

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт инженерно-педагогического образования  
Кафедра информационных систем и технологий

## ЭЛЕКТРОННАЯ ВИТРИНА СПОРТИВНОГО МАГАЗИНА

Выпускная квалификационная работа бакалавра  
по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)  
профиля «Информатика и вычислительная техника»  
специализация «Компьютерные технологии»

Идентификационный номер ВКР: 774

Екатеринбург 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт инженерно-педагогического образования  
Кафедра информационных систем и технологий

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ

Заведующая кафедрой ИС

\_\_\_\_\_ Н. С. Толстова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

## ЭЛЕКТРОННАЯ ВИТРИНА СПОРТИВНОГО МАГАЗИНА

Выпускная квалификационная работа бакалавра  
по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)  
профиля «Информатика и вычислительная техника»  
профилизация «Компьютерные технологии»

Идентификационный номер ВКР: 774

Исполнитель:

студент группы ЗКТ-511

В.К. Аплеухин

Руководитель:

ст. преподаватель ИС

С.В.Ченушкина

Нормоконтролер:

Б. А. Редькина

Екатеринбург 2016

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа выполнена на 55 страницах, содержит 37 рисунков, 9 источников литературы и 23 интернет-источников.

**Ключевые слова:** CMS, WEB-ВИТРИНА, СПОРТ, СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ, ИНТЕРФЕЙС, САЙТ

**Объект исследования** – процесс презентации товаров для спорта посредством Интернет.

**Предметом исследования** – электронная витрина для ознакомления и презентации спортивных товаров магазина посредством Интернет с возможностью управления и обновления информации.

**Цель работы** – разработать электронную витрину для представления и ознакомления со спортивными товарами на базе специализированной системы управления контентом.

В соответствии с поставленной целью в работе решены следующие **задачи:**

1. Проанализирована технология создания электронных витрин.
2. Произведен анализ существующих интернет-магазинов с целью выявления их особенностей, достоинств и недостатков, и общих требований, предъявляемых к подобным ресурсам.
3. Спроектирована и реализована электронная витрина с использованием выбранной CMS.
4. Проект снабжен сопутствующими обучающими статьями и видеороликами.

# СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1. Технология разработки электронной витрины.....	7
1.1 Электронная витрина как вид интернет-магазинов.....	7
1.2 Понятие электронной витрины.....	7
1.3 Особенности разработки интернет-сайтов для спортивных магазинов .	8
1.3.1 Общие требования к интернет-витринам .....	8
1.3.2 Принципы построения электронной витрины .....	9
1.3.3 Принципы архитектуры построения электронной витрины .....	10
1.3.4 Выбор места размещения сайта.....	11
1.3.5 Особенности разработки интерфейса электронной витрины спортивной тематики .....	12
1.4 Статистика интернет-магазинов по продаже спорт инвентаря.....	14
1.5 Необходимость обучения клиентов о правильном использовании спортивного инвентаря.....	15
1.6 Анализ источников по созданию интернет-магазинов .....	16
1.6.1 Анализ литературы .....	16
1.6.2 Анализ интернет источников.....	18
1.6.3 Обзор интернет-магазин схожей тематики .....	21
2. Описание электронной витрины спортивных товаров.....	28
2.1 Функции интернет-сайта .....	28
2.2 Выбор технологии реализации электронной витрины.....	29
2.3 Схема и описание интернет-сайта.....	30
2.4 Описание шаблона для электронной витрины.....	32
2.5 Подготовка материала для наполнения .....	35
2.6 Описание основных разделов .....	37
2.6.1 Главная страница и навигация.....	37
2.6.2 Информативные страницы о магазине .....	39

2.6.3 Электронная витрина.....	41
2.6.4 Описание страница на сайте «В Контакте».....	44
2.7 Панель администратора Joomla!.....	45
2.8 Размещение в Интернет.....	49
Заключение .....	50
Список использованных источников .....	52
Приложение .....	55

## **ВВЕДЕНИЕ**

В наши дни происходят масштабные изменения во всех сферах человеческой жизни. Важную роль в этих преобразованиях играет стремительное развитие научно-технического прогресса, глобальная информатизация передовых стран мирового сообщества.

Информационные технологии представляют собой смесь из устройств, методов и средств, позволяющих манипулировать информацией вне мозга человека. Это компьютеры и программное обеспечение, периферийные устройства и системы связи.

Эти изменения и затронули область спортивных технологий. В данный момент информационные технологии очень сильно влияют на развитие технологий подготовки спортсменов в разных дисциплинах, а также позволяют более точно оценивать результаты этих подготовок на тренировках и соревнованиях.

Экстремальные виды спорта, пришедшие к нам из других стран, набирают все большие тенденции развития в России. Много людей начали интересоваться сноубордингом и агрессивным велоспортом (Mounting Bike). В связи с этим появилась необходимость получения теоретических знаний в данных областях, но информация, которая появляется в различных источниках не является структурированной и в основном это отрывки из общего курса.

На сегодняшний день виды экстремального спорта активно развиваются, это сноубординг, велоспорт, горные лыжи и др. Сторонников и любителей становится все больше и больше, при этом развивается и индустрия производства как экипировки, так и самой техники. Производители активно борются за своих покупателей, при этом производя практически каждый год новые модели, которые отличаются своей оригинальностью, как во внешних

данных, так и в конструкции, однако есть и такие модели, в которых кроме цветовой гаммы не меняется абсолютно ничего.

У людей, которые собираются приобретать спортивный инвентарь, обычно есть два подхода – в первом случае, люди отдают предпочтение аренде инвентаря, с той мыслью, что на период обучения будет достаточно. Во втором случае, люди наоборот отдают предпочтение покупке хорошему и дорогому снаряжению, поскольку считают, что научиться кататься смогут всего за пару дней.

**Объект исследования** является процесс презентации товаров для спорта посредством Интернет.

**Предметом исследования** является электронная витрина для ознакомления и презентации спортивных товаров магазина посредством Интернет с возможностью управления и обновления информации.

**Цель работы** – разработать электронную витрину для представления и ознакомления со спортивными товарами на базе специализированной системы управления контентом.

В соответствии с поставленной целью в работе определены следующие **задачи**:

1. Проанализировать технологию создания электронных витрин.
2. Произвести анализ существующих интернет-магазинов с целью выявления их особенностей, достоинств и недостатков, и общих требований, предъявляемых к подобным ресурсам.
3. Спроектировать и реализовать электронную витрину с использованием выбранной CMS.
4. Снабдить проект сопутствующими обучающими статьями и видеороликами.

# **1. ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ЭЛЕКТРОННОЙ ВИТРИНЫ**

## **1.1 Электронная витрина как вид интернет-магазинов**

Интернет-витрина – скорее это рекламный сервер [6]. На витрине выкладывают информацию о товарах, которую постоянно обновляют. Затраты на ее создание и администрирование могут быть довольно низкими, а практическая польза такой витрины очевидна. Но это еще не торговля. Потенциальный покупатель, посетив витрину, должен позвонить на фирму, оплатить товар, договориться о доставке. Поэтому интернет-витрина оправдана в тех случаях, когда покупателя надо познакомить со сложной продукцией, на изучение которой в торговом зале у него уйдет слишком много времени[14].

Интернет-витрина может быть размещена где угодно – на собственном сервере, на сервере провайдера, на сервере, предоставляющем бесплатные страницы. Для работы с витриной достаточно иметь подключение через телефонную линию и минимум навыков работы с HTML.

## **1.2 Понятие электронной витрины**

Торговля через Интернет из области экспериментов и модного увлечения переходит в разряд необходимого дополнения любого бизнеса, продающего свои товары и услуги.

Часто созданием и поддержкой интернет магазина в малом бизнесе, занимается непосредственно его владелец [16]. К сожалению, не все имеют специальное образование и опыт в программировании и дизайне, для того, чтобы создать и заставить такой виртуальный магазин работать.



Web-витрина имеет определенные преимущества перед другими, в том числе: удобная система навигации, выбор языка интерфейса, отзывы покупателей о товаре, новости магазина и анонсы.

Кроме стандартных возможностей для администратора доступны: статистика о посетителях, новых заказах и товарах, пользующихся наибольшим спросом; подключение модулей доставки и оплаты; [17] рассылка сообщений подписчикам; резервное копирование базы данных на локальный диск; администрирование web-витрины на основе любой платформы (Windows, Unix-системы), т.к. администрирование происходит с помощью браузера.

### **1.3 Особенности разработки интернет-сайтов для спортивных магазинов**

#### **1.3.1 Общие требования к интернет-витринам**

Чтобы пользователь чувствовал себя на вашем сайте комфортно, ему необходимо предоставить всю информацию о ценах [20]. Владея такой информацией, покупатель сможет сориентироваться и сравнить цены с другими сайтами. Кроме того, наличие цен, говорит о честных намерениях компании, а не о мошенниках, которые любят скрывать все подробности. Поэтому сайт, с представленными ценами будет вызывать доверие, и как следствие – желание что-нибудь приобрести.

Немаловажное значение имеет также, месторасположение цен. Для удобства пользователей, в **интернет-магазине** их рекомендуется располагать как возле конкретного товара, так и в общем списке предлагаемых товаров [1]. Кроме того, покупателю следует предоставить полную информацию о скрытых платежах, в том числе и о доставке, т.е., например, зайдя на сайт, он должен сразу увидеть платная или бесплатная у вас доставка, а если платная – то, сколько именно будет стоить эта услуга.

Еще одна важная особенность, которую следует учитывать при **создании сайта (интернет-витрины)** – достоверная информация о товаре с качественными иллюстрациями. Для этого необходимо соблюдать краткость, понятность и использовать повседневную лексику, понятную потребителям.

Предоставляя информацию о товаре, необходимо предоставить к нему и иллюстрацию, чтоб пользователь имел полное представление о том, что именно он собирается купить. Кроме того, все изображения должны обязательно при желании увеличиваться, для оценки деталей предлагаемого товара [19].

Основными ошибками при **интернет-витрин**, являются:

- недостаточное описание товара;
- неадекватное отображение деталей товара на иллюстрациях.

### **1.3.2 Принципы построения электронной витрины**

Удачный web-сайт — это в высшей степени эффективный инструмент торговли— он способен захватывать внимание аудитории [2]. Как и любой другой маркетинговый инструмент, основанный на принципе непосредственного отклика, прежде всего он должен заинтриговать посетителя, а затем подвинуть его на определенные действия. Однако многие игнорируют эту особенность главной страницы, что часто приводит к тому, что посетители не задерживаются на сайте надолго и покидают его, едва зайдя [3]. Такие web-сайты, пусть даже содержащие иногда огромное количество полезных советов и статей, практически никогда не достигают предполагаемого уровня посещаемости, не говоря уже о продажах.

Сделав всего несколько изменений, простой web-сайт может превратиться в более надежный и эффективный инструмент. Важно помнить, что изо дня в день на потенциальных клиентов обрушивается поток информации и различных рекламных сообщений, и что в плане завоевания их внимания существует предельно жесткая конкуренция [10]. Web-сайт, способный при-

влечь внимание и вызвать любопытство, побудит клиентов не только просмотреть оставшиеся страницы и совершить покупки, но и снова посетить его через некоторое время, а также рекомендовать своим друзьям и знакомым.

Программная часть архитектуры web-страницы рассматривается как взаимосвязь операционной и серверной части.

В операционной части рассматривается среда разработки web-страницы.

Серверная часть содержит в себе размещение web-страницы на сайте провайдера, поддерживающие технологии, используемые при создании web-страницы.

Как известно, реклама – двигатель прогресса, а Интернет – самый, что ни есть продукт этого самого прогресса.

### **1.3.3 Принципы архитектуры построения электронной витрины**

Архитектура сайта – систематизация информации и навигации по ней с целью помочь посетителям более успешно находить нужные им данные. Хорошо продуманная грамотная архитектура сайта гарантирует, что пользователи потратят меньше времени на поиск нужной информации [6].

Разработка архитектуры сайта должна вестись с учётом наиболее важной информации с точки зрения продвижения товаров/услуг на интернет-рынке. В процессе создания структуры нового сайта, либо оптимизации структуры уже существующего, необходимо концентрировать внимание потребителей именно на этой информации и управлять посещаемостью сайта потенциальными клиентами именно в наиболее важных разделах сайта в соответствии с позиционированием на рынке, продвигаемых товаров/услуг.

Грамотное распределение приоритетов между разделами и страницами сайта, сделает их основными точками входа на сайт, что позволит потенциальному потребителю быстро найти необходимую ему информацию об иско-

мых товарах/услугах и повысит успешность бизнеса в интернете. Архитектура интернет – магазина должна быть проста и интуитивно удобна.

Итак, web-страница должна быть информативна, не содержать лишней или ненужной информации, при этом иметь такой способ представления товаров, который позволит покупателю с легкостью найти то, что его интересует, а также ненавязчиво попробовать заинтересовать его чем-то другим, чтобы web-страница запомнилась [5]. Тогда при необходимости клиент будет возвращаться в нее снова и снова, будет советовать его своим друзьям и близким.

#### **1.3.4 Выбор места размещения сайта**

Выбор места для своего сайта всегда очень ответственное дело – от того, где и как будет располагаться сайт, зависит очень многое: и его посещаемость, и общий интерес пользователей, и, наконец, отдача (экономическая или просто психологическая в зависимости от тематической направленности ресурса и целей своего автора). С этой проблемой, так или иначе, сталкиваются любые создатели сайтов – как начинающие пользователи, так и опытные веб-мастера, программисты и IT-менеджеры. Конечно, для начинающего пользователя Интернета наиболее оптимальным местом для размещения своего персонального сайта являются различные серверы бесплатного хостинга. Но по мере развития такого интернет-проекта, его роста и перехода из любительской категории в профессиональную, сервера бесплатного хостинга перестают удовлетворять потребностям таких сайтов (точнее их владельцев).

Основные критерии (цена/объем дискового пространства/поддержка скриптов) и есть тот базис, который предопределяет выбор пользователя в пользу той или иной компании, предоставляющей услуги хостинга. Остальные дополнительные функции уже играют меньшую роль. Хотя, например, неограниченный трафик тоже избавит пользователя от лишней головной боли. Ну и различные прочие «бонусы» (как, например, скидки при заказе хо-

стинга на год, бесплатный домен, партнерские программы и прочие маркетинговые акции) тоже нельзя не учитывать.

В администрировании будут содержаться основные настройки web-страницы:

- общие настройки магазина: название магазина, адрес, телефон, e-mail адрес магазина и т.д.;
- настройки наличия товара;
- настройки цены на товары/услуги;
- настройки (пополнение фотогалереи);
- настройки по расширению web-страницы и т.д.

### **1.3.5 Особенности разработки интерфейса электронной витрины спортивной тематики**

Разработка web-витрины магазина спортивной тематики мало чем отличается от любого другого подобного проекта, поэтому сайт должен соответствовать основным принципам разработки интернет-страниц.

Во-первых, чем проще, тем лучше. Это вовсе не значит, что должен быть только текст и контактная информация, но на сайте не должно быть бесполезной информации, шрифт должен легко читаться. Графические элементы должны быть чёткими, выразительными и быстро загружаться. На сайте магазина недопустимо использовать анимацию и звук, которые долго загружаются и отвлекают внимание покупателя.

Человеческий глаз просматривает страницы сайта сверху вниз. Наибольшее внимание сосредотачивается на левой верхней части страницы. Поэтому в верхней части страницы сайта, как правило, размещается наиболее важная информация: название фирмы, логотип, само название сайта и т.д.

Чем проще выполнена верхняя часть страницы, тем легче запомнить название сайта и саму фирму.

Во-вторых, типовой ошибкой многих сайтов является нагромождение в

верхней части страницы сайта авангардной и сложной композиции из многих рисунков, среди которых едва заметно располагается название фирмы и название сайта. В результате человеческий глаз, сканируя данную часть страницы сайта, не успевает распознать и запомнить нужную информацию. Происходит перенасыщение. Вместо увеличения запоминаемости, на таких сайтах, происходит снижение запоминаемости основных надписей (рисунков) сайта, названия фирмы и название сайта.

В-третьих, покупатель должен без труда находить интересующий его товар и иметь возможность получить о нём исчерпывающую информацию (описание в виде текста плюс несколько фотографий). На витрине желательно разместить данные о деятельности фирмы-продавца (чем занимается компания, какие регионы обслуживает, адрес, контактную информацию и т. д.).

