АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

«ОМСКАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Предметно-цикловая комиссия

информационных и естественнонаучных дисциплин

КУРСОВАЯ РАБОТА

по МДК.05.02 Разработка кода информационных систем

на тему

**Фронтенд разработка Landing Page**

**Магазин спортивного оборудования «Sport»**

Автор работы

Баранов Олег Евгеньевич

специальность 09.02.07 Информационные системы и программирование

курс \_\_3 группа эИСП-9.2 \_\_\_\_\_

Научный руководитель

Востриков Андрей Денисович, преподаватель

2021

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| Введение…………………………………………………………………….. | 3 |
| 1 Современные технологии разработки сайтов………………………....... | 4 |
| 1.1 Виды сайтов…………………………………………………….……… | 4 |
| 1.2 Консоль и инспектор браузера (Инструменты разработчика)……… | 6 |
| 1.3 Современные технологии разработки сайтов…….............................. |  |
| 2 Фронтенд разработка сайта………………………………………..…… | 12 |
| 2.1 Создание секции header………………………………………………. | 12 |
| 2.2 Разработка …………………………………………………………….. | 12 |
| 2.3 Создание секции footer……………………….……………….……... | 14 |
| Заключение…………………………………………………………….…… | 15 |
| Список используемых источников…………………………………..…… | 16 |
| Приложение А HTML код ….…….…………………………………..……. | 17 |

ВВЕДЕНИЕ

Landing Page, в переводе с английского, - целевая страница. Это одностраничный сайт, который размещается в сети Интернет. На нём пользователям раскрывается краткое описание товаров, услуг, информации о компании, а также предоставляет возможность для заказа понравившегося товара, оформления онлайн-заявки, и отправки формы для получения обратной связи.

Актуальностью данной курсовой работы на тему разработки LANDING PAGE магазина спортивного оборудования «Sport», является цель предоставить пользователям доступ к необходимой информации на данную тематику, сделать одностраничный сайт максимально удобным и визуально приятным.

Объект исследования: разработка LANDING PAGE.

Предмет исследования: способы и средства разработки LANDING PAGE.

Цель работы: выполнить фронтенд разработку LANDING PAGE магазина спортивного оборудования «Sport».

Задачи:

1. Поиск и анализ необходимой информации.

2. Изучить современные технологии разработки сайтов.

3. Рассмотреть и описать виды сайтов.

4. Выполнить фронтенд разработку LANDING PAGE магазина спортивного оборудования «Sport»

**1 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ САЙТОВ**

**1.1 Виды сайтов**

**САЙТ-ВИЗИТКА**

Сайт-визитка — это, можно сказать, родоначальник интернета. Именно этот тип сайтов стоял на заре зарождения мировой сети. Конечно, сейчас такие визитные странички визуально преобразились, стали краше и наряднее. Но сама суть осталась прежней.

Что такое сайт-визитка? Это всего несколько страниц: сведения о компании, информация о продаваемых товарах / оказываемых услугах, контактные данные. Может быть ещё несколько разделов типа Акции, Новости и тому подобное. Представленная информация — статична, то есть на сайте-визитке не предполагается активного взаимодействия пользователя с сайтом. Из всего взаимодействия с клиентом — лишь форма обратной связи для отправки email прямо с сайта.

Преимущества:

* низкая стоимость создания.
* быстрый запуск.
* возможна модернизация до более продвинутых видов веб сайтов (но такую возможность следует оговаривать заранее).

Недостатки:

* практически невозможно продвижение из-за маленького объёма содержания.
* бедный функционал.
* бедный дизайн.
* клиент не задерживается: пришёл — глянул — ушёл.

В целом, этот тип сайтов уже отжил своё и ныне почти упокоился на задворках истории. Конечно, сайт-визитка — это лучше, чем ничего. Но клиента таким видом сайта уже не зацепить. Более того, в случае сайта визитки нужно ещё и постараться, чтобы вообще клиента не отпугнуть! Так как при создании визитки, как правило, заказчик экономит на всём, на чём можно, то и выглядит в итоге такой сайт соответствующе. Бюджетный — это ещё корректное определение, обычно всё бывает гораздо хуже.

