

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования

«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 2

по дисциплине

«Эргономические веб-технологии»

на тему «Разработка макета»

Выполнил:  
студент группы 910101  
Сенкевич В.В.

Проверил: Кабариха В.А.

Минск БГУИР 2022

Тематика проекта: Разработать сайт по продаже билетов в кинотеатры.

## **1. Изучение целевой аудитории.**

### **1.1. Краткое описание пользователей приложения.**

Общей ЦА являются люди, мужчины и женщины, от 20 до 50 лет, проживающие на территории РБ, в зоне доступа которых находится магазин туристического снаряжения. Причины пользования сайтом: желание обновить походное снаряжение, закупить новую экипировку и одежду, покупка снаряжения и одежды для друзей и родственников.

Можно выделить 2 подгруппы потенциальных пользователей приложения:

Вопрос	1 подгруппа	2 подгруппа
What?	Покупка экипировки в магазине	Покупка экипировки с доставкой
Who?	Люди от 20 до 50	Люди от 20 до 50
Why?	желание обновить походное снаряжение, закупить новую экипировку и одежду	желание обновить походное снаряжение, закупить новую экипировку и одежду без необходимости ехать в магазин
When?	Любые дни недели, при наличии свободного времени для посещения магазина	Любое время, при желании обновить снаряжение без возможности заехать в магазин
Where?	Специализированные магазины и торговые центры города	Дом

### **1.2 Недостатки конкурентов.**

Выбрал 2 популярных интернет-магазина: turzona.by, lishop.by

1. turzona.by - Малый ассортимент, отсутствует сравнение товаров
2. lishop.by - Доставка только в пределах МКАДа, малый ассортимент,