В-четвертых, товары/услуги должны быть распределены по группам. Необходимо обеспечить возможность поиска товаров/услуг по части названия и описания. Для каждого товара/услуги обычно предусмотрены: краткое и полное описание, плюс несколько фотографий.

В-пятых, аккуратная работа с цветом. Правильно примененный цвет может, например, передавать тонкие различия между однородными элементами. Неправильно примененный цвет может мешать работать с программой.

Особенно это относится к красному цвету. Так уж получилось, что для всех людей красный цвет ассоциируется с некой опасностью. Большое количество красного цвета в каком-либо месте на экране привлекает внимание, заставляет пользователя настораживаться, думая, что что-то не так.

Дорожные знаки красного цвета либо запрещают, либо предупреждают об опасности. Поэтому, если кнопка на экране окрашена красным, независимо от того, что на ней написано пользователь будет стараться избегать нажатия на нее. В малых количествах красный цвет может исправно служить в качестве ненавязчивого указания наличия каких-либо проблем. Например, если получившееся в результате расчета число превышает норму.

Руководствуясь данными принципами разработки интерфейса, было

решено сделать ставку на простоту и информативность, что бы пользователь, попадая на сайт, должен получать четкую информацию о товаре, новинках, предстоящих релизах. Так же о том, как он сможет оплатить заказ, каковы условия и сроки доставки и т.д.

На web-странице должен быть реализован удобный и быстрый поиск необходимого пользователю товара, так как не все имеют неограниченный доступ в интернет, и многие оплачивают его по часам. Да и утомительный просмотр каталогов мало кому по душе.

Все товары, предлагаемые на сайте, должны быть в наличии. Так как вряд ли кого-то порадует сообщение о том, что заказанный товар, он сможет получить только через месяц.

Будет сделана простая и предельно удобной навигация, с тем, чтобы пользователь оперативно получал ответы, на любые вопросы по тематике сайта. Не найдя нужной информации, посетитель может просто уйти, так и не получив четкого представления о вашем ресурсе.

Цветовая гамма будет ориентирована на светлые серо-синие тона, удачно гармонирующие с черным цветом текста.

#### **1.4 Статистика интернет-магазинов по продаже спорт инвентаря**

Проанализировав работу сети магазинов «Спорт мастер» (наиболее крупной в России сети магазинов спорт-инвенторя), можно прийти к заключению об экономической целесообразности и окупаемости дополнительной услуги – web-витрины. Так как, создавая данную услугу, потенциальным клиентам предоставляется возможность ознакомления с компанией, магазином и предоставляемыми услугами. Существование возможности ознакомления с новинками и ожидаемыми поступлениями так же поднимет рейтинг магазина, создаст расширение круга постоянных покупателей.

Web-витрина сможет так же приносить дополнительный доход при ознакомлении с продукцией через сеть интернет покупателей, находящимся в

других городах Свердловской области. Заинтересовав клиента, относительно невысокими ценами, широким ассортиментом товаров/услуг, возможно, выйти на общероссийский уровень.

### **1.5 Необходимость обучения клиентов о правильном использовании спортивного инвентаря**

При покупке товара в Сети, его нельзя пощупать руками, нельзя посмотреть в реальном размере и получить помощь продавца консультанта. Этот пробел должен заполнить такой сайт, который сделает процесс поиска и выбора товара максимально удобным.

Более того, подобрать товар, который бы полностью соответствовал требованиям клиента, порой очень затруднительно, поэтому может возникнуть необходимость сборки товара по частям. При этом необходимо правильно и грамотно подобрать составные части и в конечном итоге собрать их воедино. Некоторые части и блоки (например, амортизирующие вилки для велосипедов) представляют собой сложные технические узлы. Не зная особенностей таких узлов, а также, не имея должной инструкции по сборке, можно ошибочно собрать спорт инвентарь, что может привести к серьезным последствиям при его эксплуатации. Более того, информация об узлах и комплектующих находится на разных сайтах, зачастую на иностранном языке. Поиск такой информации может быть затруднителен.

Чтобы посетителю сайта было проще разобраться в комплектующих, а также ознакомить его с особенностями, тонкостями и нюансами, оправдано размещение инструкций, обучающих видео и фотоматериалов прямо под просматриваемым товаром.



## **1.6 Анализ источников по созданию интернет-магазинов**

### **1.6.1 Анализ литературы**

Книга «HTML5 – путеводитель по технологии» К. Сухова посвящена знакомству и незамедлительному началу использования на практике HTML5 – нового стандарта и флагмана современных интернет-технологий. Все новые API (Canvas, Geolocation API, WebStorage, WebSockets, WebGL IndexedDB, WebRTC, а также многое, многое другое) рассмотрены на основе практических примеров, и большую часть из них можно использовать прямо здесь и сейчас[19].

В новом издании рассмотрены самые последние по времени HTML5 технологии – API для мобильных устройств и незаменимый инструмент для Web Speech API.

Для хорошего понимания материала желательны знания HTML/DHTML/JavaScript и общее представление об устройстве Всемирной сети.

В книге «Самоучитель Joomla!» описан простой и быстрый процесс разработки полнофункциональных сайтов с использованием бесплатной системы управления контентом Joomla! [8]. В книге рассматривается: установка и настройка системы и сопутствующих приложений, планирование содержания сайта, добавление статей, разработка меню, администрирование Joomla!, резервное копирование сайта, проблемы безопасности, создание собственных шаблонов, обзор расширения системы и примеры их разработки, поддержка функции web-сообщества, сбор и анализ статистики сайта, создание фотогалереи, поддержка электронной коммерции, поисковая оптимизация.

В книге «Пошаговое руководство по созданию шаблонов на Joomla!» рассматривается корпоративная индивидуальность[9].

Корпоративная индивидуальность (Corporate Identity или CI) — это отличительные признаки внешнего представления компании, традиционно сложившиеся за время существования компании или специально разработанные для нее.

Корпоративная индивидуальность включает:

- корпоративный образ (цены, продукция, рекламная стратегия);
- корпоративный дизайн (внешнее представление);
- корпоративное общение;
- корпоративное поведение (отношение сотрудников друг к другу и к клиентам).

Данные аспекты корпоративной индивидуальности следует принять во внимание во время разработки сайта [5]. Эта книга учит с умом создавать свои шаблоны.

Книга «Joomla! Практическое руководство» написана ведущим консультантом проекта Joomla! Берри Нортон, раскрываются все особенности и преимущества платформы.

В этой книге можно ознакомиться с техническими возможностями Joomla!, ее модулями и компонентами, научиться грамотно формировать содержимое и узнать о способах управления им. Затронуть важнейшие вопросы, как разработка шаблонов, создание удобной системы навигации, оптимизация сайтов для поисковых систем. Кроме того, можно найти три примера создания веб-сайтов «с нуля» [10].

Книга написана простым и живым языком, содержит минимум технических терминов, не требует от читателя знания PHP, CSS и прочих терминов, обычных для веб-дизайна, и при этом в ней представлено множество практических приемов, советов и вариантов решения возможных проблем.

На основе анализа литературных источников, из трех учебных пособий было выбрано «Joomla! Практическое руководство» Берри Нортон потому, что в данном пособии материал дан в более понятной и упрощенной форме и даны все необходимые инструкции для начала работы в системе. Книга

«HTML5 – путеводитель по технологии» К. Сухова описывается технология HTML5, которая является достаточно новой, но на данный момент не является актуальной в связи с тем, что не все интернет-браузеры поддерживают данный формат. Книга «Пошаговое руководство по созданию шаблонов на Joomla!» полезна для создания нужного шаблона, на уже созданном сайте, но содержит информацию для уже имеющих опыт в web-программировании людей, поэтому её понимание для неопытного пользователя затруднено.

## 1.6.2 Анализ интернет источников

Неоспоримой кладезю информации по системе Joomla! для российского пользователя является сайт <http://joomla.ru/> (рисунок 1) [11].

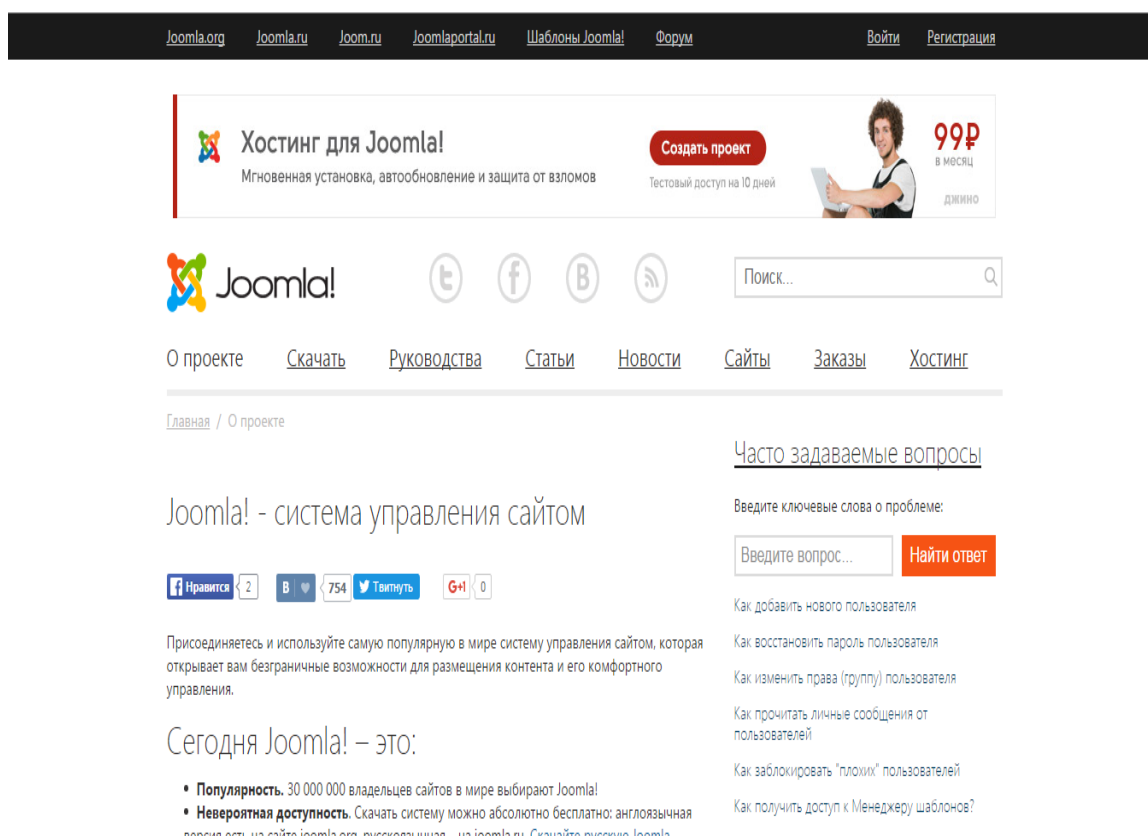


Рисунок 1 – Интерфейс сайта <http://joomla.ru>

На сайте можно найти информацию по самой системе, скачать дистрибутивы необходимого ПО, найти руководства по использованию и приемам

работы в системе. Тут же можно просмотреть примеры готовых сайтов и заказать хостинг своего будущего сайта (рисунок 2).

## Найти хостинг для Joomla!

Дисковое пространство (Гб) от  1 2 3 5 7 10 30 50

Оплачиваемый период (мес)  1 2 3 4 5 6 9 12 18 24 36

Цена за 1 месяц (руб.) до  0 100 200 300 400 500 700 1000 2000 5000

Количество сайтов от  1 2 3 5 7 10 15 20 30

Найдено предложений: **27**, от **2400** руб. [Показать](#) [Сбросить фильтры](#)

Хостинг	Тарифный план	Диск (Гб)	Кол-во сайтов	Цена (руб.)	Заказ на сайте провайдера
<a href="#">Timeweb.ru</a>	<a href="#">Century</a>	6	10	2400	<a href="#">Заказать</a>
<a href="#">HostingJoomla</a>	<a href="#">5000</a>	5	10	2500	<a href="#">Заказать</a>
<a href="#">Reg.ru</a>	<a href="#">Joomla-2</a>	5	10	2689	<a href="#">Заказать</a>
<a href="#">HostingJoomla</a>	<a href="#">7000</a>	7	20	3000	<a href="#">Заказать</a>
<a href="#">Realhosters</a>	<a href="#">BUSINESS (3.99\$)</a>	5	5	3060	<a href="#">Заказать</a>
<a href="#">Hostinq.nic.ru</a>	<a href="#">201</a>	7	12	3150	<a href="#">Заказать</a>

Рисунок 2 – Заказ хостинга для сайта

Сайт <http://texterra.ru/> в сжатой форме содержит информацию по так называемому «быстрому старту» для работы в системе Joomla!. Информация хорошо структурирована (рисунок 3) [29].

Последний аргумент вас убедил? Тогда создавайте сайт на «Джумле» с помощью пошагового руководства. В нем вы найдете следующую информацию:

1. [С чего начать работать с Joomla!](#)
2. [Как установить шаблон.](#)
3. [Как настроить «Джумлу».](#)
4. [Что могут расширения Joomla!](#)
5. [Как подключить коды аналитики.](#)
6. [Как публиковать контент.](#)
7. [Сравнение «Джумлы» с WordPress.](#)

Рисунок 3 – Навигация на сайте <http://texterra.ru/>

Сам сайт содержит скриншоты, подробно описывающие каждое действие по созданию своего проекта (рисунок 4).

## Шаг № 2: как установить шаблон Joomla!

Вы можете заказать эксклюзивный шаблон для «Джумлы» или воспользоваться готовым платным или бесплатным решением. При выборе шаблона руководствуйтесь следующими рекомендациями:

- Если у вас нет мобильной версии сайта, выбирайте шаблон с адаптивной версткой. Благодаря этому [вашиm сайтом смогут пользоваться владельцы смартфонов и планшетов](#).
- Обращайте внимание на внешний вид и функциональность шаблона. Например, если вы создаете корпоративный сайт или интернет-магазин, вам не подойдут темы для блогов или сайтов-визиток.
- Если вы выбираете готовый шаблон, воспользуйтесь иностранными сайтами. Для этого введите в Google запрос joomla templates. У вас будет больше шансов найти хорошую тему, которую не используют ваши коллеги и конкуренты.

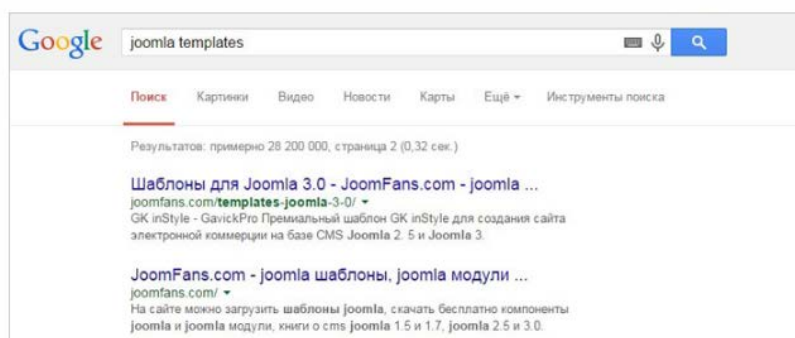


Рисунок 4 – Скриншоты, описывающие действия пользователя

Сайт <http://www.site-do.ru/> содержит всю необходимую информацию, что бы человек, не имеющий представления о CMS Joomla! смог создать свой сайт на этом движке. Статьи этого раздела представляют собой уроки. Уроки проходятся по порядку, что бы не упустить особенностей CMS Joomla! (рисунок 5) [27].

