОЗДІЛ II

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

2.1. Способи створення сайтів, сайти-конструктори та їх види

Власне інтернет-представництво у вигляді сайту стає все більш затребуваним серед звичайних користувачів і представників бізнесу. Ця необхідність продиктована сучасними умовами, тому зростає актуальність питання про те, як створити майданчик самому. Зробити це можливо навіть людині, яка не розбирається в темі, не має досвіду в розробці проєктів. Розберемо поетапно ключові стадії створення, і доступні для користувача можливості.

Спочатку потрібно встановити тематику майданчики. Виходячи з цього можна визначити тип ресурсу, і висунуті до обраного формату вимоги. Поширена помилка початківців веб-майстрів – “майданчики про все”, які не уявляють реальної користі для відвідувачів. Рационально вибрати вузьку специфікацію.

Серед популярних видів можна виділити:

- блог;
- односторінкові різної спрямованості;
- інтернет-магазини;
- тематичні ресурси;
- сайти-візитки компанії або фахівця.

Якщо заплановано просування проєкту, то потрібно продумати структуру з чіткою ієрархією. Це необхідно, щоб в майбутньому уникнути глобальної переробки ресурсу для зручності пошукових систем. Рекомендується використовувати графічні блок-схеми або таблиці для наочного сприйняття.

Неможливо досягти якісного результату, не маючи уявлення про нього. Тому перед початком розробки потрібно продумати дизайн і інтерфейс майданчики, в чому допоможуть графічні макети.

Залежно від розуміння принципів сайтобудування і особливостей проекту веб-мастера використовують такі методи:

- самотійна верстка;
- використання конструкторів
- установка CMS.

Не варто забувати про можливість замовити розробку ресурсу у фрілансерів або веб-студій, які так само користуються переліченими методами.

Мова HTML і CSS вважаються легкими для освоєння новачків, але вихід на професійний рівень вимагає поглиблення знань.

Схема блокової верстки платформи

Самостійна верстка ресурсу без наявності досвіду раціональна для односторінкового:

- візитки;
- портфолію;
- оголошення;
- анкети.

При бажанні реально додати нескладні елементи, об'єкти, прикрасити сторінку анімацією. Якщо потрібна функціональна майданчик з можливістю динамічного наповнення, то буде потрібно витратити час на навчання або залучити сторонніх фахівців.

Переваги ручної верстки полягають в:

- гнучкості кастомізації;
- зниженні розмірів займаного дискового простору;
- реалізації необхідної функціональності;
- прискоренні завантаження сторінок;
- відсутності непотрібних фрагментів коду.

Недоліки рішення:

- витрата часу і / або коштів;
- підвищені вимоги до якості коду;
- можливі проблеми з відображенням;
- складності при підключенні додаткових модулів;
- необхідність в постійній технічній підтримці.

Ручну верстку повноцінного сайту і розробку ресурсу вибирають для серйозних проектів, в ефективності напрямки яких немає сумнівів.

Цей метод виправданий для великих компаній, торговельних майданчиків, масштабних порталів, новинних видань.

В іншому випадку витрати сил, часу, грошей можуть виявитися невиправданими, тому для запуску нових проектів вибирають наступні 2 методу.

Повна протилежність попередньому способу. Запустити майданчик без розміщеного контенту цілком реально за кілька хвилин.

Створити сайт на конструкторі здатний користувач без досвіду, не вимагаючи редагування коду сторінок або елементів.

Власнику майданчика доступний асортимент готових шаблонів для різних типів ресурсів. Крім готового оформлення розробники конструктора створюють платні і безкоштовні модулі, віджети, що підключаються функції.

Для зручності користувача запропонований графічний редактор: в режимі редагування в кілька кліків можна додати або прибрати елемент, змінити розташування блоку, налаштувати роботу і зовнішній вигляд елемента.

В умілих руках конструктор являє собою потужний інструмент, що дозволяє створити якісний стильний проект в найкоротший термін.

Переваги створення майданчика на конструкторі:

- простота запуску, редагування, використання;
- мінімальні терміни створення;
- стабільна працездатність;

- оптимізація ресурсу;
- доступ до community;
- можливості кастомізації;
- різноманітність готових рішень.

Більшість конструкторів пропонують створити сайт безкоштовно, надаючи власний домен, хостинг, базовий пакет послуг. Це можливість спробувати свої сили без ризику втрати коштів у випадку відсутності очікуваного результату.

Недоліки методу:

- обмеження можливостей в базових і початкових тарифах;
- обмеження до доступу або редагування коду;
- складності з перенесенням ресурсу;
- висока вартість окремих послуг.

Конструктор SaaS – рішення, в якому програмне забезпечення надається як послуга.

У комплект входить розміщення ресурсу на хостингу постачальника послуг і реєстрація доменного імені. З одного боку це дозволяє комплексно вирішити супутні питання, але з іншого – позбавляє користувача можливості вибору, нав'язує тарифи постачальника.

Конструктори підходять для простих майданчиків, в числі яких:

- інформаційні сайти;
- інтернет магазини;
- офіційні представництва регіональних компаній;
- блоги;
- персональні;
- односторінкові;
- анкети претендента роботи або фрілансера з портфоліо.

Пошукові системи не накладають санкції на майданчики, створені за допомогою конструктора.

Можливостей популярних сервісів досить, щоб створити ресурс з привабливим і функціональним інтерфейсом, тому проблем з розкручуванням не виникне.

Інструкція по створенню сайту за допомогою конструктора

Більшість платформ орієнтовані на початківців веб-майстрів, тому процедури розробки і запуску зведені до мінімуму.

Користувачеві не доведеться самостійно займатися розміщенням ресурсу на хостингу, підключати проект до домену – все зробить за нього система. Щоб обзавестися власним майданчиком, досить завести акаунт. Після цього в особистому кабінеті з'явиться можливість створення проекту.

Для реєстрації потрібно вказати реальні ПІБ, підтвердити особистість, верифікувати номер телефону, e-mail. Інші параметри залежать від вимог конкретного сервісу.

Після підтвердження введених даних і / або оплати пакета послуг користувач стає повноцінним власником інтернет-представництва.

Створення сайту на CMS

Використання движка – це проміжний варіант між простотою і гнучкістю кастомізації майданчика. CMS являє собою набір готових інструкцій і сценаріїв дій.

Запустити ресурс здатний і новачок, але для налаштування роботи проекту бажано мати хоча б розуміння принципів роботи сайтів.

У власника майданчика зазвичай є можливість змінювати код, за винятком платних движків, де для редагування вихідних файлів цілком або окремих елементів потрібно оплатити відповідний тариф.

Схема функціонування CMS

Створити сайт на CMS трохи складніше, ніж використовувати конструктор, але через відсутність графічного редактора блоків новачкові в світі сайтобудування буде важко зорієнтуватися. Тривалість підготовки перед запуском залежить від бажаного рівня кастомізації.

Переваги створення на CMS:

- великий вибір безкоштовних движків;
- розумні тарифи платних систем;
- великий вибір модулів, шаблонів і тим;
- низькоякісний продукт;
- гнучкість настройки;
- велика кількість довідкових матеріалів, розвинені спільноти і служба підтримки.

Завдяки можливості редагування, наявності безкоштовних движків, свободу вибору провайдера та реєстратора домену, CMS частіше вибирають досвідчені веб-мастери.

Якщо конструктори розраховані на вау-ефект, то системи управління контентом – це стабільна надійність.

Популярні движки постійно вдосконалюються, оновлюються і розширюють функціональність, що дозволяє власнику майданчика йти в ногу з часом, а також постійно оптимізувати роботу ресурсу.

Недоліки вибору CMS:

- необхідність вивчення роботи з кодом;
- надлишкові можливості для початківця користувача;
- важливість вибору надійного хостингу і реєстратора домену.

Популярні движки постійно вдосконалюються, однією з головних причин цього є закриття вразливостей системи.

Чим більше популярність CMS, тим більше уваги кіберзлочинців вона отримує, тому власнику майданчика потрібно стежити за виходом оновлень, і приділяти увагу питанням безпеки.

Ця проблема властива і для конструкторів, але дії користувача в таких випадках зведені до мінімуму.

Розробка ресурсу з використанням движка підходить для таких типів проектів:

- комерційні сайти;
- офіційні представництва;
- державні організації;
- інформаційні сайти;
- ЗМІ;
- інтернет магазини;
- портали.

Завдяки різноманітності готових модулів і можливості впровадження власних рішень, популярні CMS володіють універсальністю. За допомогою зміни структури і розташування блоків можна перекроїти блог фахівця в повноцінний інформаційний сайт.

Ще однією істотною відмінністю движка від інших варіантів є розумні ціни, які визначаються вартістю домену, хостингу та обраного тарифного плану (для платних CMS).

З точки зору витрат на утримання і запуск, вибір системи управління є оптимальним рішенням, особливо коли мова йде про складні проектах комерційних структур.

Універсальна інструкція по створенню сайту на CMS

Незважаючи на відмінності між доступними движками, процедура запуску сайту виглядає приблизно однаково. Для цього необхідно завчасно вибрати хостинг, рекомендується також прикріпити домен.

Схема створення бази даних

Для роботи сайту необхідно створити базу даних, інструкція по створенню якої виглядає наступним чином (для ISPmanager):

- відкрити панель керування на хостингу;
- знайти пункт “Бази даних” в розділі “Главное”;
- клікнути “Створити”;

- вказати ім'я, вибравши в меню, що випадає логін користувача. При створенні нового користувача автоматично додається префікс основного логіна;
- згенерувати пароль;
- скопіювати всі введені дані, і завершити створення бази даних, клікнувши кнопку “ОК”;
- база даних готова. Тепер можна перейти до процесу установки движка на хостинг.

Як створити сайт – інструкція з підготовки:

Завантажити архів з монтажником CMS. Рекомендується завантажувати движок з офіційного сайту, щоб виключити доступ до ресурсу для сторонніх.

За допомогою файлового менеджера в панелі адміністратора на хостингу або FTP-клієнта перенести архів в кореневу директорію домену. Вона має вигляд: WWW / “обраний домен”.

За допомогою розпакування вивантажити містяться файли в ту ж папку. Якщо CMS розпакувати в окрему папку, то необхідно відкрити її, скопіювати вміст, і перенести його в кореневу директорію.

Видалити установник.

У браузері перейти за адресою сайту (доменному імені), і завершити установку, заповнивши відповідні поля.

Після цього створюється панель Адміністратора CMS для доступу в яку будуть потрібні логін і пароль, використані на останньому етапі. Тепер можна приступити до налаштування майданчика.

Хостинг-провайдери часто пропонують автоматичну установку CMS без необхідності в самостійних діях.

2.2. Конструктор Tilda Publishing, його особливості та можливості

Tilda Publishing – це хмарна CMS, створена для ефектної презентації товарів, послуг і навчальних курсів.

Блокова структура конструктора дозволяє оперативно редагувати сторінку, прибирати непотрібні елементи, додаючи відповідні з великого списку доступних. Є можливість створення кастомних блоків.

Потенціал платформи залежить від вибору тарифного плану. Можливості безкоштовної версії сильно обмежені.

За допомогою конструктора створюють блоги, односторінкові сайти, прості інтернет-магазини. Сервіс є фаворитом при створенні та запуску лендингу.

Естетика дизайну, чистий код і швидке завантаження сторінки – головні причини, через які веб-майстри вибирають Tilda Publishing.

Переваги конструктора:

- зручний графічний редактор;
- Zero-блоки;
- вбудована CRM;
- велика кількість навчальних матеріалів, включаючи довідник сервісу;
- ефектний дизайн шаблонів;
- вбудовані інструменти для SEO;
- мінімальні терміни створення і запуску майданчика.

Tilda Publishing – блоковий конструктор сайтів, що не вимагає навичок програмування.

Дозволяє створювати сайти, інтернет-магазини, посадочні сторінки, блоги і email-розсилки.

Сайти на платформі збираються з готових блоків, які автоматично адаптуються під мобільні пристрої і виділені в смислові категорії (наприклад, обкладинка сайту, меню, форма, текст, зображення).

Також за допомогою вбудованого редактора Zero Block можна спроектувати свій власний блок, додаючи окремі модулі (текст, форма, геометрична фігура, зображення), розташовуючи їх на екрані в режимі Drag-and-drop.

Tilda працює по моделі Freemium: на сервісі є можливість використовувати безкоштовний план для створення сайтів і кілька варіантів передплати, які відрізняються функціональністю: наприклад, кількістю доступних для створення сайтів, можливістю експорту, доступом до API.

Tilda – конструктор, який після запуску позиціонувався як сервіс для письменників, журналістів, контент-мейкерів.

Основний упор йшов на красиву подачу тексту в журналістському форматі лонгріда, у вигляді інтерактивних історій, фоторепортажів, презентацій та інших проектів, орієнтованих на контент.

Очевидно, це досить вузький прошарок користувачів, сайти такого типу зазвичай некомерційні. Публіцистичний стиль, кнопки “Купити” там немає.

Також можна робити невеликі магазини і блоги, хоча це додаткових функціонал, не основний.

Оскільки структура шаблонів, тип і можливості редактора підходять для оформлення односторінкових сайтів, розробники змінили позиціонування, повернувшись обличчям до більш платоспроможною, великої, матеріально зацікавленої аудиторії – дизайнерам, веб-майстрам, маркетологам, підприємцям малого та середнього бізнесу.

Правда, в цій ніші і так досить багато конструкторів, набагато більш функціональних і універсальних платформ.

Таким чином, система переїхала з творчої орієнтації на комерційну, однак всередині все залишилося як і раніше (оновлення відбуваються, звичайно).

Концепція та ж, але позиціонування, функціональність злегка змінилися – тепер Тільда є конструктором лендингів.

Tilda дозволяє створювати велику кількість типів сайтів, але серйозно можна ставитися до всього, крім блогу. У пріоритеті лендинги, візитки і лонгріди.

Магазини та блоги теж виходять непоганими, їх модулі поступово обростають новими можливостями, переходячи з розряду додаткових в повноцінні.

Основна фішка движка – гнучке налаштування дизайну і структури сторінок, що залучає дизайнерів та фрілансерів інших основних спеціалізацій.

Tilda володіє досить якісним блогівим модулем. Для можливості виведення записів потрібно активувати “Новини і потоки” в настройках проєкту.

Можна отримати зручний менеджер постів з категоріями, які тут називаються потоками. Кожен такий потік допускає публікацію до 5000 новин, при цьому, вони не враховуються в загальному лічильнику (у сайтів Тільди діє обмеження в 500 сторінок).

З огляду на невелику кількість дискового простору (1 Гб), що надається движком, можна дуже скоро упертись в його ліміт при частій публікації постів. Це мінус – навряд чи вийде вести блог на Тільда роками, накопичуючи тонни матеріалів.

З технічного боку блог хороший. За виведення новин на сторінку відповідає блок “Новини і потоки”.

Формат налаштовується: ширина блоку, відображення заголовка / опису / підзаголовка, є можливість додати кнопку, налаштувати відступи, колір фону і бордюру.

На превью публікації можна поставити картинку, галерею або навіть відео. Пости можна ділити на рубрики, озброюючи їх тегами для зручності пошуку.

Редактор постів зручний, можна хоч лонгріди верстати з купою різноманітних елементів. Є функція відкладеної публікації постів.

Блог підтримує автоматичну генерацію стрічки RSS, для прискорення завантаження на мобільних пристроях використовує технології Турбо-сторінок від Google.

Коментування постів реалізовано засобами зовнішнього інструменту – Disqus. Ви можете використовувати кілька потоків, ведучи, наприклад, новинну стрічку, навчальну програму та анонс заходів.

В цілому, блог у Тільди більш-менш зручний, піддається гнучкою налаштування формату виводу публікацій, управління середнім об'ємом записів і підходить для особистого використання.

Для довгострокових, об'ємних тематичних проектів не годиться зважаючи на малу кількість наданого дискового простору.

Отже, залишаються лендінги, бізнес-сайти до 10 сторінок і лонгріди – реалістичні області застосування можливостей сервісу.

Відразу відзначимо переважання спеціалізації – для комфортного оформлення односторінкового в системі зроблено чимало: блокова структура і купа готових текстових / мультимедійних секцій, широкі можливості по налаштуванню стилів тексту і форматування секцій. Лендінги / лонгріди тут можна подавати красиво.

Організація робочого простору в Tilda класична – dashboard для управління загальними настройками проектів, перемикання між ними і візуальний редактор для складання сторінок.

Є можливість масової публікації сторінок і перегляду заявок. Можна налаштувати відображення сайту на Facebook, анімацію при скролі і адаптивність для смартфонів.

Налаштування для кожного проекту в dashboard дозволяють підключити платіжні сервіси, Google Analytics, домен, експортувати сторінку на PC, вибрати сервіси для створення форм, CRM, поштових розсилок, а також обмежити доступ до сайту по IP, вставити код в head, додати RSS- джерела і активувати lazy load для прискорення завантаження сторінок.

Для спрощення роботи новачкам під проектами знаходяться посилання FAQ і корисні навчальні статті.

