

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ЛЭТИ» ИМ. В.И. УЛЬЯНОВА (ЛЕНИНА)**

Кафедра информационных систем

ОТЧЕТ

по курсовому проекту

по дисциплине «Web-технологии»

Тема: Разработка сайта турклуба «Trekking Point»

Студенты гр. 3373

Андрианов А.А.

Бельская В.И.

Касаткина А.Р.

Преподаватель

Нечитайленко Р.А.

Санкт-Петербург

2025

Введение

Trekking Point - это турклуб, организующий групповые и индивидуальные походы по живописным регионам России: Карелия, Мурманская область, Псковская область и Великий Новгород.

<https://trekking-point.ru/>

Цель проекта: создать современный, информативный и конверсионный сайт, который:

1. Привлекает новых участников в походы
2. Чётко представляет все услуги и направления
3. Упрощает процесс бронирования
4. Строит доверие через профессиональный контент
5. Адаптирован под мобильные устройства

Аудитория:

- Люди 25-45 лет, ищущие активный отдых
- Корпоративные клиенты (тимбилдинг)
- Семьи и пары
- Начинающие и опытные туристы

1. Описание выполненной работы

1.1. Анализ и структурирование

- Определены 4 ключевых региона (Карелия, Мурманск, Псков, Новгород)
- Разработана архитектура сайта с 7 основными страницами
- Создана карта пользовательских путей от знакомства до бронирования
- Определены уникальные предложения (групповые/индивидуальные/корпоративные)

2. Разработка страниц

2.1. Главная страница

2.1.1. Главный блок

В верхней, самой видной части страницы мы создали визуальный и текстовый блок, который сразу задает тон всему сайту и захватывает внимание посетителя.

Что было сделано:

- Разработан заголовок H1: «Trekking Point - точка сбора для тех, кто идёт дальше». Он лаконичен, содержит название компании и передает её философию - быть сообществом для целеустремленных людей.
- Написан убедительный подзаголовок: «Мы организуем приключения, где дикая природа встречается с историей. От сплавов по карельским рекам до походов по древним псковским тропам - ваш путь к новым впечатлениям начинается здесь.». В двух предложениях мы обозначили географию, виды активностей и сделали персональное обращение к клиенту.
- Подготовлен призыв к действию с двумя четкими кнопками:
 1. «Смотреть направления» - для пользователей, которые хотят сначала изучить предложение.
 2. «Начать планирование» - для тех, кто уже готов к диалогу.

2.1.2. Ключевые услуги (4 карточки с переходами)

Сразу под главным блоком мы разместили структурированную презентацию основных форматов отдыха, чтобы пользователь мог быстро найти подходящий ему вариант.

Что было сделано:

- Созданы четыре тематические карточки, каждая из которых представляет отдельное направление бизнеса:
 1. Групповые походы - для новичков и любителей компании.
 2. Индивидуальные экспедиции - для тех, кто хочет кастомный маршрут.
 3. Корпоративные программы - для бизнес-заказчиков (тимбилдинг).
 4. Велотуры - для любителей активного отдыха на двух колесах.
- Каждая карточка содержит:
 - Иконку и название услуги для быстрой идентификации.
 - Краткий слоган (1 строка), раскрывающий суть.
 - Кнопку «Подробнее», которая ведет на отдельную страницу с детальным описанием данной услуги.
- В конце блока добавлена общая кнопка «Все услуги», ведущая на сводную страницу каталога.

Цель: наглядно показать спектр услуг, помочь пользователю сориентироваться и обеспечить глубокий переход вглубь сайта для заинтересовавшихся.

2.1.3. Блок «Почему мы?»

Для построения доверия и обоснования выбора именно этой компании мы выделили ключевые конкурентные преимущества.

Цель: рационализировать выбор в пользу «Trekking Point», превратить абстрактное «хорошо» в конкретные доводы и снизить барьер для принятия решения.

2.2. Страница «Все услуги»

Навигатор по всем возможностям турклуба.