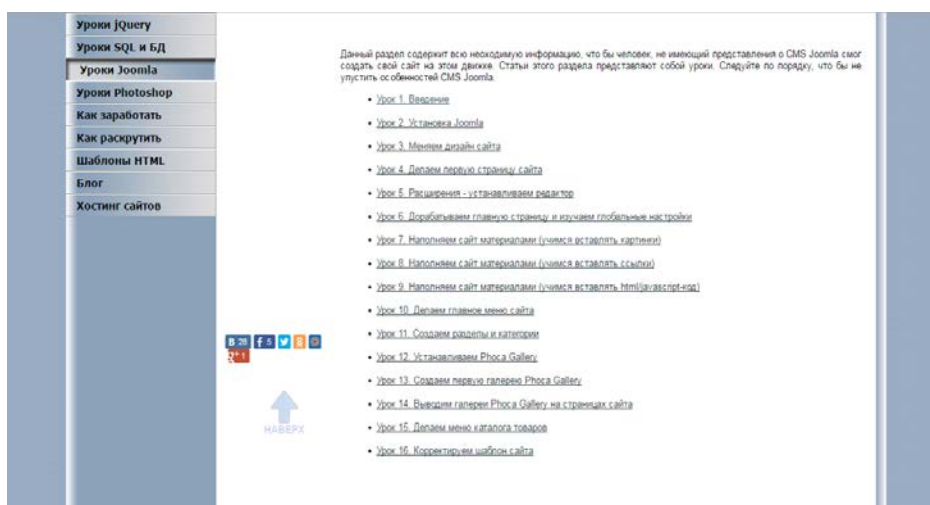


Рисунок 5 – Структура уроков по Joomla

Каждый урок в доступной форме раскрывает необходимую информацию по работе в системе. Предусмотрены интерактивные ссылки на термины, которые могут быть непонятны. Есть возможность перехода к следующему уроку, в рамках проходимого урока, либо к списку курсов по системе (рисунок 6).

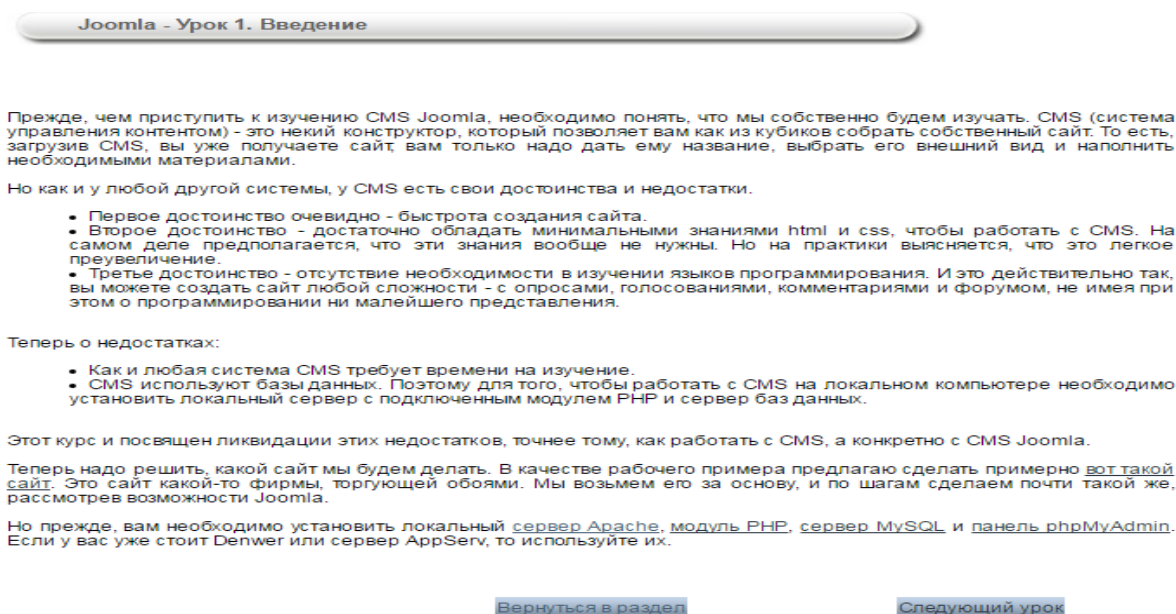


Рисунок 6 – Формат урока по Joomla! на сайте <http://www.site-do.ru>

В ходе проведения анализа указанных интернет ресурсов, был выбран <http://joomla.ru/>. Выбор обусловлен тем, что на данном ресурсе более продуктивна система поиска информации, так же эта информация представлена в более полном и удобном виде.

Для публикации видео уроков был использован ресурс YouTube, так как в сравнении с аналогами данный ресурс обладает большим наличием видеоматериала данной тематики в отличии от таких ресурсов, как Rutube или Kivvi. Так же на YouTube достаточно упрощённая система интегрирования видеороликов на сторонние сайты с достаточно обширными настройками.

### 1.6.3 Обзор интернет-магазин схожей тематики

**ДомСпорта.** Данный магазин занимается продажей спортивных товаров для всей семьи (рисунок 7) [25].

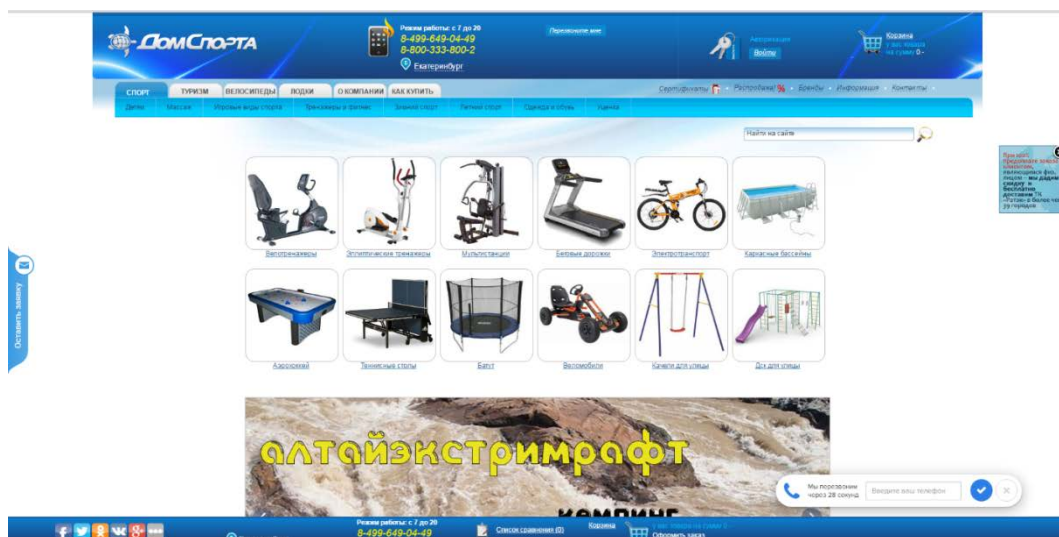


Рисунок 7– Главная страница магазина ДомСпорта

Главную страницу сайта можно разделить на 2 основные области: верхняя «шапка» сайта и основной блок контента. В «шапке» располагается логотип, режим работы магазина, кнопки «Перезвонить» и «В корзину», а также кнопка авторизации на сайте. В контенте вверху, находится основное меню сайта, состоящее из основных категорий или подкатегорий, чуть ниже находится строка поиска по сайту. Контент разбит на две колонки (блока). В левой колонке отображаются выбранная категория и подкатегория, и также можно оставить заявку. В левом блоке отображаются все товары выбранной подкатегории.

Общая стилистика сайта достаточно простая и не имеет каких-то особых дизайнерских решений.

Навигация по данному интернет-магазину не вызывает затруднения. Присутствует фильтр товаров по заданным параметрам, что очень упрощает навигацию среди большого множества товаров.

Четко разделено описание товара от его характеристик, что способствует хорошему восприятию интересующих пунктов информации.

Присутствуют отзывы, но отсутствуют инструкции по пользованию технически сложных устройств (например, тренажеров).

***Вертикаль Экстрим*** (рисунок 8) [30].

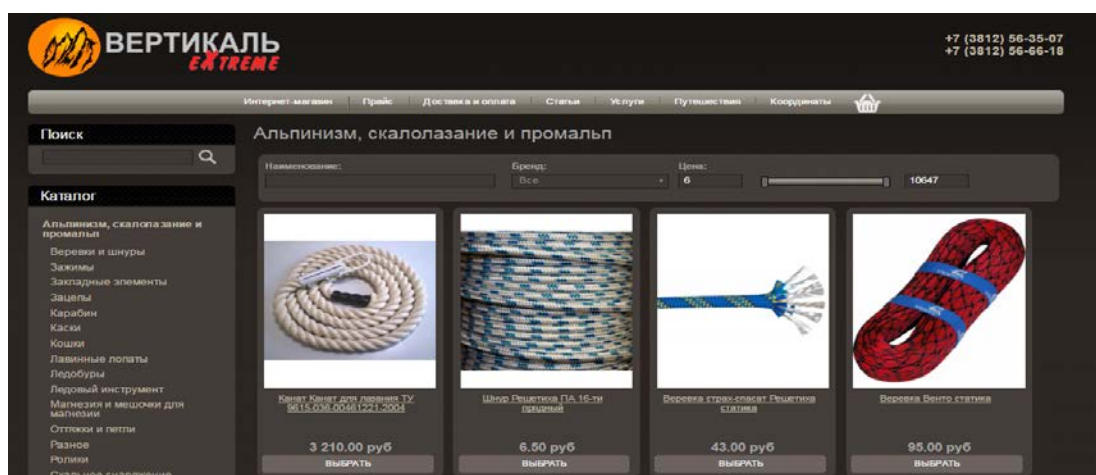


Рисунок 8 – Главная страница магазина Вертикаль Экстрим

Этот интернет магазин на первый взгляд невзрачный и не привлекает много внимание, цветовая гамма содержит в основном только серые тона оформления. Навигация осуществляется с помощью двух меню: главное меню и меню навигации по категориям. Так же на сайте присутствует модуль новостей магазина и модуль отображения акций (скидок), которые расположены только на главной странице сайта.

На главной странице сайта имеется слайдер изображений, который имеет только функцию отображения акций без опции перехода по ссылке изображения на акцию. Ниже слайдера находится информация о данном интернет-магазине.

Через главное меню навигации можно перейти в разделы: «Интернет-магазин», «Прайс», «Доставка и оплата», «Статьи», «Услуги», «Путешествия», «Координаты» и «Корзина».

Через пункт меню «Интернет-магазин» можно попасть на страницу выбора категорий товаров, где для наглядности каждой категории присвоена своя картинка, соответствующая тематике категории. При переходе в категорию отображается список соответствующих товаров. В множестве товаров можно сориентироваться с помощью фильтра по товарам, через который можно отобразить товар определенного бренда, с определенным диапазоном цен и необходимым названием. Из списка товаров можно, не переходя к самому товару, добавить товар в корзину. При переходе на страницу товара за-



частую описание товара и характеристики могут быть в одном блоке без разделения, что осложняет выбор товара, пока не прочесть всю информацию о товаре. Так же на страницах товара присутствует галерея изображений товара, выпадающее меню с выбором опций товара. Для осуществления добавления товара в корзину присутствует соответствующая кнопка. Для отображения содержания корзины добавлен модуль корзина под меню категорий товаров слева.

Общее впечатление о данном сайте осталось вполне положительное.

**Спортмастер.** Интернет-магазин выполнен на достаточно высоком уровне. Сам магазин существует уже достаточно длительное время и научился учитывать потребности покупателей. Имеет очень хорошее стилистическое оформление.

На главной странице в верхней части для посетителя предусмотрен выбор города. Ниже в виде выпадающего списка имеется каталог товаров. Рядом с каталогом поиск по наименованиям товаров, вход в личный кабинет, где можно просмотреть истории покупок и количество накопленных баллов по клубным картам [28].

Ниже расположен сайдер с возможностью перехода по новостям при помощи функциональных клавиш. В сайдере отображаются новости магазина о скидках и акциях на товар. Предусмотрена возможность одним кликом из сайдера попасть в каталог с акционным продуктом.

Ниже слайдера располагается полоса с брендами. Так же на этом блоке расположена полоса прокрутки актуальных акций от магазина. Так же на главной странице расположен блок с товарами, выбранными интернет-магазином для привлечения к этим товарам внимания. В самом низу расположена информация саморекламы магазина, информационные ссылки для пользователей.

При переходе в категорию товаров выводится информация помощи с выбором товара, а так же подкатегории товаров и список товаров категории.

Справа от списка товаров выводятся категории вида спорта, для более удобного подбора товара в категории (рисунок 9)

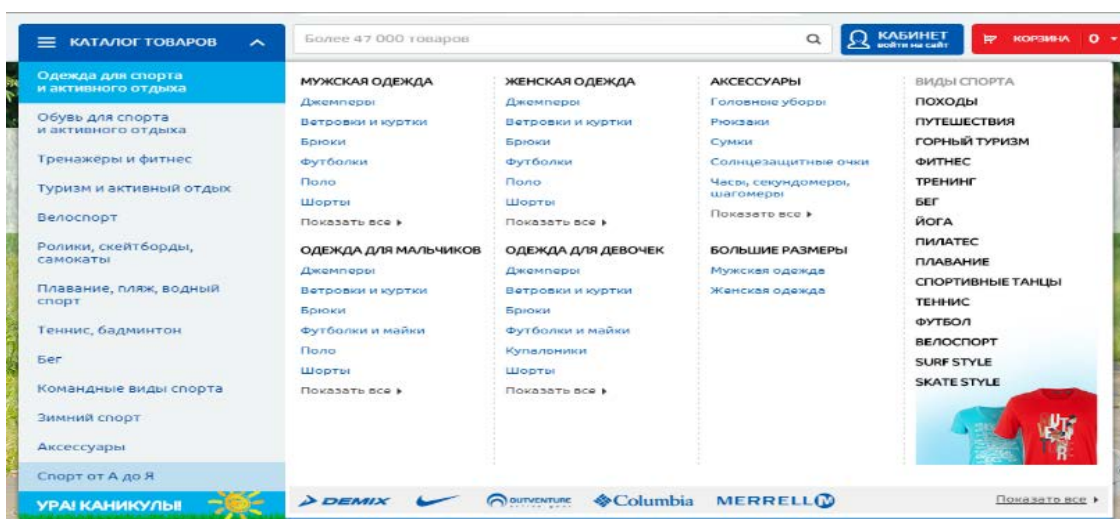


Рисунок 9 – Категории товаров магазина СпортМастер

В общем данный сайт способен удовлетворить даже самого требовательного покупателя, за счет достаточно большого опыта продаж в данной сфере и огромного ассортимента товаров.

**360 shop.** (рисунок 10).

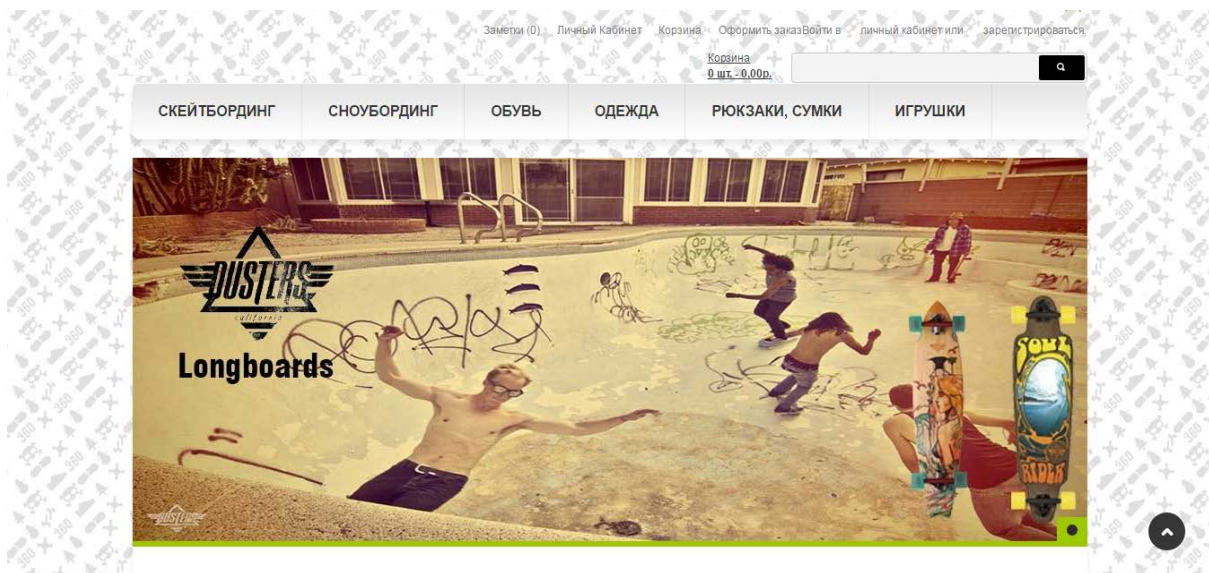


Рисунок 10– Главная страница магазина 360 shop

Сайт достаточно прост в обращении. Дизайн выполнен с использованием черного основного фона и белого фона контента, такой контраст, по собственным ощущениям, напрягает глаза.