Також Tilda має вбудовану безкоштовну CRM. Звичайно, за своїми можливостями вона не може змагатися з профільними зовнішніми сервісами, але базу дає з коробки.

Можна створювати свої листи з вибраними полями для взаємодії з клієнтами, формувати карти етапів продажу, що дозволить з комфортом відстежувати статус за відкритими операціях. Все це можна розподілити по співробітниках (менеджерам з продажу, наприклад) і відстежувати їх роботу.

Можна підключити поштові сервіси для відправки і прийому листів і спеціальні форми, дані прийнятих заявок з яких будуть потрапляти в створені листи. При необхідності можна експортувати інформацію з CRM в CSV-файл. Корисний інструмент, якого багатьом виявиться досить для початку.

Можливості редактора

Найцікавіше в Tilda – WYSIWYG-редактор. Сторінки в ньому необхідно збирати з готових секцій (навіть не віджетів / елементів, а саме цілих блоків), після чого їх зовнішній вигляд і контент можна детально налаштувати. Логічно припустити, що широта можливостей сайту багато в чому залежить від доступних наборів секцій. Їх досить багато.

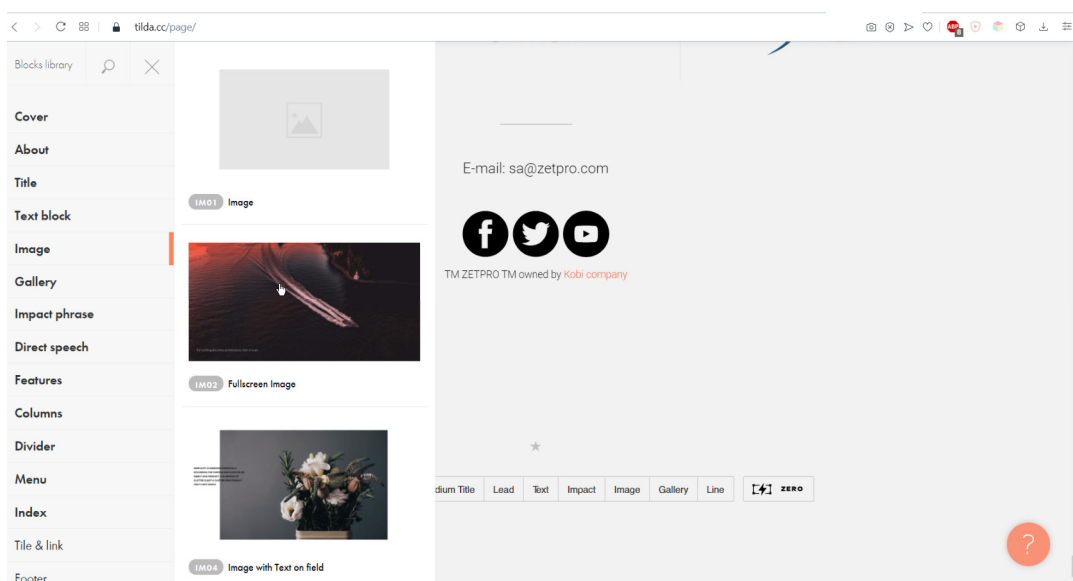


Рис. 2.1. Шаблони в Tilda

Редагування сайту в Tilda.

Клікнувши по значку “+” між секціями шаблону, бачимо повний список розділів з блоками: хедер, опис проекту, заголовок, параграф, зображення, галерея, пряма мова, колонки, переваги, роздільник, меню, список сторінок, відео, форма з кнопкою, магазин, команда, розклад, етапи, тарифи, партнери, соцмережі, футер та інші.

Кожен розділ містить велику кількість (мінімум десятків) по-різному оформлених секцій.

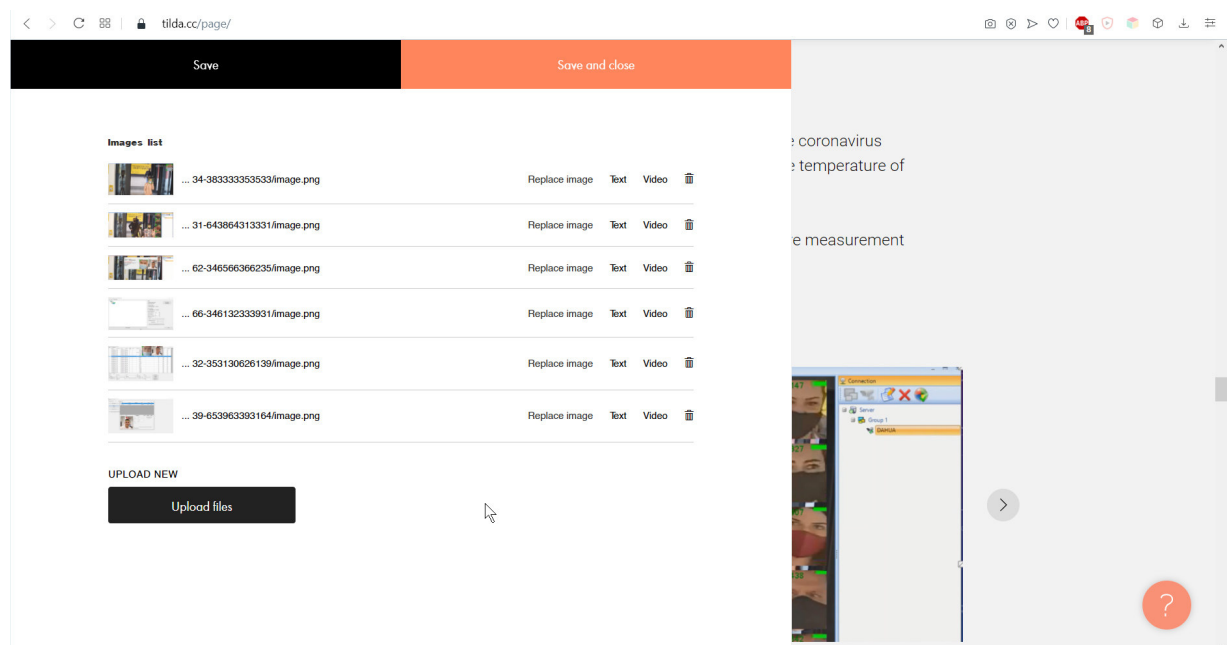


Рис. 2.2. Заповнення галереї на Tilda

Після додавання секції на сторінку можна відредагувати контент всередині неї (текст, замінити зображення, підписи кнопок, властивості товару) і налаштувати зовнішній вигляд: відступи зверху і знизу, колір фону, ефект появи, вирівнювання елементів, висоту блоку, непрозорість, типографіку, фонове відео і багато іншого в залежності від типу секції.

Також є можливість нальоту замінювати секції на інші з тієї ж категорії в режимі скролінгу з попереднім переглядом. Це зручно. Базові операції копіювання, вставки і вирізання блоків підтримуються.

Є ще карта блоків – зменшена копія сторінки для наочного перегляду структури і швидкого переходу до секцій.

Шрифтів приділено особливу увагу – в налаштуваннях можна вибрати джерела (Typekit, Google Fonts, Basic Fonts or your own font).

Для кожного зразка можна налаштувати text font weight, size, headline font weight and colors for each type of font.

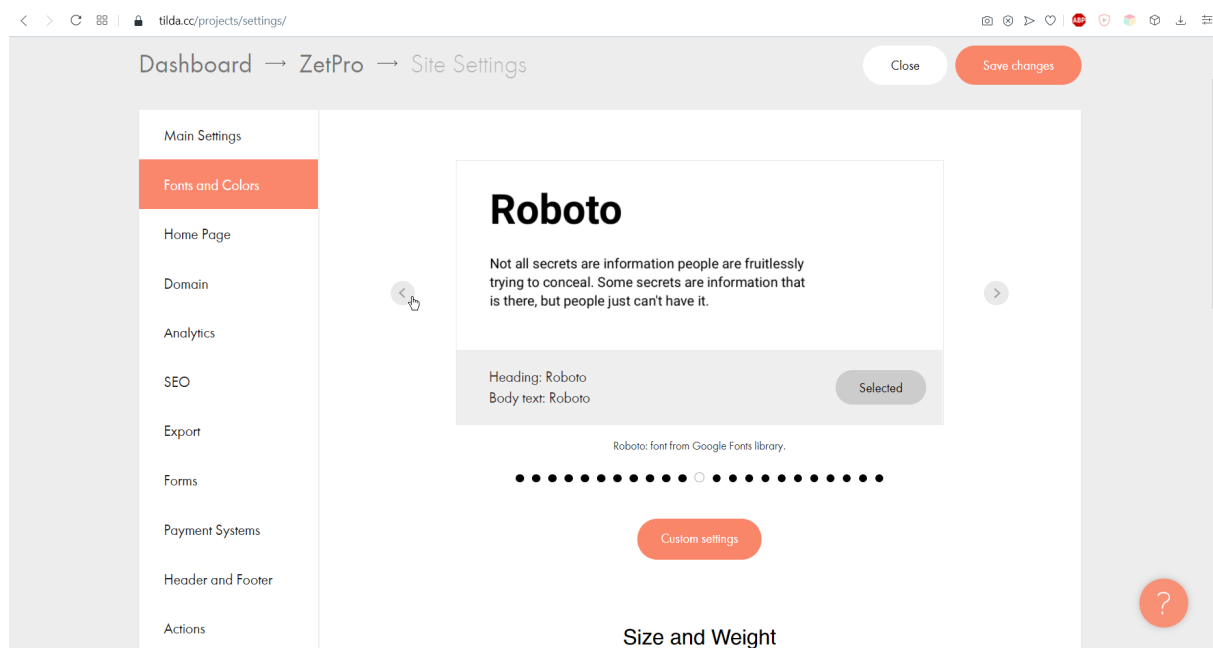


Рис. 2.3. Вікно налаштування шрифтів сайту на Tilda

Всі ці речі допоможуть чудово оформити текстову частину сайту. Все-таки Tilda спочатку був націлений на публікацію лонгрідів, звідси і химерність подачі тексту.

Zero Block

Окремо виділимо Zero Block – інтерфейс для ручного створення секцій з різних елементів. Це одна з ключових фішок системи. Розташувавши текст, кольорові акценти, зображення або відео в певному порядку, ви отримаєте свій унікальний блок. Налаштувань дизайну безліч - відступи, шари, вирівнювання, кольори, затемнення, обертання, розміри, додати тінь, обведення, скруглення і інші красивості.

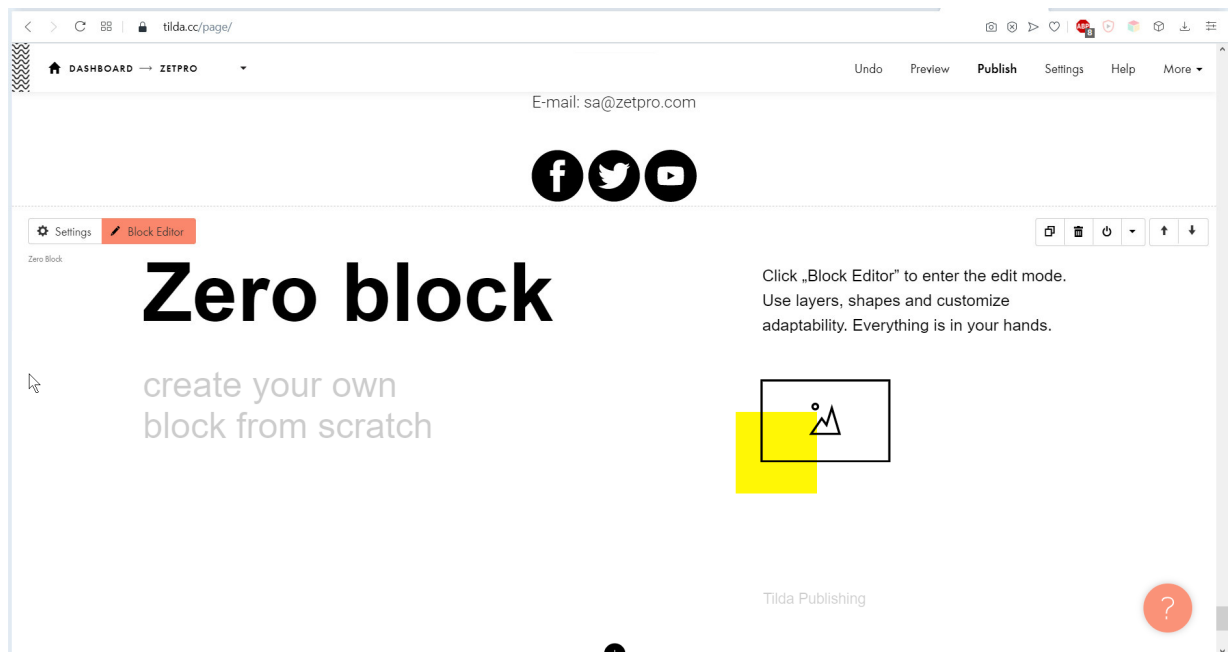


Рис. 2.4. Zero block на Tilda

Для видовищності можна використовувати триггерну анімацію, яка спрацьовує при наведенні або кліці курсором миші по заданому елементу. Наприклад, при наведенні на іконку поруч спливає зображення. До однієї анімації можна прив'язати кілька тригерів.

Все це робиться в налаштуваннях покрокової анімації: потрібно вибрати Event і варіант спрацьовування (On Click або On Hover), а потім вибрати елемент-тригер і додати кроки анімації – сценарій того, що буде відбуватися після заданого дії.

Для зручності можна використовувати автоматичну розстановку елементів, задавши відстань відносно один одного в пікселях.

Редактор дозволяє змінювати масштаб полотна поєднаннями Ctrl + / Ctrl-. Скинути до значень за замовчуванням можна, натиснувши Ctrl+0.

Таким чином, Tilda не обмежує фантазію користувача.

Можна спроектувати і зберегти хоч греблю гати своїх блоків, а потім використовувати їх на всіх сторінках всередині системи. Окремо стоять секції з профільної функціональністю – магазин і соцмережі. Їх можливості ніяк модифікувати можна.

Функціональні інтеграції

Додаткові можливості реалізовані за допомогою інтеграції сторонніх сервісів. Вони розподілені за категоріями: CRM (PipeDrive, MegaPlan, amoCRM, Bitrix24), поштові розсилки (GetResponse, MailerLite, MailChimp, SendinBlue, UniSender) та інші (Google Forms / Sheets, Slack, Webhook, Zapier, Telegram, Trello).

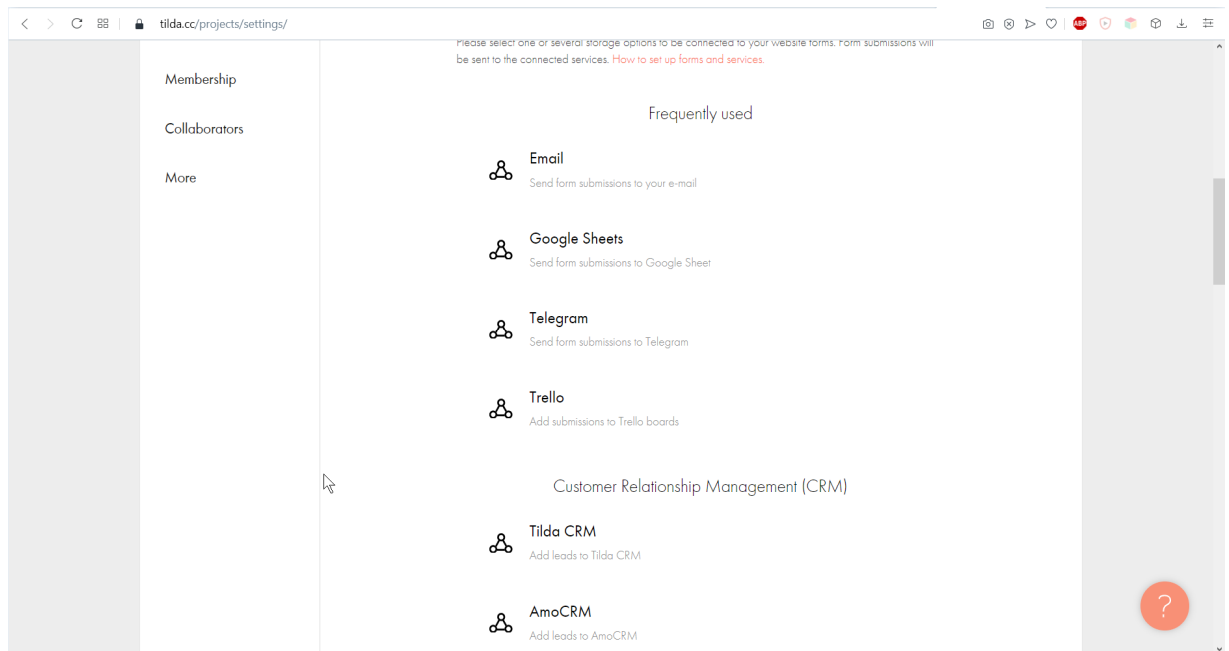


Рис. 2.5. Інтеграція сторонніх сервісів на Tilda

Набір середній за обсягом і різноманітністю. Підключити можна в налаштуваннях сайту, маючи акаунти в необхідних сервісах.