**КОРПОРАТИВНЫЙ САЙТ**

Под корпоративным сайтом понимается многофункциональный сайт организации, назначение которого — как донесение информации до клиента, так и непосредственно преследование коммерческих целей. То есть это сайт, который работает на ваш бизнес.

Если сравнивать с предыдущим типом веб сайтов — визиткой, то получается следующая аналогия. Там вы вручили маленькую визитку и распрощались в надежде, что о вас когда-нибудь вспомнят. Здесь же вы сразу дарите максимально полный объём информации, чуть ли не книгу, в который есть всё для решения потребностей клиента. Это не просто бумажка-визитка, это уже полноценный офис со всеми его преимуществами.

Как человека встречают по внешнему виду, так и компанию встречают по её сайту. Как правило, клиент всегда, пускай даже неосознанно, видит/чувствует серьёзность в намерениях (или же её отсутствие). Корпоративный сайт — это отличный способ показать серьёзное отношение к делу.

Более того, создавая корпоративный тип сайта, вы дарите клиенту то, что ему нужно. Клиент чувствует оказываемое ему уважение, когда видит, сколько нужной и полезной информации специально для него создано и размещено. Приятный дизайн, удобное управление, достоверная и регулярно обновляемая информация — вот характерные черты, которые выгодно выделяют корпоративный сайт на фоне визиток.

Добавим объективности и выделим конкретные плюсы и минусы корпоративного сайта.

Преимущества:

* централизованное хранилище подробной информации о компании, товарах и услугах.
* большое количество справочной информации для поддержки пользователя.
* различные сервисы помощи для выбора товаров и услуг: калькуляторы и тому подобное.
* возможность взаимодействия сотрудников организации между собой через внутренние сервисы.
* активное привлечение клиентов за счёт клиенто-ориентированности.

Явных недостатков у корпоративного типа сайта не наблюдается. Но один субъективный выделить всё же можно: корпоративный сайт не нафарширован по максимуму. То есть он отлично выполняет свои функции привлечения новых клиентов и поддержки существующих. Но нет пределу совершенству — так и корпоративный сайт может когда-нибудь захотеть предоставлять больше наворотов для пользователей. И чем больше он будет обрастать дополнительным функционалом, тем больше он будет превращаться в портал.

**ПОРТАЛ**

Портал — это, фактически, сильно прокачанный и улучшенный корпоративный сайт. Данный тип сайта ориентирован на гораздо более широкий круг пользователей и призван значительно облегчать им жизнь всеми доступными способами.

Пример функциональности портала: размещение и вывод фото, аудио и видео в виде удобных галерей и плейлистов, чтение, просмотр и прослушивание онлайн, форумы, блоги и дневники пользователей, рейтинги, голосования, система комментирования и управления комментариями, обмен личными сообщениями между пользователями и так далее. Этот список можно продолжать бесконечно. Главная черта портала — это очень активное взаимодействием с посетителями. Видов этих взаимодействий может быть тысячи. У каждой аудитории — свои запросы, и именно сайт-портал способен их все удовлетворить.

Собственно, именно на этом и строится успех или неуспех портала. Главное — это понять запросы вашей целевой аудитории. Если вы знаете, в чём нуждаются ваши пользователи, то вы сможете им это дать посредством интернет-портала. Портал — это современный вид сайта, благодаря которому вы сможете эффективно удовлетворять потребности вашей аудитории. Тем самым вы, несомненно, сделаете свой бизнес успешным. Правильно разработанный портал — залог того, что всё у вас получится.

**САЙТ-СЕРВИС**

Сервис как правило, сконцентрирован на решении какой-то одной или нескольких однотипных потребностей клиента.

Лучшим примером будут онлайн-консультанты. Наверное, каждый из нас встречал на современных сайтах всплывающие окна с обращением менеджеров или предложением ввести свой номер, чтобы нам быстро перезвонили и проконсультировали. Так вот, такие онлайн-помощники и являются примером сервиса — видом сайтов, которые предоставляют услуги по удовлетворению конкретной нужды пользователя.

