

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»

Кафедра информационных управляющих систем

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

Информационный дизайн

тема:

«Разработка веб-сайта для интернет-магазина»

Преподаватель
_____ Кисленко Л. С.
« ____ » _____ 2014г.

Студент(ка) гр. ИСТ-23
_____ Марочкин С. В.
« ____ » _____ 2014г.

Санкт-Петербург
2014

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Анализ предметной области.....	4
1.1 Определение целей и типа сайта.....	4
1.2 Целевая аудитория сайта.....	5
1.3 Алгоритмы взаимодействия пользователя с системой.....	6
1.4 Анализ конкурентов.....	8
1.4.1 Создание списка сайтов-конкурентов.....	8
1.4.2 Анализ тройки ресурсов-лидеров.....	9
1.4.3 Анализ сайтов – конкурентов по критериям.....	11
1.4.4 Оценка результатов и выводы.....	11
2 Проектирование ресурса.....	12
2.1 Структурирование контента.....	12
2.2 Проектирование структуры ресурса.....	13
2.3 Проектирование навигации.....	14
2.4 Прототипирование.....	15
2.4.1 Модульная сетка.....	15
2.4.2 Прототипы типовых страниц.....	16
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	18
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	19

ВВЕДЕНИЕ

Количество пользователей сети Интернет неуклонно растёт, люди всё больше и больше используют различные онлайн-сервисы. В результате этого, количество покупателей через Интернет растёт пропорционально новым пользователям.

Выбранная тема считается актуальной, так как множество людей ежедневно покупают различные товары в Интернет-магазинах.

Интернет-магазины более удобны для покупателя. Клиенту не нужно выходить из дома, думать над выбором товара, стоять в очереди. Все эти факторы являются существенными при переходе производителей с «обычной» торговли на «электронную».

Высокое качество продукции, умение донести информацию о продукте до потребителя и эффективная система сбыта, делает предприятие успешным на рынке.

Целью данного курсового проекта является разработка Интернет-магазина табачных изделий.

1 Анализ предметной области

1.1 Определение целей и типа сайта

Интернет-магазин — это сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ, например, электронными деньгами.

Основная задача Интернет-магазина — это предоставление посетителям удобного сервиса. Важно, чтобы покупатель мог быстро найти и изучить товар, прочитать отзывы, сравнить и сделать заказ.

Цели и задачи проекта:

1. Создание благоприятного впечатления о компании
2. Привлечение новых клиентов
3. Размещение информации о товарах и их стоимости
4. Упрощение процесса выбора и покупки товаров

Выбор создания сайта по продаже табачных изделий обоснован наличием большого ассортимента товаров, ограниченным выбором в розничных магазинах и недавним «анти табачным» законом. Выбирать товар из всего разнообразия гораздо удобнее на сайте, где присутствует система отзывов и рейтинга. Также Интернет-магазин позволяет разместить весь ассортимент товара и отслеживать то, чего действительно хотят пользователи, путём анализа поисковых запросов. Из-за «анти табачного» закона покупателям теперь гораздо тяжелее выбрать товар, в магазинах они видят только названия и цену, а сайт может предоставить полную информацию о каждом товаре.

1.2 Целевая аудитория сайта

Целевая аудитория — люди со средним и выше уровнем дохода, возрастная категория от 18 лет, курящие люди, которые не успевают или просто не желают ходить по магазинам за табачными изделиями. Основной и единственной группой посетителей являются частные клиенты.

Профили типовых пользователей:

Пользователь №1:



ФИО: Крылов Руслан Алексеевич

Дата рождения: 6 января 1987 года

Цель: Покупка табака для курительной трубки

Для данного пользователя будет важна возможность быстрого просмотра перечня товаров и их стоимости, быстрый заказ выбранного товара.

Пользователь №2:



ФИО: Соболев Кондрат Максимович

Дата рождения: 10 ноября 1986 года

Цель: Покупка нескольких видов самокруточного табака, бумаги, фильтров и других сопутствующих товаров.

