

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Институт радиоэлектроники и информационных технологий – РТФ
Школа бакалавриата

ОТЧЕТ

По проекту
«Продолжение работы по созданию корпоративного сайта на Webflow»
по дисциплине «Проектный практикум»

Заказчик: ООО «ЛамАрт»

Куратор: Насыров И.А.
Генеральный директор

Студенты команды
Аникина А.С.

Власов Г.Ю.

Фарленков В.В.

Менщиков Е.П.

Екатеринбург, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1.Описание работы команды	4
1.1 Разбор требований	4
1.2 Анализ и сопоставление аналогов разрабатываемого продукта.....	4
1.3 Обзор архитектуры программного продукта	5
1.3.1 Основные компоненты сайта	5
1.3.2 Обоснование выбора архитектурного решения	6
1.4 Описание методологии разработки	7
1.4.1 Методология	7
1.4.2 Сервисы для коммуникации	7
1.4.3 Этапы разработки	7
1.5 Планирование деятельности и распределение задач между участниками команды	8
2.Описание работы каждого участника	10
2.1 Тимлид Аникина А.С.	10
2.2 Аналитик Власов Г.Ю	10
2.3 Разработчик Фарленков В.В.	12
2.4 Дизайнер Менщиков Е.П.	13
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	15
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	16

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современного рынка наличие сайта стало обязательным элементом для любой успешной компании. Сайт выполняет ключевые функции: формирует имидж компании, привлекает новых клиентов, предоставляет актуальную информацию об услугах и о продуктах предприятия.

Корпоративный сайт будет востребован у клиентов — для ознакомления с услугами, ценами и контактами; у партнёров — для получения информации о сотрудничестве; а также у маркетингового отдела компании — для продвижения услуг и сбора аналитики.

Цель проекта: разработать новые современные, функциональные страницы для уже существующего сайта компании «ЛамАрт»..

Основными задачами следующие:

- Разработка прототипов страницы, где представлены все кейсы компании, страницы с открытым кейсом, страницы со всеми статьями, страницы отдельной статьи, страницы с заказной разработкой ПО.
- Проведение аналитики по страницам-прототипам
- Разработка дизайна страниц
- Верстка сайта и адаптивных версий страниц
- Настройка CMS-коллекции для кейсов
- Настройка CMS-коллекции для статей

Ожидаемый результат — запуск разработанных страниц на сайте в продакшн, повышение удобства взаимодействия с аудиторией и рост количества заявок с сайта.

1. Описание работы команды

1.1 Разбор требований

Основная цель, поставленная заказчиком в начале семестра, — увеличение посещаемости сайта и привлечение квалифицированных лиц для последующего сотрудничества с компанией «ЛамАрт».

Для достижения этой цели определены два приоритетных направления. Первое — разработка полноценного блога с настроенной CMS-коллекцией: сотрудники «ЛамАрта» должны иметь возможность самостоятельно создавать и публиковать статьи, оптимизированные под SEO, чтобы обеспечить стабильный приток органического трафика и повысить видимость сайта в поисковых системах. Второе — создание раздела кейсов, где потенциальные клиенты смогут ознакомиться с уже реализованными проектами компании, оценить подход и качество выполнения работ и принять решение о сотрудничестве на основе конкретных примеров.

Ключевые задачи включают в себя создание прототипов страниц с кейсами компании, отдельными рейсами, списком статей, отдельными статьями и страницы заказной разработки ПО. Также в задачи входит проведение аналитики по прототипам, разработки дизайна, адаптивная верстка и последующий запуск страниц в продакшн.

Для каждой страницы были определены функциональные требования. Например, для страницы с отдельным кейсом — подробное описание решения и блок с призывом к действию.

Помимо функциональных, учитывают и нефункциональные требования, такие как адаптивность под разные устройства и SEO-оптимизация.

1.2 Анализ и сопоставление аналогов разрабатываемого продукта

В рамках подготовки к разработке новых страниц для сайта «ЛамАрт» был проведен детальный анализ аналогичных решений на рынке. Исследование конкурентов и родственных по тематике платформ позволило выявить современные тенденции в организации корпоративных сайтов, определить стандартные и инновационные подходы к подаче информации, а также сформировать понимание ожиданий целевой аудитории. Для сравнения рассматривались веб-ресурсы компаний, работающих в сфере IT-разработки и digital-услуг: <https://softline.ru/>, <https://globus-ltd.ru/>, <https://surf.ru/>, <https://ananas-web.ru/>, <https://www.lanit.ru/>, <https://www.naumen.ru/>, <https://kontur.ru/>, <https://vpene.ru/>.