Інтеграція сторонніх сервісів в Tilda

Відзначимо, що за допомогою блоку вставки HTML / CSS / JavaScript ви зможете додати і інші служби / елементи на ваш сайт.

Якщо буде потрібно додати PHP-код, це доведеться робити через сервіс Webhook, додавши код на свій сервер. Незручно, але тільки так це спрацює.

Взагалі, навіть з одним HTML можна додати на сайт десятки інтеграцій, але потрібно знати, де і їх шукати.

Конструктор дозволяє обмежити доступ до вибраних областях на сайті.

Ви можете створювати групи з зареєстрованих користувачів з різними правами доступу. Для кожної сторінки можна вказати категорії, допущені для перегляду. Для інших вони будуть закриті.

Отже, Tilda, крім очевидних можливостей, може запропонувати цікаві речі не для всіх: можливість створення своїх секцій, добре реалізовану роботу з текстом і доступ до вставці коду, що відкриває двері до величезного пласту функціональності. На жаль, багато інтеграції платні, тому варто це враховувати в роботі.

Шаблони сайтів

Всі готові шаблони в Tilda односторінкові і зібрані на основі наявних в редакторі секцій. Вони наповнені демо-контентом по контексту тематики і виглядають, скажімо так, стандартно добре.

Тобто сайти мають дизайн, який є актуальним і поширеним в даний період – чергуються адаптивні блоки з контентом.

Шаблони сайтів Tilda

У кожному розділі приблизно по 10 варіантів збірки сторінок. Це не проблема. Ви самі можете створювати такі композиції в будь-якій кількості – можна вибрати порожню сторінку, оформивши її з нуля.

Після вибору головної сторінки для створення багатосторінкового сайту необхідно вручну додати потрібну кількість сторінок по одній, після чого поставити посилання на них в меню сайту.

З одного боку, це зручно – адмініструвати кожен сторінку окремо. З іншого – ідея так собі. Адже треба витримати єдиний стиль всього сайту. Тому краще створювати додаткові сторінки з нуля. Це сподобається хіба що творчим людям з досвідом.

Є ще Zero Block, що володіє великими можливостями по кастомізації дизайну окремого блоку. Проте, що б ви не робили, як-то істотно вплинути на дизайн сайту не зможете. Просто тому, що концепція всюди загальна.

Головним чином, контент визначить, наскільки цікаво буде виглядати сайт. Решта послужить хорошим обрамленням, але не більше того.

Справа в тому, що для вдалого застосування всіх цих шарів, тонких налаштувань шрифтів, відступів, тіней, затінення і іншого потрібно бути хоча б трішки дизайнером.

Більшість користувачів проігнорують половину можливостей кастомізації. Те ж саме стосується і шрифтів – в цьому всьому легко заплутатися, отримавши дивний результат.

Якщо є навички і смак, тоді так, ви виявите в Tilda безліч цікавих способів урізноманітнити дизайн.

Ідея односторінкових шаблонів по-своєму цікава, штучне додавання сторінок з роздільними настройками для кожної – теж знахідка для дизайнерів і досвідчених розробників, Zero Block і кастомізація шрифтів – додаткові бонуси. Проте, хотілося б бачити багатосторінкові шаблони, хоча це і суперечить концепції редактора. Очевидно, Tilda – сайтбілдер не для всіх і кожного.

SEO-оптимізація

Tilda зважаючи спеціалізації не дуже добре підходить для SEO- просування, тому сайти даного сервісу потрібно просувати, перш за все, контекстною рекламою і соціальними мережами.

Треба наповнювати сторінки змістовними текстами, наскільки це можливо. Побільше відгуків, питань і відповідей, описів важливих характеристик, коментарів до фото і відео – знаходите привід додати класний текст по темі. Це доречно не тільки на лонгрідах, але і на лендінзі.

Вбудований таргетинг з Facebook дасть непоганий старт рекламної кампанії. Для підключення Google Analytics потрібно ввести ID облікового запису в системі. Так запускається збір статистики по проекту.

SEO настройки і панель веб-майстра в Tilda

Для кожної сторінки можна заповнити значення стандартних мета-тегів – ключові слова, опис, заголовок і alt для зображень. Службові sitemap.xml / robots.txt створюються автоматично.

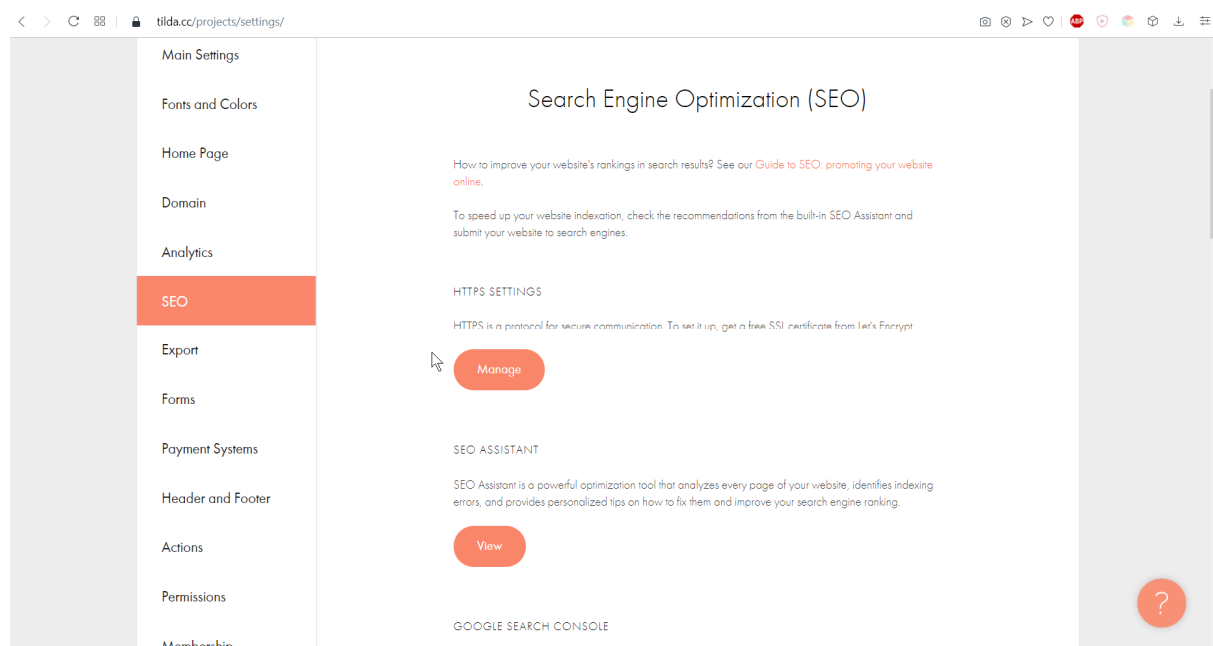


Рис. 2.6. SEO-оптимізація на Tilda

Сайти від 5 сторінок можна просувати сайт по декількох запитах, навантаживши їх текстом. Можна додати блог з тією ж метою – охопити більше запитів з його допомогою.

Також Tilda підтримує автоматичне стиснення завантажуються користувачами зображень в формат WebP. Такий підхід дозволяє знизити вагу картинок на сайті до 35% в порівнянні з поширеними JPEG/PNG, не втрачаючи в якості.

Це прискорює завантаження сторінок, особливо на слабких девайсах з поганим Інтернетом з усіма наслідками, що випливають – корисний фактор ранжування в очах пошукових систем.

Люди рідше закривають сайт, не дочекавшись промальовування сторінок, продуктивність / оптимізація вище.

А ще система самостійно робить ресайз картинок до потрібного розміру контейнера: автоматично визначає відповідний і завантажує з сервера вже обрізаний варіант, який буде виглядати добре в даному конкретному випадку.

Для нормальної роботи цих функцій повинен бути включений lazy load (знаходиться по шляху “Налаштування сайту – Ще”, за замовчуванням опція активована, вимикати не рекомендуємо).

Плюси і мінуси

Tilda після тестування залишила змішані враження. З одного боку, приємний, стильний інтерфейс з хорошою ергономікою, велика бібліотека блоків, гнучка кастомізація, з іншого – відсутність частини можливостей, компенсувати які необхідно інтеграцією сторонніх сервісів. Технічно проблеми в цьому немає, вставка коду підтримується, але в багатьох випадках доведеться оплачувати тарифи підключаються сервісів. Це додаткові витрати. Tilda – суперечливий сайтбілдер. Його можна використовувати, але неясно, для чого. При вигляді системи здається, що результат роботи буде захмарним – все красиво, різноманітно, багатообіцяюче.

На практиці сайти виходять звичайними – такими ж приблизно, як в сервісах, які не мають настільки великих коштів по кастомізації дизайну і іншого. Тобто сайтбілдер виглядає краще, ніж працює в руках більшості користувачів – не дизайнерів.

У цьому конструкторі фокус сконцентрований на типографіці – специфічний акцент, який слабо поєднується з потребами середньостатистичного бізнесмена. Журналісти, письменники – будуть в захваті. Для блогерів сервіс виявиться марним – новинна стрічка тут слабка, майже без налаштувань і без панелі адміністрування записів. Основний же коник – створення лендингів і інших типів односторінкових сайтів. Є необхідний набір секцій, прийом оплат, статистика, просування та інше корисне.

Плюси Tilda:

- підтримка вставки коду і інтеграцій функціональності інших сервісів;
- Zero Block – вбудований конструктор секцій;
- регулярні оновлення, в тому числі, асортименту готових секцій;
- зручний редактор, безліч варіантів оформлення блоків;
- вбудований магазин з непоганою функціональністю і ступенем зручності адміністрування;
- вбудована безкоштовна CRM, зручна і проста у використанні;

- пристойний вбудований магазин і блог;
- просунуті настройки типографіки сайту;
- інтуїтивний інтерфейс з приємним дизайном;
- можливість експорту файлів сайту, що дозволяє легко мігрувати на свій сервер;
- відмінний розділ довідки.

Мінуси Tilda:

- односторінкові шаблони;
- без вбудованих спеціалізованих засобів для збору статистики та аналізу конверсії лендінгу;
- незручний процес створення багатосторінкових сайтів;
- без вбудованих A/B-тестів;
- повільна і недостатньо компетентна служба технічної підтримки;
- завищена вартість базового тарифного плану.
- мала кількість дискового простору на тарифах.

Більш-менш добре Tilda підходить для створення лендінгів, лонгвідів і портфоліо. Технологія стиснення зображень розширює ресурс, але все ж не вирішує проблему. Для створення об'ємних, довгограючих проєктів з регулярним додаванням контенту (сторінок, постів, товарів) Tilda не підходить. Навіть бізнес-сайти, оскільки для їх створення потрібно бути хоч трохи дизайнером – шаблони адже все односторінкові, доведеться оформляти більшість сторінок вручну. Сайтбілдер сподобається творчим особистостям та навичками, які бажають спробувати запустити свої перші лендінги. Отже Tilda виглядає презентабельно, але на практиці виявляється не все так гладко.

Офіційна зміна профілю з лонгвідів на лендінги (творчість на комерцію) пішло системі на користь, ось тільки зсередини це той же сервіс для красивої подачі медіаконтенту, не більше того. Tilda змінила імідж, ставши комерційною платформою. Але все одно ця платформа більше сподобається дизайнерам, журналістам і естетам, які зможуть одягнутися в красиву форму своєї роботи. Сервіс для творчих людей, перш за все.

РОЗДІЛ III

ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ МАКЕТУ САЙТУ-ВІЗИТКИ СОЦІАЛЬНОГО ПРОЄКТУ

3.1. Концепція та дизайнерське рішення

У цьому розділі завдання постає у розкритті авторського задуму макету, у якому буде описано різноманітні відомості, а також структура, за допомогою яких створювався сайт-візитка соціального проєкту.

Концепція містить у собі зміст потреб споживача, а також визначається творча і практична робота над виданням.

У цьому розділі ми обґрунтували параметри за типологічними ознаками, а також за оформленням – який тип сайту, його структура, форми тощо.

Дослідивши у попередніх розділах типи сайтів, та аналізуючи актуальність і мету нашого проєкту, можна зробити висновок, що аудиторією нашого каталогу є представники великих компаній, торгових центрів, державні органи і служби, а також студенти-магістранти спеціальності “Технології електронних мультимедійних видань” для наглядного прикладу створення сайту на конструкторі Tilda.

Саме на заняттях курсу студенти знайомляться з поняттям “сайт” та з усіма його особливостями.

Вивчають базові навички роботи в конструкторі, спираючись на ці знання, намагаються створювати нові.

Згодом, студенти, що продовжують розвиватися у мультимедійній діяльності, спираючись на отриманні знання зможуть не задумуючись розібратись в конструкторі, а також на основі побаченого використати знання, що підходять у свої розробки та замовлення. Не менш важливою читацькою аудиторією є дизайнери і графічні дизайнери.

Створюючи продукт на замовлення, буде сайт, макет для сайту, структура чи дизайн, спеціаліст має проаналізувати, які сайти є на ринку і на які треба рівнятися, щоб адаптувати сайт під користувача для зручності сприйняття та запам'ятовування інформації.

Тому такий сайт і необхідний, щоб дати змогу людям, які навчаються на спеціальності “Технології електронних мультимедійних видань” при першій же змозі звернутися та отримати базу для подальшого виконання завдання.

Даний сайт є в першу чергу ознайомлюючим, тобто візиткою нового продукту, а отже повинен запам'ятовуватися та візуально легко сприйматися.

Наступне питання полягає в тому, яким чином можна поширити запити на такі сайти.

Так як сайт виконаний на замовлення, а також використовується в навчальних інтересах, то його можна поширювати за допомогою викладачів провідних кафедр, а саме за спеціальністю “Технології електронних мультимедійних видань”. У зв'язку з швидким темпом розвитку електронних мультимедійних джерел навчання це найоптимальніший варіант.

Інший і найголовніший спосіб поширення – мережа Інтернет. Так як сайт виконаний на замовлення, то відвідувачі будуть часто заходити і поширювати інформацію з колегами, або додавати в закладки для швидкого переходу на нього.

Метою створення макету сайту-візитки було залучення великої кількості замовників для використання продукту з соціальною метою, а саме, щоб забезпечити великі приміщення обладнанням, що буде попереджувати про високу температуру у відвідувачів, щоб запобігти поширення вірусу в період пандемії, а насамперед за допомогою простого дизайну для легшого та доступного засвоєння інформації.

А також метою є задоволення потреб замовника та споживача у доступності та стислій структурованій інформації по обладнанню у їх професійній діяльності.

За обсягом сайт невеликий, є візитною карткою соціально корисного продукту, а саме: є детальні описи, відеоматеріали, форми для попереднього замовлення та отримання інформації.

Такий обсяг аргументується тим, що сайт служитиме візиткою в певній мірі, тому для зручного використання ми дійшли до висновку, що саме такий обсяг є доречним.

Структура сайту:

- головна сторінка сайту;
- програмний комплекс Zetpro VMS;
- програмні продукти і ліцензії для камер UNV і Dahua (ONB);
- автономні пристрої для автоматичного управління шлагбаумом та розпізнання номерних знаків авто (LPR Box);
- ліцензія Thermal Recognition – одне рішення для дистанційного вимірювання температури з точністю 0.1°C і розпізнавання обличчя;
- основні характеристики Thermal Recognition;
- приклад використання Thermal Recognition;
- обладнання;
- форма для отримання інформації і форма для попереднього замовлення.

Для легкості сприйняття інформації на сайті було опрацьовано багато шрифтів. Обрано гротескний шрифт Roboto, він системний, без засічок, доступний та безкоштовний, а також легкий для сприйняття і виглядає сучасно.

Особливістю сторінки є строга симетрія, тому композиція надає відчуття строгості і організованості.

Характерна риса нашого каталогу є доступна інформаційність. Це підкреслене вираження стану спокою, непорушності, стійкості форми в усьому її ладі, в самій геометричній основі.

Це характеризується тим, що у сторінки є уявна центр вісь симетрії, відносно до якого і розташовані елементи на сторінці.

Така симетрія називається осьовою. Симетрична композиція – це така композиція, в якій елементи розташовуються відносно до головної осі.

Така композиція дозволяє досягти враження спокою, величності, солідності, а також передає порядок, серйозність і продуманість.

У сторінки стан рівноваги, адже всі елементи збалансовані між собою. Проте деякі інформаційні блоки вирівняно по лівому краю, так як це виглядає більш сучасно.

У сторінки є “Кнопка наверх”, аби користувач міг легко і зручно повернутися до меню і обрати той пункт, що йому потрібен.

Для інфографіки і форм завантажено картинки по тематиці сайту з безкоштовного ресурсу Freepik.

Нами розроблено і створено обкладинку сайту, що представлена на рис. 3.2.

На головному блоці сайту, який одразу бачать споживачі, доступно розміщено меню по розділам, а також використано відео, яке замовник сам надав. Так як на сайті переважно технічна інформація, то обкладинка мала висвітлити основну думку та тему, що знаходиться на даному сайті.