Для данного пользователя будет важна возможность удобного просмотра всего перечня товаров, их рейтинга, отзывов и стоимости, удобное добавление в корзину и удобный заказ.

1.3 Алгоритмы взаимодействия пользователя с системой

Схема алгоритма взаимодействия пользователя №1 с системой представлен на рисунке 1:



Рисунок 1 – Сценарий взаимодействия с системой

Схема алгоритма взаимодействия пользователя №2 с системой представлен на рисунке 2:



Рисунок 2 – Сценарий взаимодействия с системой

1.4 Анализ конкурентов

1.4.1 Создание списка сайтов-конкурентов

Составим список основных конкурентов, проанализировав результаты различных запросов в крупных поисковых системах (Таблица 1 и Таблица 2).

Таблица 1 — Список конкурентов:

Ключевые слова	Google	Yandex
купить табак	tabachok.ru	tabakpodarki.ru
магазин табачных изделий	shop-tabak.ru	SirTobacco.ru
табак	tabak.ru	TabakSity.ru
табак онлайн	tabachok.ru	mirtabaka-online.ru
магазин табака	tabakpodarki.ru	SirTobacco.ru

Таблица 2 — Ранжированный список:

Сайт	Кол-во упоминаний в списке
tabachok.ru	2
tabakpodarki.ru	2
SirTobacco.ru	2
shop-tabak.ru	1
tabak.ru	1
mirtabaka-online.ru	1
TabakSity.ru	1

1.4.2 Анализ тройки ресурсов-лидеров

Выберем тройку лидеров по наибольшему числу упоминаний и выделим особенности каждого из них (Таблица 3).

Таблица 3 — Особенности главных конкурентов:

Сайт	Особенности
tabachok.ru (Рисунок 3)	- Тяжёлый и устаревший дизайн; - Онлайн консультант; - Категория со скидками; - На главной странице расположены категории товаров; - При просмотре товара предлагают похожие товары; - Возможно сделать заказ без регистрации аккаунта.
tabakpodarki.ru (Рисунок 4)	- Тяжёлый дизайн, сложно найти то, что нужно; - Множество не тематических товаров; - Обилие самых популярных товаров на главной странице; - При просмотре товара не предлагаются никакие товары; - Нельзя сделать заказ без регистрации аккаунта.
SirTobacco.ru (Рисунок 5)	- Приятный и удобный дизайн; - В главном меню наибольшее внимание уделено трубками и табаку для них; - Несколько сейчас просматриваемых другими пользователями товаров на главной странице; - При просмотре товара предлагают сопутствующие ему товары; - Возможно сделать заказ без регистрации аккаунта.