Те же облачные хостинги (Dropbox, Яндекс.Диск), видеохостинги (Youtube, RuTube), различные сервисы для онлайн-конвертации файлов и т.д. — являются ярким примером хорошего и полезного сервиса.

Сервисов в интернете существует огромное количество, каждый день появляются новые. Для того, чтобы создать своё успешный сервис, требуется всего лишь понять, чего не хватает людям. Догадайтесь, как решить чью-то проблему, станьте полезным для людей — и вас сервис непременно ждёт успех. Конечно, при условии, что он будет разработан и введён в эксплуатацию профессионалами. Так как классную идею без грамотной технической реализации чаще всего ожидает провал.

**САЙТ-КАТАЛОГ**

Под каталогом понимается сайт с витриной из товаров, но без возможности добавить их в корзину и оформить заказ. Покупка товаров из каталога производится через e-mail, телефон или другие способы связи с владельцем ресурса.

Стоит заметить, что на данный момент времени сайт-каталог — это не самое лучшее решение для бизнеса (исключением являются каталоги с дорогостоящими товарами, такими как спецтехника, автомобили и т.д.). Клиенты нынче пошёл привередливый: ему нужно, чтобы было просто и удобно. А что простого и удобного в том, что ему приходится искать возможность связаться с владельцем каталога, тратить время на общение с ними и только после прохождения этого нелёгкого пути клиент наконец-то сможет получить то, что ему нужно. В целом, это не самый удачный вид сайта для развития онлайн-бизнеса.

Конечно, бывают ситуации, когда у компании есть какое-то уникальное предложение или индивидуальный подход к формированию цены для каждого человека. Но даже в этом случае можно всё автоматизировать! Клиенты будут благодарны вам, если вы прикрутите привычную всем корзину и дадите им возможно оформить заказ. Но тогда уже получится следующий тип сайта.

**ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН**

Интернет-магазин — это самый популярный метод коммерции в интернете. Все товары на витрине, купить их можно в пару кликов мышкой — что может быть проще и удобнее?

Объёмы интернет-коммерции растут год за годом, и самое приятное — в России этот рост продолжится ещё долго. Это в США и Европе электронный рынок уже достиг насыщения и поэтому варится в собственному соку. Россия же в этом плане намного приятнее: если в Москве и Питере рынок почти заполнен и влезть туда не так то и просто, то в остальных регионах нашей необъятной страны существует множество незанятых ниш или ниш с низкой конкуренцией. И такое состояние будет сохраняться только в ближайшие годы. Дальше, как это обычно и происходит, рынок придёт в равновесие. Так что самое сладкое время для того, чтобы заказать интернет-магазин — сейчас!

Основная задача электронного магазина — это представление широкого ассортимента и возможности купить товар или услугу непосредственно на сайте. Чем сильнее мы облегчаем клиенту жизнь, тем больше клиентов у нас становится. Закон любого бизнеса!

Преимущества:

* возможность покупки за несколько кликов мышкой.
* широкий охват аудитории (нет географической привязки).
* неограниченное количество товаров на витрине.
* круглосуточная доступность.
* возможность сравнения и оценки товаров.
* низкие цены за счёт снижения издержек в сравнении с оффлайн-магазином.

Недостаток мы можем выделить всего один: товар нельзя пощупать. К счастью, сейчас доверие покупателей к интернет-магазинам возросло, и они уже без всяких сомнений делают покупки в интернете. Более того, многие магазины гарантируют покупателям бесплатный осмотр или примерку перед покупкой. То есть клиент может сперва удостовериться, что ему доставили то, что ему нужно, и только после этого оплатить заказ. В целом — за интернет-магазинами будущее. На сегодня это самый удобный (можно купить, не вставая с дивана) и простой (заказ товара в среднем занимает 5 минут) способ что-то приобрести.

**ЛЕНДИНГ**

Лендинг или лендинг-пейдж (landing page) — это одностраничный тип сайта для захвата внимания клиента для последующего выполнения им целевого действия. Минимум всего отвлекающего: на лендинге размещается только ключевая информация, которая способна заинтересовать и побудить сделать покупку товара или заказать услуги. Другие названия лэндинга — посадочная страница, страница захвата.

Что представляет собой правильный лендинг?