В рамках анализа каждой страницы были проделаны следующие работы: сбор референсов, сравнение по нескольким критериям, составление структуры страницы.

В ходе анализа выявились успешные практики, такие как включение разделов с клиентами, использование единого стиля оформления материалов, формы для email-рассылок новых статей. Эти находки легли в основу формирования требований к новым страницам разрабатываемого продукта.

1.3 Обзор архитектуры программного продукта

1.3.1 Основные компоненты сайта

1.3.1.1 Фронтенд

- Представляет собой пользовательский интерфейс сайта;
- Основные технологии: HTML, CSS, JavaScript (с использованием возможностей платформы Webflow);
- Адаптивная верстка для корректного отображения на различных устройствах;
- Интерактивные элементы и базовые анимации для улучшения пользовательского опыта.

1.3.1.2 Бэкенд

- Отправка форм обратной связи на почту: Формы, размещённые на сайте, настроены на отправку данных пользователей на указанный адрес электронной почты, что позволяет оперативно обрабатывать запросы (настройка производится на платформе Webflow);
- Управление CMS-коллекцией: Контент сайта (новости, проекты, услуги) хранится в CMS-коллекциях Webflow. Эти данные могут быть обновлены как разработчиком, так и заказчиком без необходимости вносить изменения в код.

1.3.1.3 SEO-модуль

- Оптимизация мета-тегов;
- Указание alt-тегов для изображений;
- Настройка дружественных URL-адресов;
- Написание title и description;
- Семантические HTML-теги;
- Настройки Open Graph.

1.3.2 Обоснование выбора архитектурного решения

- Использование платформы Webflow позволяет быстро и эффективно разрабатывать корпоративный сайт с минимальными затратами на кодинг.
- Функциональность бэкенда: Отправка форм обратной связи на почту обеспечивает удобство обработки запросов клиентов, а управление CMS-коллекцией даёт заказчику возможность самостоятельно обновлять контент.
- Гибкость и масштабируемость: Добавление новых страниц или функционала возможно без кардинальных изменений архитектуры.

Выбранное архитектурное решение полностью удовлетворяет требованиям заказчика, сочетая удобство использования, производительность и возможность дальнейшего развития сайта.

1.4 Описание методологии разработки

1.4.1 Методология

Разработка корпоративного сайта велась с использованием гибких методологий Agile и Scrum, что позволило эффективно адаптироваться к изменяющимся требованиям и обеспечило максимальную прозрачность процессов для всех участников. Основные принципы, заложенные в процесс:

- Разделение работы на небольшие итерации (спринты), каждая из которых длилась одну неделю;
- Постоянная обратная связь с куратором и регулярные проверки промежуточных результатов;
- Приоритизация задач и адаптация плана на основе новых данных.

1.4.2 Сервисы для коммуникации

Работа команды над проектом осуществлялась в дистанционном формате. Для взаимодействия и организации работы использовались следующие инструменты:

- Jira — для планирования, управления задачами и мониторинга прогресса;
- Zulip — для оперативного общения и уведомлений;
- Яндекс Телемост — для проведения регулярных онлайн-встреч.

1.4.3 Этапы разработки

1.4.3.1 Планирование спринта и уточнение бэклога

На старте проекта производилось формирование и приоритизация бэклога: пользовательские истории, задачи аналитики, дизайна и разработки. Для каждого спринта выбрали набор задач, оценили их сложность и уточнили детали.

1.4.3.2 Итеративная аналитика и прототипирование

В рамках каждого спринта проводился анализ конкурентов, сбор референсов и создание текстовой структуры страниц. По готовой текстовой структуре создавался прототип в Figma, и проходила демонстрация их заказчику.

1.4.3.3 Итеративный дизайн и подготовка артефактов

Параллельно с прототипами разрабатывались визуальные макеты для трёх устройств (десктопная версия, планшетная версия, мобильная версия). Далее создавался концепт обложек для кейсов и статей. После демонстрации и сбора правок происходило обновление общей дизайн-системы.

1.4.3.4 Итеративная вёрстка и настройки CMS

В рамках каждого спринта проводилась верстка макетов в Webflow, настройка CMS-коллекции, оперативное тестирование и внесение правок по результатам командной обратной связи.

1.4.3.5 Ретроспектива и адаптация процесса

После каждого спринта проводилась встреча, где обсуждалось, что прошло хорошо, а что стоит улучшить, корректировка инструментов, коммуникации и приоритизации задач в соответствии с реальными потребностями заказчика и команды.