Что сделано:

- Структурированный каталог, разделенный на две логические группы:
 1. Активные приключения: групповые походы, индивидуальные экспедиции, велотуры, корпоративные программы.
 2. Сервисы и допы (дополнительные услуги): аренда снаряжения, консультации по подготовке, подарочные сертификаты.
- Для каждой услуги в каталоге создана карточка-превью с иконкой, названием, кратким описанием (1-2 строки) и кнопкой «Подробнее», ведущей на детальную страницу.
- Внизу страницы размещен призыв к консультации с прямыми контактами, чтобы помочь в выборе.

Цель страницы: быстро сориентировать пользователя в разнообразии предложений, направить его на нужную детальную страницу и не дать потеряться.

2.3. Направления

Географический путеводитель по возможностям клуба.

Что сделано:

- Детальное описание 4 регионов (Карелия, Мурманская область, Псковская область, Великий Новгород) по единому шаблону:
 - Слоган (например, для Карелии: «Край тысячи озёр»).
 - Сезонность (когда лучше ехать).
 - Уровень сложности.
 - Конкретные активности, которые там предлагаем.
 - Ближайший заезд и цена (с ссылкой на бронирование).
- Блок-помощник «Как выбрать направление?» в формате: «Если вы хотите... → то вам подойдет...». Персонализирует выбор.

Цель страницы: помочь пользователю определиться с местом путешествия, показать широту географии и четко привязать направления к конкретным датам и ценам.

2.4. Контакты

Удобный и доверительный шлюз для связи. Способы связи:

- Телефон клуба
- Email клуба
- Мессенджеры каждого из организаторов клуба

2.5. Страница «О нас»

Создана для построения эмоциональной связи и доверия, рассказывает не «что», а «почему» и «как».

- История и философия: начало с истории создания клуба друзьями-альпинистами. Объяснение, почему мы - «не просто турфирма», а создатели переживаний и сообщество.
- Ключевые ценности.
- Команда гидов: представлены ключевые инструкторы (имя, фото, специализация, стаж).
- Достижения в цифрах

Цель страницы: выйти за рамки коммерческого предложения, показать лицо компании, её миссию и культуру, чтобы клиент выбирал нас не только по цене и датам, а по ценностям.

2.6. Новости

Чтобы сайт не выглядел статичным и демонстрировал активность клуба, мы добавили блок с нашими приключениями.

Каждая новость включает:

- Дату публикации для актуальности.
- Цепляющий заголовок новости.
- Описание.
- Фотографии с приключений.

Цель: показать динамику и жизнь клуба, проинформировать о новых возможностях и улучшить SEO за счет регулярно обновляемого контента.

3. Результат работы

Рисунки 1.1-1.3 представляют интерфейс главной страницы.