В верхнем правом углу сайта имеются ссылки личного кабинета. Ниже располагается логотип, строка поиска и контактная информация данного магазина. Далее идет блок с ссылками на страницы данного магазина в социальных сетях. Основная зона сайта разбита на 3 части: панель навигации по категориям магазина, контент, и блок с ссылками на информационные страницы, связанные с деятельностью данного магазина.

При переходе в необходимую категорию, в контенте появляется список товаров, относящихся к выбранной категории. В верху контента находится фильтр по характеристикам товара.

Меню достаточно удобное и представляет собой список главных категорий с раскрывающимся списком подкатегорий товара, при необходимости можно развернуть или свернуть необходимую категорию.

Контент на главной странице представлен в виде набора «плиток» и разбит на 2 части. В первой представлены плитки с главными разделами магазина. Во второй части анимированные «плитки» с категориями товаров.

Страница с товаром содержит только выпадающий список с выбором размера, ценой товара, выпадающий список с количеством товара, галерею изображений и кнопку добавления товара в корзину. Информации по выбранному товару крайне мало – нет характеристик и описания товара, что затрудняет покупателя с выбором.

Интернет магазин **Динамо** (рисунок 11). Магазин продает разнообразный инвентарь для спорта [24].

Главная страница состоит из «шапки» сайта, основной блок контента и футера. Сверху располагается логотип, основное меню сайта, контакты. В основном контенте с лева расположено меню, состоящее из большого набора категории спорт товаров. С права находится строка поиска по сайту, вход в личный кабинет, корзина, и кнопки «Отложенное» и «Сравнение», панель «Акции» и «Новости».

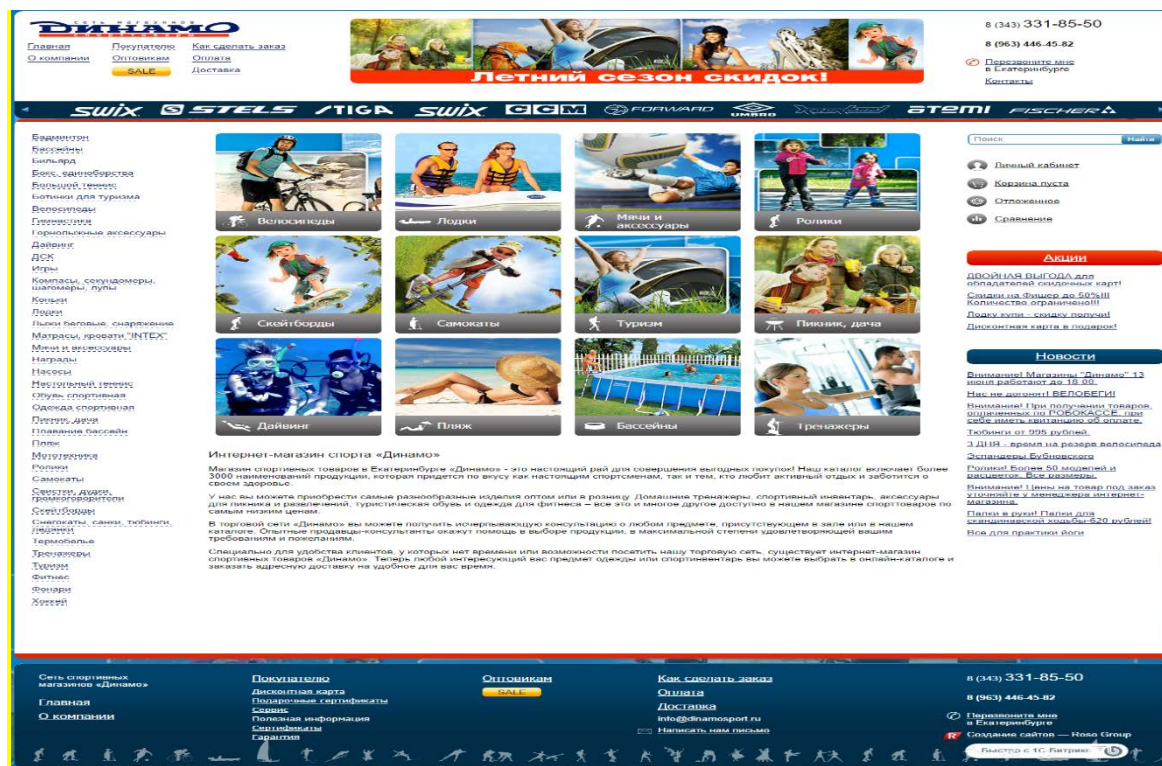


Рисунок 11 – Главная страница магазина Динамо

В центре наглядно представлены различные категории товаров, начиная от туризма и заканчивая категорией с тренажерами. При нажатии на изображение категории, вызывается небольшое окно с подкатегориями товаров.

Навигация по данному интернет-магазину проста, хотя товаров в данном интернет магазине представлено большое множество.

Дизайн сайта оставляет желать лучшего, так как достаточно большое количество расположенной информации даже на главной странице сайта перегружает взгляд пользователя.

К плюсам можно отнести достаточно полное описание характеристик товаров, настраиваемый фильтр по индивидуальному подбору товара в нужной категории, большинство товаров имеют качественные изображения.

## 2. ОПИСАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ВИТРИНЫ СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ

### 2.1 Функции интернет-сайта

Заказчиком сайта является сеть спортивных магазинов «МИР СПОРТА» (рисунок 12).

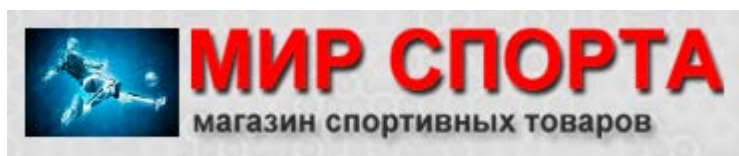


Рисунок 12 – Логотип магазина «МИР СПОРТА»

По требованиям сайт должен быть ориентирован как на тех, кто хочет начать заниматься спортом, так и на тех, кто уже занимается. На сайте ведется публикация спортивных новостей. Так же имеется набор материалов и видео уроков для приобретения знаний по выбору инвентаря и снаряжения. Даются необходимые руководства по эксплуатации, а также сборке инвентаря и оборудования. Для того, чтобы упростить поиск амуниции и оборудования в сайт включен модуль web-витрины с дополнительным алфавитным полем, облегчающим поиск по марке или названию товара.

Сайт предназначен для выполнения следующих задач:

- предоставление информации об имеющемся товаре;
- предоставление видео информации по конкретному товару, а также документации на товар;
- отображение информации о сети магазинов;
- обеспечение обратной связи;
- размещение информации о магазине в соц. сетях.

## 2.2 Выбор технологии реализации электронной витрины

Для реализации была выбрана система Joomla! и компонент web-витрины ZOO.

Joomla! – система управления содержимым (CMS), написанная на языках PHP и JavaScript, использующая в качестве хранилища базы данных СУБД MySQL или другие индустриально-стандартные реляционные СУБД. Является свободным программным обеспечением, распространяемым под лицензией GNU GPL [8].

CMS – информационная система или компьютерная программа, используемая для обеспечения и организации совместного процесса создания, редактирования и управления контентом (то есть содержимым) [11].

Основные функции CMS:

- предоставление инструментов для создания содержимого, организация совместной работы над содержимым;
- управление содержимым: хранение, контроль версий, соблюдение режима доступа, управление потоком документов и т. п.;
- публикация содержимого;
- представление информации в виде, удобном для навигации, поиска.

В системе управления содержимым могут находиться самые различные данные: документы, фильмы, фотографии, номера телефонов, научные данные и так далее [13]. Такая система часто используется для хранения, управления, пересмотра и публикации документации. Контроль версий является одним из основных её преимуществ, когда содержимое изменяется группой лиц.

Компонент ZOO – это мощный инструмент для создания и разработки приложений на базе CMS Joomla! и гибкое средство управления контентом на сайте.

Компонент ZOO обеспечивает гораздо более широкие возможности использования Joomla! Его главная особенность – это возможность создавать

свои собственные типы контента, а это: блог, каталог продукции, поваренная книга, база данных фильмов, бизнес-справочник, файловый архив для скачивания файлов и многое другое.

В компоненте ZOO разработанном YOOftheme очень легкое управление всем содержимым. Быстрый доступ к созданию, редактированию и управлению материалами, категориями, комментариями, тегами и прочими элементами компонента.

Создавая блог можно будет иметь реализованную функцию комментирования материалов, возможность установки тегов и социальных кнопок. Также есть возможность выставлять оценки всем созданным материалам (рисунок 13).

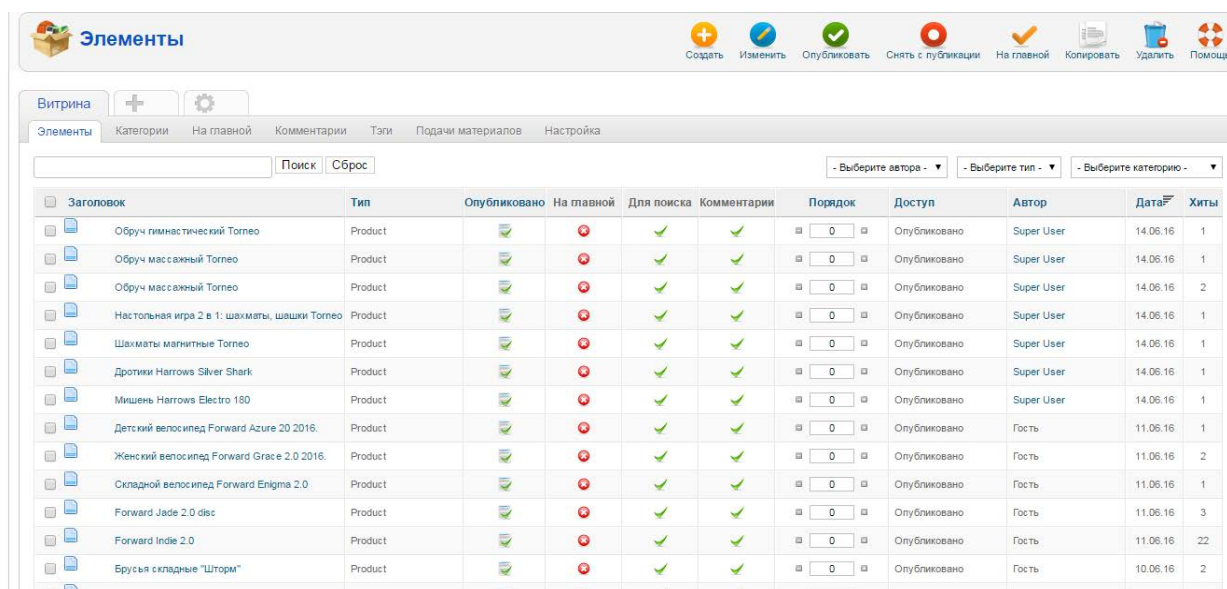


Рисунок 13 – Интерфейс компонента ZOO

### 2.3 Схема и описание интернет-сайта

Серверной частью данного сайта является удаленный хостинг, на котором установлено программное обеспечение необходимое для работы сайта, а также система управления дисковым пространством, выделенным под сайт. Так же имеется и система управления учетными записями админа и базами данных.

Административной частью является административная панель самого сайта, в данном случае это панель управления Joomla! (рисунок 9).

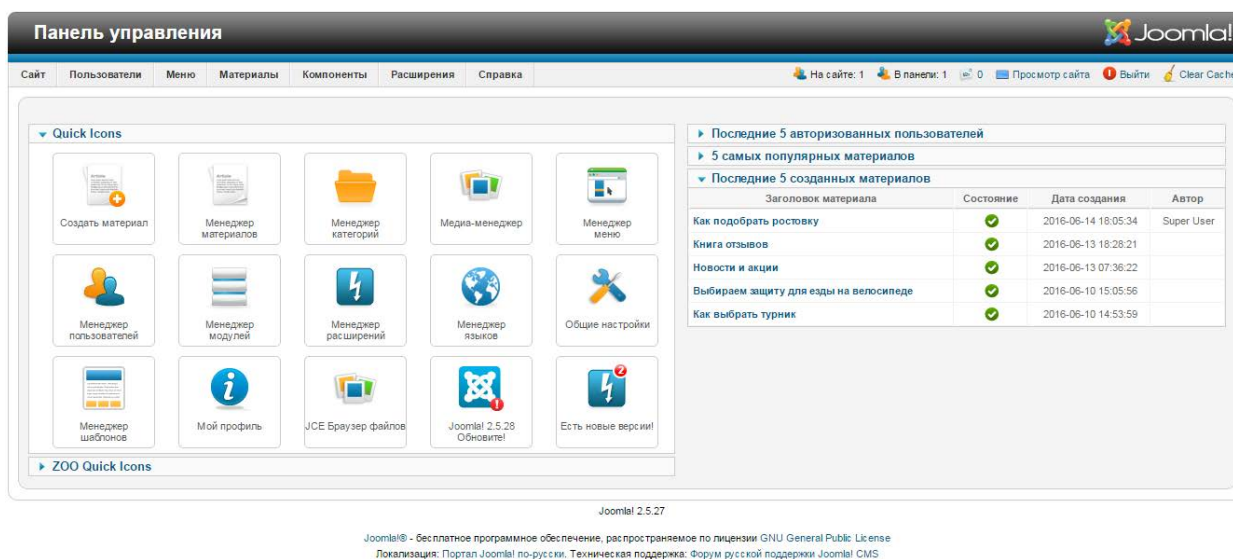


Рисунок 14 – Панель управления Joomla!

В данной панели находятся основные элементы управления контентом, учетными записями пользователей сайта, редактор элементов меню сайта, а также система управления компонентами данного интернет-магазина, в том числе и компонента ZOO.

Так же в административной панели имеется редактор шаблона и редактор модулей сайта.

Пользовательский интерфейс представляет собой форму вывода информации и поля ввода созданных в серверной и административной частях специально для пользователей сайта, имеет графическую оболочку и заранее выстроенную структуру, которая создавалась с учетом заранее проанализированных источников и области применения сайта.

Структура навигации по пользовательскому интерфейсу web-витрины «<http://mirsporta96.ru/>» представлена на рисунке 15.