отсутствует сравнение товаров

### 1.3 Анализ запросов в поисковых системах.

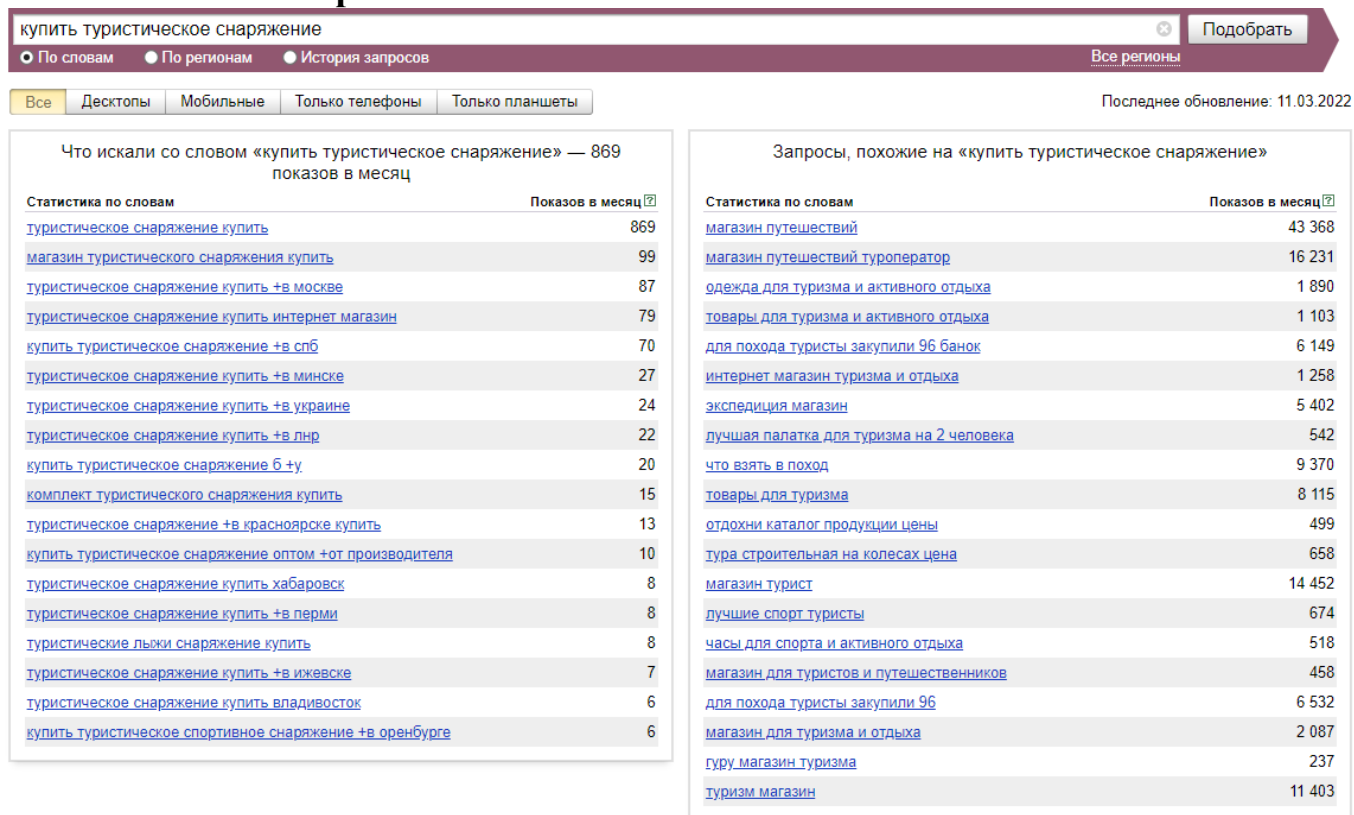


Рисунок 1

На рисунке видно, что количество запросов на покупку снаряжение не очень высоко.

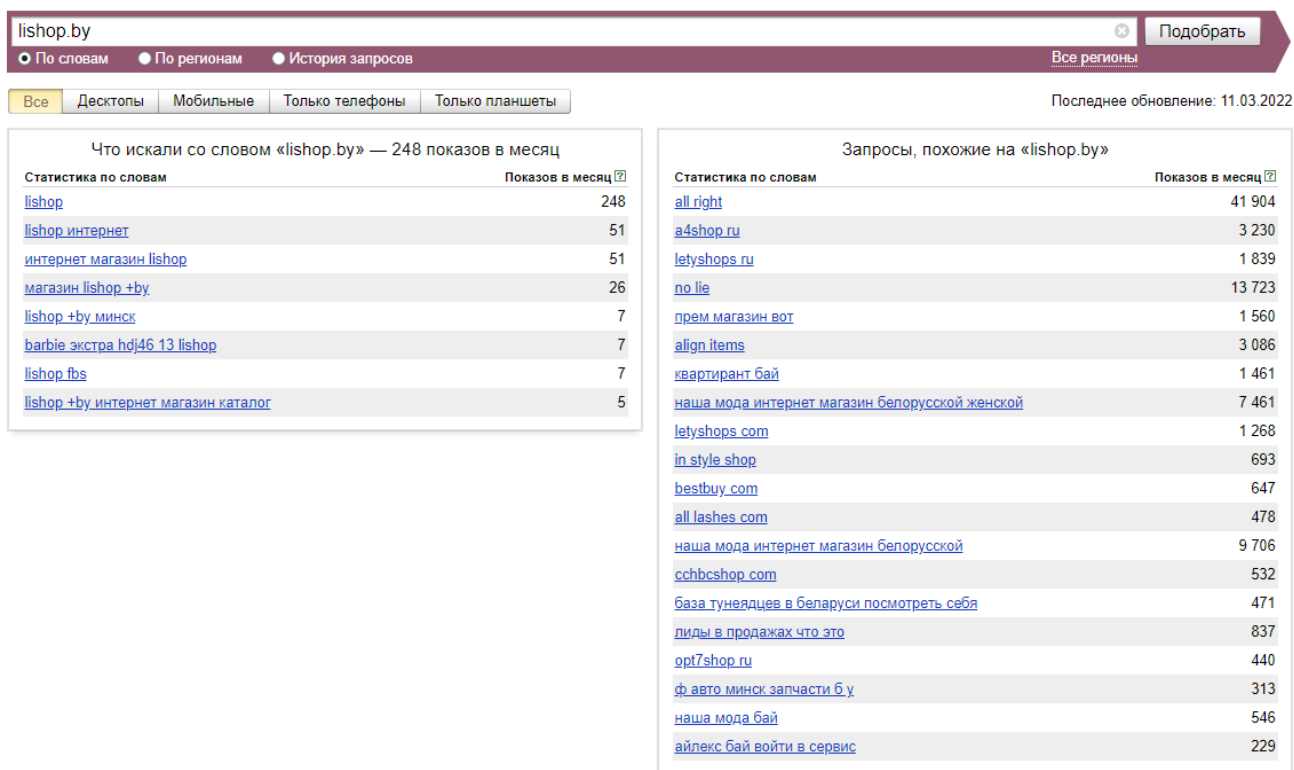


Рисунок 2

Количество запросов на покупку снаряжения через сайт lishop.by не высоко из-за небольшого ассортимента

#### 1.4 Промежуточные выводы.

После проведения анализа конкурентных систем, можно сделать вывод, что популярность того или иного сайта/приложения сильно зависит от наличия хорошего приложения. Очень важен удобный и красивый интерфейс, разнообразие товара, а также наличие дополнительной информации о снаряжении.