Во-первых, это простой и удобный дизайн. Благодаря своей лёгкости лендинг быстро загружается и не вызывает лишних вопросов.

Во-вторых, лендинг несёт ключевую информацию о том, почему клиент должен сделать покупку или произвести иное целевое действие (например, подписаться на рассылку). Преимущества, акции с ограничением по времени, высококачественные фотографии, призыв к действию — вот главные пункты, из которых состоит посадочная страница.

Сейчас происходит настоящий расцвет лендингов. И этому есть причины. Главным преимуществом этой разновидности сайтов является повышенная конверсия за счёт узконаправленности (конкретный товар/услуга для конкретной аудитории). Ничего лишнего — вот секрет успеха страницы захвата.

В отличии от огромной витрины интернет-магазина, посетитель лэндинга видит только что-то одно. Когда у нас нет широкого выбора, то зачастую мы этому даже рады — не нужно тратить силы и время на сравнение и выбор.

Недостатком лендинга является как раз его преимущество в виде узконаправленности. Это как обоюдоострый меч. Если у вас появится второй (третий, десятый, тысячный) товар/услуга, то выхода здесь два. Первый — это в который раз делать под него новый лэндинг. Второй — создать интернет-магазин, где будет широкий ассортимент товаров.

Некоторые владельцы интернет-магазинов одновременно пользуются и лэндингами. И это вполне оправданно. Например, у них появляется в продаже какой-то очень ходовой товар. Он хорошо продаётся в магазине, но если дополнительно организовать лэндинг конкретно под этот товар, то продажи пойдут ещё лучше. Такая тактика одновременного наступления по всем фронтам получает всё большее распространение в интернет-коммерции. А почему нет? Ведь это эффективно и не требует особых затрат.

**ПРОМО-САЙТЫ**

Промо-сайты — это вид сайтов для проведения конкурсов, акций, розыгрышей призов или презентации чего-то нового (например, новая модель автомобиля). Как правило, такие сайты требуются крупному бизнесу. У такого бизнеса уже имеется основной сайт или сайты, задачи которых — это продажи, формирование позитивного имиджа, поддержка клиентов. А вот всякие развлекательные конкурсы выносятся на отдельный домен, дабы не загромождать основной ресурс. И это правильно.

Конечно, ради недельной акции промо-сайты никто не делает. Их делают под долговременные конкурсы и розыгрыши. Долговременные — это чаще всего значит от нескольких недель до нескольких месяцев. Естественно, такое крупное мероприятие достойно отдельного промо-сайта.

**СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ**

Социальные сети — это сайты предназначенные для построения и отражения социальных взаимоотношений между разными людьми.

Соцсети могут быть как для широкого круга пользователей (Вконтакте, Одноклассники, Facebook), так и узконаправленные, в которых объединяются люди с определенными интересами, возможностями, целями (LinkedIn, Instagram, Pinterest).

Этот вид сайта могут себе позволить далеко не все компании, однако, социальные сети сейчас получают всё больше распространение, и бизнес тоже использует эту удобную технологии взаимодействия между пользователями в своих интересах.

В принципе, социальная сеть — это дорогое, но эффективное решение проблемы взаимодействия. Этот инструмент нужен только тем компаниям, которые уже переросли стандартные корпоративные средства взаимодействия и нуждаются в большем. Причем такие компании имеют четкое представление о своей целевой аудтории, её интересах и потребностях, знают какие их задачи способна решить своя собственная социальная сеть, понимают как именно получить выгоду от создания соцсети и обладают достаточными средствами для развития своей социальной сети, ведь на одном создании сайта далеко не уедешь, его необходимо будет продвигать и популяризировать.

**ФОРУМ**

Форум — место для общения. Форум может быть как отдельным сайтом, так и частью главного. Зачастую форумы создаются под определенные тематики (например, форумы веб-мастеров, форумы любителей охоты и рыбалки). В бизнесе используется в роли площадки для общения с клиентами.

Создание форума оправдано в случае, когда вы имеете много клиентов, у которых часто возникают вопросы. Если это условие не выполняется, то получается мёртвый форум, который своей пустотой только отпугивает других потенциальных клиентов.