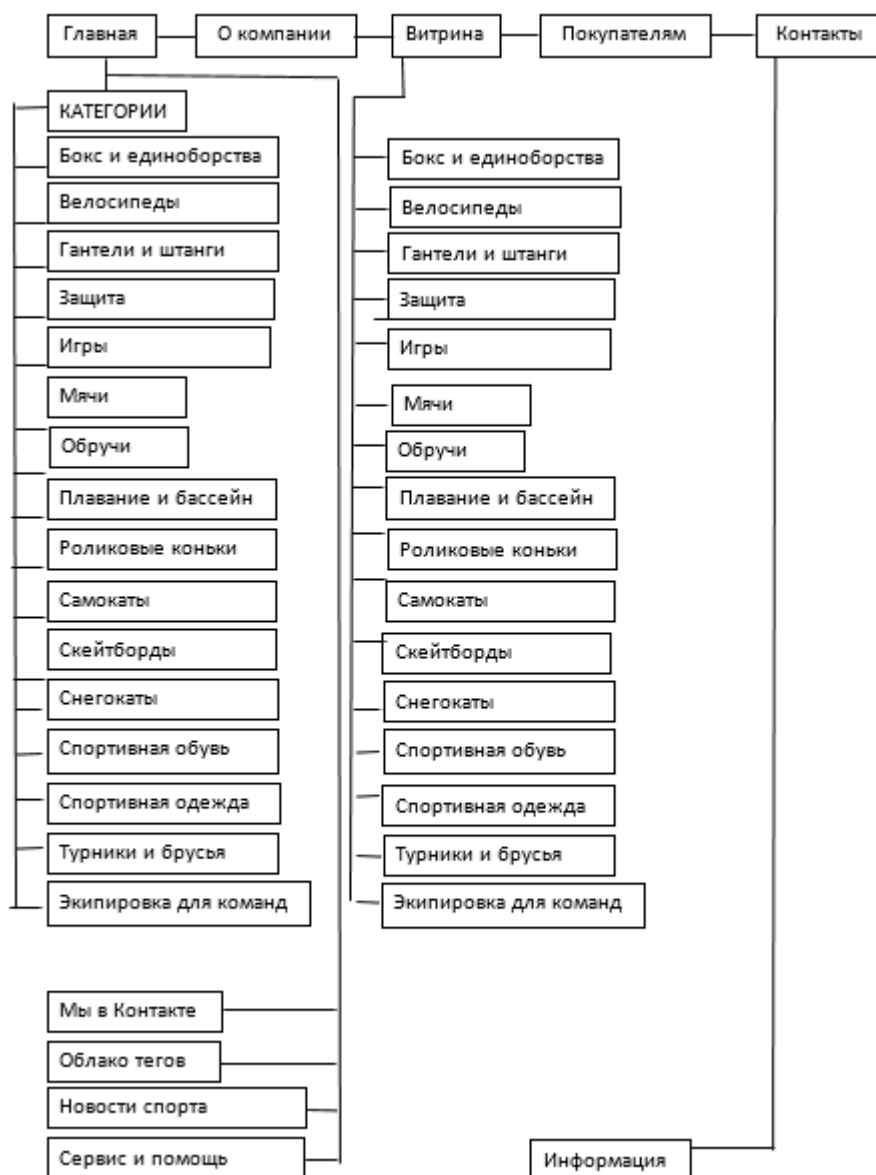


Рисунок 15 – Структура пользовательского интерфейса

## 2.4 Описание шаблона для электронной витрины

Для реализации проекта было решено использовать шаблон leo sport (рисунок 16).

Шаблон Leo Sport – это современная работа, которая подойдёт для создания интернет магазина под управлением Joomla! 2.5. Данный шаблон разработан профессиональной веб студией LeoTheme.

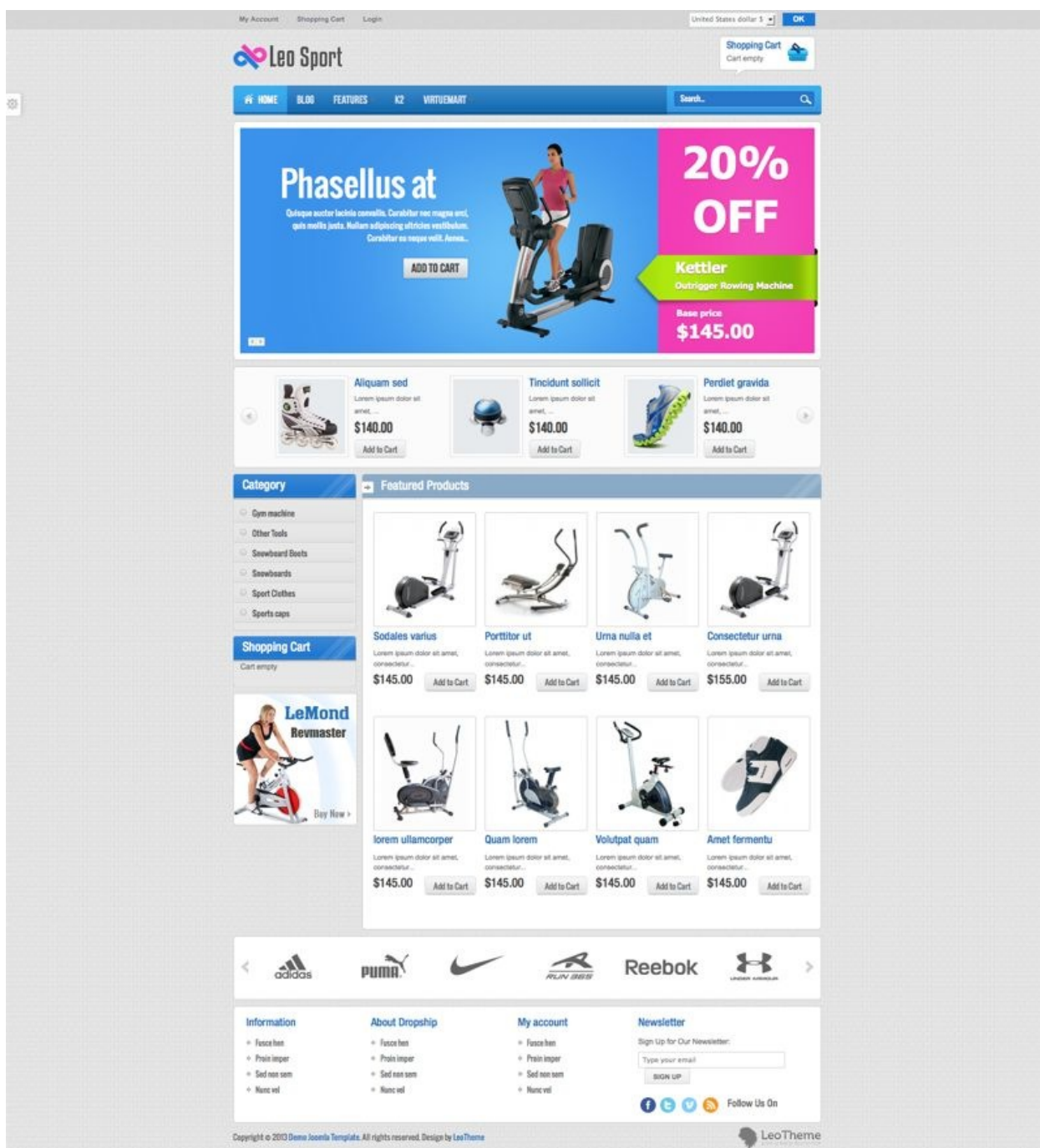


Рисунок 16 – Шаблон leo-sport

Интересный дизайн шаблона Leo Sport имеет в своём арсенале 5 вариаций оформления с полезной возможностью изменения фона, цвета и размера шрифтов. В шаблон интегрирован мощный компонент онлайн коммерции VirtueMart, который позволяет легко создать на Joomla! движке свой собственный интернет магазин. Также шаблон поддерживает популярный компонент под названием K2, который сильно расширяет возможности стандартного джумловского функционала.

Leo Sport шаблон работает на гибком и функциональном фреймворке Leo Framework, благодаря которому шаблон обладает адаптивными функциями, быстрой загрузкой страниц, корректно отображается во всех популярных браузерах. Leo Sport идеально подойдёт для создания спортивного сайта по продаже спортивных товаров в широком ассортименте.

Основные характеристики шаблона Leo Sport:

- шаблон работает под управлением Joomla! 2.5;
- обладает адаптивными функциями, за счёт чего корректно отображается на планшетах и мобильных устройствах;
- улучшены и детально проработаны параметры шаблона админпанели;
- ещё более улучшены и проработаны стили макета;
- есть возможность вкл. / выкл. оптимизации PHP кода непосредственно в самом шаблоне;
- есть возможность вкл. / выкл. сжатия CSS в шаблоне;
- есть возможность вкл. / выкл. CSS кэш-памяти;
- есть возможность вкл. / выкл. CSS переключателя стилей интерфейса;
- шаблон полностью поддерживает Google Chrome Frame Мета;
- шаблон поддерживает множество различных шрифтов;
- шаблон корректно отображается на планшетах и популярных мобильных устройствах;
- есть возможность вкл. / выкл. CSS3 в шаблоне;
- есть возможность вкл. / выкл. Google Chrome Frame;
- шаблон полностью валиден стандарту W3C XHTML 1.0 Transitional. W3C CSS Valid;
- кроссбраузерность шаблона 100%.

## 2.5 Подготовка материала для наполнения

Для дополнения сайта инструкциями и обучающими видеоматериалами были проанализированы специализированные сайты. На основе анализа, частично или полностью произошло заимствование материалов с сайтов источников.

В категориях спорт оборудования были созданы статьи на тему «Как правильно выбрать или подобрать» (рисунок 17).

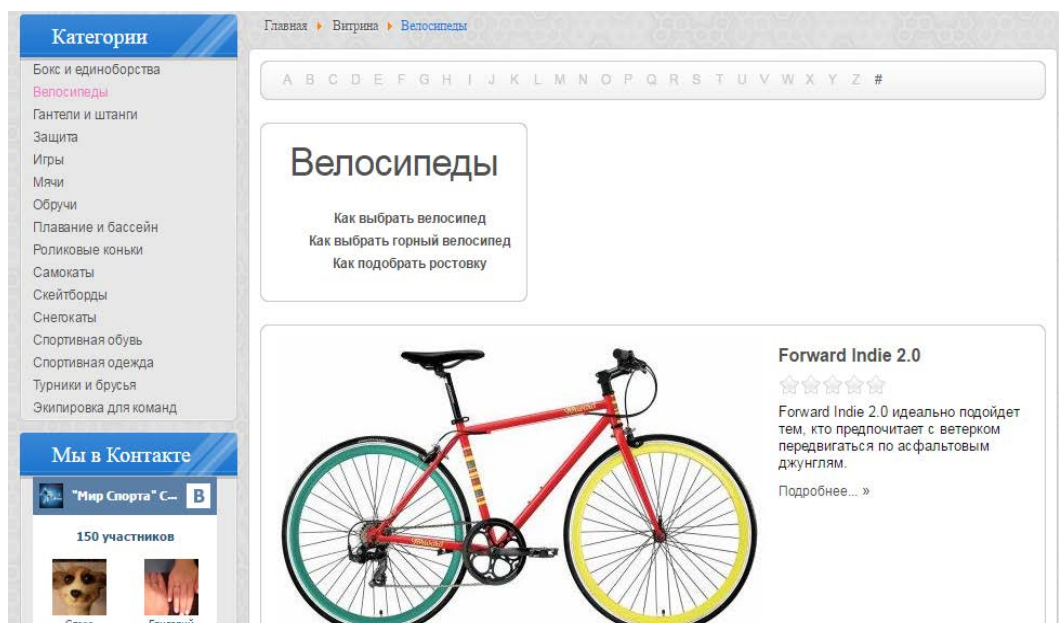


Рисунок 17– Статьи в категории «Велосипеды»

Каждая статья снабжена ссылкой на источник (рисунок 18).

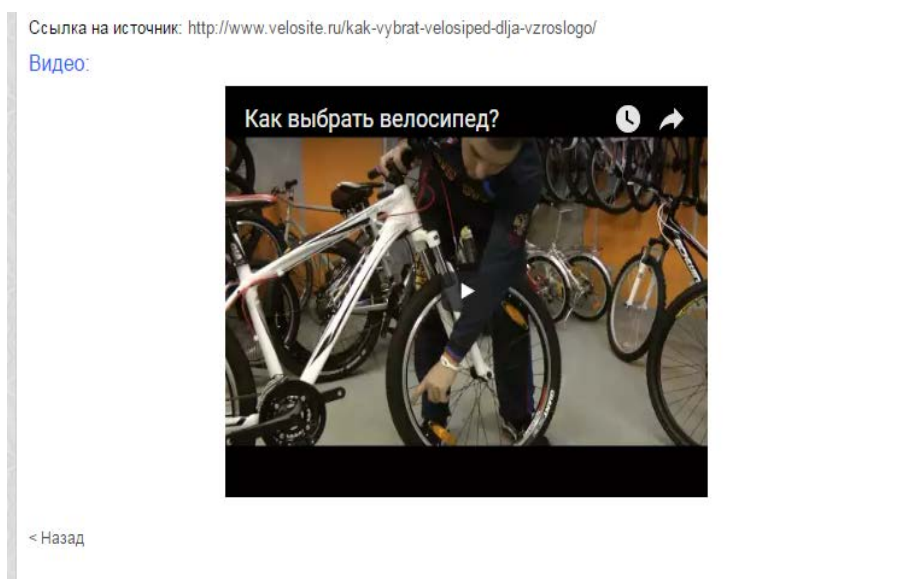








Рисунок 18 – Отображение ссылок на источник

Видео материалы заимствованы с сайта youtube. Находятся в свободном доступе.

К технически сложным товарам (в данном случае к велосипедам) были прикреплены инструкции по сборке в формате pdf, взятые с сайтов производителей (рисунок 19).

Дополнительно		
	Седло	Cionlli City
	Подседельный штырь	Алюминиевый сплав 6061, 25.4x300 мм
	Крылья	Нет
	Подножка	Есть
	Возможность крепления на раме флягодержателя и насоса	Есть
	Передний и задний катафот	Есть

[СКАЧАТЬ ИНСТРУКЦИЮ ПО СБОРКЕ](#)

Рисунок 19 – Ссылка на инструкцию по сборке

В ходе выполнения работы было прикреплено 12 инструкций и создано от одной до трех обучающих статей в каждой из 16 категорий спортивных товаров:

1. Бокс и единоборства.
2. Велосипеды.
3. Гантели и штанги.
4. Защита.
5. Игры.
6. Мячи.
7. Обручи.
8. Плавание и бассейн.
9. Роликовые коньки.
10. Самокаты.
11. Скейтборды.
12. Снегокаты.
13. Спортивная обувь.

14. Спортивная одежда.
15. Турники и брусья.
16. Экипировка для команд.

## 2.6 Описание основных разделов

### 2.6.1 Главная страница и навигация

На главной странице находится два навигационных меню:

- главное навигационное меню по интернет-магазину (горизонтальное);
- навигационное меню категорий интернет-магазина.

Главное меню отвечает за навигацию по разделам сайта: «О компании», «Витрина», «Покупателям», «Контакты». Пункт «Витрина» включает в себя категории продающихся товаров (рисунок 20).

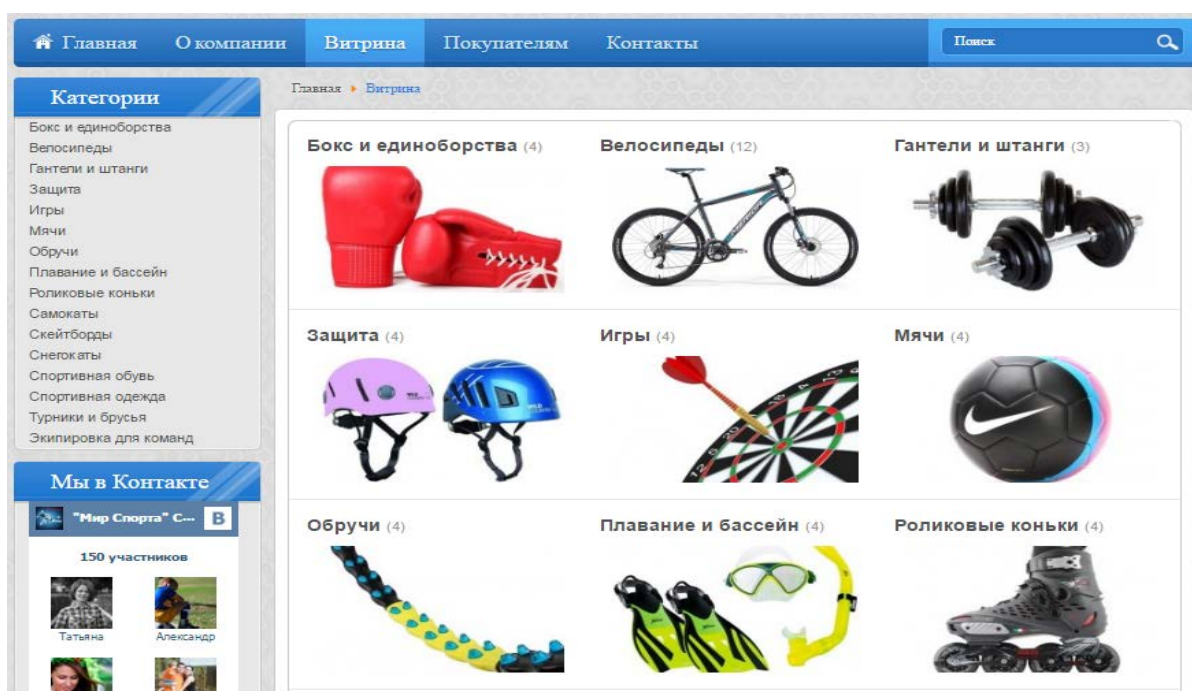


Рисунок 20 – Категории товаров в пункте «Витрина»

Меню категорий интернет-магазина представляет собой список категорий, которые связаны с модулем ZOO. При переходе по ссылкам в этом меню открывается список товаров принадлежащих выбранной категории. Данное меню расположено справа над контентом в размеченной области «sidebar» (рисунок 21).

