**Содержание**

[Введение 3](#_Toc180231030)

[1 Анализ предприятия 4](#_Toc180231031)

1.1 Характеристики пердприятия...............................................................................5

1.2 Анализ предметной области.................................................................................5

[2 Техническое задание 5](#_Toc180231032)

[3 Разработка проектной документации 6](#_Toc180231033)

[3.1 Разработка эскиза сайта 6](#_Toc180231034)

[3.2 Разработка схемы интерфейса 6](#_Toc180231035)

[3.3 Подбор графических материалов 6](#_Toc180231036)

[4 Разработка веб-приложения 7](#_Toc180231037)

[4.1 Создание шаблона страниц веб-приложения 7](#_Toc180231038)

4.2 Реализация веб-приложения.................................................................................7

4.3 Реализация динамических элементов сайта........................................................8

5 Тестирование веб-приложения

[Заключение 8](#_Toc180231039)

Приложение А (обязательное) Диаграмма последовательности..............................10  
Приложение Б (обязательное) Диаграмма вариантов использования......................11  
Приложение В (обязательное) Диаграмма деятельности..........................................12  
Приложение Г (обязательное) Дизайн сайта..............................................................13  
Приложение Д (обязательное) Листинг программы..................................................14

## **Введение**

Магазины женской одежды играют важную роль в жизни общества, выполняя множество функций. Они являются местом, где женщины могут найти стильную одежду для различных случаев – от повседневной до праздничной. История магазинов женской одежды уходит корнями в прошлое, когда одежда была не только средством защиты от холода, но и выражением индивидуальности.

В древности люди использовали различные материалы для создания одежды, которая помогала им выживать в суровых условиях. Со временем одежда стала более разнообразной и начала отражать социальный статус человека. В Средние века мода стала важным элементом культуры, особенно среди знати. В это время появились первые портные, которые создавали уникальные наряды для своих клиентов.

С развитием промышленности и торговли в XVIII-XIX веках начали появляться специализированные магазины, предлагающие широкий ассортимент товаров. Женская одежда стала предметом особого внимания, поскольку она позволяла женщинам выразить свою уникальность и красоту. Магазины стали местом встречи, где дамы могли обсудить последние тенденции моды и поделиться своими впечатлениями.

Сегодня магазины женской одежды продолжают играть важную роль в обществе. Они предлагают разнообразные коллекции, соответствующие последним тенденциям моды. Кроме того, они помогают женщинам чувствовать себя уверенно и комфортно в любой ситуации. Одежда может быть не только функциональной, но и эстетически привлекательной, подчеркивающей индивидуальные особенности каждой женщины.

Женские магазины одежды также важны как источник вдохновения и мотивации. Они предоставляют возможность примерить разные образы, экспериментировать со стилями и находить новые грани своей личности. Благодаря широкому выбору моделей и фасонов, каждая женщина может создать свой уникальный образ, который будет соответствовать её настроению и предпочтениям.

Кроме того, такие магазины играют значительную роль в экономике страны. Они создают рабочие места для дизайнеров, швей, продавцов и других специалистов. Развитие индустрии моды способствует росту малого и среднего бизнеса, а также стимулирует развитие смежных отраслей, таких как производство тканей, аксессуаров и косметики.

Современные технологии значительно изменили подход к продаже женской одежды. Онлайн-магазины позволяют совершать покупки, не выходя из дома, что делает процесс шопинга ещё более удобным и доступным. Клиенты могут выбирать товары из огромного ассортимента, сравнивать цены и получать информацию о последних коллекциях прямо на экране своего устройства.

Однако, несмотря на рост популярности онлайн-шопинга, традиционные

магазины остаются востребованными. Они дают возможность лично оценить качество материалов, примерить вещи и получить консультацию опытных продавцов. Это создаёт атмосферу уюта и комфорта, которую сложно воспроизвести в виртуальном пространстве.