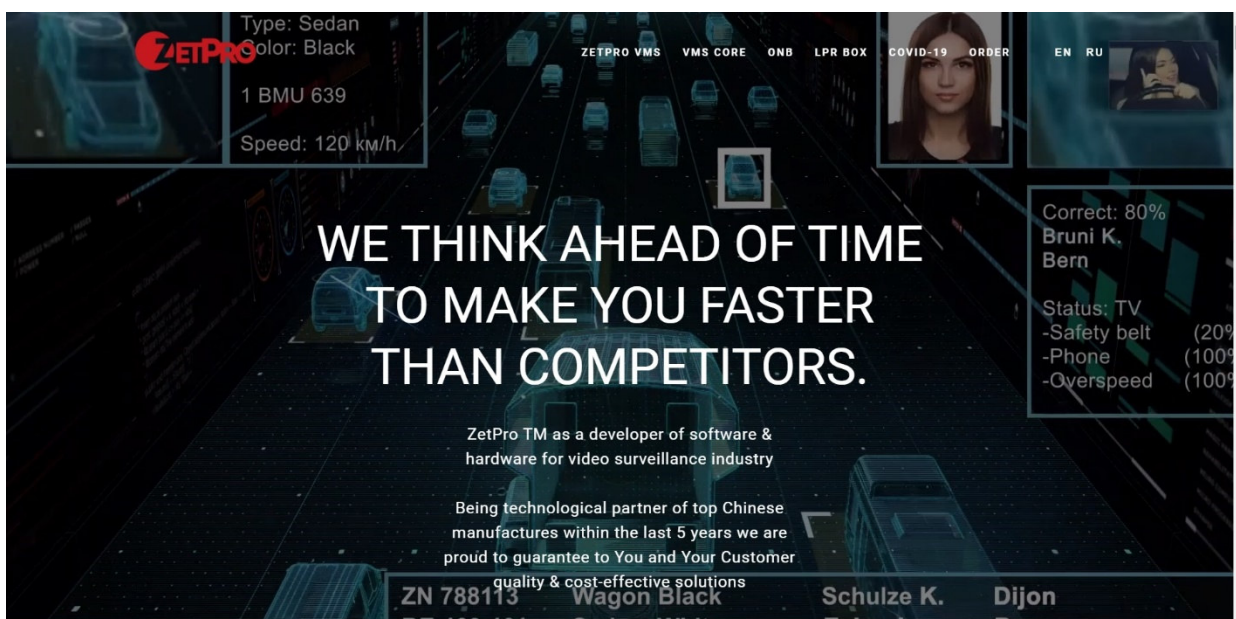


Рис. 3.1. Обкладинка сайту

У нашій роботі присутній такий принцип дизайну як баланс, тобто організація частин композиції для досягнення рівноваги. Цей принцип більш формальний і статичний, візуально простий для сприймача і легкий для створення, а також викликає почуття спокою, безпеки, стабільності, узгодженості і елегантності.

Також в спроектованому сайті є принцип акценту. Ми виділили назву кожного блоку більшим кеглем та обмежили його тонкими лініями, щоб сконцентрувати погляд споживача спочатку на назві, а потім вже на іншій інформації, тим самим підкреслили особливу важливість і значимість, створюючи інтерес та залучаючи увагу до цього елементу.

Також є принцип пропорцій. Тобто елементи великого масштабу, у нашому випадку слова з більшим кеглем, використані для створення координаційного центру. Керувалися також і принципами вирівнювання (жоден елемент не розташований випадковим чином) і повторення (елементи повторюються по всьому виданні).

Використали в макеті сторінки елемент дизайну – лінію, для перебивки, привертання уваги на наступні розділи.

Щодо колірного рішення, то ми, проаналізувавши різні сайти та роблячи спроби макетування, дійшли до висновку зробити монохроматичну композицію з використанням чорного та білого кольорів.

Проте, для того щоб не було нудності, та через стабільну повторюваність не втрачався інтерес до навчання, було введено картинки і перебивки для різноманітності.

Обрано контрастні кольори – чорний і білий. Це хроматичний вид колірних контрастів, а саме контраст світлого і темного. Такий контраст додає виданню виразності, створює зорову динаміку і рух.

При розробці дизайну ми користувалися основною ознакою якості колірної гармонії, а саме цілісністю колірного враження: очі неохоче терплять відчуття одного кольору і вимагають іншого, який би склав з ними цілісність.

Обраний стиль видання виражає класичну простоту, сильно спрямований вплив, зосередження на отриманні інформації.

При виборі кольору спиралися на основні властивості кольору: чистота, світлота. Тому що саме від обраного кольору залежить покращення сприйняття, скорочення пошуку серед непотрібної інформації, привертання інтересу на більш довгий час.

Чорний в такому типі видань означає серйозність і цілеспрямованість, білий – престиж, чистоту, менш насичені зелений та синій – заспокійливість.

3.2. Макетування видання

У попередньому розділі ми визначилися зі структурою сайту. Перш за все треба було зареєструватися в конструкторі сайтів Tilda і проплатити тарифний план. Tilda це безкоштовний конструктор, але при цьому з деякими обмеженими можливостями. Так, наприклад, у безкоштовній версії не можна присвоїти доменне ім'я сайту, а також менший вибір шаблонів для адаптування придуманого дизайну сайту.

Після реєстрації з'явилося вікно з кнопкою Створити новий сайт на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Створення нового сайту

Після того, як сайт було створено, треба було налаштувати йому доменне ім'я через хостинг. Замовник надав доступ до хостингу і в підрозділі конструктора Домен, слідуючи всім вказівкам був присвоєний піддомен lpr.zetpro.com.

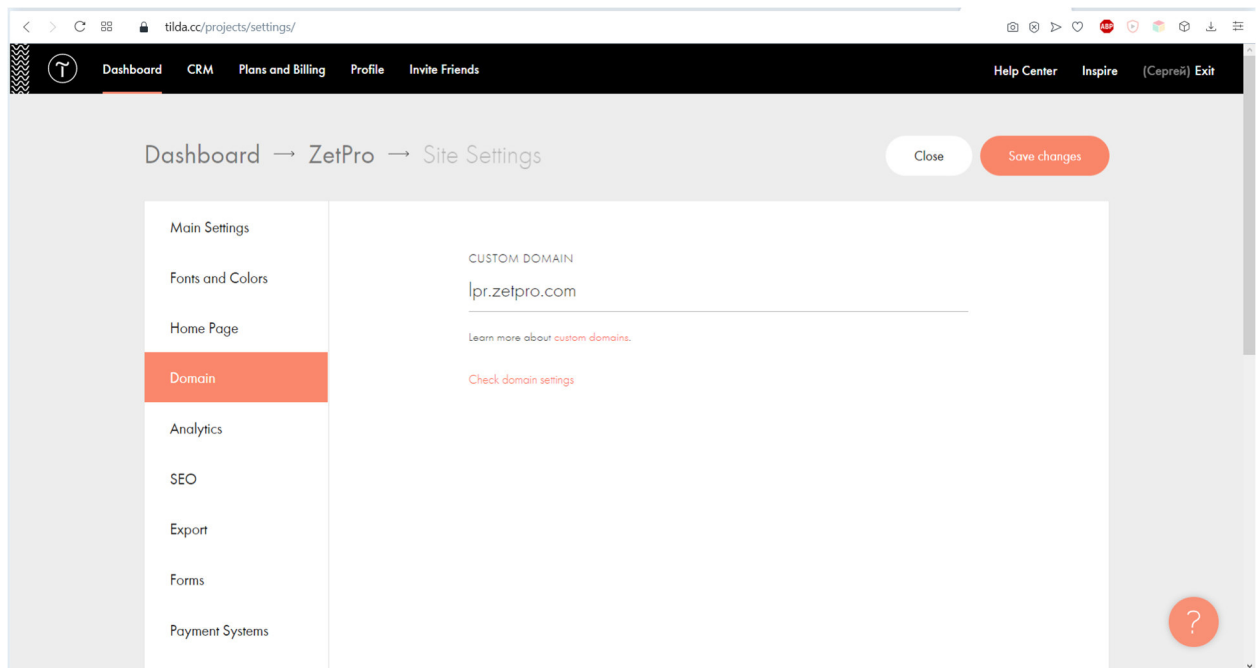


Рис. 3.3. Присвоєння доменного ім'я сайту

Потім вивчили шаблони що вже давалися на конструкторі, але так як сайт специфічний з великим обсягом текстової інформації, то за основу взято шаблон що був стандартним, але по ходу він був змінений і адаптований, як було потрібно замовнику.

Задано ім'я сайту та його опис в налаштуваннях.

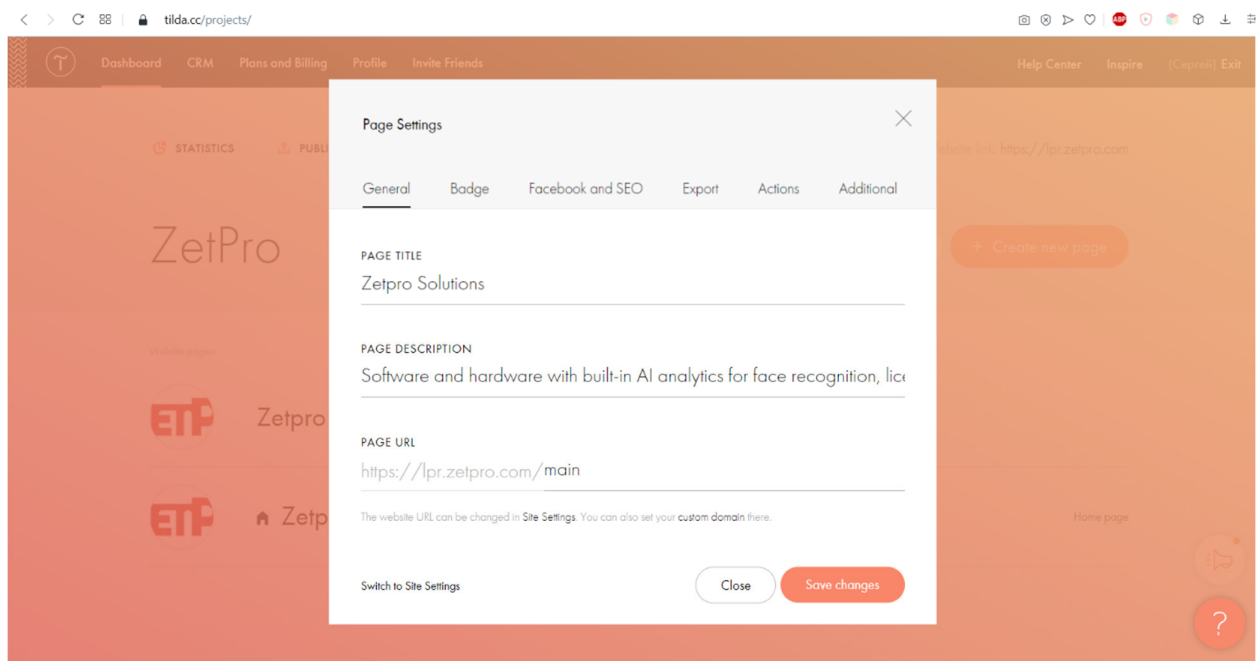


Рис. 3.4. Присвоєння ім'я та опису сторінці

Єдине, що треба було адаптувати під мобільний телефон це меню.

Так як більшість користувачів заходять на сайт з телефону, то в конструкторі вже є адаптація під телефонний екран, тому створення сайту почалося з обкладинки та меню.

Спочатку було обрано шаблон меню для телефону і для монітору комп'ютера.

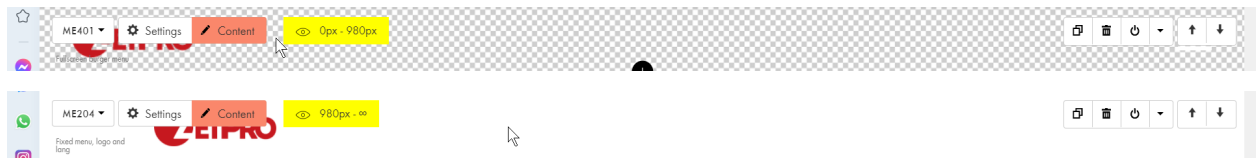


Рис. 3.5. Адаптація меню сайту під телефон та екран монітора

Створено обкладинку по шаблону.

Вставлено туди відео, що надав замовник, текст. Для мобільної версії вставлено картинку для обкладинки.

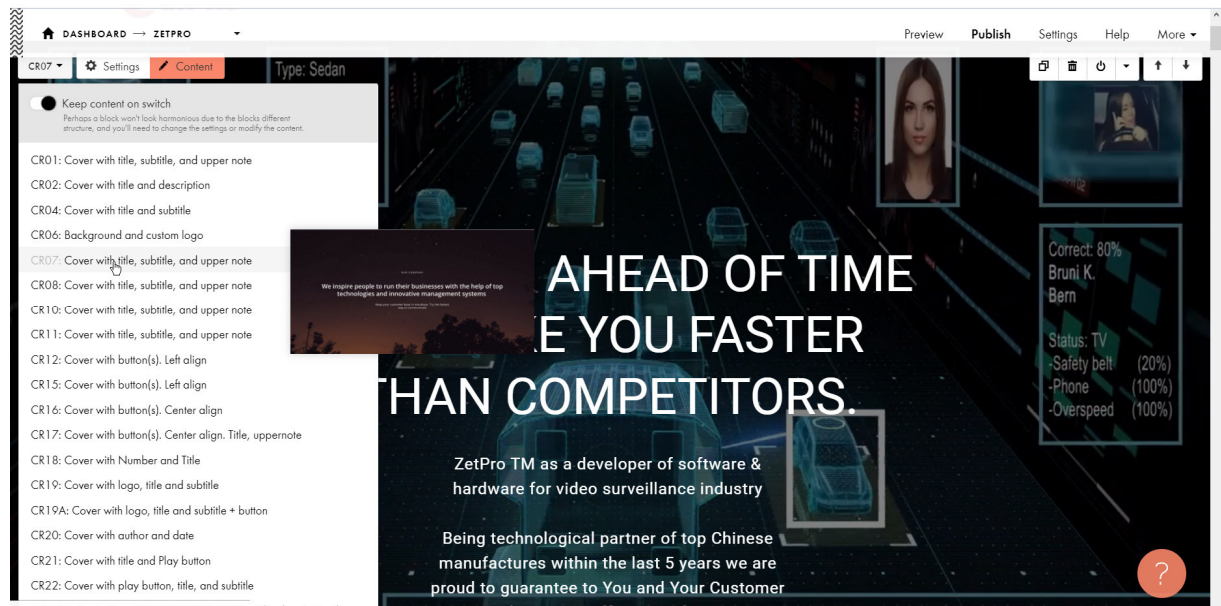


Рис. 3.6. Створення обкладинки сайту

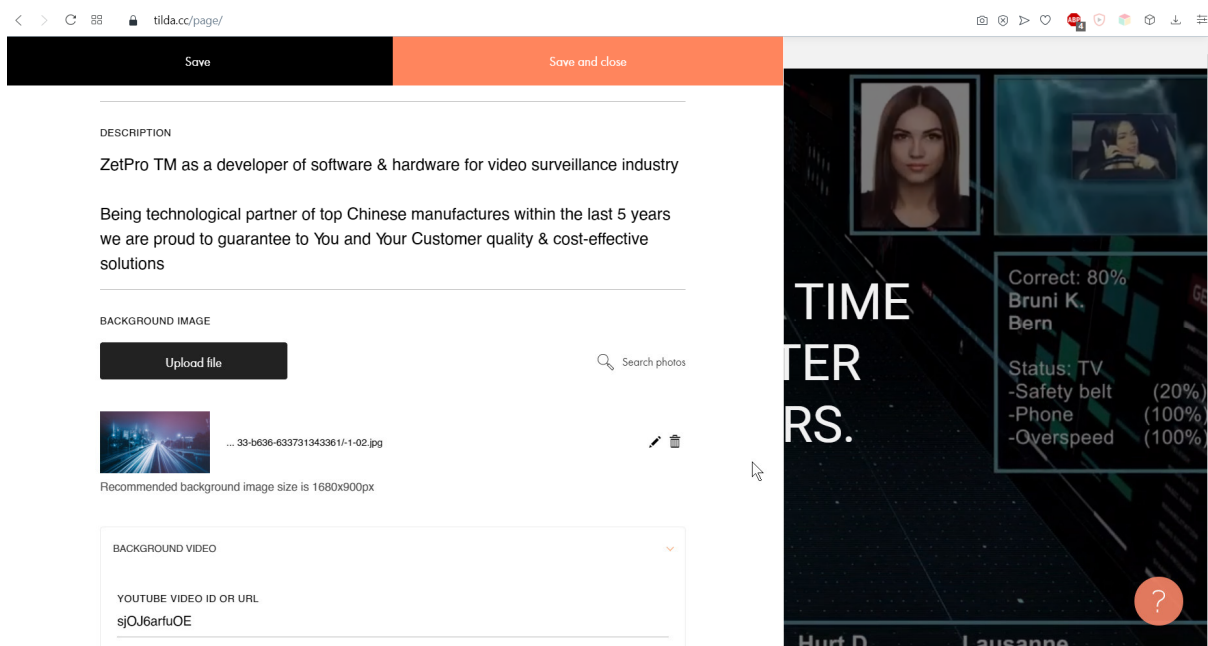


Рис. 3.7. Завантаження в шаблон обкладинки відео, зображень та логотипу

В меню створено структуровану послідовність розділів про продукти і прив'язано їх до майбутніх створених блоків.