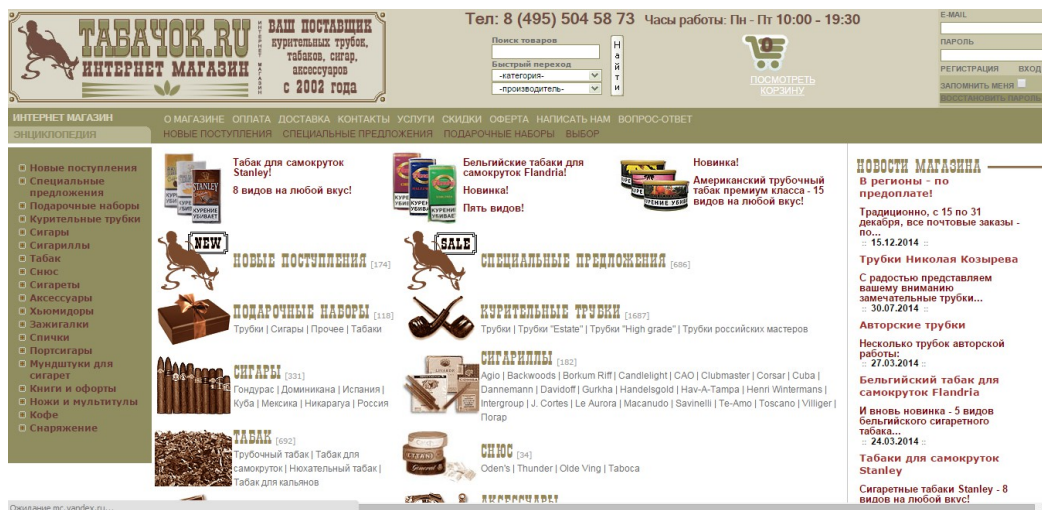


Рисунок 3 – tabachok.ru

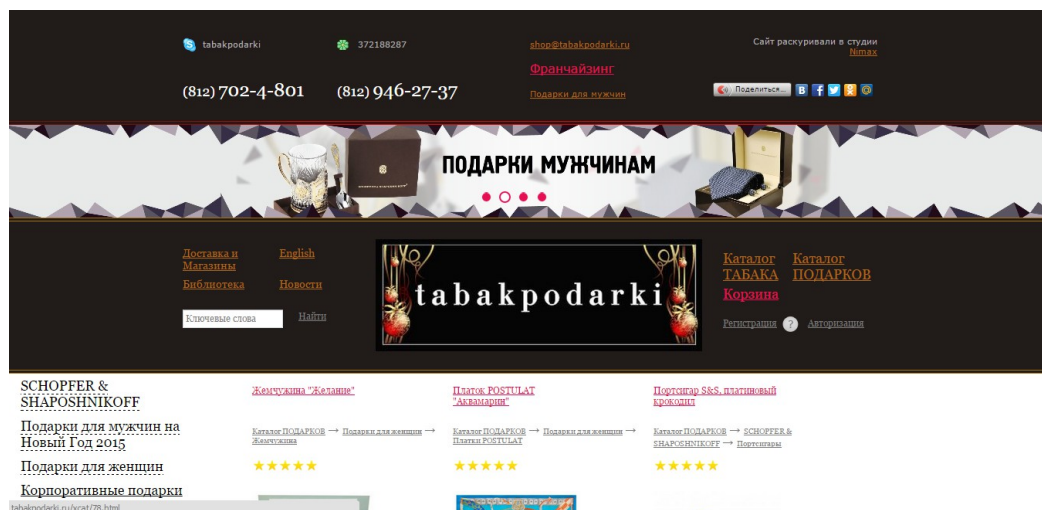


Рисунок 4 – tabakpodarki.ru



Рисунок 5 – SirTobacco.ru

1.4.3 Анализ сайтов – конкурентов по критериям

Составим список критериев, подходящий для выбранных сайтов. Оценим по пятибалльной шкале соответствие ресурсов-конкурентов данным критериям (Таблица 4).

Таблица 4 — Сравнение конкурентов по критериям:

	tabachok.ru	SirTobacco.ru	tabakpodarki.ru
Дизайн	2	4	2
Навигация	4	4	3
Заказ без регистрации	4	5	0
Ассортимент товара	5	3	3
Структурированность меню и товаров	5	4	3
Итого:	20	20	16

1.4.4 Оценка результатов и выводы

Как видно из таблицы выше, лидерство было поделено между сайтами tabachok.ru и SirTobacco.ru. У первого сайта ассортимент товара гораздо больше, но с дизайном явные проблемы. У второго сайта напротив, ассортимент товара невелик, но дизайн гораздо приятнее.

А третий сайт, tabakpodarki.ru, сочетает в себе минусы обоих предыдущих сайтов и тележку своих вдобавок.