#### 1.5 Целевое действие пользователя(СТА-кнопка).

Главное действие для пользователя –покупка снаряжения. Должны быть удобные фильтры, информация о наличии товара

Дополнительные возможности:

- просмотр различных цветов вещей;
- возможности сравнения товара;
- просмотр информации о составе;
- просмотр информации о производителе;
- просмотр бонусов и акций;

## **2. Пользовательские истории.**

Пользовательские истории для сайта/приложения по продаже рыболовных снастей: «Как студент с маленьким денежным капиталом, я хочу найти наиболее дешёвый и качественный товар для туризма».

«Как работник в офисе, который устал от рутины, я хочу активно отдохнуть и купить принадлежности для этого».

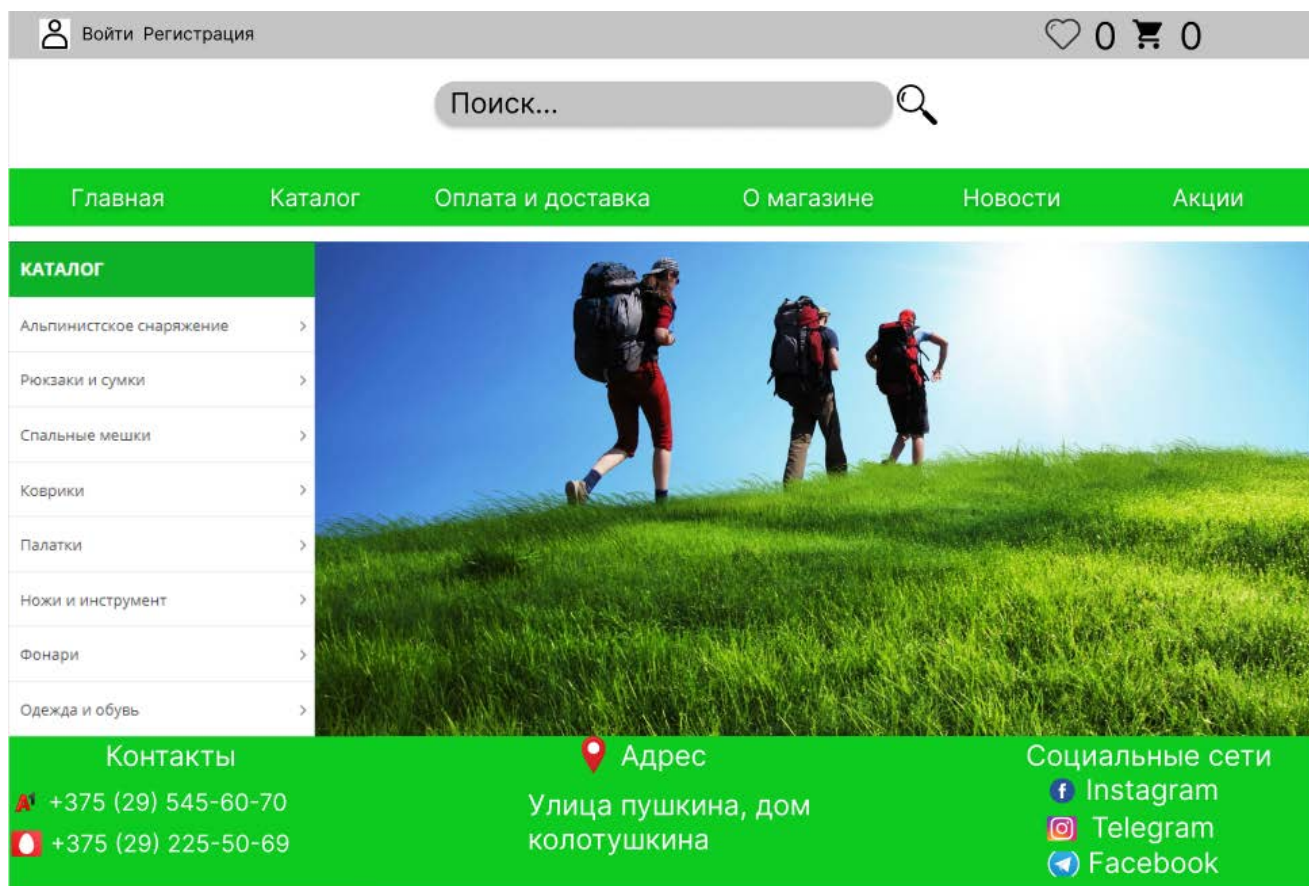
«Как опытный турист, я решил купить снаряжение различных брендов для их сравнения не по бумажке».