1.5 Планирование деятельности и распределение задач между участниками команды

В команде 4 участника, каждый занял свою позицию, и выполнял свою работу:

- 1) Тимлид:

- Распределение задач в команде;
- Подготовка к контрольным точкам;
- Организация встреч с куратором;
- Помощь команде на разных этапах разработки;
- Контроль сроков выполнения задач.

2) Аналитик:

- Анализ конкурентов;
- Составление текстовой структуры страницы;
- Проведение SEO-анализа.

3) Разработчик:

- Разработка страниц на платформе Webflow;
- Верстка и настройка адаптивного отображения страниц;
- Подключение CMS коллекций.

4) Дизайнер:

- Отрисовка прототипов сайта под десктоп версию;
- Отрисовка прототипов сайта под версию для планшета;
- Отрисовка прототипов сайта под мобильную версию;
- Разработка концептов для обложек кейсов и статей.

2.Описание работы каждого участника

2.1 Тимлид Аникина А.С.

Аникина А.С играла ключевую роль в организации и управлении командой проекта. В ее обязанности входило обеспечение слаженной работы всех участников команды, поддержание эффективных коммуникационных процессов и контроль за выполнением поставленных задач. Аникина А.С выступала связующим звеном между членами команды и следила за качеством и сроками выполнения работ.

Основная деятельность включала несколько важных направлений. В части планирования Аникина А.С занималась структурированием рабочих процессов, разбивкой проекта на этапы и постановкой задач для каждого члена команды. Для этих задач использовалась доска Jira, где наглядно отображается прогресс по всем направлениям разработки.

Звонки команды происходила через сервис Яндекс.Телемост, а срочная переписка велась в Zulip. Звонки проводились от 2-ух раз в неделю, на них обсуждались текущие результаты, возникающие сложности и планируемые работы. Эти встречи позволяли синхронизировать действия всех участников и оперативно решать возникающие сложности.

Важной частью работы была подготовка отчетов для контрольных точек. Тимлид систематизировала информацию о проделанной работе, фиксировала достигнутые результаты и готовила презентацию. Это все позволяло отлично защищать проделанную работу, а также проводить анализ и корректировать дальнейшие ходы.

Эта позиция позволила Анике А.С. улучшить навыки управления командой, укрепить свои знания по использованию инструментов для управления проектом и распределению задач.

2.2 Аналитик Власов Г.Ю

В рамках проекта Власов Г.Ю. провел глубокий аналитический разбор конкурентов, чтобы сформировать оптимальную структуру и функционал новых страниц сайта Ламарт. Работа аналитика охватывала анализ ключевых страниц: страницы всех кейсов, страницы отдельного кейса, блога со статьями, страницы отдельной статьи, а также страницы заказной разработки ПО.

Для исследования были отобраны сайты со схожими услугами, а именно: <https://softline.ru/>, <https://globus-ltd.ru/>, <https://surf.ru/>, <https://ananas-web.ru/>, <https://www.lanit.ru/>, <https://www.naumen.ru/>, <https://kontur.ru/>, <https://vpene.ru/>.

Анализ конкурентов

* в СТА блоке подразумевается форма				
Конкуренты	Структура	Какие поля сопроводзят фото	Фиды	
https://vpene.ru/projects	Шапка Баннер с называнием проекта Информация о заказчиках Цели от заказчика Полиграфия/Полиграфия Продукции! Какие задачи поставлены? С использованием простой терминологии! Решение (Подробно с подсекциями) Результат Роли участников проекта Срок реализации СТА блок с контактами Подборка кейсов Подвал	Баннер с названием Информация о заказчике Решение (фото в квадрате подзаголовке) Результат Подборка кейсов	Сделано в виде презентации Срок реализации Подборка кейсов Сделано в виде презентации	
https://www.naumen.ru/clients/	Шапка Баннер с именем заказчика Блок с навигацией по продукту Блок с краткой информацией о проекте Информация о заказчиках Цели от заказчика С использованием терминологии! Решение (Подробно с подсекциями) Результат СТА блок с контактами Подвал	Баннер с именем заказчика	Блок с краткой информацией о проекте	
https://surf.ru/cases/	Шапка Баннер с называнием проекта и описанием Информация о заказчиках Цели от заказчика Полиграфия/Полиграфия Продукции! Какие задачи поставлены? (Полиграфия/Продукции) Результат Решение (Подробно с подсекциями) Подборка кейсов СТА блок с контактами Подвал	Баннер Информация о заказчиках Результат Решение Подборка кейсов	Сделано в виде статьи Подборка кейсов	
https://66bit.ru/	Шапка Баннер с называнием проекта	Баннер Решение	Подборка кейсов Сделано в виде презентации	

1. Анализ конкурентов

Анализ строился по четкой методологии:

- Просмотр страниц конкурентов с фиксацией особенностей структуры, навигации и подачи контента;

- Сбор референсов десктопной и адаптивных версий для выделения удачных дизайнерских решений;
- Оформление информации в виде структурированных данных в таблицах Figma;
- Составление структуры страницы для сайта Ламарт на основе всех собранных данных.