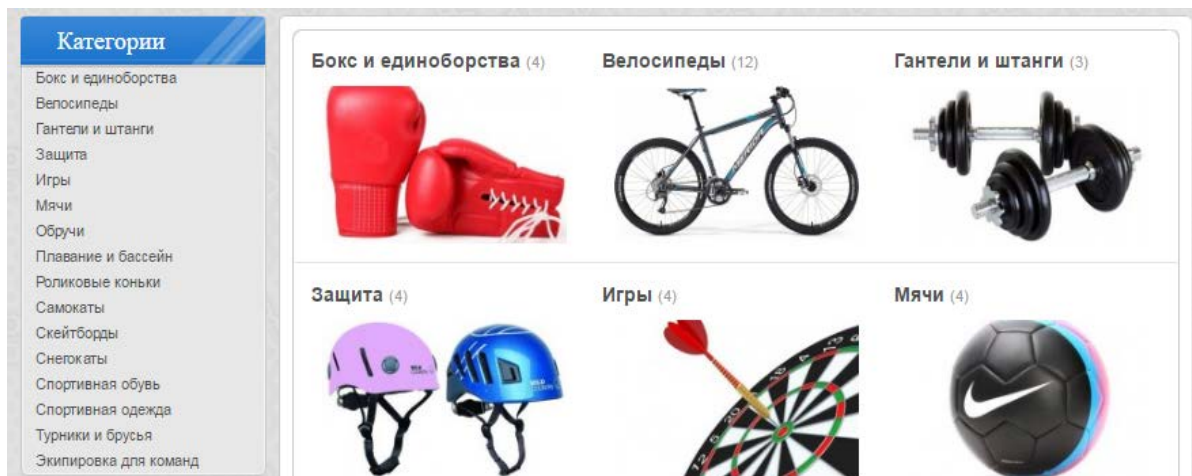


Рисунок 21 – Меню категорий

Меню категорий было внедрено для быстрой навигации по категориям интернет-магазина, что бы пользователь в любой момент мог перейти к интересующей категории товара.

Для привлечения внимания на главной странице сайта размещен футуристический снимок футболиста (рисунок 22).

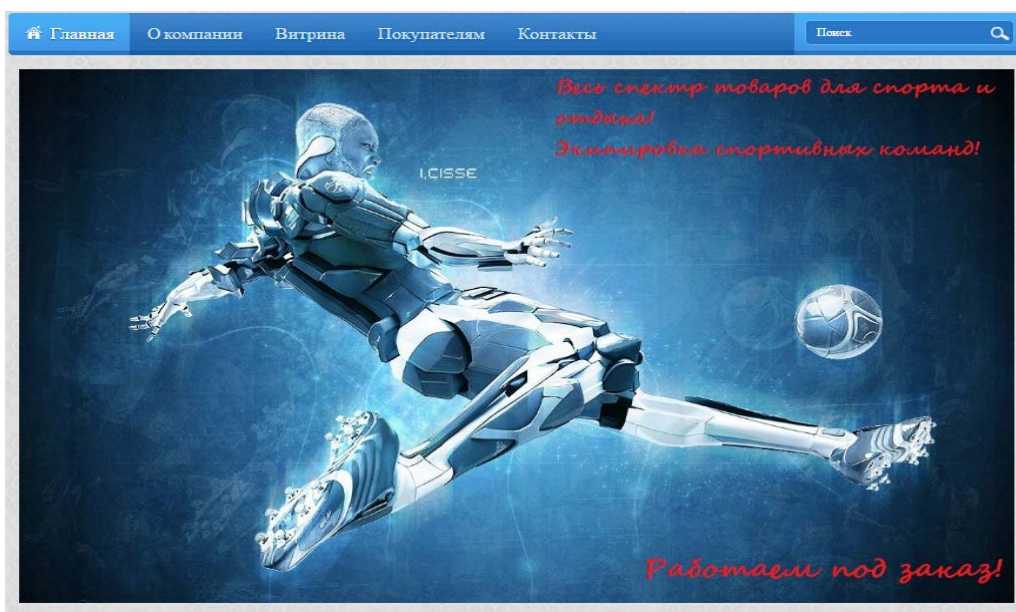


Рисунок 22 – Главная страница сайта

Так же на главной странице располагается новостной блок, показанный на рисунке 23.

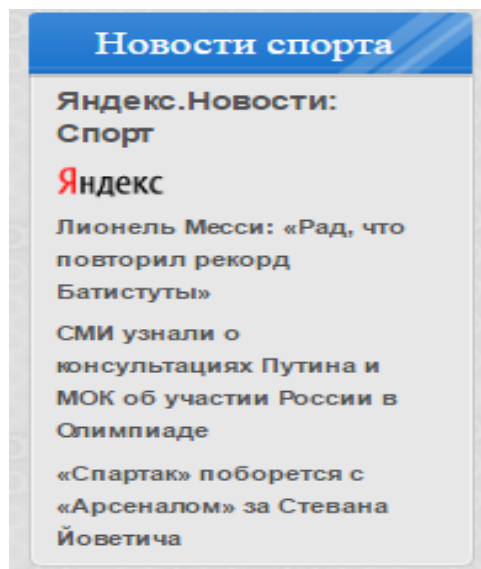


Рисунок 23 – Новостной блок сайта

Данный модуль собирает главные спортивные новости с сервисов Яндекс и отображает их в интерактивном режиме[15] Модуль «Новости» делает сайт более «живым» и привлекательным для пользователей, интересующихся спортивной тематикой.

В самом низу сайта размещены два блока «Сервис и помощь», содержащий информацию по гарантийному обслуживанию, обмену и возврату товара, а также книгу отзывов для обратной связи и блок «Информация», содержащий данные о компании, магазинах и акциях (рисунок 24)

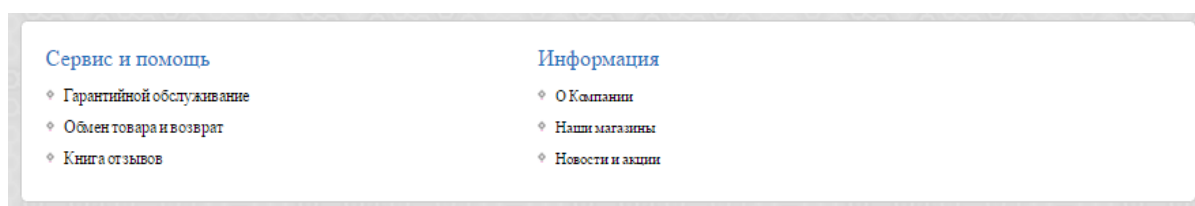


Рисунок 24 – Блоки «Сервис и помощь» и «Информация»

## 2.6.2 Информативные страницы о магазине

Вкладка «О компании» содержит информацию о деятельности магазина и ассортименте его товаров (рисунок 25).





Рисунок 25 – Вкладка «О компании»

Так как «МИР СПОРТА» – сеть магазинов с единым сайтом, возникла необходимость указать адреса и координаты магазинов. Это было реализовано на вкладке «Контакты» (рисунок 26).

Для вставки карты был подключен плагин Плагин GoogleMaps 3.1 – это расширение при помощи которого можно включить отображение одной или даже несколько Google карт, прямо в содержании статей, модулей или компонентов Joomla!

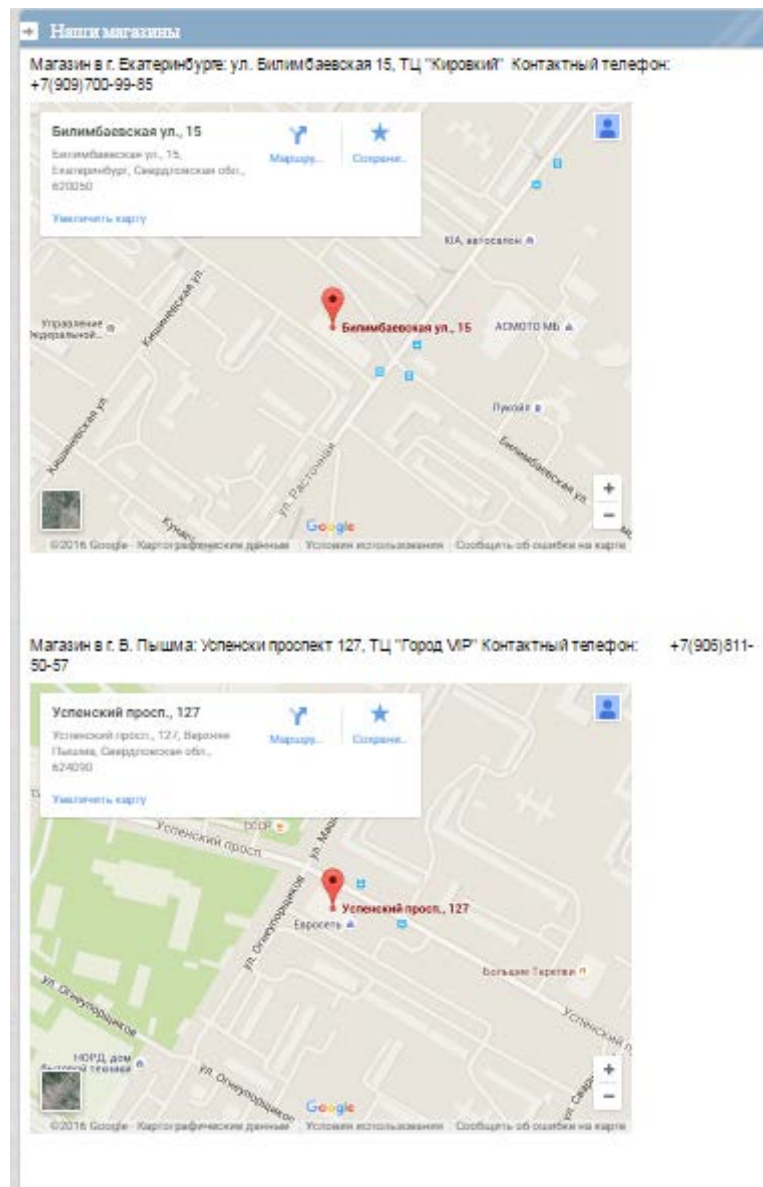


Рисунок 26 – Адреса магазинов

### 2.6.3 Электронная витрина

Раздел сайта «Витрина» содержит категории товаров. При клике на соответствующей категории, открывается список с её содержимым (рисунок 27).

Данный раздел реализован с использованием компонента ZOO с соответствующими настройками.

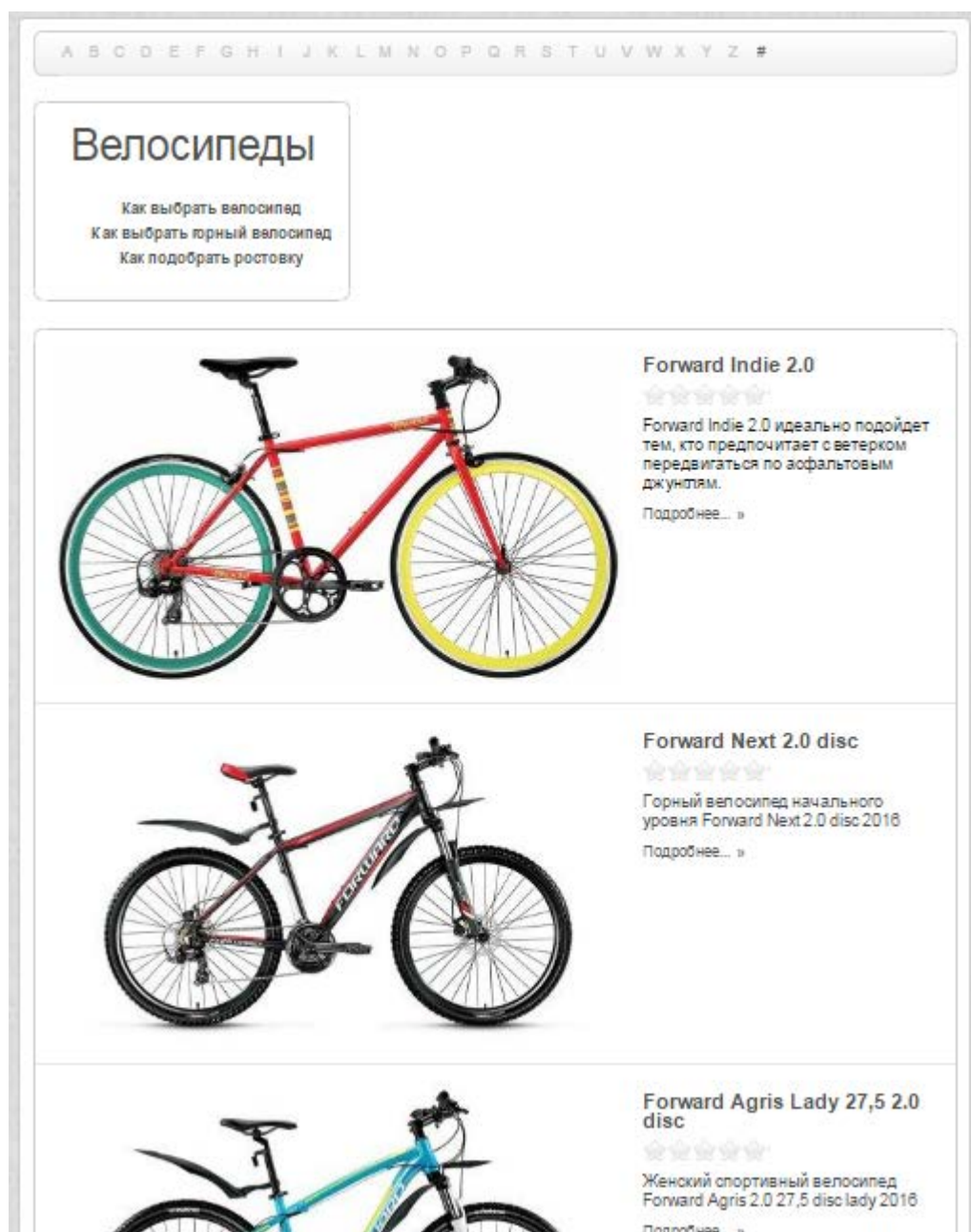



Рисунок 27 – Содержимое категории «Велосипеды»

Список наименований товара в категории представлен горизонтальном виде, содержит фото товара, его название и краткое описание справа от фото.

Для просмотра подробностей о товаре, необходимо щелкнуть на его фото. После этого откроется окно, с подробным описанием характеристик (рисунок 28).



**Forward Indie 2.0**  
 4.9 (10 оценок) 0.05 звезды (0 классов)

**Описание:**  
 Forward Indie 2.0 – это яркий и смелый дизайн. Нечасто на дорожках улиц можно увидеть такого красавца. Экцентренный дизайн велосипеда не позволит затеряться в толпе. Рама Indie 2.0 произведена из высокопрочной стали Hi-Ten, что обеспечивает высокую прочность, жесткость и долговечность.