Важно отметить, что современные магазины женской одежды не просто продают товар, но и формируют определённый культурный код. Мода становится частью массовой культуры, влияя на поведение людей, их восприятие мира и даже мировоззрение. Одежда отражает ценности и идеалы времени, в которое она создана. Например, в эпоху феминизма появилась тенденция к созданию удобной и практичной одежды, которая позволяет женщине чувствовать себя свободно и уверенно.

Магазины женской одежды также становятся площадками для обмена опытом и знаниями. Здесь собираются люди с общими интересами, обсуждают новинки сезона, делятся советами по уходу за вещами и стилю. Это создает уникальную среду общения, где каждый может найти единомышленников и вдохновиться новыми идеями.

Не менее значимо то, что магазины женской одежды способствуют развитию индивидуального вкуса. Они предлагают разнообразные стили и направления, позволяя каждому выбрать то, что соответствует его внутреннему миру и представлениям о красоте. Это помогает людям лучше понимать себя, свои предпочтения и желания.

Наконец, стоит упомянуть, что магазины женской одежды играют важную социальную роль. Они поддерживают связь между поколениями, передавая традиции и ценности через моду. Молодежь учится у старших, а старшее поколение находит новые идеи и вдохновение в молодежном стиле. Таким образом, магазины женской одежды представляют собой нечто большее, чем просто торговые точки. Они являются важными элементами социальной и культурной жизни общества, играющими ключевую роль в формировании идентичности и самовыражении каждого человека.

# **1 Анализ предприятия**

* 1. **Характеристика предприятия**

Наименование предприятия - Karmel.

Адрес - Город Оренбург, ТРЦ Гулливер 2 этаж.

Деятельность - продажа женской одежды.

* 1. **Анализ предметной области**

Предприятие, специализирующееся на розничной торговле женской одеждой, сталкивается с необходимостью расширения своего бизнеса за пределы традиционных физических магазинов. В условиях современной экономики и растущей популярности онлайн-шопинга становится очевидным, что для успешного функционирования и дальнейшего развития компании необходимо создать эффективный инструмент для ведения электронной коммерции. На данный момент предприятие не обладает полноценной платформой для осуществления онлайн-продаж, что существенно ограничивает его возможности по привлечению новых клиентов и увеличению объёмов выручки.

Создание интернет-магазина станет важным шагом в стратегии компании по расширению её присутствия на рынке. Такой шаг позволит достичь следующих целей:

Географическая экспансия. Интернет-магазин предоставит возможность продавать продукцию клиентам вне зависимости от их местоположения. Это открывает доступ к новым регионам внутри страны и даже за её пределами, значительно увеличивая потенциальную клиентскую базу.

Рост объёма продаж. Онлайн-продажи предоставляют компаниям уникальные возможности для охвата широкой аудитории, которая предпочитает делать покупки через интернет. Это особенно актуально в условиях современного мира, где всё больше людей выбирают комфорт и удобство онлайн-шопинга вместо посещения обычных магазинов.

Оптимизация расходов. Запуск интернет-магазина потребует гораздо меньше финансовых вложений по сравнению с открытием нового физического магазина. Отсутствует необходимость аренды помещений, оплаты коммунальных услуг и содержания большого штата персонала, что делает это решение экономически выгодным.

Повышение уровня сервиса. Благодаря круглосуточному доступу к интернет-магазину клиенты смогут выбирать и заказывать товары в любое удобное для них время. Удобство навигации, функции поиска, а также наличие отзывов и рейтингов продукции помогут повысить удовлетворённость клиентов и улучшить их опыт взаимодействия с компанией.

Сбор данных о потребителях. Интернет-магазин предоставляет уникальную возможность для сбора информации о предпочтениях и поведении клиентов. Эти данные могут использоваться для улучшения ассортимента, персонализации предложений и оптимизации маркетинговой стратегии.