Итогом работы стали подробные схемы и таблицы в Figma, которые легли в основу прототипов новых страниц (рисунок 1).

Аналитик тесно взаимодействовал со всеми членами команды, чтобы обеспечить полное соответствие целям проекта и потребностям пользователей.

Позиция аналитика позволила Власову Г.Ю. углубить навыки анализа данных и работы с конкурентной средой.

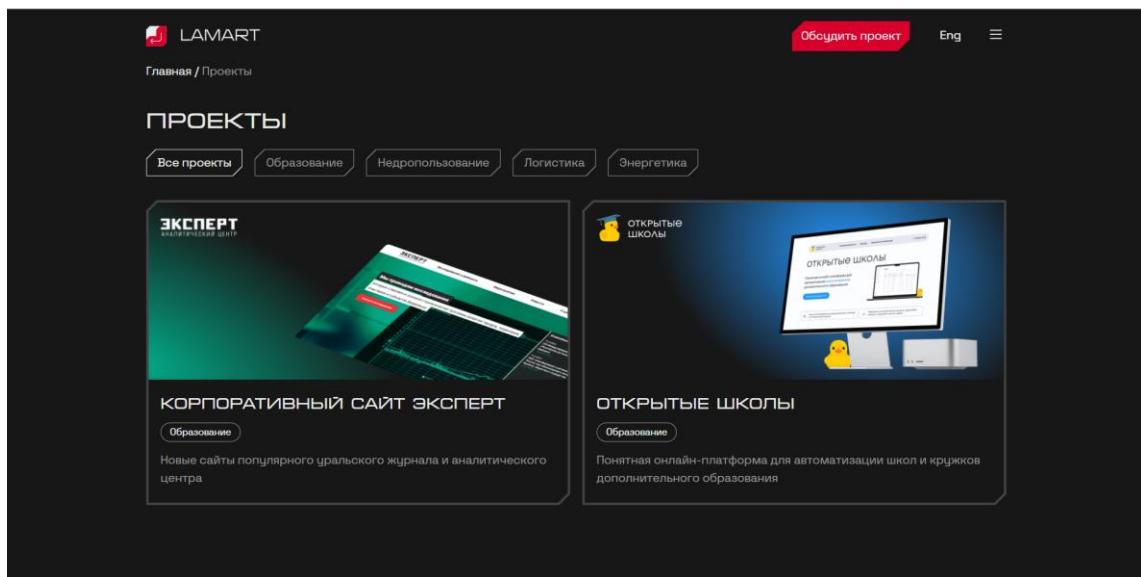
2.3 Разработчик Фарленков В.В.

В рамках проекта Фарленков В.В. Отвечал за техническую реализацию новых страниц сайта Ламарт. Его работа включала адаптивную верстку макетов и настройку функциональных элементов на платформе Webflow.

Основными задачами разработчика стали:

- Верстка интерфейсов, реализация прототипов в трех вариантах (Десктопная версия, планшетная версия, мобильная версия);
- Работа с Webflow - настройка CMS-коллекций для удобного управления контентом;
- Тестирование разработанных страниц;
- Оптимизация скорости загрузки страниц;
- Исправление багов и доработка функционала.

Работа на этой позиции дала Фарленкову В.В возможность улучшить свои навыки как Web-разработчика и укрепить знания по работе с Webflow.



2. Верстка страницы всех кейсов

2.4 Дизайнер Менщикова Е.П.