**БЛОГ**

Как и в случае с форумом, блог может быть как отдельным, так и совмещённым с основным интернет-ресурсом компании. Отличие здесь в том, что это не средство общения, а трибуна организации, с которой она доносит нужную для клиентов инфу.

Создание блога намного актуальнее, чем создание форума, и вот почему.

Преимущества:

* полезная информация для клиента.
* сайт становится живым: видно, что он развивается.
* отличное средство для продвижения сайта в интернете.
* Качественные регулярные обновления — вот залог успеха блога.

Если клиент заходит и видит одинокую статью, написанную два года назад, то он сделает вывод, что такие запустение и разруха не только в блоге, но и в самой компании. Вряд ли он воспользуется услугами этой организации — впечатление уже испорчено.

Совсем другое дело, когда компания регулярно пишет в своём блоге. Клиент отмечает активную деятельность и делает вывод — организация жива и развивается. Более того, из блога посетитель получает полезную информацию. Благодаря этому авторитет компании и экспертность её сотрудников в глазах клиента растёт. Судите сами: кому вы будете доверять больше — тому, кого видите в первый раз или тому, кто вам уже помог?

Так что блог для любой уважающей себя компании — это несомненно нужная и полезная вещь. Главное — он должен регулярно наполняться полезной информацией, а не лежать мёртвым грузом. **[1][2]**

**1.2 Консоль и инспектор браузера (Инструменты разработчика)**

Возможно, начинающим разработчикам не известно о такой полезной функции браузера как «Инструменты разработчика«. Как показывает практика, использовать данный инструмент значительно удобней в браузере Firefox, но во время вёрстки, или разработки Jquery скриптов, использовать нужно и Google Chrome. Дело в том, что вёрстка новых блоков на сайте, внешне может отличаться в разных браузерах, поэтому Chrome, и Safari нужен хотя бы для внешнего просмотра выполненной работы.

Как запустить инструменты разработчика?

В браузере Google Chrome и Firefox, запустить приложение можно с помощью клавиши F12.

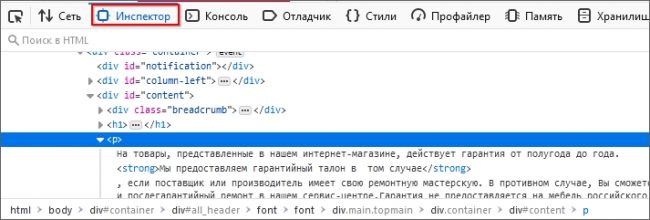
Для чего нужна консоль?

Консоль очень важная, и иногда безумно полезная функция, ведь на стадии разработки JS скриптов могут возникать ошибки, ну например не закрыли кавычку, или неправильно указали название функции.

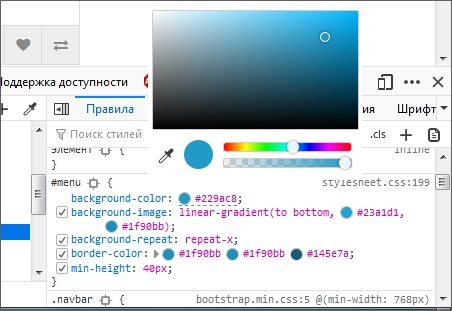
Без консоли вам придётся перебирать весь код, и искать, где именно закралась та самая ошибка. В консоли данная ошибка будет показана красным цветом, причём можно посмотреть ни только файл, но и номер строки, где именно она произошла.

Для чего нужен инспектор?

С одной стороны, у любого сайта можно посмотреть исходный код, и даже «вытащить» css отдельного блока, с вопросом, а как они это сделали?

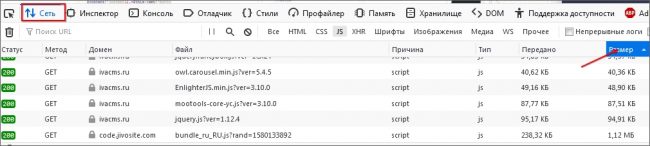


С другой стороны, с помощью инспектора можно на лету редактировать иди удалять css стили, править html шаблоны, чтобы посмотреть, как именно будет выглядеть сайт после его правки, при этом не внося изменения в файлы по ftp или в админ. панели вашей CMS.