Страна производства	Россия
Модельный год	2016
Пол	Мужской / женский
Возрастная группа	Для взрослых
Вес	12,7 кг
<b>Рама</b>	
☑️ Материал/тип рамы	Сталь HiTen
☑️ Ростовая рама	18"
<b>Амортизация</b>	
☑️ Тип амортизации	Жесткая вилка
☑️ Вилка	Жесткая стальная
<b>Рулевой узел</b>	
☑️ Рулевая колонка	Несо, безрезьбовая
☑️ Вынос руля	Безрезьбовой, алюминиевый матовый
☑️ Руль	Алюминиевый, 25.4x580 мм
<b>Тормозная система</b>	
☑️ Тип тормозов	Клещевые
<b>Трансмиссия</b>	
☑️ Количество скоростей	7
☑️ Тип переключателя ск.	Обычный переключатель
☑️ Задний переключатель	Shimano Tourney TX55
☑️ Тип шифтеров / манеток	Рычажный
☑️ Шифтеры / манетки	Sun Race DLM33
☑️ Каретка	Несо b510, картриджная
☑️ Система шатунов	Golden Swallow, алюминиевые шатуны
☑️ Трещотка / кассета	Трещотка Shimano Tourney MFTZ21
☑️ Цепь	KMC HV500 RD

Рисунок 28 – Подробное описание характеристик велосипеда

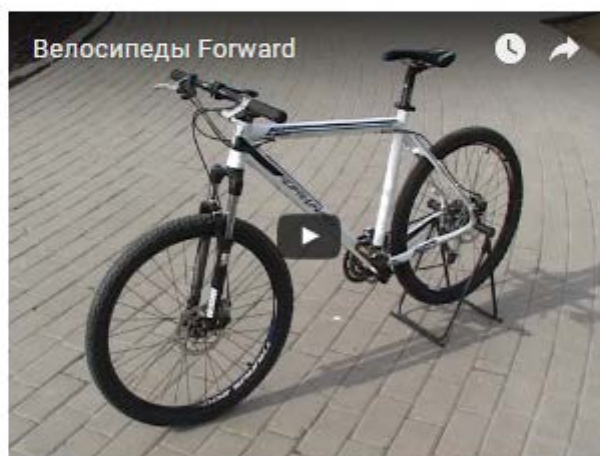
Под каждым описанием товара, посетитель сайта может найти обучающий видеоролик о пользовании товаром, а также необходимые инструкции по сборке и отладке спорт инвентаря (рисунок 29).

Данный материал размещен целенаправленно для знакомства клиентов и будущих покупателей с возможностями товара, без разбора.

#### Дополнительно

☰	Седло	Cionlli Sport
☰	Крылья	Пластиковые
☑	Возможность крепления багажника	Есть
☑	Подножка	Есть
☰	Возможность крепления на раме флягодержателя и насоса	Есть
☰	Передний и задний катафот	Есть

Обзор:



[СКАЧАТЬ ИНСТРУКЦИЮ ПО СБОРКЕ](#)

Рисунок 29 – Видео обзор велосипеда и инструкция по его сборке

#### 2.6.4 Описание страница на сайте «В Контакте»

В настоящее время практически не осталось людей, у которых бы не было профиля в какой-либо социальной сети. Социальные сети, на сегодняшний день один из мощнейших инструментов по продвижению своих услуг и товаров. Тем более, социальная сеть в современном мире способна дать возможность бесплатной рекламы. В рамках социальной сети можно более подробно пообщаться с теми, кто приобрел товар той или иной организации, обсудить проблемы и способы их решения по практически любым вопросам. С учётом этого, а также с учетом того, что крупнейшей молодежной социальной сетью в России является сеть «в Контакте» было решено разместить на сайте модуль, позволяющий посетителям сайта легко вступить в

группу, посвященную магазину. Задать в ней интересные вопросы и пообщаться с другими клиентами магазина (рисунок 30).

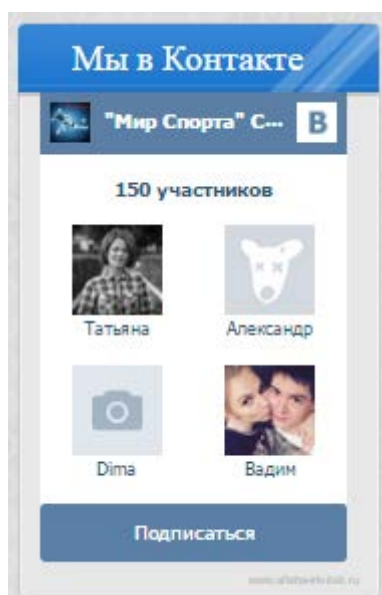


Рисунок 30 – Блок группы в Контакте

## 2.7 Панель администратора Joomla!

Для настройки и управления работой сайта предусмотрена панель администратора Joomla!. Авторизовавшись в данной панели пользователь сможет более точно настраивать работу сайта, добавить или удалить материал на сайте, управлять учетными записями пользователей, а так же настроить работу компонентов и модулей встроенных в данный интернет магазин. Окно авторизации показано на рисунке 31.

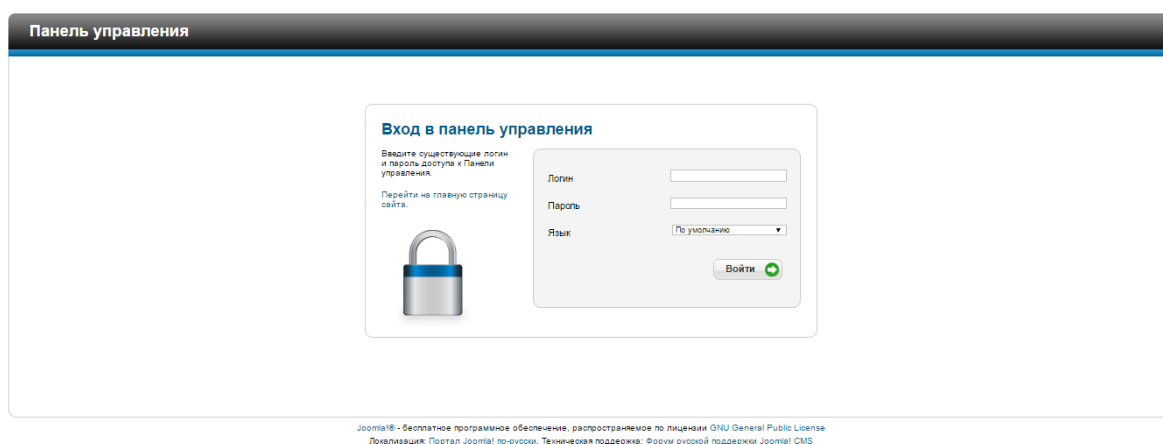


Рисунок 31 – Авторизация в панели администратора Joomla!

После авторизации откроется главная страница панели администратора Joomla!, на которой размещены основные элементы управления сайтом (рисунок 32).

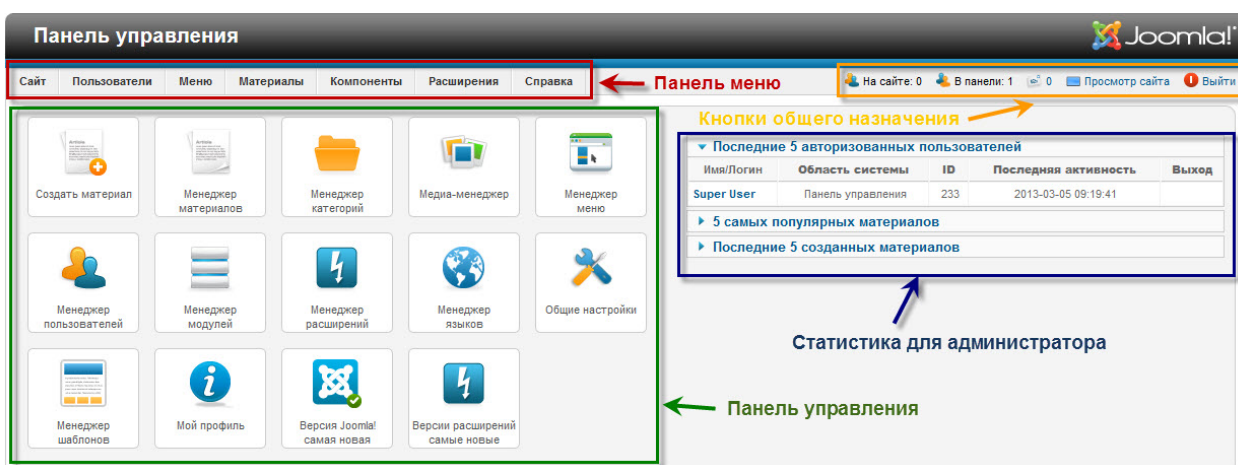


Рисунок 32 – Панель управления Joomla!

Планируется, что администраторами станут сотрудники магазина.

Интерфейс панели управления интуитивно понятен. Административную панель условно можно разделить на 4 части. Это:

- панель меню;
- панель управления или панель инструментов;
- кнопки общего назначения;
- последние добавленные материалы;
- активные пользователи;
- статистика для администратора.

Для работы с web-витриной достаточно через меню «Компоненты» выбрать пункт «ZOO» после чего откроется окно как на рисунке 33.

Для добавления товара нужно нажать на кнопку «Создать».

Откроется форма редактирования товара и категорий.

Существует возможность скрыть и отобразить ненужные для показа категории.

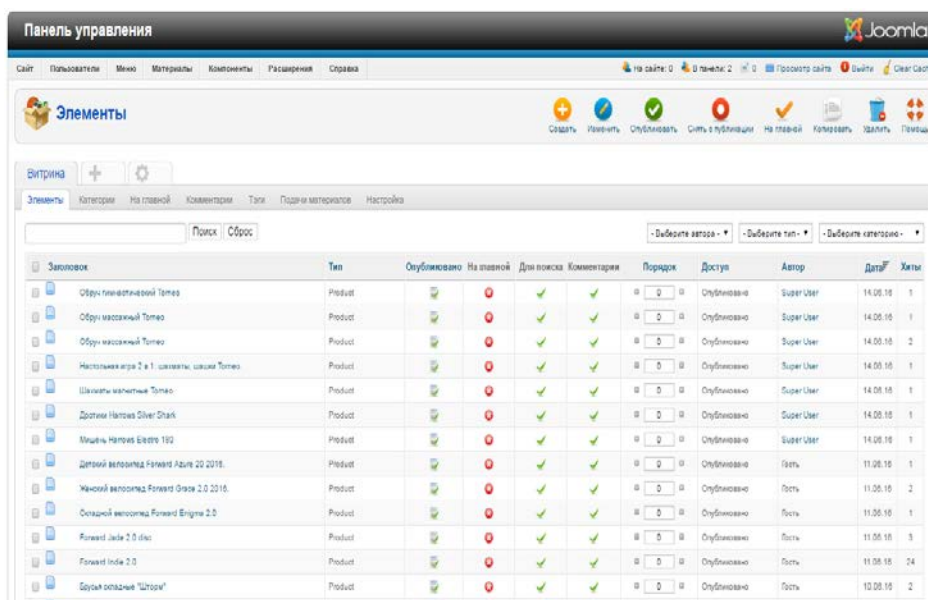


Рисунок 33 – Компонент ZOO

Откроется окно, в котором надо заполнить необходимые поля о товаре (рисунок 32).

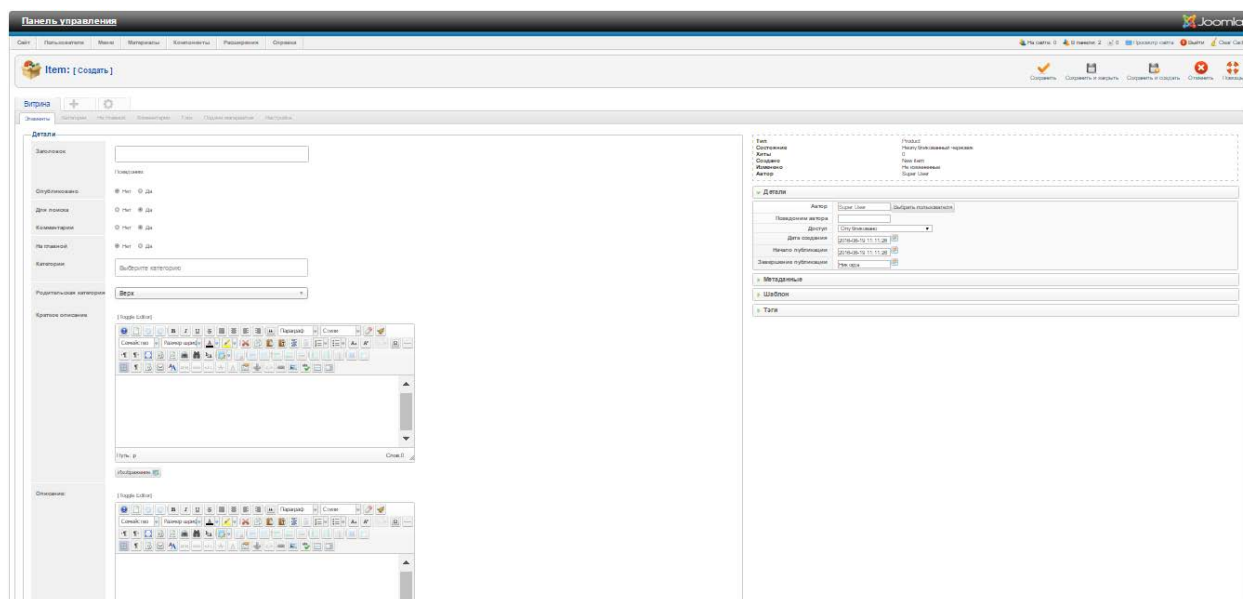


Рисунок 34 – Страница добавления товара

При разных моделях одного товара необходимо брать атрибуты, которые находятся на соответствующей вкладке. При необходимости добавить фотографии для товара в пункте «Изображение» и характеристики в соответствующих пунктах. После чего необходимо сохранить данный товар нажав на кнопку «Добавить элемент».

Для добавления видео материала по какому-либо товару, в поле «Описание» необходимо вставить код видео с нужного ресурса (рисунок 35).



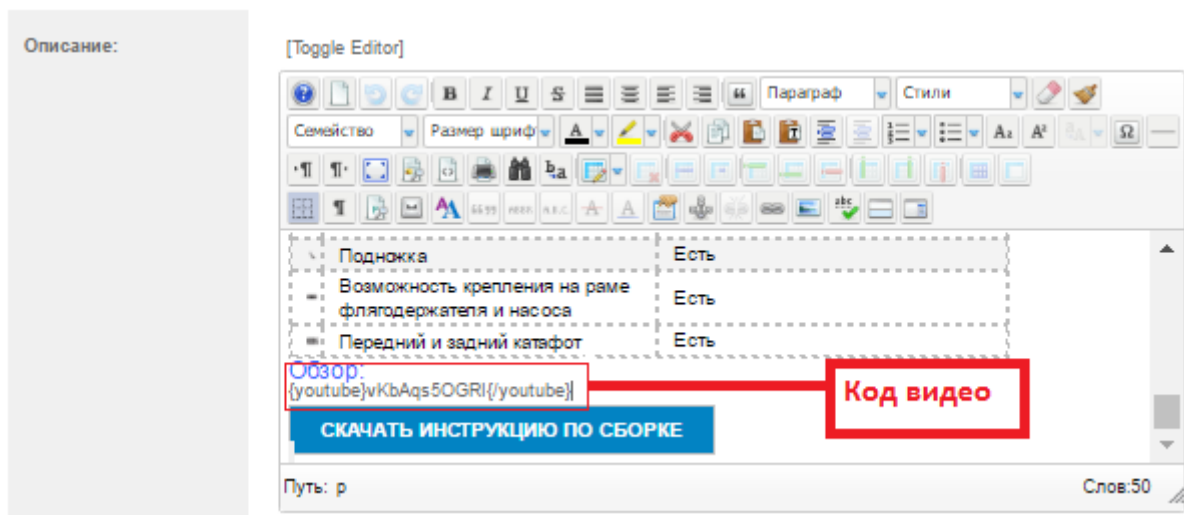


Рисунок 35 – Добавление видеоматериала

Чтобы добавить инструкцию, необходимо создать гиперссылку на документ.