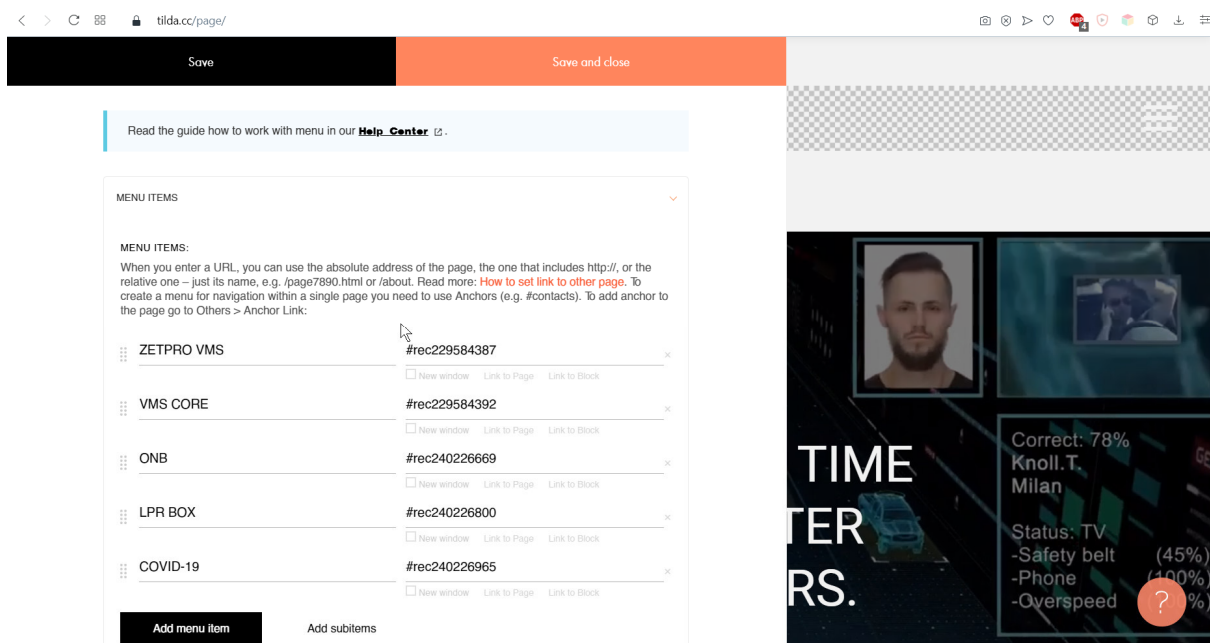


Рис. 3.8. Створення меню та поєднання блоків з ним

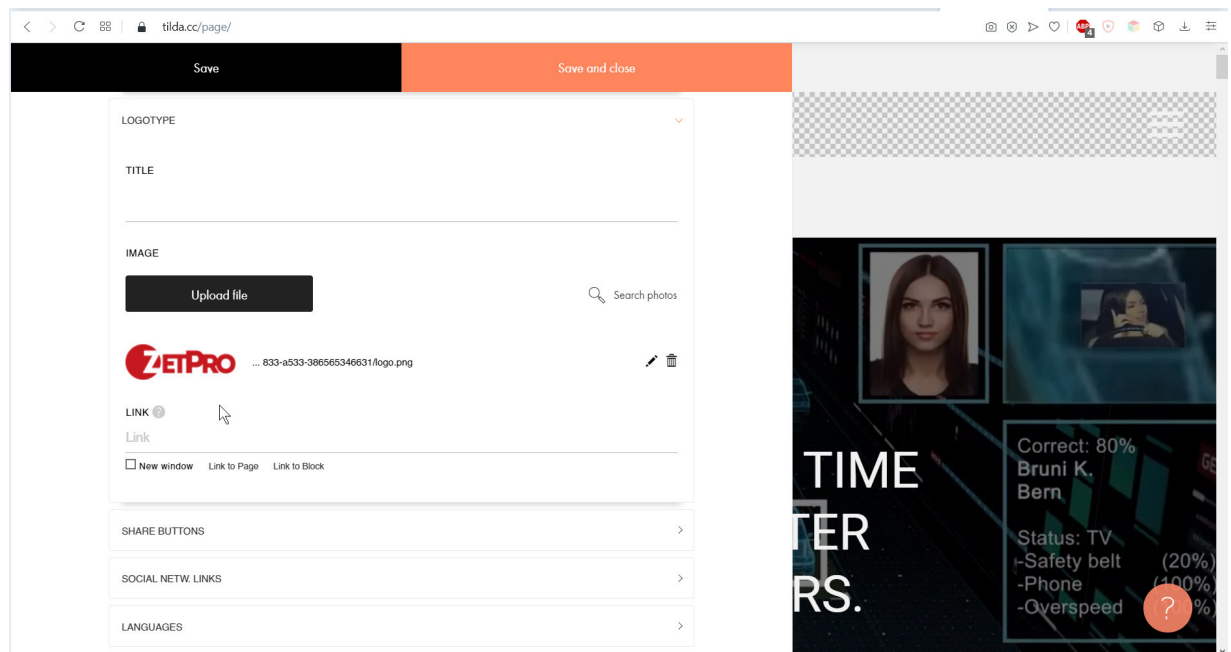


Рис. 3.9. Додавання логотипу на сайт в обкладинці

Так як замовник поставив задачу зробити двомовну сторінку, було продубльовано сторінку та прив'язано її в меню.

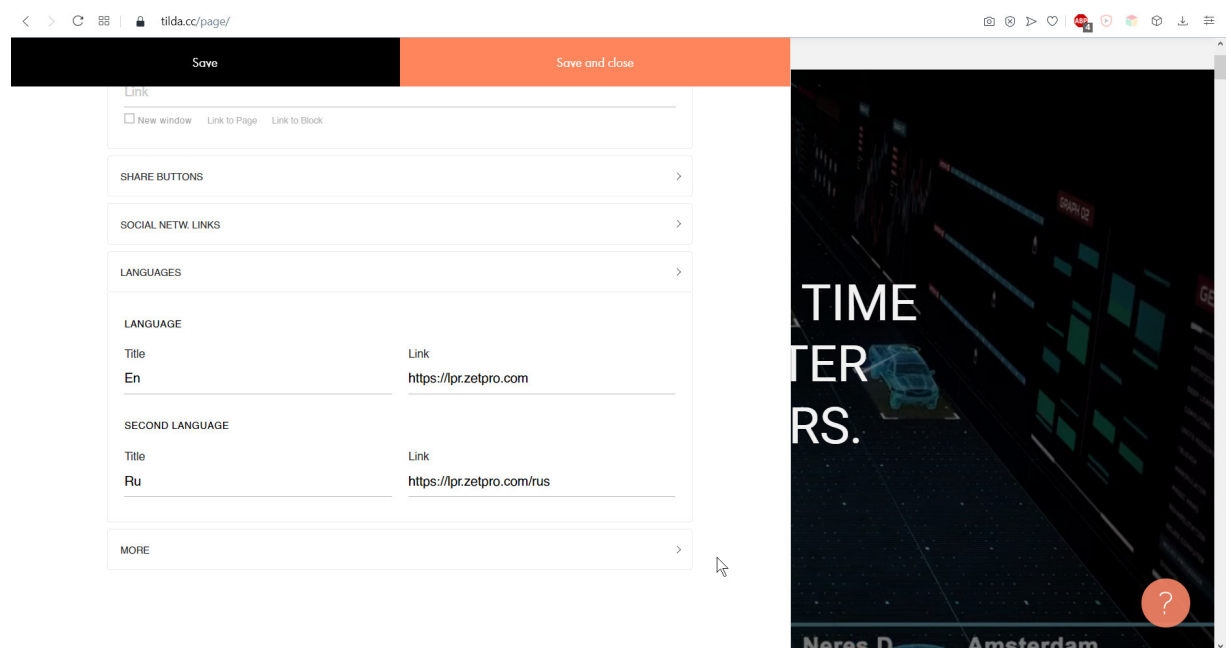


Рис. 3.10. Адаптація двомовної сторінки

Перший розділ Zetpro VMS було створено з 6 блоків. З блоку з зображеннями, текстом, переліком особливостей, а також з нумерацією переваг.

Для переліку переваг було створено іконки в графічному редакторі Adobe Illustrator. Також тут і в наступних розділах використано анімацію Виліт справа. А також анімовано цифри.