****

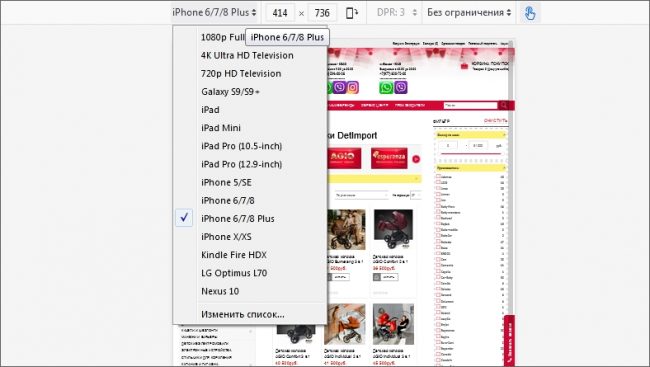
Сеть

Ещё одной очень полезной функцией является «Сеть», с её помощью можно определить самые большие по объёму скрипты, а также узнать, что лишнее подгружается на сайте. Например, можно обнаружить вредоносный скрипт, который грузится вместе с главной, или внутренней страницей.



Адаптивный дизайн

Об этой функции должен знать каждый верстальщик, ведь с ей помощью можно посмотреть как выглядит сайт на мобильных устройствах, будь это планшет или мобильный телефон. По умолчанию доступны разные моб.устройства: Iphone 6/7/8, Ipad Pro, Ipad Mini, но это список можно увеличивать самостоятельно.

[](https://ivacms.ru/wp-content/uploads/2020/01/instrument_adap.jpg)

Сегодня мы кратко рассмотрели Инструменты разработчика, не вижу смысла описывать каждую функцию по отдельности, вы и сами сможете самостоятельно это сделать, ведь функционал не требует установки дополнительных плагинов. **[3]**

**1.3 Современные технологии разработки сайтов**

Динамика роста количества веб-ресурсов (сайтов, приложений, сервисов) говорит о том, что технология создания сайта становится более доступной.

Любой сайт состоит из двух частей – визуальной и программной. Над визуальной составляющей работают Frontend-разработчики, а над программной – Backend-специалисты. Первые используют такие технологии, как HTML, CSS, JavaScript. Для вторых основными инструментами выступают языки программирования PHP, Python, Ruby. Существуют специальные конструкторы по типу WIX и Tilda, упрощающие процедуру создания веб-сайта, но говорить о реализации таким способом полноценного веб-ресурса, пожалуй, не приходится.

Основные современные технологии создания сайтов:

1. HTML, CSS – технологии для создания разметки(HTML) и внешнего вида страницы (язык таблиц стилей CSS);
2. PHP, JavaScript – языки программирования, заставляющие «ожить» страницу;
3. база данных MySQL – отвечает за хранение текстовой информации;
4. CMS – дословно система управления контентом. Нужна для удобного управления содержимым сайта, блога. Обычно используют специальные системы по типу WordPress, Joomla, OpenCart.

Важную роль играет техническое задание, но это уже не инструмент и не технология, это план, на который ориентируются программисты, дизайнеры, принимающие участие в создании ресурса для заказчика.

На первом этапе верстальщик делают разметку документа за счет языка разметки HTML и таблицы стилей CSS. Язык HTML включает множество тегов. Именно теги подсказывают браузеру, каким образом необходимо отобразить содержимое сайта. То есть, HTML определяет структуру документа, браузер считывает все теги и инструкции, после чего выдает на экране конечный результат – страницу сайта. HTML не является языком программирования. Это язык гипертекстовой разметки.

Обучиться основам HTML не составляет особого труда, он достаточно прост и легок в понимании. Если HTML структурирует контент на странице, то при помощи CSS его оформляют визуально, используя цвета, стили, размеры шрифтов и прочих визуальных элементов. В самом начале развития интернет-технологий при помощи HTML выделяли параграфы, заголовки, но после только лишь этого стало недостаточно. Так была создана технология, позволяющая форматировать текст без изменения структуры и содержимого документа. Сегодня страницы сайта и контент декорируют за счет CSS3. Под оформлением принято понимать дизайн, верстку и вариации отображения сайта для устройств с разным разрешением экрана.