2 Проектирование ресурса

2.1 Структурирование контента

Представление структуры сайта (Таблица 5):

Глобальное меню		
Раздел	Подраздел	Описание
Каталог товаров	Локальное меню	Страница со всеми товарами.
О магазине		Информация о магазине.
Доставка и оплата		Информация о доставке и оплате.
Корзина		Корзина и оформление заказа.
Локальное меню		
Раздел	Подраздел	Описание
Кальяны		Товары из категории «кальяны».
Курительные трубки		Товары из категории «курительные трубки».
Сигары		Товары из категории «сигары».
Сигариллы		Товары из категории «сигариллы».
Электронные сигареты		Товары из категории «электронные сигареты».
Табак	Для трубок	Товары из категории «табак для трубок».
	Для самокруток	Товары из категории «табак для самокруток».
	Для кальянов	Товары из категории «табак для кальянов».
	Нюхательный	Товары из категории «нюхательный табак».
Сопутствующие товары	Для трубок	Банки, наборы для ухода, подставки, ерши, пепельницы и др..
	Для самокруток	Бумага, фильтры, гильзы, футляры, пепельницы и др..
	Для кальянов	Уголь, чаши, сиропы, камни и др..
	Для электронных сигарет	Картриджи, жидкости, зарядки и др..
Прочее		Зажигалки, спички, портсигары и др..

2.2 Проектирование структуры ресурса

Структура проектируемого ресурса представлена на рисунке 6:

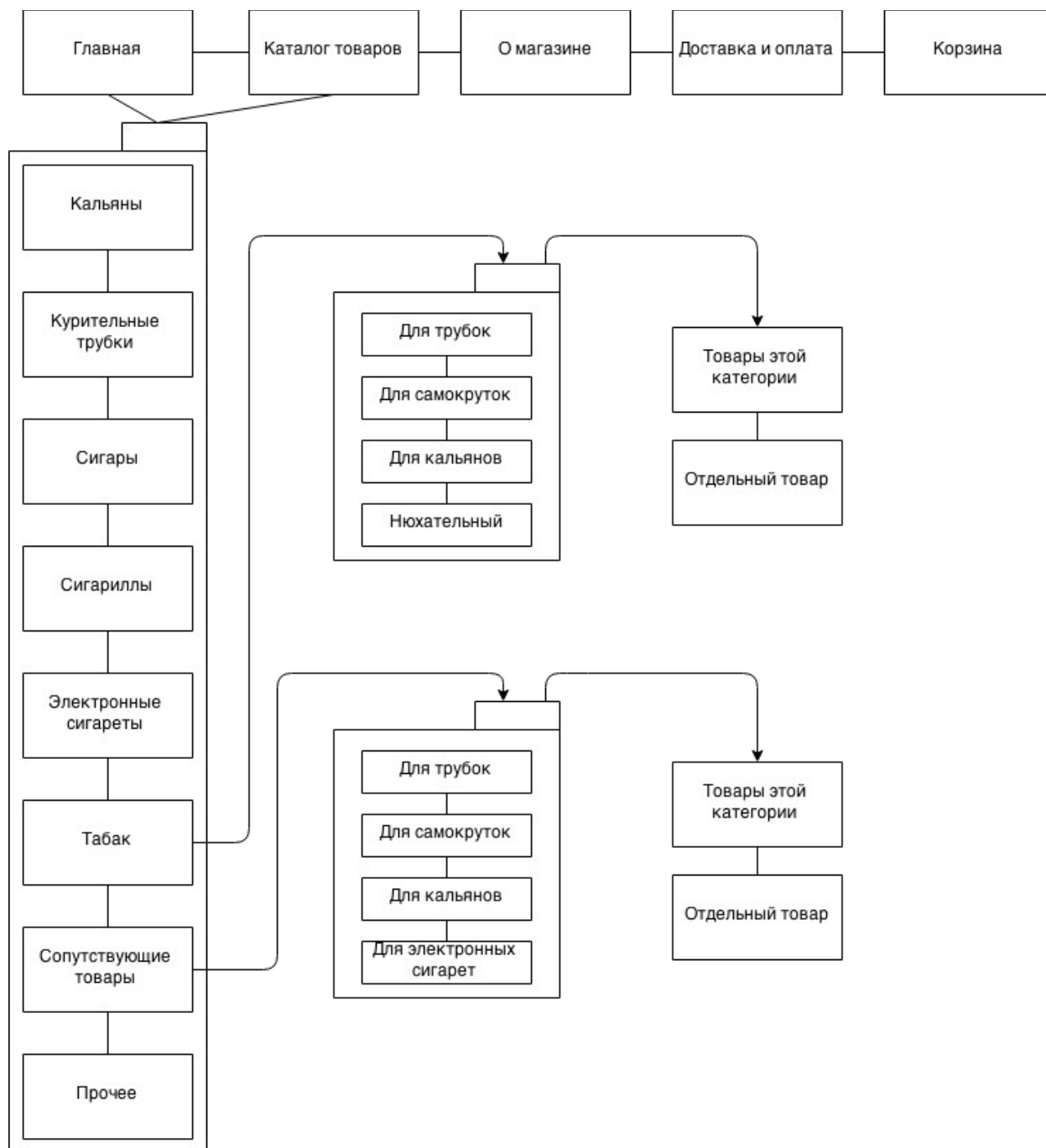


Рисунок 6 – Иерархическая структура сайта

2.3 Проектирование навигации

Глобальная навигация находится на всех страницах и содержит:

1. Логотип — ссылка на «Главную страницу»
2. Каталог товаров — перечень всех товаров
3. О магазине — информация о магазине
4. Доставка и оплата — информация о доставке и оплате
5. Корзина — переход в корзину

Локальная навигация находится на всех страницах и содержит:

1. Кальяны
2. Курительные трубки
3. Сигары
4. Сигариллы
5. Электронные сигареты
6. Табак — выпадающий список, содержит следующие элементы:
 1. Для трубок
 2. Для самокруток
 3. Для кальянов
 4. Нюхательный
7. Сопутствующие товары — выпадающий список, содержит следующие элементы:
 1. Для трубок
 2. Для самокруток
 3. Для кальянов
 4. Для электронных сигарет
8. Прочее

На главную страницу пользователь может попасть нажатием на логотип магазина, который находится вверху страницы. С каждой страницы пользователь может перейти в любой из разделов меню. С помощью выпадающего меню пользователь всегда может перейти в подразделы.

2.4 Прототипирование

2.4.1 Модульная сетка

У разработанной модульной сетки (Рисунок 7), следующие параметры:

- Ширина сайта – 1024px
- Ширина сетки – 960px
- Ширина колонки – 80px
- Количество колонок: 12
- Расстояние между колонок: 30px

