# ОГЛАВЛЕНИЕ

[1 АНАЛИЗ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ………………………………………...3](#_Toc184643975)

[1.1 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДМТНОЙ ОБЛАСТИ…………………………..3](#_Toc184643976)

[1.2 ТРЕБОВАНИЯ К ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТА………………………………... 4](#_Toc184643977)

# ВВЕДЕНИЕ

Учебная практика по профессиональному модулю ПM.08 "Разработка дизайна веб-приложений» проходила в МКИТ.

Цель учебной практики - освоение вида профессиональной деятельности «Разработка дизайна веб-приложений», формирование обще профессиональных компетенций, приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности, закрепление теоретических и практических знаний, полученных во время обучения, применение их на практике.

Задачи учебной практики:

* провести анализ предметной области розничного магазина одежды;
* обосновать необходимость разработки веб-сайта;
* провести анализ целевой аудитории;
* сформировать требования к дизайну веб-сайта на основе анализа предметной области и целевой аудитории;
* разработать логическую и физическую структуру веб-сайта;
* разработать дизайн-макет веб-сайта;
* разработать формы и элементы пользовательского интерфейса;
* провести тестирование разработанного веб-сайта.

# 1 АНАЛИЗ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ

## 1.1 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДМТНОЙ ОБЛАСТИ

Интернет-магазины одежды представляют собой современные платформы электронной коммерции, позволяющие пользователям покупать одежду через интернет.

Преимущества создания веб-сайта

Веб-сайт позволяет выйти за рамки локальной аудитории, привлекая клиентов из других городов и регионов.

Онлайн-торговля дает возможность работать с клиентами, которые не могут посетить физический магазин.

Доступ к товарам 24/7 расширяет временные рамки покупок, позволяя клиентам делать заказы в любое удобное время.

Специальные онлайн-акции и скидки стимулируют покупки и повышают средний чек.

Наличие веб-сайта делает компанию более заметной на рынке.

Современный и функциональный сайт формирует у клиентов доверие к бренду и улучшает имидж компании.

Онлайн-каталог с описанием, фотографиями и возможностью выбора параметров (размер, цвет) упрощает процесс покупки.

Функции фильтров, поиска и персональных рекомендаций помогают быстро находить нужные товары.

Веб-сайт предоставляет платформу для размещения информации о новых коллекциях, акциях и распродажах.

Интеграция с рекламными инструментами (Google Ads, социальные сети) позволяет более эффективно привлекать клиентов по сравнению с офлайн-рекламой.

С помощью сайта можно собирать данные о поведении клиентов, предпочтениях и популярности товаров.

Возможность онлайн-обратной связи помогает улучшать сервис и учитывать потребности покупателей.

Основной целью разработки является создание удобного, привлекательного и функционального сайта, который обеспечивает комфортное взаимодействие пользователя с магазином. Для этого важно учитывать ключевые аспекты предметной области, включая целевую аудиторию, ассортимент товаров, механизмы взаимодействия с клиентами, а также технологическую реализацию.

Задачи создания сайта для магазина:

спроектировать и разработать дизайн-макет веб-сайта интернет-магазина;

реализовать HTML, CSS и JS код, реализующий дизайн-макет;

Основные потребители интернет-магазинов одежды:

**Молодежь (16-30 лет)** — основная аудитория, которая ищет трендовые товары и ценит мобильность.

**Взрослые (30-50 лет)** — заинтересованы в качественной и функциональной одежде, акцент на простоту использования сайта.

**Пожилые люди** — редко пользуются онлайн-шопингом, но охватываемая аудитория может быть расширена за счет интуитивного интерфейса.

## 1.2 ТРЕБОВАНИЯ К ДИЗАЙНУ ВЕБ-САЙТА

Для всех категорий пользователей важно:

Возможность выбора по параметрам (размер, цвет, бренд, цена);

Удобная навигация и поиск;

Наличие отзывов и фотографий товара;

Ключевые функции интернет-магазина:

группировка по категориям (мужская, женская, детская одежда);

возможность сортировки и фильтрации;

страницы карточек товаров с описанием, ценой и фотографиями.

**Корзина и оформление заказа:**

удобное добавление/удаление товаров;

расчёт итоговой стоимости;

возможность редактирования количества товаров.

**Поиск и фильтры:**

поиск по ключевым словам;

фильтры по цене, бренду, цвету, материалу.

**Личный кабинет пользователя:**

история заказов;

управление профилем;

возможность отслеживания доставки.

**Информационные страницы:**

контакты и условия доставки;

возврат и обмен товаров;

часто задаваемые вопросы (FAQ).

Интернет-магазин будет разрабатываться с использованием технологий:

**HTML** — структура сайта;

**CSS** — стилизация страниц, создание адаптивного дизайна;

**JavaScript** — реализация интерактивных элементов (авторазация, поиск, фильтры, обновление корзины).

Особенности реализации:

**адаптивность**: поддержка корректного отображения на мобильных устройствах.

**кроссбраузерность**: сайт должен одинаково работать в современных браузерах (Chrome, Firefox, Edge).

**оптимизация скорости**: минимизация времени загрузки страниц.

На рынке представлено множество интернет-магазинов одежды, таких как Lamoda, Wildberries, ASOS. Основные сильные стороны конкурентов:

**интуитивный интерфейс**;

**высокая скорость загрузки страниц**;

**широкий ассортимент**.

Чтобы выделиться, важно:

сделать сайт уникальным за счет дизайна и удобства;

обеспечить надежную работу всех функций;

предусмотреть механизмы взаимодействия, такие как онлайн-чат для консультаций.

Анализ предметной области показал, что для создания успешного интернет-магазина одежды требуется особое внимание к функциональности, адаптивности и удобству интерфейса. Использование HTML, CSS и JavaScript позволяет разработать современный сайт, отвечающий потребностям целевой аудитории. Внедрение дополнительных сервисов, таких как личный кабинет и удобная корзина, обеспечит положительный пользовательский опыт и конкурентоспособность на рынке.