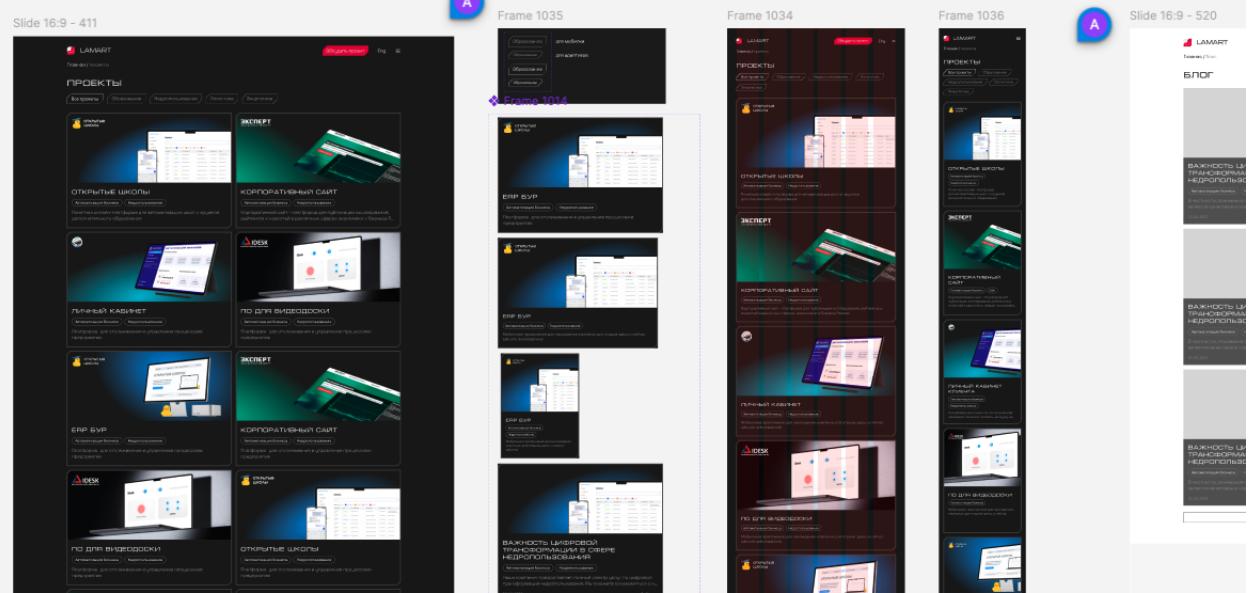
В проекте Менщикова Е.П. отвечал за создание прототипов и дизайн для всех версий сайта. Основываясь на данных от аналитика, дизайнер проектировал интерфейсы страниц: страницы всех кейсов, страницы отдельного кейса, блога со статьями, страницы отдельной статьи, а также страницы заказной разработки ПО. Для этого использовалась платформа Figma, где были созданы все прототипы.

Важной частью работы стало участие в подготовке презентационных материалов для защиты проекта на контрольных точках. Дизайнер помогал тимлиду визуализировать этапы работы, готовил наглядные схемы и скриншоты.

Результатом работы дизайнера стали готовые к реализации прототипы всех запланированных страниц, разработанные с учетом аналитических данных и современных тенденций UX/UI.

Данная позиция позволила Менщиковой Е.П. Развить свои компетенции как дизайнера, укрепить свои навыки по работе с сервисом Figma.

ДИЗАЙН СТРАНИЦ



3. Верстка страницы всех кейсов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Хотя разработка страниц еще полностью не завершена, разработанная часть полностью соответствует требованиям заказчика и ожиданиям конечных пользователей. В процессе работы над проектом команда провела тщательный анализ конкурентов, что позволило создать современное и функциональное решение, отвечающее всем актуальным стандартам разработки.

Основные преимущества разработанного решения включают адаптивный дизайн, обеспечивающий комфортное использование продукта на любых устройствах, а также продуманную структуру каждой страницы. Особого внимания заслуживает система представления кейсов, которая наглядно демонстрирует экспертизу компании.

Для дальнейшего развития продукта стоит продолжить разработку страниц, а также SEO-оптимизация, подключение Яндекс-директ и инструментов для повышения конверсии.

Проект показал важность комплексного подхода к разработке, где сочетается аналитическая работа, качественное прототипирование и web-разработка. Полученный опыт будет полезен для будущих итераций развития сайта и других решений компании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Website interactions and animations // Webflow: сайт. – URL: <https://webflow.com/interactions-animations/> (дата обращения: 29.03.2025)
2. How to structure your Webflow CMS Collections // Webflow: сайт. – URL: <https://webflow.com/blog/how-to-structure-your-webflow-cms-collections> (дата обращения: 01.03.2025)
3. Webflow CMS: Функционал и юзабилити // vc.ru: сайт. – URL: <https://vc.ru/dev/1309177-webflow-cms-funktional-i-yuzabiliti/> (дата обращения: 02.04.2025)
4. SEO-оптимизация текста // kvokka: сайт. – URL: <https://kvokka.com/blog/usefull/seo-optimizatsiya-teksta/> (дата обращения: 15.05.2024)
5. Анализ конкурентной среды: основные этапы и методы // VVS: сайт. – URL: https://vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/analiz-konkurentnoy-sredy/ (дата обращения: 04.03.2025)