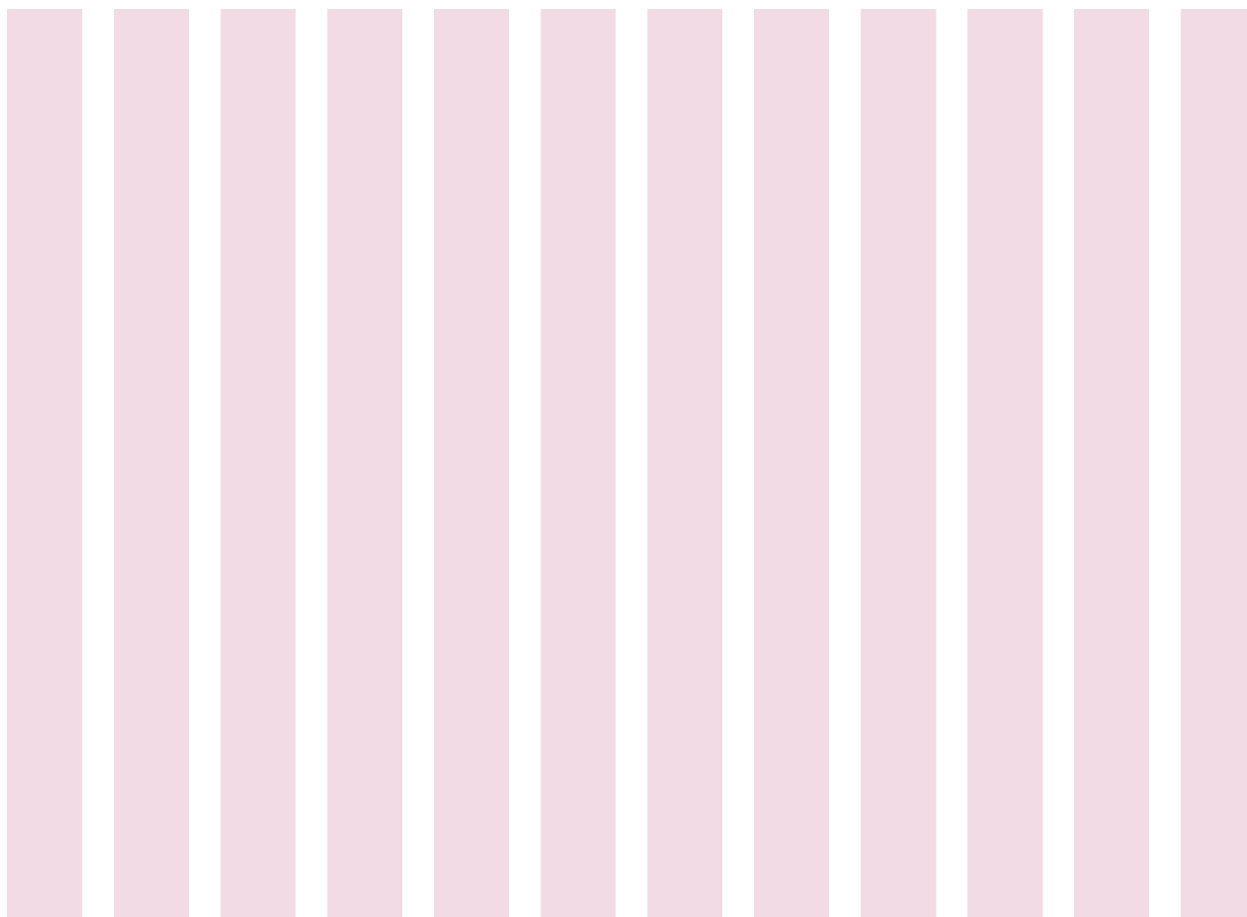


Рисунок 7 – Модульная сетка

2.4.2 Прототипы типовых страниц

Для создания прототипов были выбраны основные страницы: «Главная» (Рисунок 8), «Категория» (Рисунок 9) и «Товар» (Рисунок 10).

Кликабельными являются все элементы, текст которых выделен подчёркиванием.

Логотип	Каталог товаров	О магазине	Доставка и оплата	Корзина	Поиск...
---------	-----------------	------------	-------------------	---------	----------

<u>Капьяны</u> <u>Курительные трубки</u> <u>Сигары</u> <u>Сигариллы</u> <u>Электронные сигареты</u> <u>Табак</u> <u>Сопутствующие товары</u> <u>Прочее</u>	Популярное на этой неделе <table border="1"><tr><td></td><td>НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u></td></tr><tr><td></td><td>НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u></td></tr></table> <table border="1"><tr><td></td><td>НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u></td></tr><tr><td></td><td>НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u></td></tr></table>		НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u>		НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u>		НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u>		НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u>
	НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u>								
	НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u>								
	НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u>								
	НАЗВАНИЕ Описание Рейтинг ЦЕНА <u>В корзину</u>								