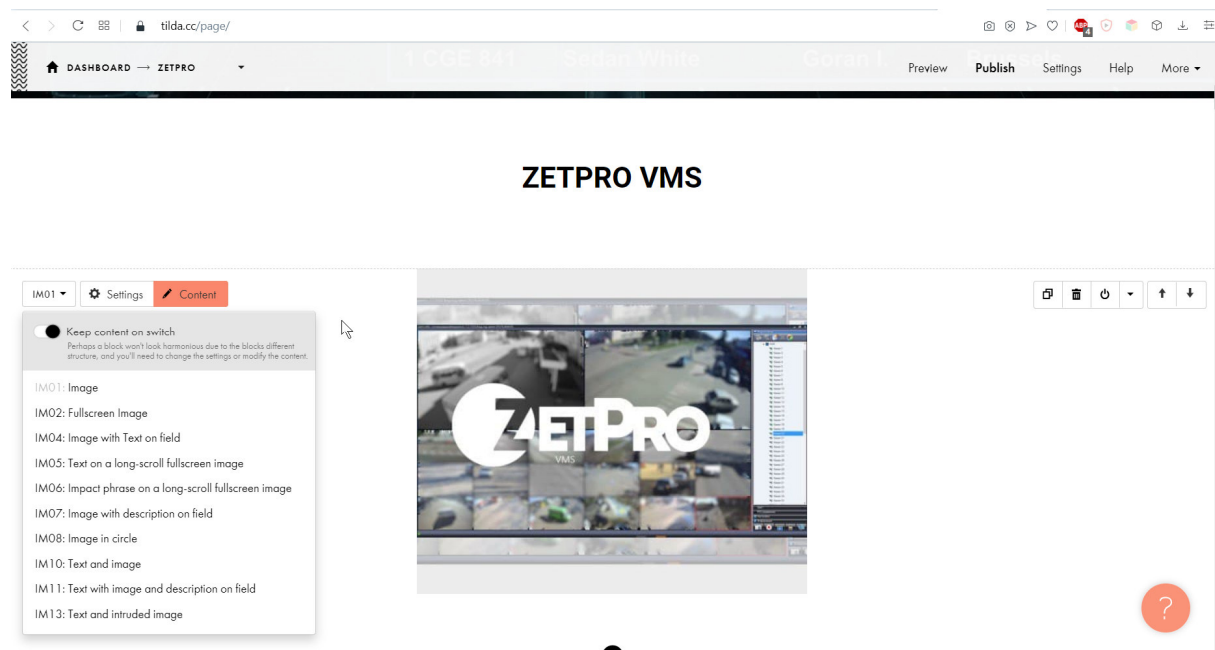


Рис. 3.11. Блок з основною інформацією



Рис. 3.12. Текстовий блок

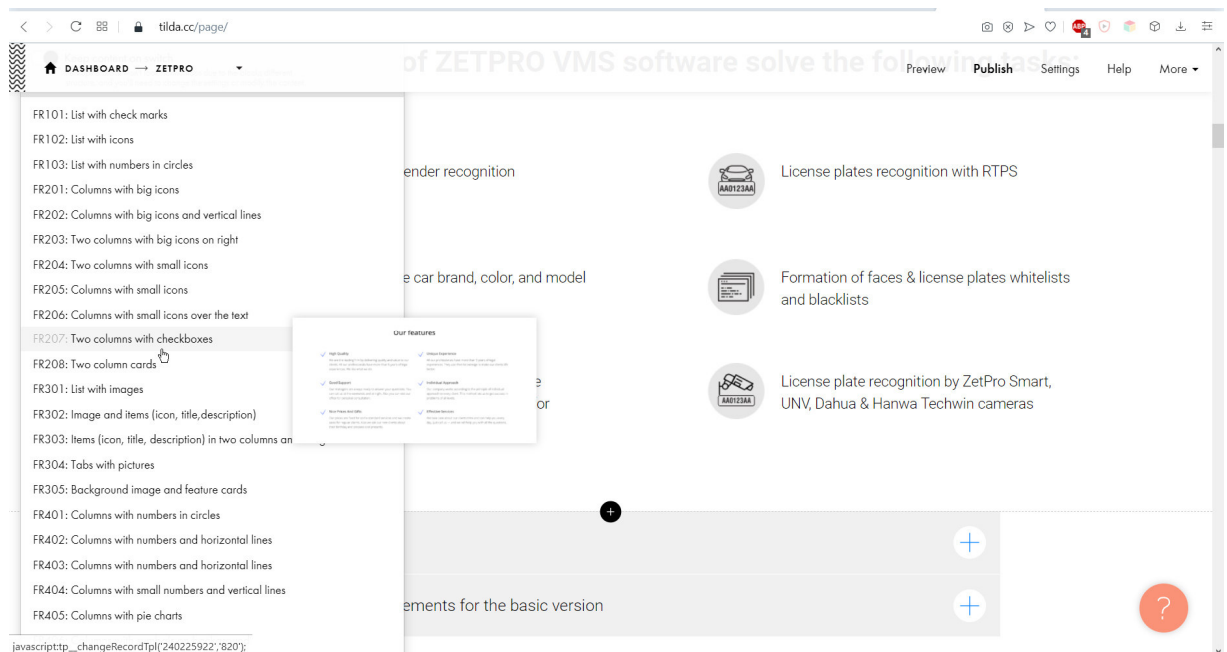


Рис. 3.13. Блок з перевагами продукту

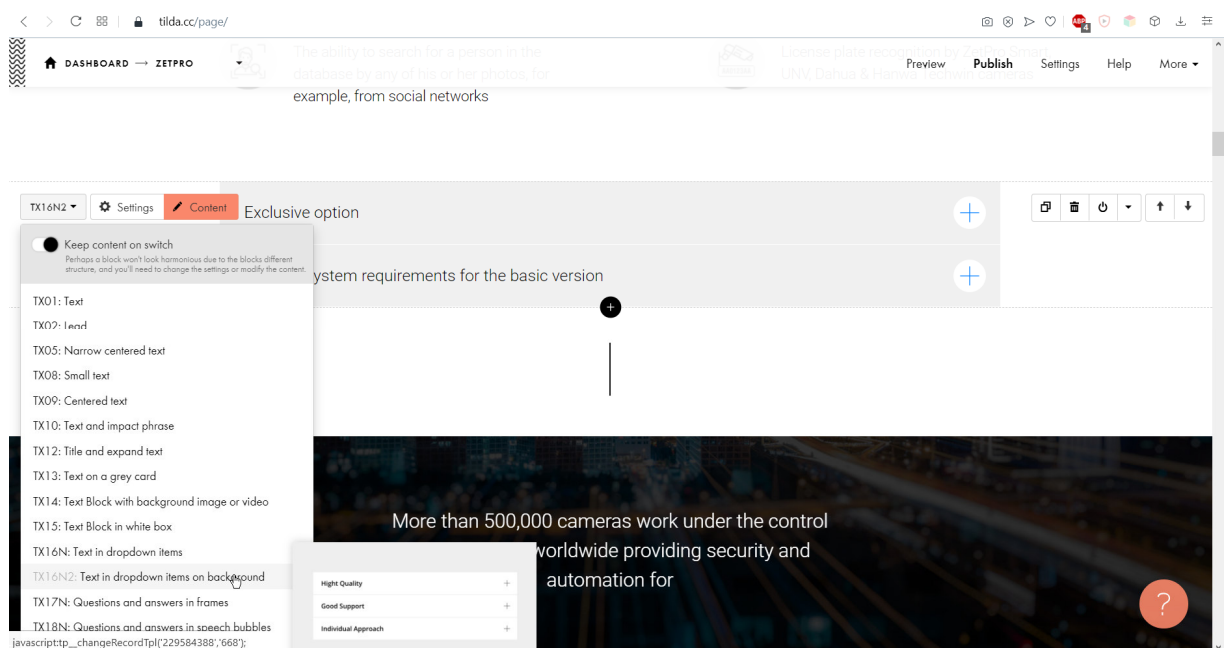


Рис. 3.14. Блок з прихованим текстом

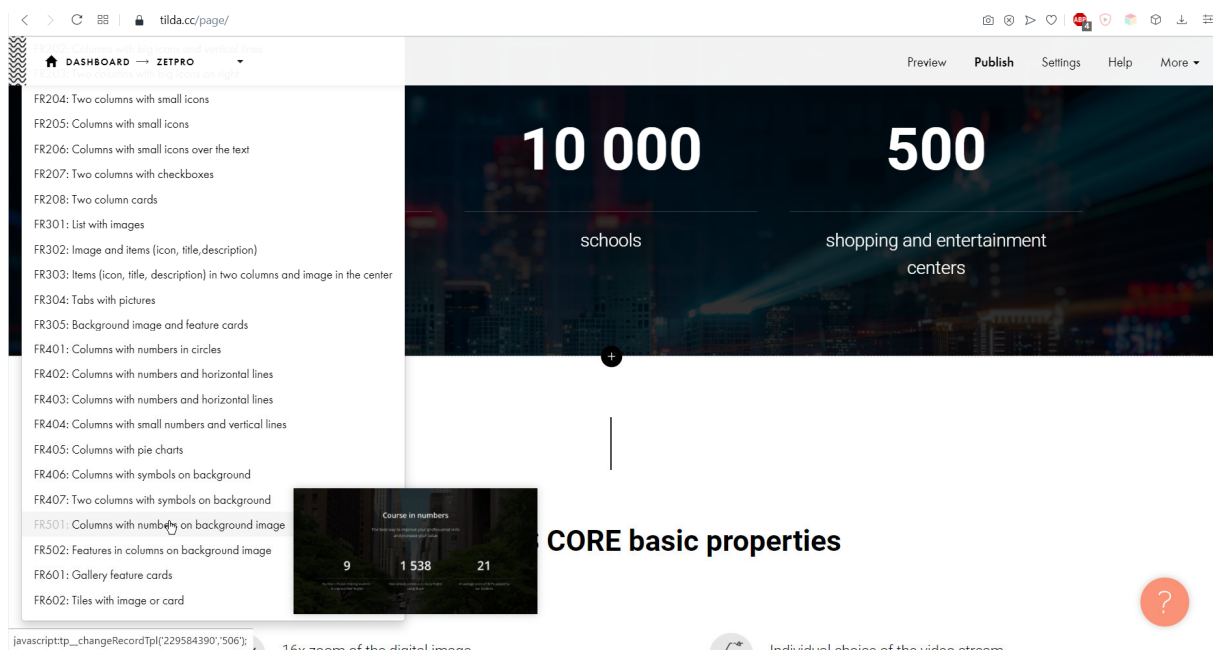


Рис. 3.15. Блок з інфографікою в цифрах

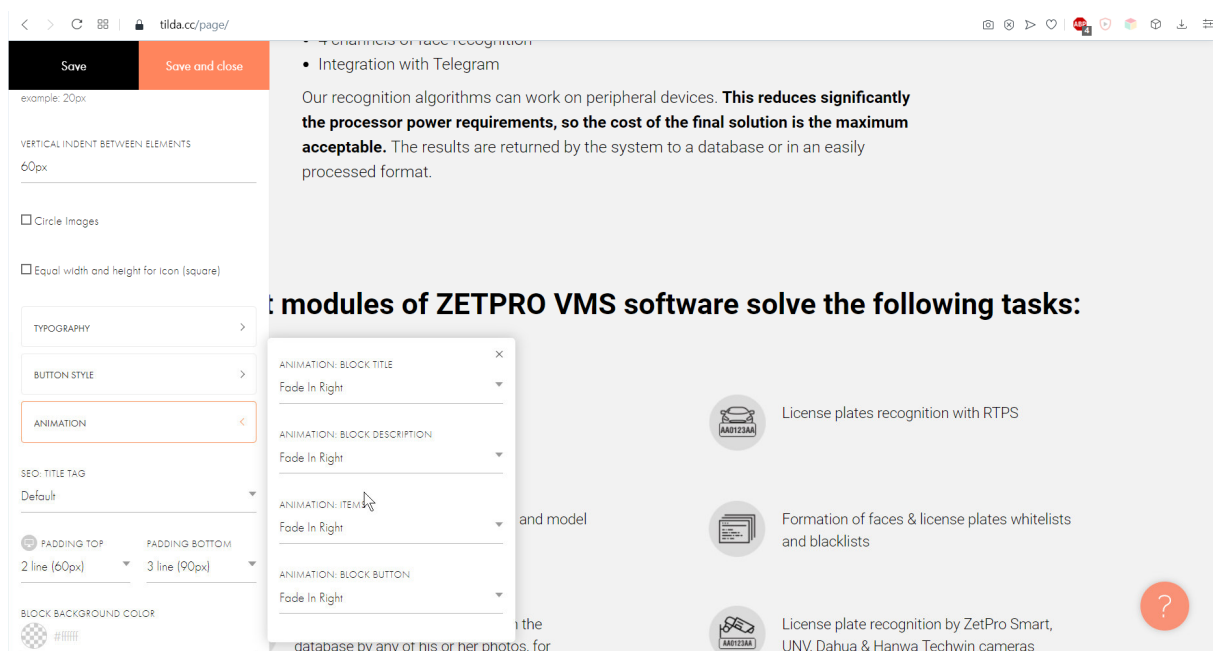


Рис. 3.16. Блок з додаванням власних іконок

Наступні розділи були складені теж з декількох блоків та анімовані вилітом справа.

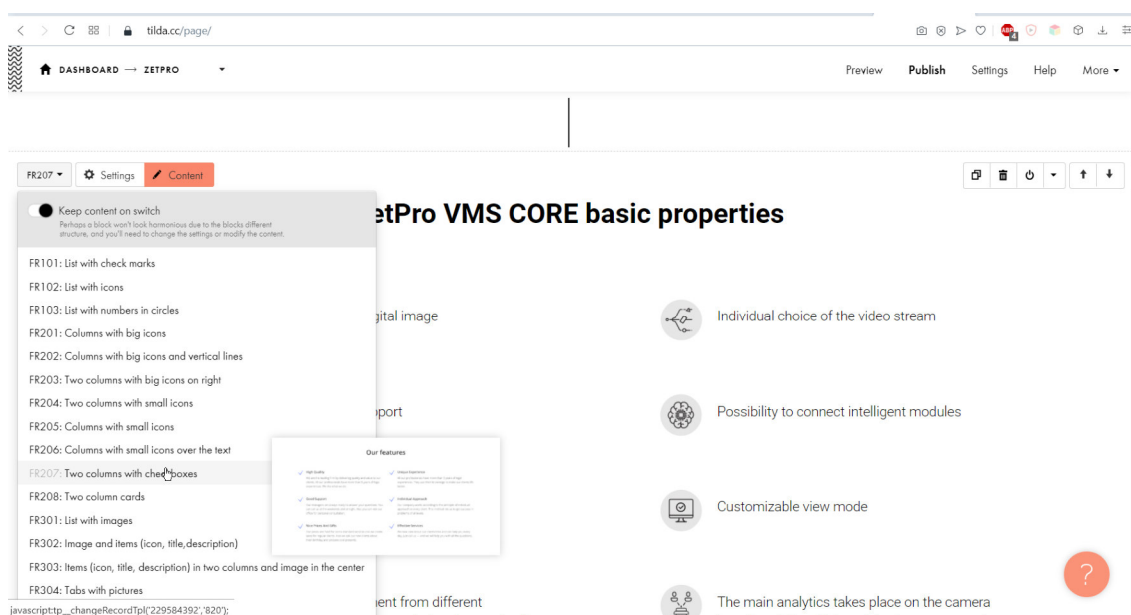


Рис. 3.17. Блок з додаванням власних іконок

У одному із розділів треба було вставити відео з описом і заставкою. Було обрано відповідний шаблон, завантажено заставку і текст. Відео вставляється посиланням на Youtube-канал.

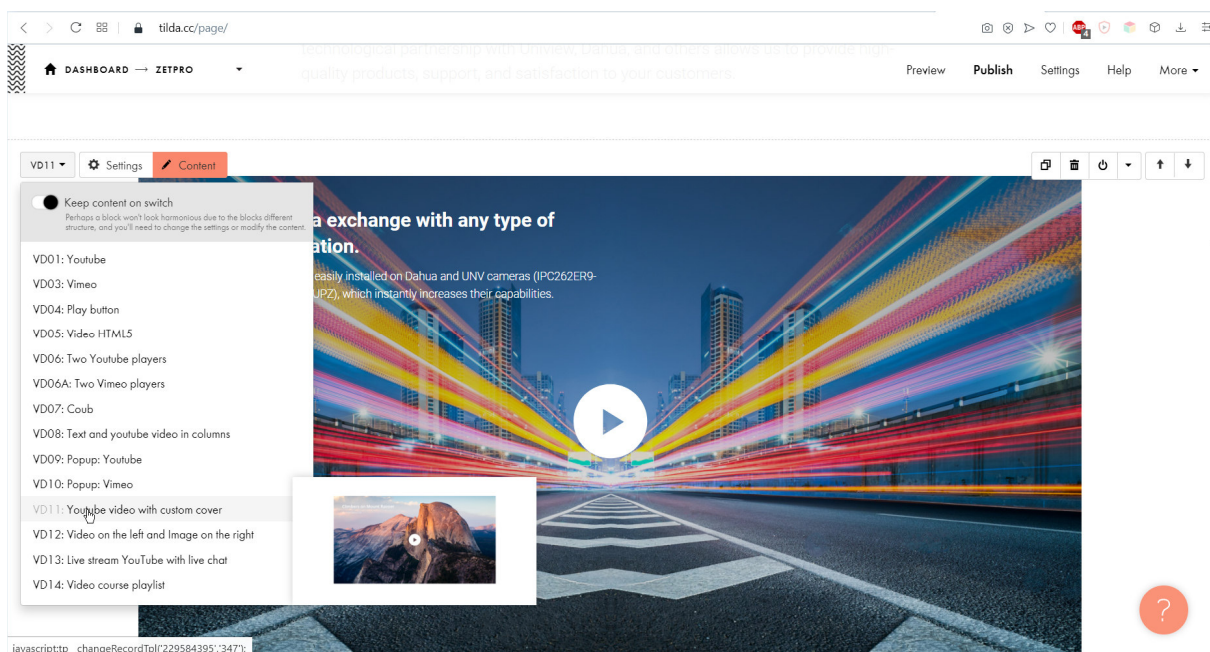


Рис. 3.18. Блок з додаванням відео

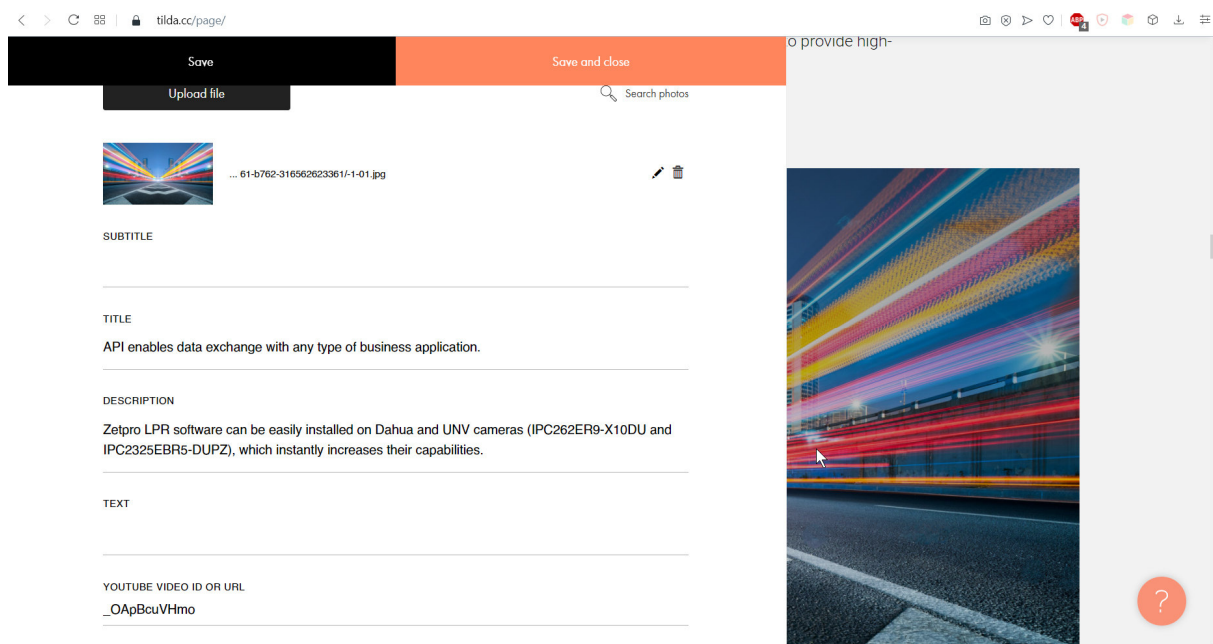


Рис. 3.19. Контент-план додавання відео: обкладинка, текст

У наступному розділі треба було вставити галерею з трьох продуктів, обрали шаблон та адаптували зображення під розміри вбудованої галереї.

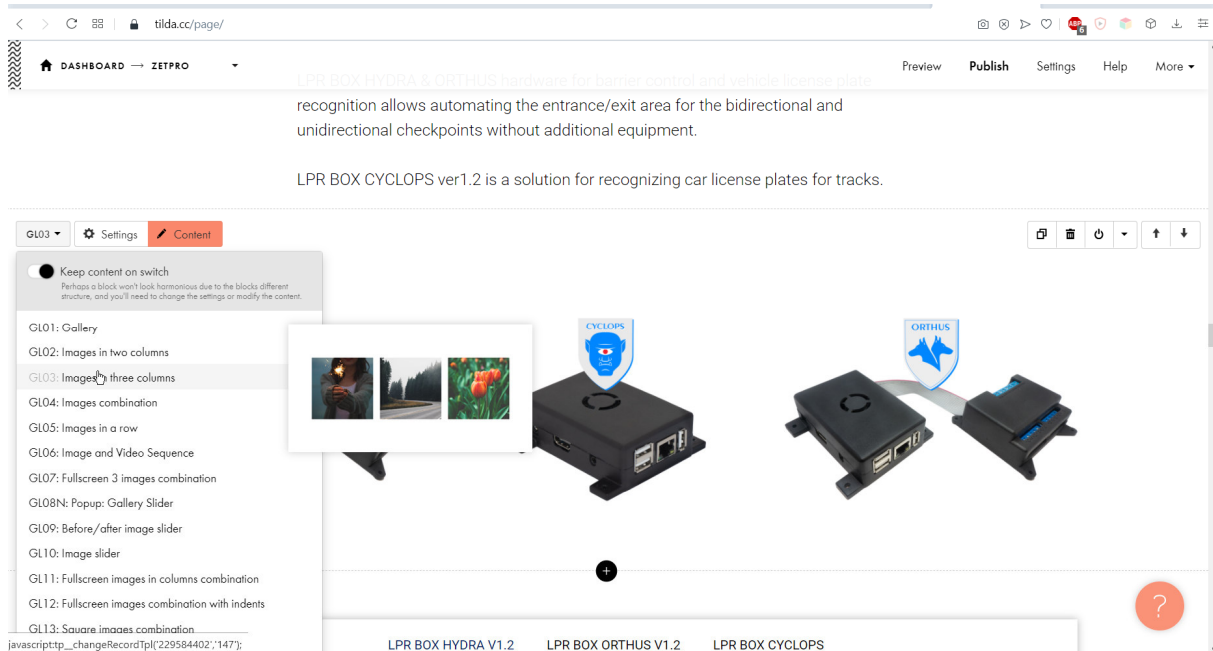


Рис. 3.20. Блок з додаванням галереї

Так як сайт перенасичений інформацією, шукали способи максимально скоротити полотно і вмістити інформацію в компактних блоках, тому інформацію про три продукта було вміщено в один блок і шаблон.

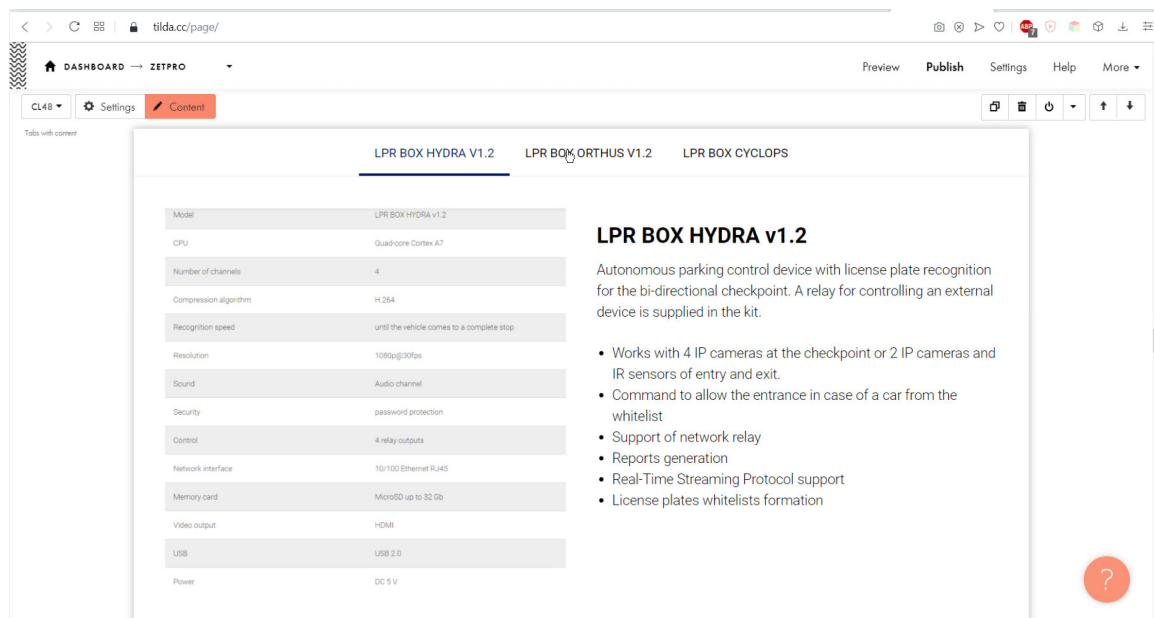


Рис. 3.21. Блок з додаванням компактної інформації про продукт

Вставлено блок з галереєю, де чітко видно на прикладі реалізацію замовником соціального проєкту.