«Как любитель активного отдыха, я решил выбрать снаряжение для туризма, чтобы ощутить этот вид отдыха».

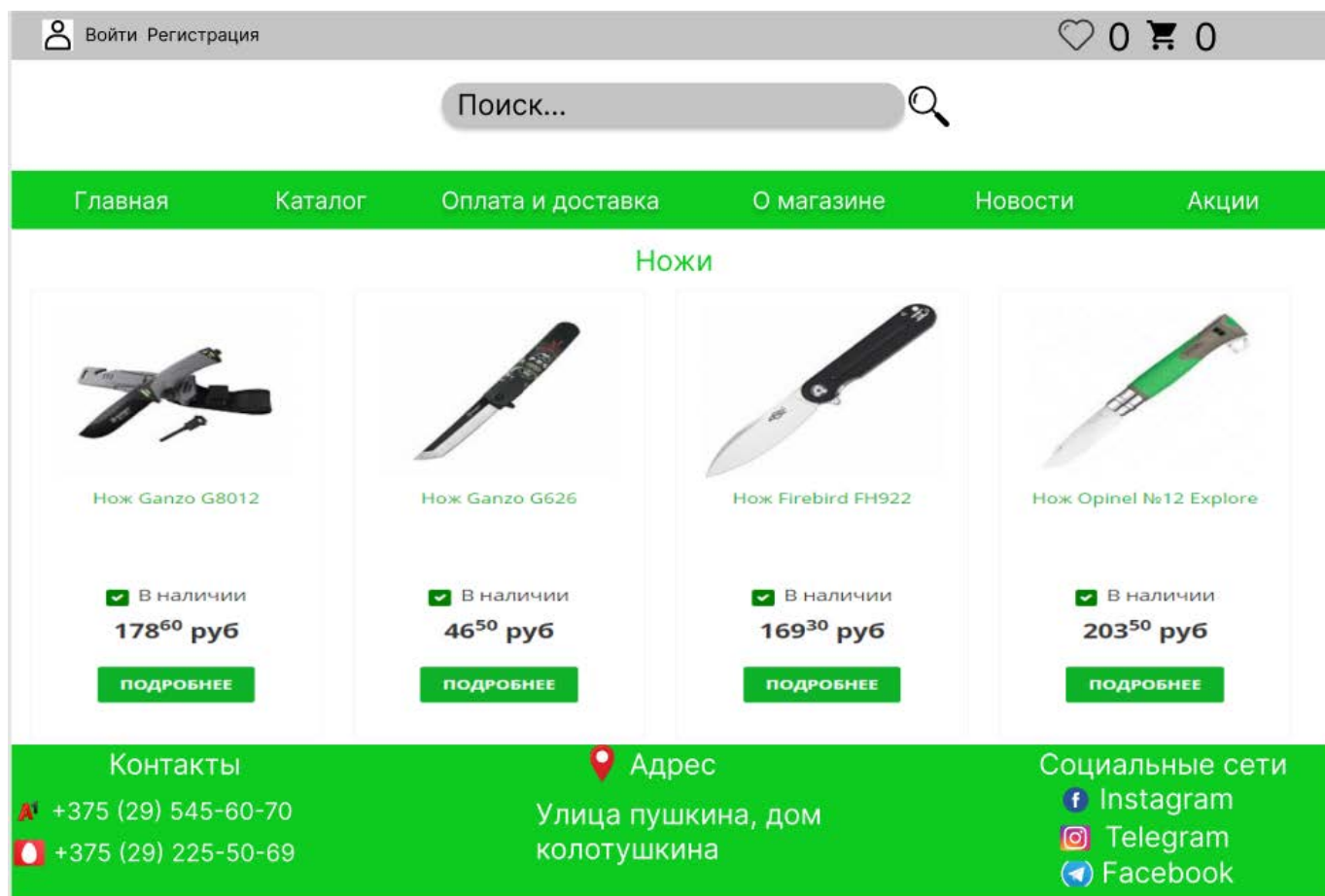
## **4. Ключевые преимущества разрабатываемого приложения.**

- . • Наличие выбора категории необходимого снаряжения, чтобы переходить по ним и выбирать нужные;
- Функция добавления товара в избранное, чтобы не забыть про него или сравнить с другим;
- Возможность просмотра скидок на понравившиеся товары, а также получение купонов на скидки, за покупку товаров в магазине.

## **5. Макет дизайна веб-сайта.**



## Главная страница



## Побочная страница