К числу популярных языков программирования относят PHP, Java, Python, JavaScript. Примерно 80% программной части сегодня создают при помощи PHP. К тому же на базе этого языка создают CMS-платформы и PHP фреймворки. На PHP пишут полноценные сайты и приложения. Все PHP скрипты выполняются на сервере, и это одно из главных отличий языка программирования от HTML, CSS и JavaScript, код которых исполняет браузер.

Функциональность ресурса повышается с языком JavaScript. Это относительно молодой язык программирования, который постоянно совершенствуется. С его помощью делают простую анимацию, создают интерактивные элементы. На основе JavaScript в дальнейшем были созданы специальные библиотеки, упрощающие работу с ним. Одной из таких библиотек является jQuery.

Программисты используют различные инструменты и технологии для разработки сайтов, в зависимости от того, какие задачи были поставлены. Независимо от того, создается простой сайт на несколько страниц или ресурс на несколько сотен или тысяч страниц, потребуется база данных (БД). База является набором структурированных данных. Для простоты понимания БД приведем простой пример: фотография, сделанная камерой телефона, это данные, а галерея, в которой хранятся снимки, это база данных. Для обработки и хранения информации обычно используют MySQL. Фактически это программа с открытым кодом, используемая на сервере SQL. Главное преимущество MySQL – высокая скорость обработки данных. Даже на обработку миллиона записей в таблице БД требуются доли секунды. [15]

Сегодня для профессионалов и любителей создавать сайты разработаны полезные инструменты, существенно упрощающие процесс создания качественных веб-ресурсов.

Перечень полезных инструментов:

1. Notepad++ - удобный HTML-редактор, основное преимущество Notepad++ в том, что программа подсвечивает код, тем самым помогая вычислить и устранить ошибки.
2. Photoshop – приложение для работы с графикой, включая векторную, а также создания и редактирования изображений. Используется для отрисовки дизайн-макетов будущего сайта.
3. Figma – весьма удобный инструмент для дизайна и проектирования макетов сайтов.
4. Dreamweaver – визуальный HTML-редактор, разработанный Adobe.
5. Filezilla – лучший инструмент для работы с хостингом (выгружать файлы, изображения и другую графику).

Для работы с сайтом необходима система управления контентом (содержимым сайта), другими словами – CMS. С её помощью удобно редактировать текстовый контент, устанавливать разнообразные модули и плагины. Известна масса и платных, и бесплатных CMS под разные нужды и задачи. Большая часть сайтов в сети управляется с помощью WordPress, Joomla, OpenCart и 1С-Битрикс. [4]

2 ФРОНТЕНД РАЗРАБОТКА САЙТА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН SHOPTOP

**2.1 Создание секции header**

**2.2 Разработка**

**2.3 Создание секции footer**

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Landing Page нужен для побуждения посетителя сделать одно конкретное действие или же для рекламы. В нем кратко показано содержание продукта, цены на некоторые товары, преимущества, отзывы. Сайт должен быть красивым, потому что большая часть пользователей смотрит на внешнее оформление в первую очередь, и делают выводы.

В ходе выполнения курсовой работы был разработан одностраничный сайт для интернет-магазина «ShopTop», тематикой сайта стал интернет-магазин цифровой техники.

Задачи курсовой работы было выполнены, а цель достигнута.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Блог веб-студии rgbee, статья о видах сайтов – <https://rgbee.ru/blog/create-sites/types-of-websites/>
2. Блог веб-студии digiants, статья о видах сайта - <https://digiants.agency/blog/vidy-saitov-kakie-byvaut-i-kak-vybrat-sait>
3. Блог веб-студии ivacms, статья об инспекторе браузера - <https://ivacms.ru/articles/konsol-i-inspektor-brauzera-instrumenty-razrabotchika/>
4. Блог веб-студии studiobit, статья о современных технологиях создания сайтов - <https://studiobit.ru/blog/sozdanie-web-saytov/tekhnologii-sozdaniya-saytov/>

ПРИЛОЖЕНИЕ А