Предметная область (проблема)

Основная проблема, стоящая перед предприятием, заключается в отсутствии эффективного механизма для проведения онлайн-продаж. Хотя компания успешно функционирует в сегменте традиционной розницы, она не использует весь потенциал интернета для увеличения своей прибыли. Это приводит к ряду негативных последствий:

Ограниченные возможности для роста бизнеса. Без наличия онлайн-канала продаж компания теряет значительную часть потенциальных клиентов, предпочитающих покупать товары через интернет.

Уступание позиций конкурентам. Компании, уже имеющие развитые интернет-магазины, получают значительное преимущество на рынке, привлекая к себе внимание потребителей.

Недостаточная осведомлённость о потребностях и предпочтениях целевой аудитории. Отсутствие прямого контакта с клиентами через интернет затрудняет сбор актуальной информации о том, какие продукты пользуются наибольшим спросом и какие факторы влияют на принятие решений о покупке.

Низкая гибкость в реагировании на изменения рыночных условий. Без использования инструментов аналитики и обратной связи, предоставляемых интернет-магазином, компания медленнее адаптируется к изменениям в потребительском спросе и рыночной конъюнктуре.

Для преодоления этих трудностей необходимо разработать современный и функциональный интернет-магазин, который обеспечит высокий уровень удобства для пользователей и позволит компании максимально эффективно использовать возможности электронного бизнеса.

В процессе выполнения производственной практики предполагается разработка сайта для магазина по продаже женской одежды с использованием следующих технологий:

* Next.js – фреймворк для серверного рендеринга приложений на основе React, который обеспечивает высокую производительность и оптимизирован под поисковые системы (SEO). Использование этого фреймворка позволит создать быстрые и отзывчивые веб-приложения, которые будут легко индексироваться поисковиками.
* React – популярная JavaScript-библиотека для создания пользовательских интерфейсов. Она позволяет разрабатывать сложные и динамичные веб-интерфейсы, состоящие из множества взаимодействующих компонентов.
* Tailwind CSS – утилитарный фреймворк для стилизации элементов интерфейса, основанный на принципах атомарного дизайна. Он помогает быстро и эффективно создавать адаптивные макеты, соответствующие современным стандартам веб-дизайна.
* Clerk – платформа для управления аутентификацией и авторизацией пользователей. Этот инструмент обеспечит безопасное взаимодействие клиентов с сайтом, позволяя им регистрироваться, входить в систему и управлять своими аккаунтами.
* TypeScript – расширение языка программирования JavaScript, которое добавляет поддержку строгой типизации. Использование TypeScript повышает надёжность и читаемость кода, облегчая процесс его поддержки и модификации.

Применение этих технологий позволит создать современное, удобное и безопасное веб-приложение, соответствующее всем актуальным требованиям к интернет-магазинам.

Целью данной производственной практики является разработка интернет-магазина для продажи женской одежды, который поможет предприятию выйти на новый уровень развития и увеличить свои доходы за счёт расширения каналов сбыта и привлечения новой аудитории. Реализация проекта позволит компании укрепить свои позиции на рынке, повысить конкурентоспособность и обеспечить устойчивый рост в будущем.

# **2 Проектирование приложения**

Проектирование приложения

# **3 Разработка программного обеспечения**

# **3.1 Описание технологического стека разработки**

Описание технологического стека разработки

# **3.2 Описание алгоритма работы**

Описание алгоритма работы

# **3.3 Описание интерфейса пользователя**

Описание интерфейса пользователя

# **4 Тестирование приложения**

# **4.1 План тестирования**

План тестирования

**4.2 Оценка результатов проведения тестирования**

Оценка результатов проведения тестирования

# **Заключение**

Заключение

# **Список использованных источников**

Список использованных источников

# **Приложение А *(обязательное)* Диаграмма последовательности**

Рисунок

Рисунок А.1 – Диаграмма последовательности

# **Приложение Б *(обязательное)* Диаграмма вариантов использования**

Рисунок

Рисунок Б.1 – Диаграмма вариантов использования

# **Приложение В *(обязательное)* Диаграмма деятельности**

Рисунок

Рисунок В.1 – Диаграмма вариантов использования