Сделать это можно с помощью панели инструментов в редакторе описания. Для этого необходимо нажать клавишу «Вставить\изменить ссылку» (рисунок 36)

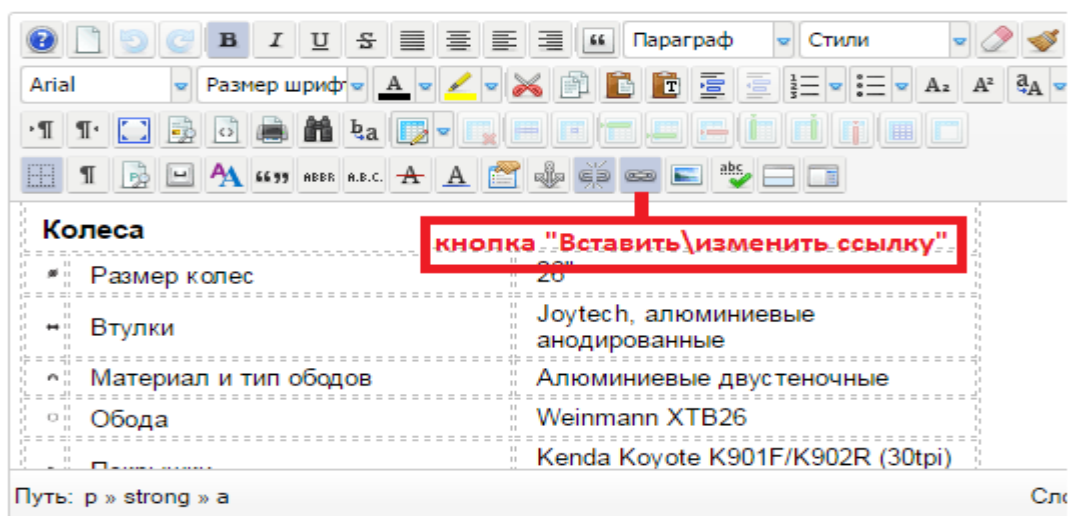


Рисунок 36 – Добавление видеоматериала

Во всплывающем окне (рисунок 37) необходимо вставить ссылку на документ и заполнить поле текст.

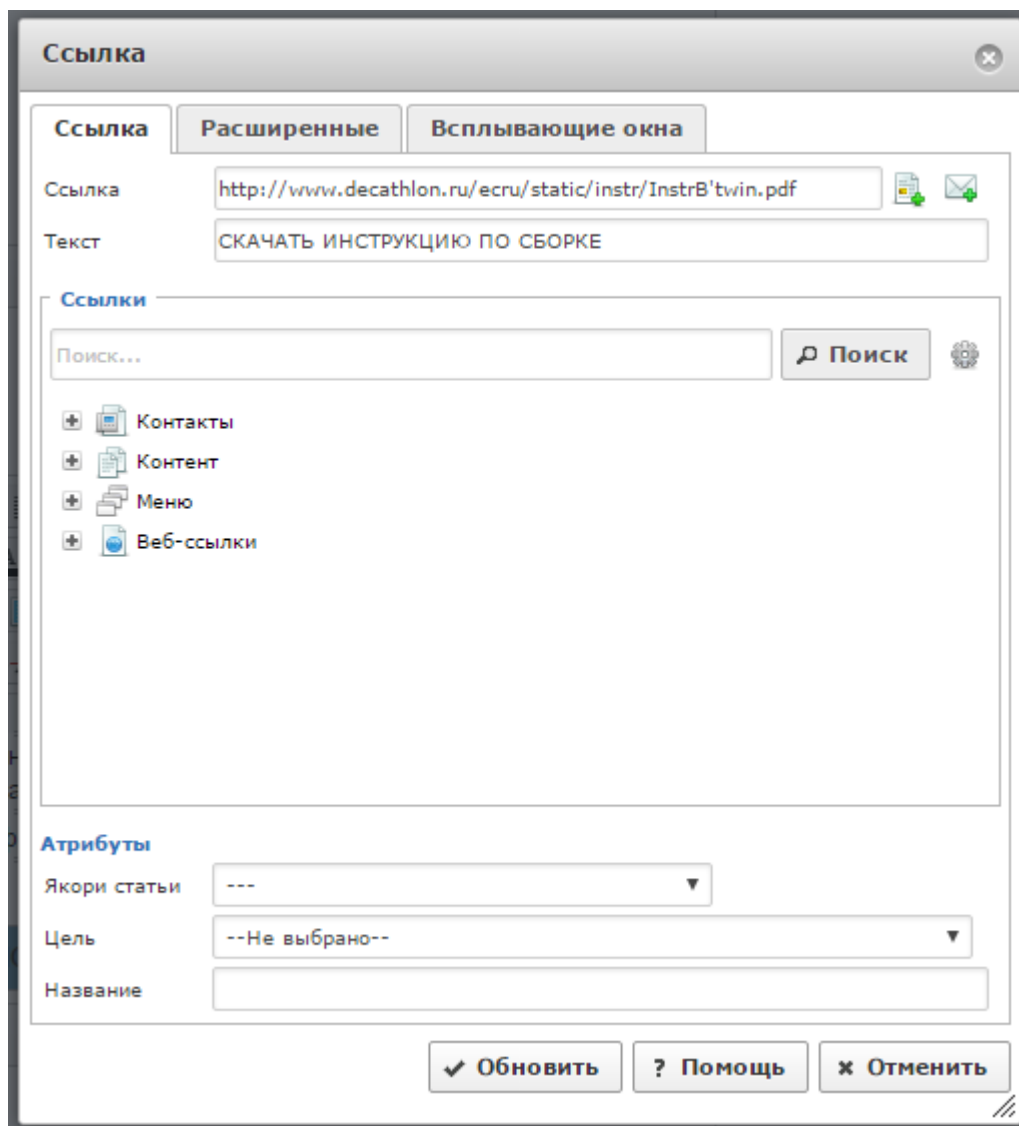


Рисунок 37 – Добавление видеоматериала

## 2.8 Размещение в Интернет

На этапе апробации дизайн сайта был просмотрен и одобрен заказчиком. Были исправлены его замечания, а именно:

- откорректированы товары;
- добавлено количество видео инструкции.

После этого был куплен домен и сайт был размещен на хостинге.

Интернет-сайт был размещен в интернет по адресу [mirsporta96.ru](http://mirsporta96.ru).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение дипломной работы можно сказать, что на разработанном интернет-сайте достаточно удобно сочетаются приятный интерфейс и достаточно обширный функционал.

Пользователь данного сайта всегда будет в курсе новых событий, сможет получить необходимые ему знания и не озадачивать себя мучительным поиском нужного для него инвентаря.

Или же на оборот, ища необходимые пользователю товары, обратиться к видеоурокам, чтобы начать освоение выбранной спортивной дисциплины. Благодаря встроенным в сайт модулям интерфейс сайта очень удобен для навигации, плюс ко всему они являются стилистическими дополнениями, которые делают общий вид интернет-магазина очень приятным.

В процессе разработки данного интернет-магазина был проведен анализ самых популярных CMS систем: Oscommerce, 1c bitrix и Joomla!. На мой взгляд Joomla! является бесспорным лидером среди них, потому, что распространяется бесплатно и имеет на столько большой функционал за счет бесплатных сторонних модулей, что это позволяет создать продукт удовлетворяющий любым потребностям пользователей и заказчиков.

Рассмотрев модули для создания интернет-магазина выбор встал между ZOO и VirtueMart. В процессе анализа принципов работы модулей были следующие отличия:

- ZOO прогружается гораздо быстрее чем VirtueMart;
- ZOO гораздо проще дорабатывать вручную через редактирование кода, в отличии от VirtueMart;
- в ZOO легче внедрить локализацию языков чем VirtueMart;
- ZOO позволяет добавлять характеристики и атрибуты базовыми элементами, встроенными в компонент. У VertueMart это можно сделать только благодаря сторонним дополнениям.

Есть еще много причин выбрать ZOO, но вышеперечисленные отличия являются основными. Данные отличия были выявлены опытным путем и проверены на практике.

В ходе выполнения дипломной работы были:

1. Проанализированы технологии создания интернет-магазинов.
2. Произведен анализ существующих интернет-магазинов с целью выявления их особенностей, достоинств и недостатков, и общих требований, предъявляемых к подобным ресурсам.
3. Спроектирован и реализован сайт web-витрины с использованием CMS Joomla!.
4. Проект снабжен сопутствующими обучающими статьями и видеороликами по сборке оборудования, а также обзорами на тот или иной вид товара.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бенкен Е. С. PHP, MySQL, XML: Программирование для интернета [Текст]: учеб. пособие / Е.С. Бенкен. – СПб.: БХВ–Петербург, 2011. – 352 с.
2. Вайнман Л. Динамический HTML. Руководство разработчика Web-сайтов [Текст] / Л. Вайнман, В. Вайнман. – М.: ДиаСофт, 2011. – 464 с.
3. Вaleyд Д. PHP 5 для «чайников» [Текст] / Д. Вaleyд. – М.: Вильямс, 2006. – 320 с.
4. Веллинг Л. Разработка Web-приложений с помощью PHP и MySQL [Текст] / Л. Веллинг, Л. Томсон. – М.: Вильямс, 2013. – 880 с.
5. Виды сайтов, построенных на Joomla! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (дата обращения: 05.06.2016).
6. Интернет магазины, виды, специфика, преимущества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://mir-fin.ru/internet\\_magasin.html](http://mir-fin.ru/internet_magasin.html) (дата обращения: 15.06.2016).
7. Дронов, В. Пошаговое руководство по созданию шаблонов на Joomla! 1.5 [Текст] / В. Дронов. – СПб.: БХВ–Петербург, 2015. – 736 с.
8. Колисниченко Д. Самоучитель Joomla! отдельное издание [Текст] / Д. Колисниченко. – СПб.: БХВ-Петербург, 2015. – 448 с.
9. Мержевич В. [htmlbook.ru](http://htmlbook.ru) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://htmlbook.ru/> (дата обращения: 15.06.2016).
10. Норт Бэрри Joomla! Практическое руководство [Текст]: учеб. пособие/Б. Норт – отдельное изд., – М: «Символ Плюс», 2014. – 448с.
11. Обзор Joomla!, Созданию интернет-магазинов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [intaro.ru/magazine/2012/07/05/cms\\_analysis\\_1](http://intaro.ru/magazine/2012/07/05/cms_analysis_1) (дата обращения: 04.06.2016).
12. Обзор систем CMS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/149684/> (дата обращения: 11.06.2016).

13. Обзоры, статьи, документации по MySQL [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mysql.ru> (дата обращения: 13.06.2016).
14. Олимпиады – Обзор олимпиад. Компьютерные игровые тренажеры помогают олимпийцам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://olimpiadalife.ru/interesnye-fakty/kompyuternye-igrovye-trenazhery-pomogayut-olimpijcam.html> (дата обращения: 11.06.2016).
15. Поисковая система «Яндекс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yandex.ru> (дата обращения: 13.06.2016).
16. Сайт «Вебмастер76.рф» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://вебмастер76.рф/index.php/corporativ.html> (дата обращения 12.06.2016).
17. Статистика интернет-магазинов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bizhit.ru/index/obzor\\_web\\_commerc/0-22](http://www.bizhit.ru/index/obzor_web_commerc/0-22) (дата обращения: 15.06.2016).
18. Семикопенко А. А. [webremeslo.ru](http://www.webremeslo.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.webremeslo.ru/index.html> (дата обращения: 14.06.2016).
19. Сухов К. HTML5. Путеводитель по технологии [Текст]: учеб. пособие/ К. Сухов – М: ДМК Пресс, 2013. – 352с.
20. Таблица сравнения CMS по критериям [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bizsistem.com/cms/> (дата обращения: 13.06.2016).
21. Ташков П. А. Веб-мастеринг. HTML, CSS, JavaScript, PHP, CMS, AJAX, раскрутка [Текст]: учеб. пособие/ П.А. Ташков – СПб: Питер, 2010. – 512 с.
22. Трощенко О. Н. Роль использования информационных технологий в физическом развитии человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/4570-2012-11-06-19-02-35> (дата обращения: 14.06.2016).
23. Этапы создания интернет-магазинов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://avenuesoft.ru/shop/stages\\_online\\_store.html](http://avenuesoft.ru/shop/stages_online_store.html) (дата обращения: 15.06.2016).

24. Dinamosport.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dinmosport.ru/> (дата обращения: 14.06.2016).
25. Domsporta [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://domsporta.com/> (дата обращения: 14.06.2016).
26. Rutube. Rutube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rutube.ru/> (дата обращения: 13.06.2016).
27. Site-Do [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// texterra.ru/](http://texterra.ru/) (дата обращения: 15.06.2016).
28. Sportmaster.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sportmaster.ru> (дата обращения: 14.06.2016).
29. Texterra [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.site-do.ru> (дата обращения: 14.06.2016).
30. Verticalextreme [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.verticalextreme.ru> (дата обращения: 14.06.2016).
31. Video Online Kivvi [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kiwi.kz> (дата обращения: 15.06.2016).
32. YouTube. LLC YouTube RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youtube.com> (дата обращения: 13.06.2016).

# ПРИЛОЖЕНИЕ

**Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»**

Институт инженерно-педагогического образования  
Кафедра информационных систем и технологий  
Специальность 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)  
Специализация Компьютерные технологии

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Н.С. Толстова  
подпись фамилия и. о.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ЗАДАНИЕ  
на выполнение квалификационной работы бакалавра  
(выпускная квалификационная работа)**

студента (ки) \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ ЗКТ-511 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Аплеухина Вячеслава Константиновича \_\_\_\_\_  
фамилия, имя, отчество полностью

1. Тема Электронная витрина спортивного магазина  
утверждена распоряжением по институту от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

2. Руководитель \_\_\_\_\_ Ченушкина С.В. \_\_\_\_\_  
фамилия, имя, отчество полностью  
\_\_\_\_\_ ст.преподаватель \_\_\_\_\_ каф.ИС ФГАОУ ВО РГППУ \_\_\_\_\_  
ученая степень      ученое звание      должность      место работы

3. Место преддипломной практики \_\_\_\_\_ каф. ИС ФГАОУ ВО РГППУ \_\_\_\_\_

4. Исходные данные к ВКР:  
Веллинг Л. Разработка Web-приложений с помощью PHP и MySQL [Текст] / Л. Веллинг, Л. Томсон. – М.: Вильямс; Норт Бэрри Joomla! Практическое руководство [Текст]: учеб. пособие/Б. Норт – отдельное изд.; Дронов, В. Пошаговое руководство по созданию шаблонов на Joomla! 1.5 [Текст] / В. Дронов. – СПб.: БХВ-Петербург.

5. Содержание текстовой части ВКР (перечень подлежащих разработке вопросов)  
1. Проанализировать технологию создания электронных витрин.  
2. Произвести анализ существующих интернет-магазинов с целью выявления их особенностей, достоинств и недостатков, и общих требований, предъявляемых к подобным ресурсам.  
3. Спроектировать и реализовать электронную витрину с использованием выбранной CMS.



3. Снабдить проект сопутствующими обучающими статьями и видеороликами.

6. Перечень демонстрационных материалов презентация, выполненная средствами Microsoft PowerPoint.

7. Календарный план выполнения выпускной квалификационной работы

№ п/п	Наименование этапа выпускной квалификационной работы	Срок выполнения этапа	Процент выполнения ВКР	Отметка руководителя о выполнении
1	Сбор информации по выпускной квалификационной работе и сдача зачета по преддипломной практике		15	
2	Выполнение работ по разрабатываемым вопросам, их изложение в выпускной квалификационной работе: <u>Анализ литературы по теме исследования</u> <u>Анализ существующих интернет-магазинов</u> <u>Проектирование и реализация эл. витрины</u> <u>Наполнение обучающими статьями</u>		10	
			15	
			35	
			15	
3	Оформление текстовой части ВКР		5	
4	Подготовка демонстрационных материалов к ВКР		5	
5	Нормоконтроль		5	
6	Подготовка доклада к защите в ГЭК		5	

8. Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы

Наименование раздела	Консультант	Задание выдал		Задание принял	
		_____ подпись _____	_____ дата _____	_____ подпись _____	_____ дата _____
		_____ подпись _____	_____ дата _____	_____ подпись _____	_____ дата _____
		_____ подпись _____	_____ дата _____	_____ подпись _____	_____ дата _____
		_____ подпись _____	_____ дата _____	_____ подпись _____	_____ дата _____

Руководитель \_\_\_\_\_ Задание получил \_\_\_\_\_

9. Выпускная квалификационная работа и все материалы проанализированы. Считаю возможным допустить Аплеухина В.К. к защите выпускной квалификационной работы в государственной экзаменационной комиссии.

Руководитель \_\_\_\_\_  
подпись \_\_\_\_\_ дата \_\_\_\_\_

подпись \_\_\_\_\_ дата \_\_\_\_\_

10. Допустить Аплеухина В.К. к защите выпускной квалификационной работы  
фамилия и. о. студента

в государственной экзаменационной комиссии (протокол заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г., № \_\_\_\_\_)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
подпись \_\_\_\_\_ дата \_\_\_\_\_