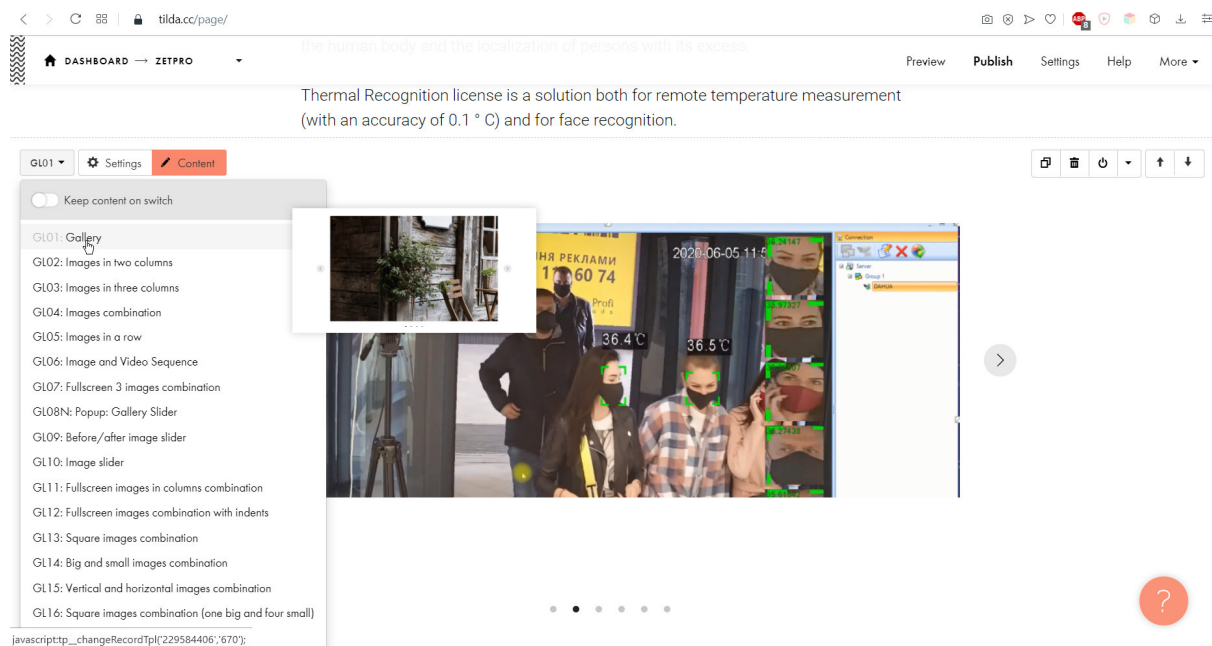


Рис. 3.22. Блок з додаванням галереї

Далі для покрокового прикладу використання обладнання, було створено блок за відповідним шаблоном і вставлено туди іконки, що попередньо розробив дизайнер.

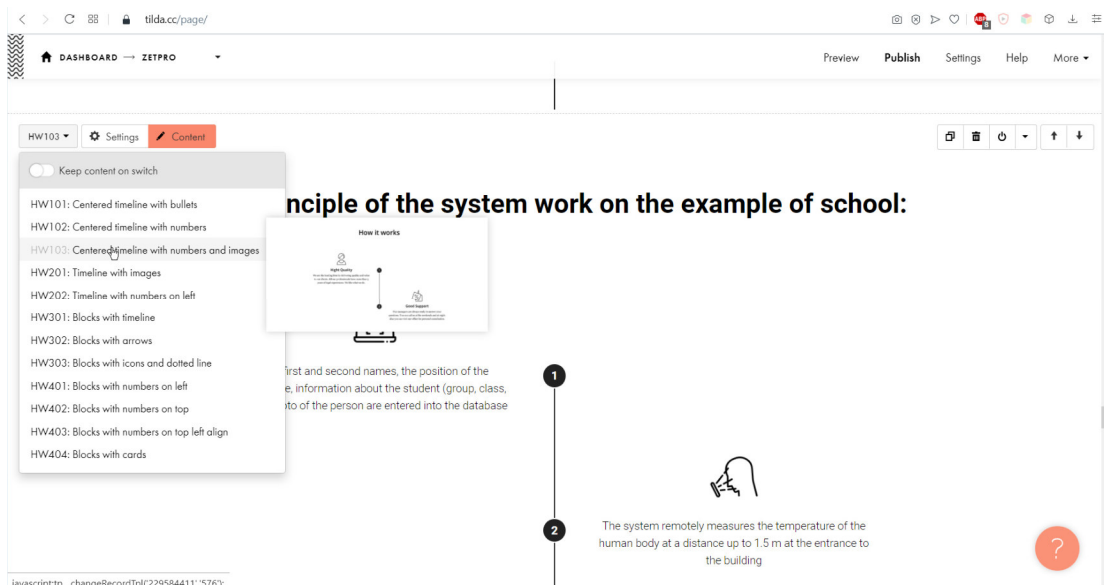


Рис. 3.23. Блок з додаванням послідовності дій

Також для вміщення інформації про обладнання було використано шаблон, де при натисненні інформація відкривається в новому вікні.

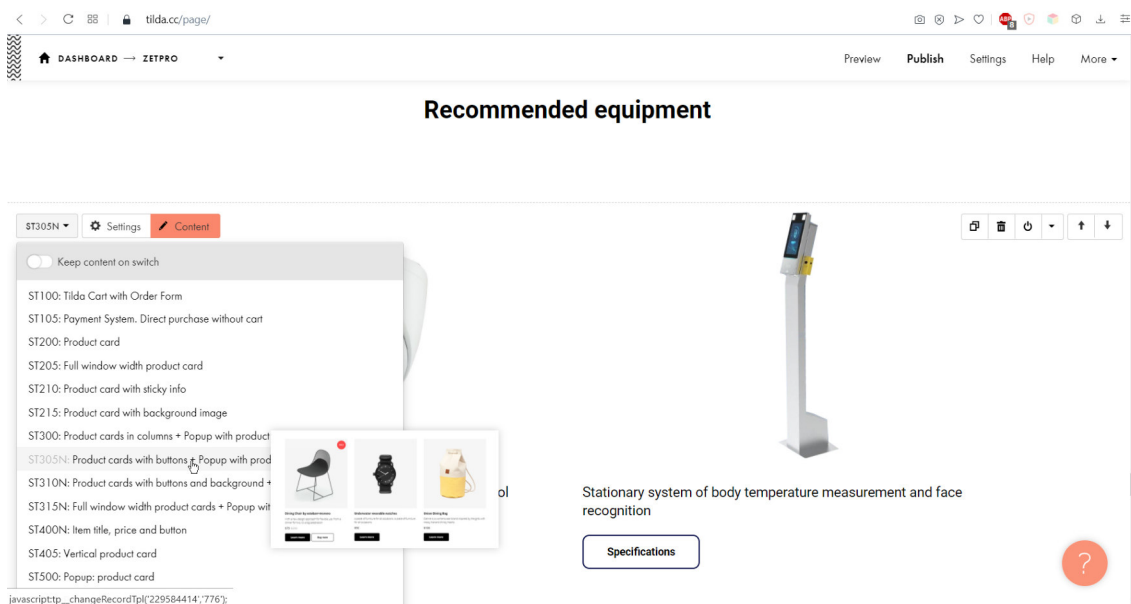


Рис. 3.24. Блок з додаванням відкриваючого вікна

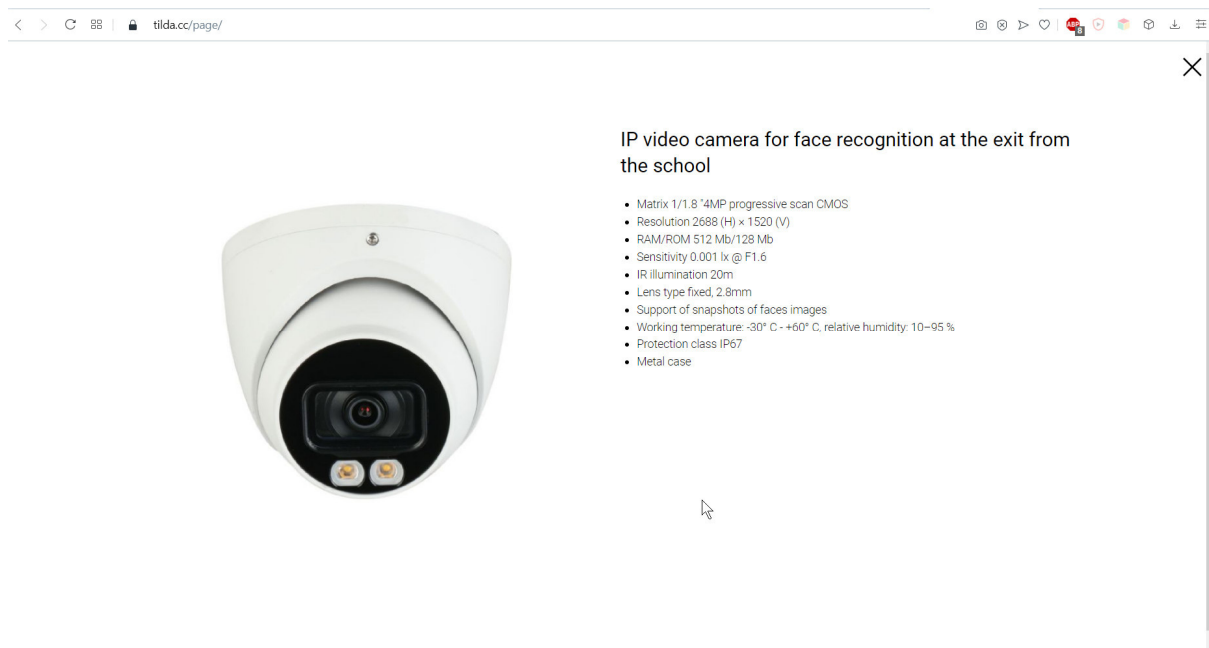


Рис. 3.25. Блок з відкриваючим вікном

Створено форму для того, щоб користувач, ввівши свої дані, зміг отримувати інформацію про останні новини компанії. Форму прив'язано до електронної пошти, а також до месенджера Telegram.

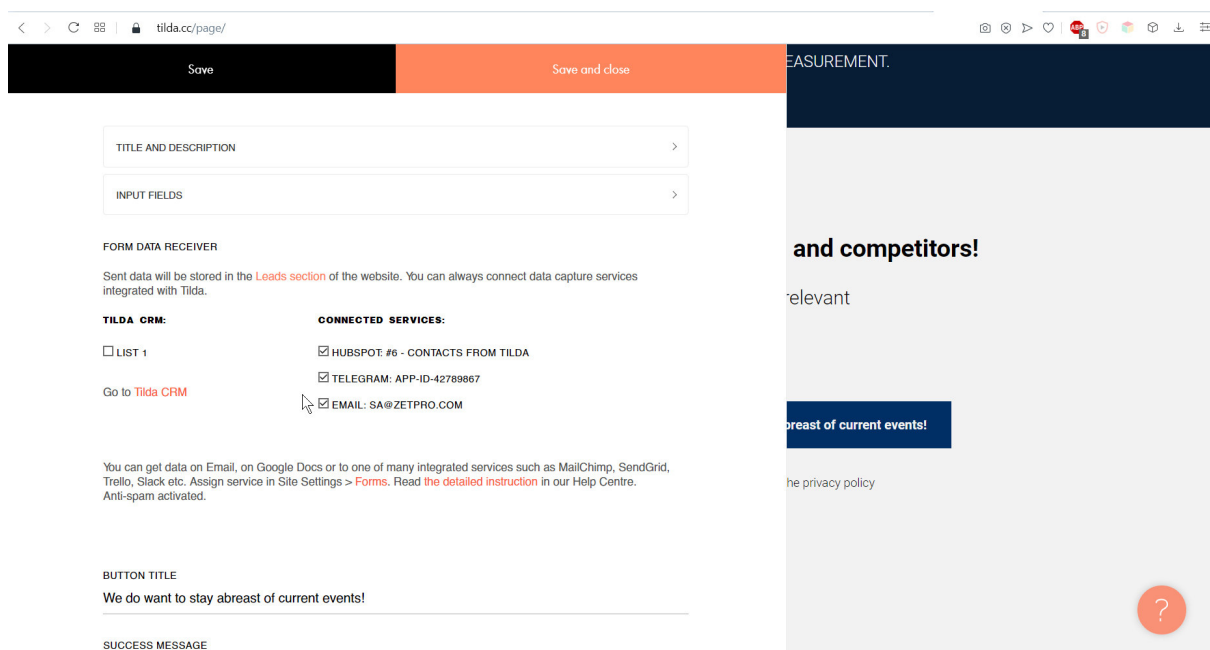


Рис. 3.26. Блок з додаванням форм

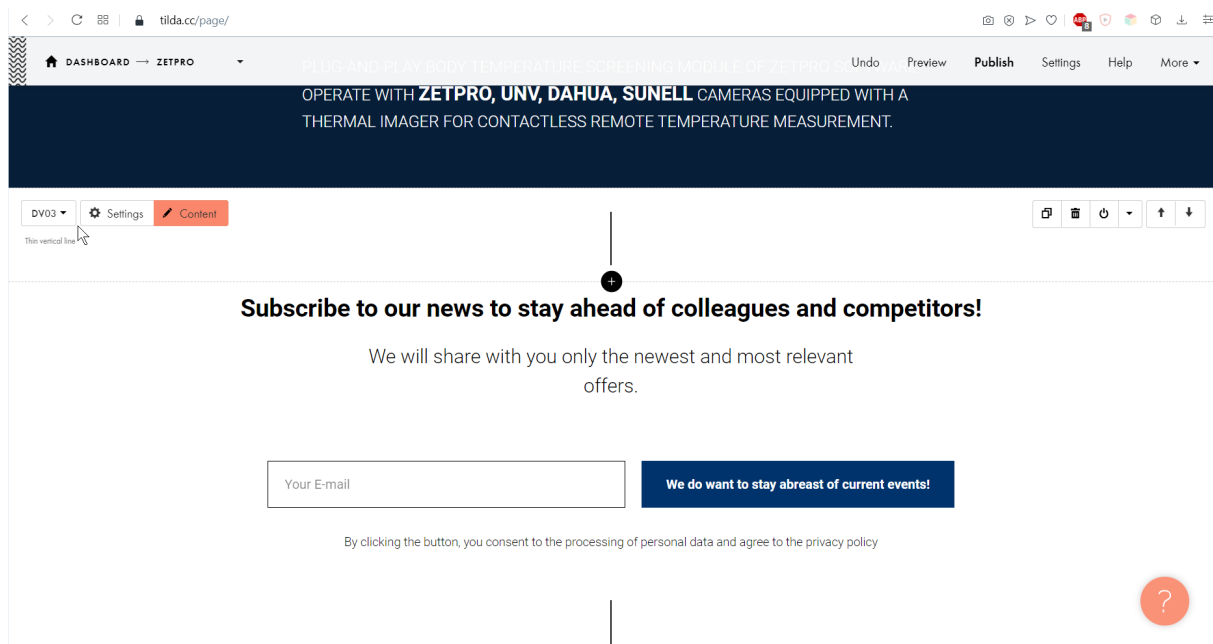


Рис. 3.27. Блок з формою

Створено цифрову інфографіку, завдяки шаблону конструктора.