АДРЕС	ТЕЛЕФОН	ССЫЛКИ
-------	---------	--------

Рисунок 8 – Прототип главной страницы

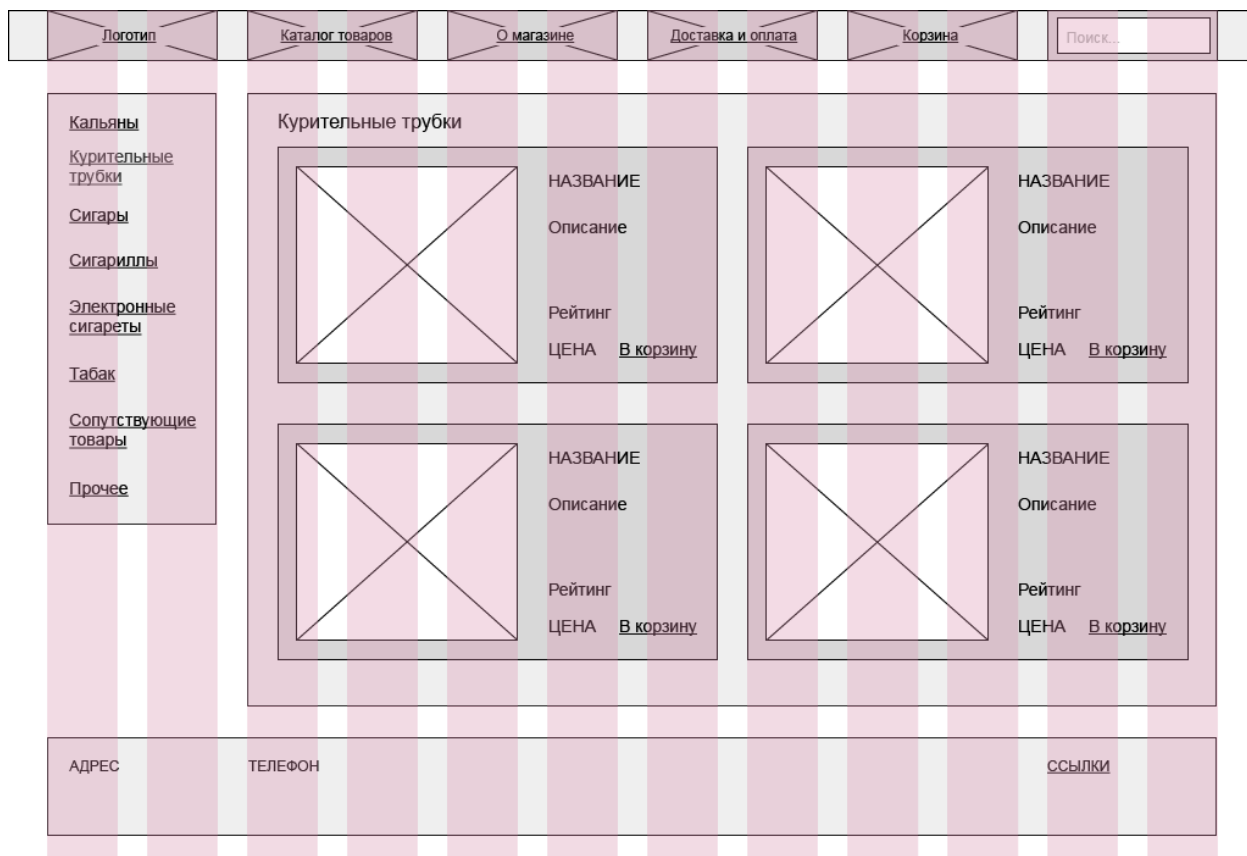


Рисунок 9 – Прототип страницы категории

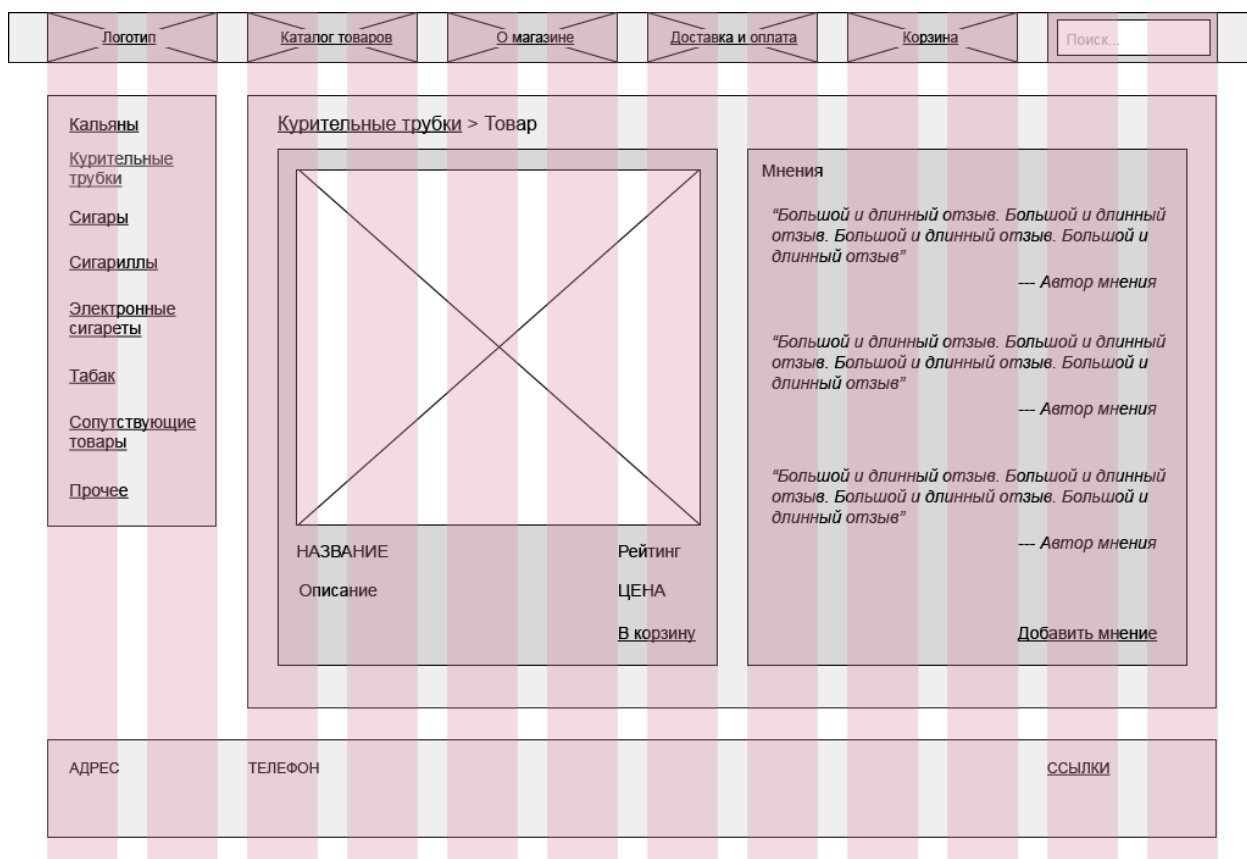


Рисунок 10 – Прототип страницы товара

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения данной работы был спроектирован веб-сайт Интернет-магазина табачной продукции, удовлетворяющий современным тенденциям в области веб-разработки, а именно, теории проектирования опыта взаимодействия.

Первоначально были определены цели и задачи будущего ресурса, затем — целевая аудитория. Далее был разработан сценарий взаимодействия пользователя с сайтом. Впоследствии, был исследован рынок предоставляемых услуг, выделены конкуренты, проанализированы минусы и плюсы сайтов-конкурентов. Затем была начата проектировка системы, для этого было произведено структурирование контента, спроектирована структура сайта, разработана система навигации. Финальным этапом стало проектирование визуального дизайна, а именно создание прототипов типовых страниц.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Электронный ресурс: <http://ru.wikipedia.org/>
2. Кисленко Л.С. – «Требования к курсовому проекту “Информационный дизайн”»