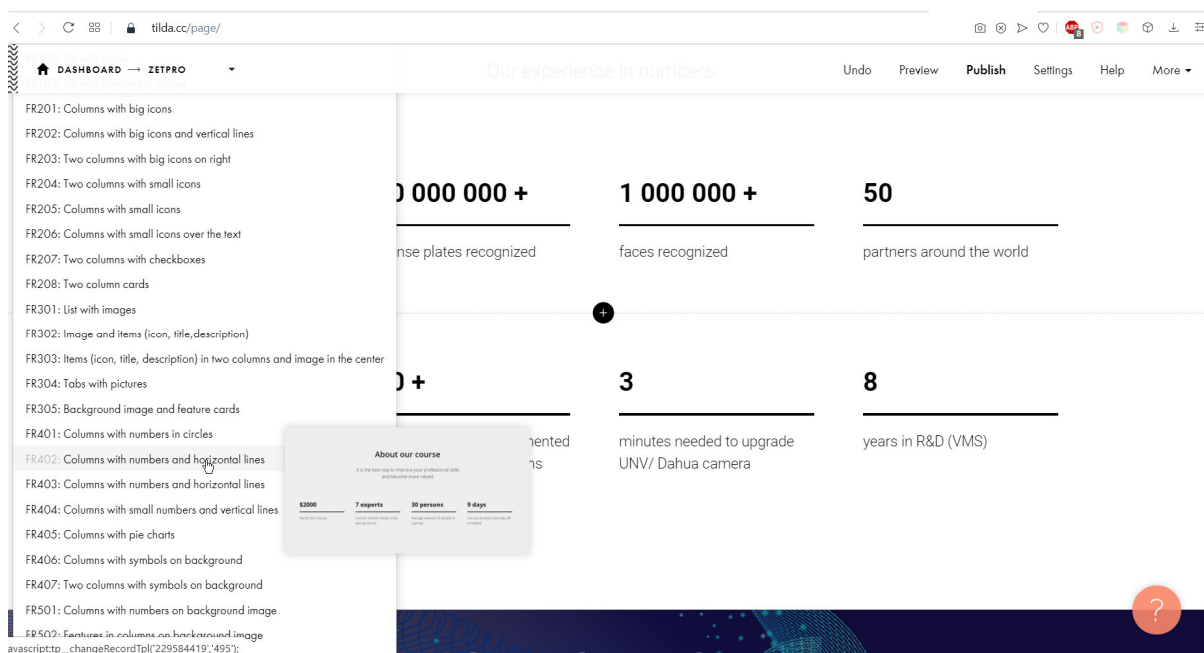


Рис. 3.28. Блок з інфографікою

Створено форму попереднього замовлення, прив'язано месенджер і пошту для отримання інформації. Користувачу треба ввести своє ім'я, телефон і електронну адресу.

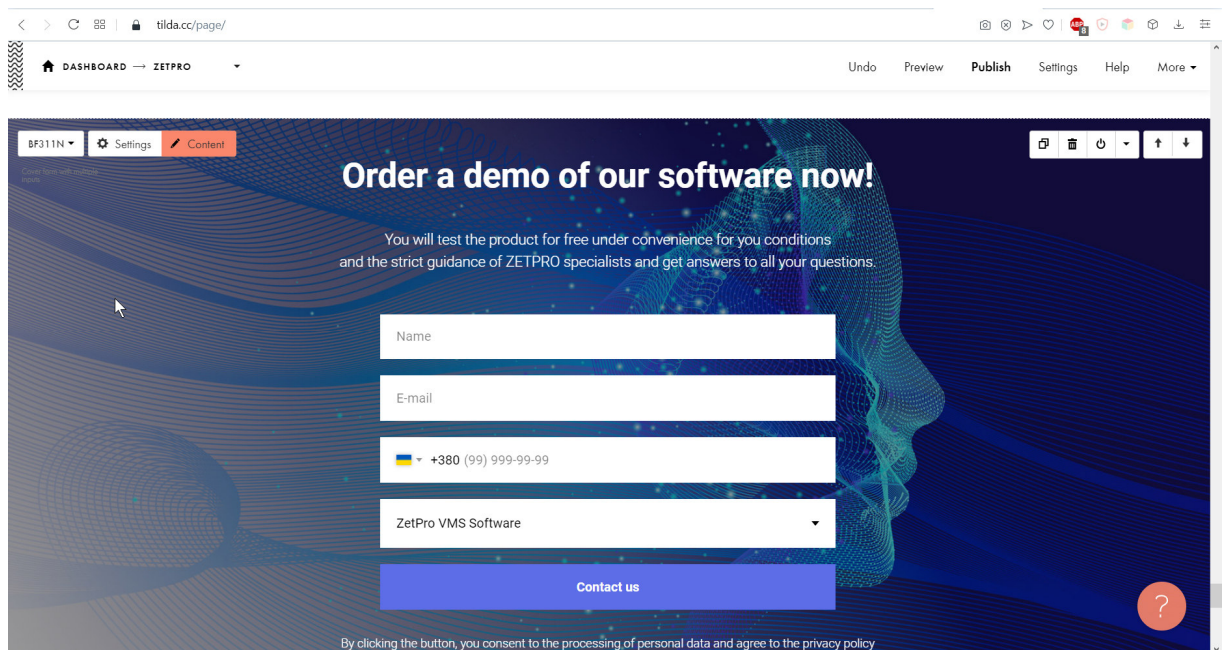


Рис. 3.29. Блок формою попереднього замовлення

Також прив'язані соціальні мережі компанії і її партнери.

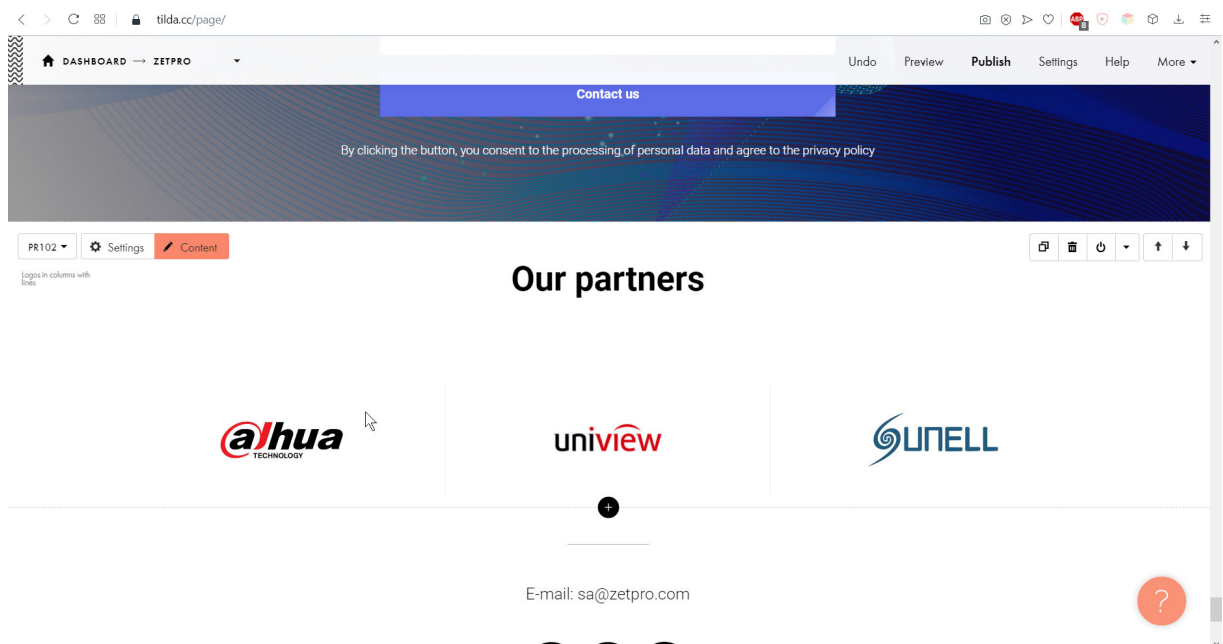


Рис. 3.30. Блок з додаванням партнерів

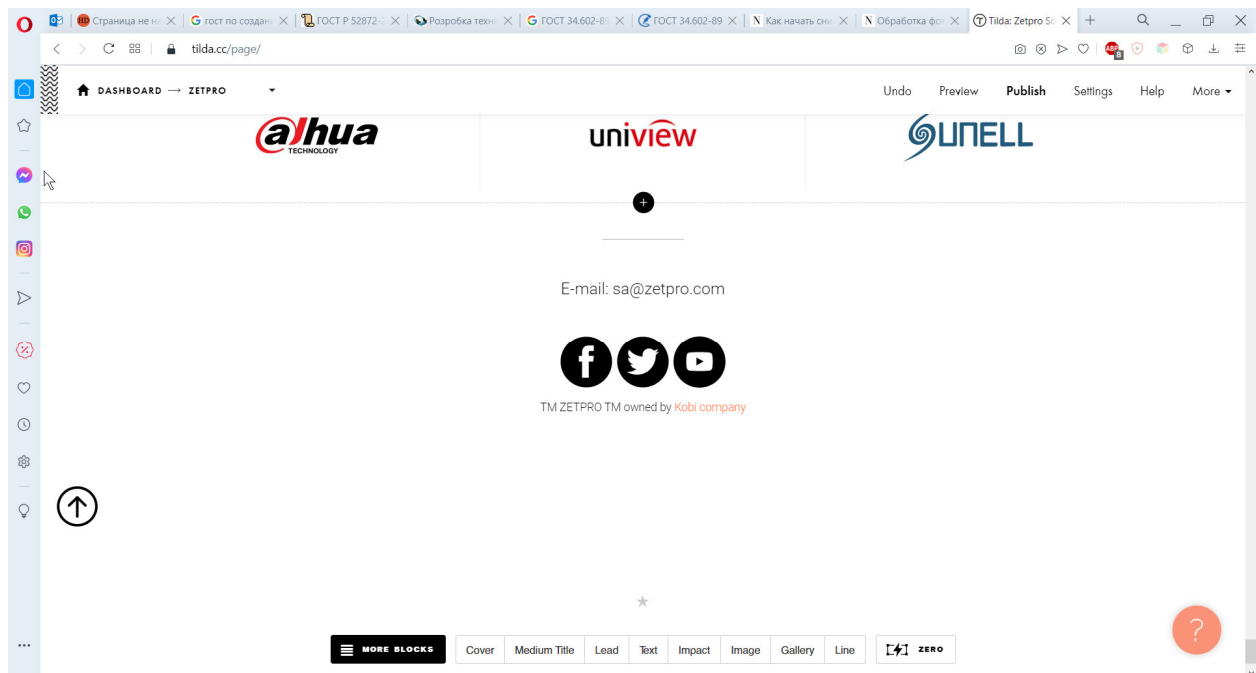


Рис. 3.31. Блок з додаванням соціальних мереж

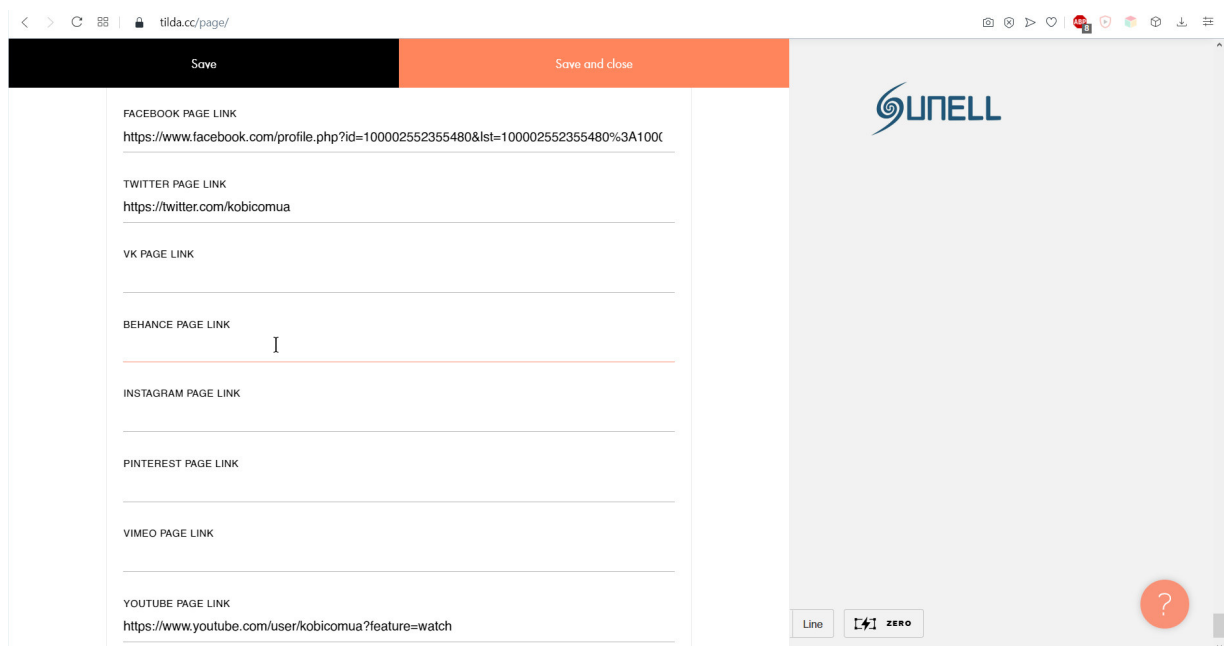


Рис. 3.32. Блок з додаванням соціальних мереж

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи зроблено декілька висновків.

1. Досліджено понятійний апарат дослідження і визначено особливості сайту-візитки. Встановлено, що сайт – це інтернет-ресурс, який включає в себе об'єднані посиланнями і загальною структурою документи.

У сайту-візитки є одна особливість. Його функціонал мінімальний. Інформація, подана на ній, в більшості випадків – статична. Тобто, на сторінках просто викладені фотографії, ціни та послуги.

Відтак, виникає інша проблема – адаптування соціальних проєктів на сайту-візитівках, щоб максимально доступно донести до споживача основну задумку проєкта та зацікавити його придбати те, що допоможе мільйонам людей захиститися від небезпечного вірусу.

2. Проведено аналіз сайтів, та з'ясовано, що існує декілька видів веб-ресурсів: лендинг, сайт-візитка, інтернет-магазин, сайти послуг, персональний блог.

Головна відмінність сайту-візитки від інших ресурсів полягає в його призначенні, а не форматі, адже він призначений для того, щоб дати відвідувачу необхідну інформацію про компанію та її пропозиціях.

3. Опрацьовано та визначено етапи проектування сайту-візитки соціального проєкту: ознайомлення з ТЗ, підготовка текстового та зображувального матеріалу, підключення доменного ім'я та збір сайту на конструкторі.

У складанні ТЗ беруть участь замовник спільно з розробником. Внесок розробника в технічне завдання полягає в тому, щоб сформулювати кінцеву мету і зрозуміти побажання замовника, уникнувши при цьому двозначних тлумачень. Іншими словами, виконавець повинен подивитися на проблему очима замовника.

На підставі власноручно затвердженого технічного завдання, замовник буде приймати готову роботу. У деяких випадках ТЗ становить виконавець проекту.

Підготовка зображувального та текстового матеріалу у випадку даної дипломної роботи виконувалася в графічних редакторах Adobe Photoshop та Illustrator. Підключено доменне ім'я через хостинг, що був наданий замовник, а також зібрано сайт на конструкторі.

4. Здійснено аналіз програмного забезпечення реалізації сайтів, та визначено, що доцільно використовувати для розробки конструктор Tilda.

Tilda, крім очевидних можливостей, може запропонувати цікаві речі не для всіх: можливість створення своїх секцій, добре реалізовану роботу з текстом і доступ до вставці коду, що відкриває двері до величезного пласту функціональності. На жаль, багато інтеграції платні, тому варто це враховувати в роботі.

5. Розроблено концепцію, дизайн. При створенні видання виконано підбір шрифтового оформлення, обрано певне колірне рішення. Визначена структура, що складається з обкладинки, інформаційних блоків, форм замовлення та поширення інформації.

Виконано мету сайту, а саме: залучення великої кількості замовників для використання продукту з соціальною метою, а саме, щоб забезпечити великі приміщення обладнанням, що буде попереджувати про високу температуру у відвідувачів, щоб запобігти поширення вірусу в період пандемії, а насамперед за допомогою простого дизайну для легшого та доступного засвоєння інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверин А.В. Социальная политика и социальная ответственность предприятия. – М: Приор. 2008.-С.280
2. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика// Учебное пособие. Краснодар: Издательство КСЭИ, 2012. 231 с.
3. Омельченко В. Я., Омельченко А. П., Омельченко А. В., Система взаємодії у процесах електронної комерції^[недоступне посилання з квітня 2019] // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект. Збірник наукових праць, 2012 рік, 1 частина, стор 306
4. І. Н. Єгорова, В. Е. Ригніна, ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ WEB-СТОРИНОК // Східно-Європейський журнал передових технологій 5/2 (47) 2010 стор 46
5. Інтернет-сайт. Режим доступу: <https://www.seonews.ru/glossary/internet-site/>.
6. Луків В. А. Соціальне проектування: навч. посібник. М .: Изд-во Моск. гуманітарних. ун-ту; Флінта, 2007. С. 36.
7. Курбатов В. І., Курбатова О. В. Соціальне проектування: навч. посібник. Ростов н / Д: Фенікс, 2001. С. 15.
8. Сафронова В. М. Прогнозування та моделювання в соціальній роботі: навчань, посібник для студ. вищ. навч. закладів. М .: Видавничий центр "Академія", 2008. С. 192.
9. Як створити сайт. Режим доступу: <https://cms-rating.ru/kak-sozdat-sayt/>.
10. Конспект лекцій з дисципліни “Композиція, рисунок, перспектива”. Денисенко С.М.
11. Конспект лекцій з дисципліни “Теорія кольору”. Денисенко С.М.
12. Конспект лекцій з дисципліни “Додрукарське опрацювання інформації”. Денисенко С.М.