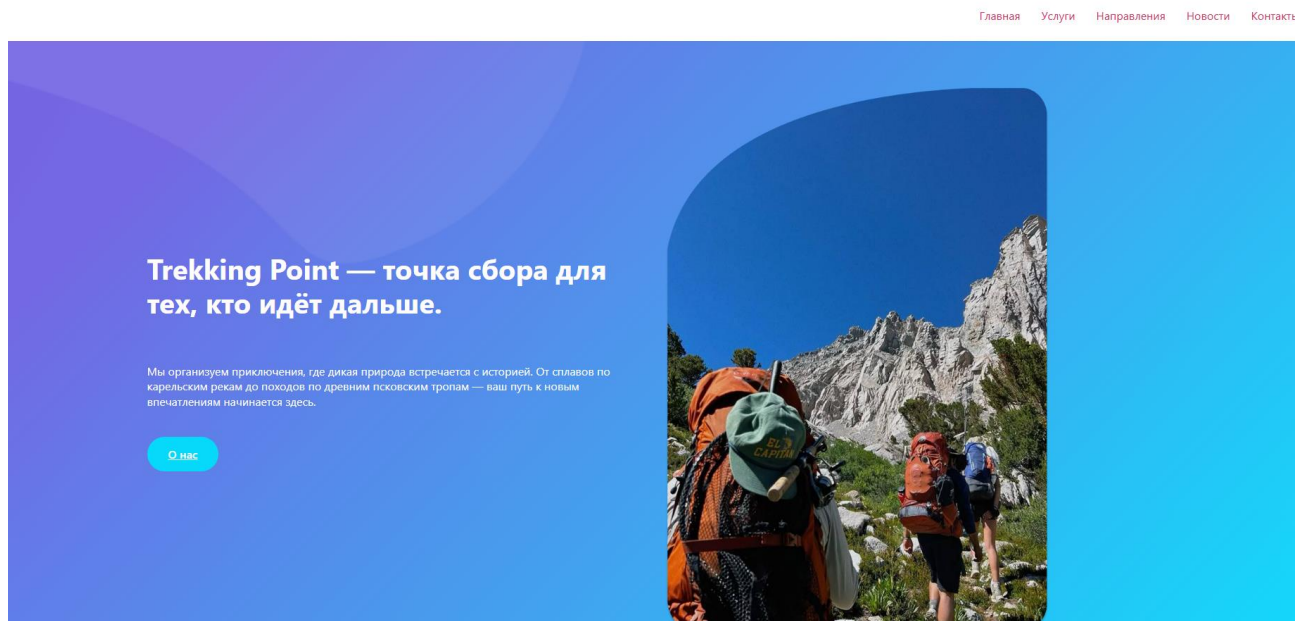


Рисунок 1.1. Главный блок

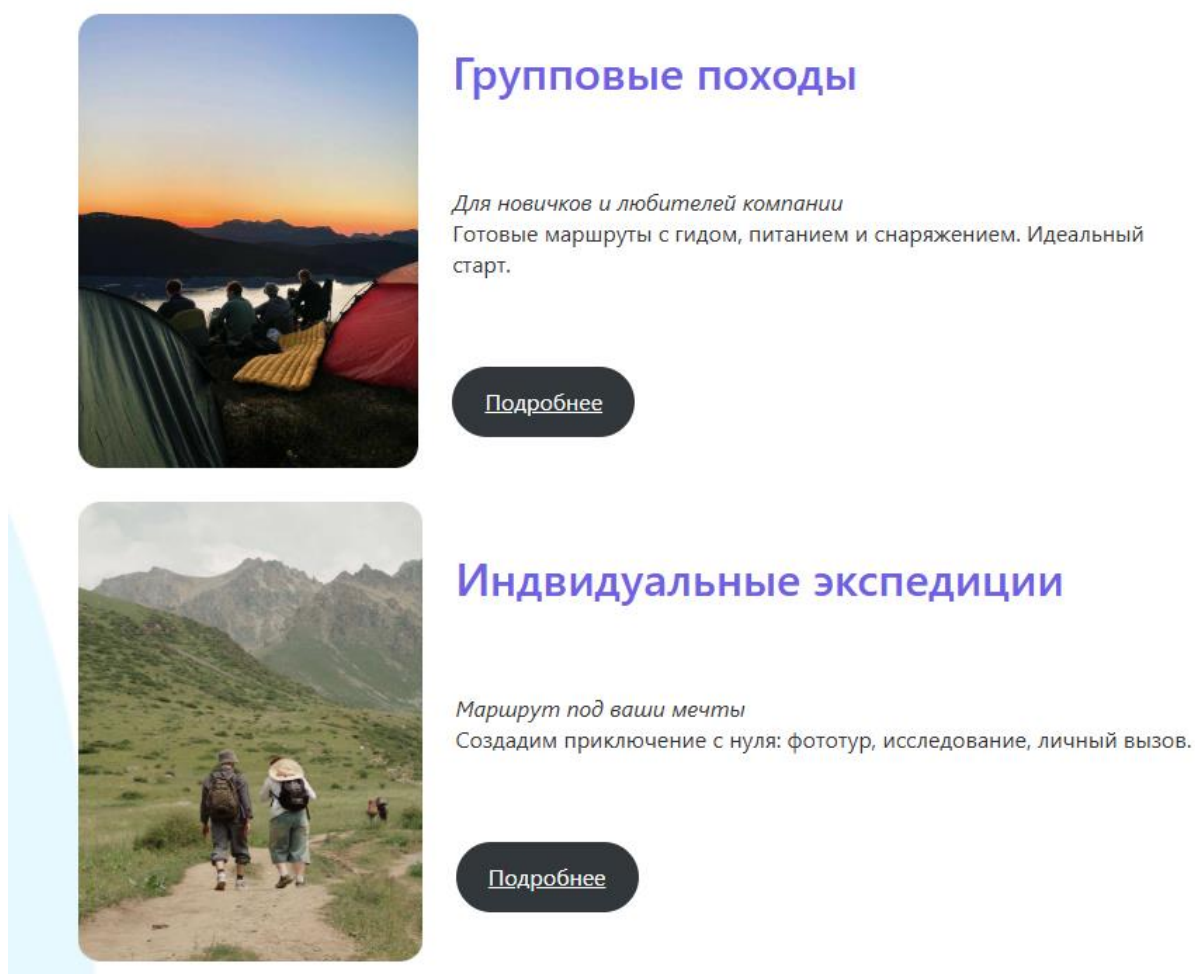
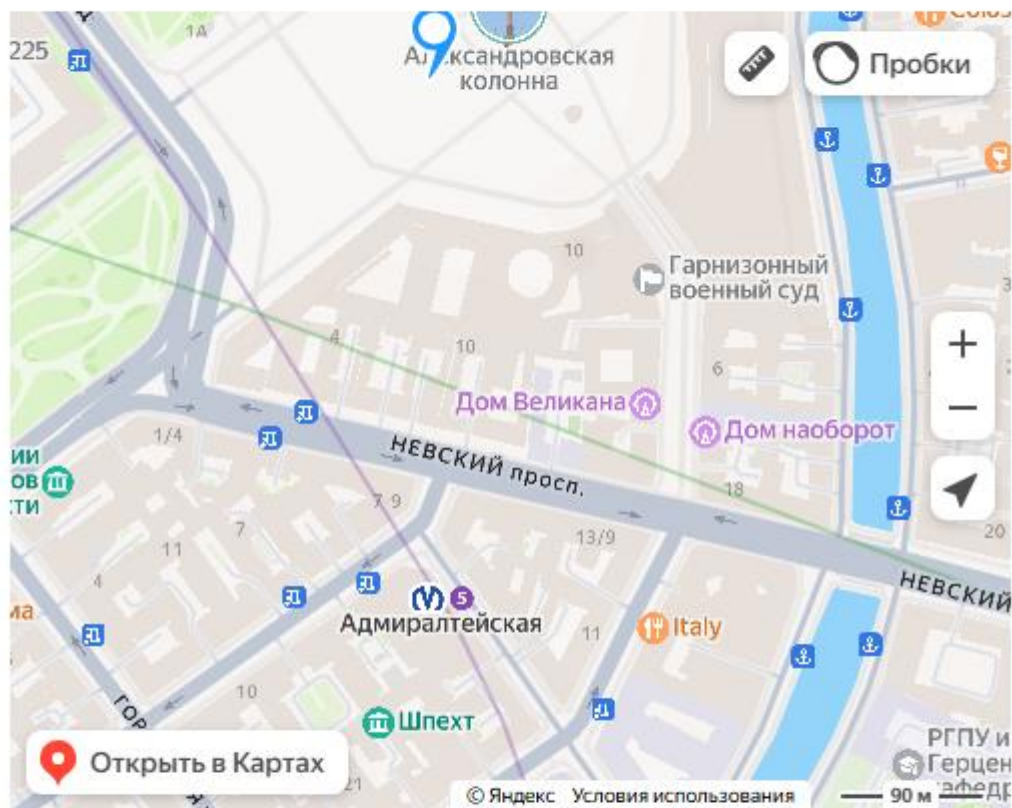


Рисунок 1.2. Краткая информация о некоторых видах приключений

Наши контакты



© Trekking-point, 2025

Адрес: г. Санкт-Петербург, Невский проспект, 6

Тел.: +7 (900) 995 — 38 — 98

Email: trekking_point@mail.ru

Рисунок 1.3. Контакты, адрес, способы связи

На рисунках 2.1-2.3. представлена страница «О нас», на которую мы можем перейти с главной страницы.

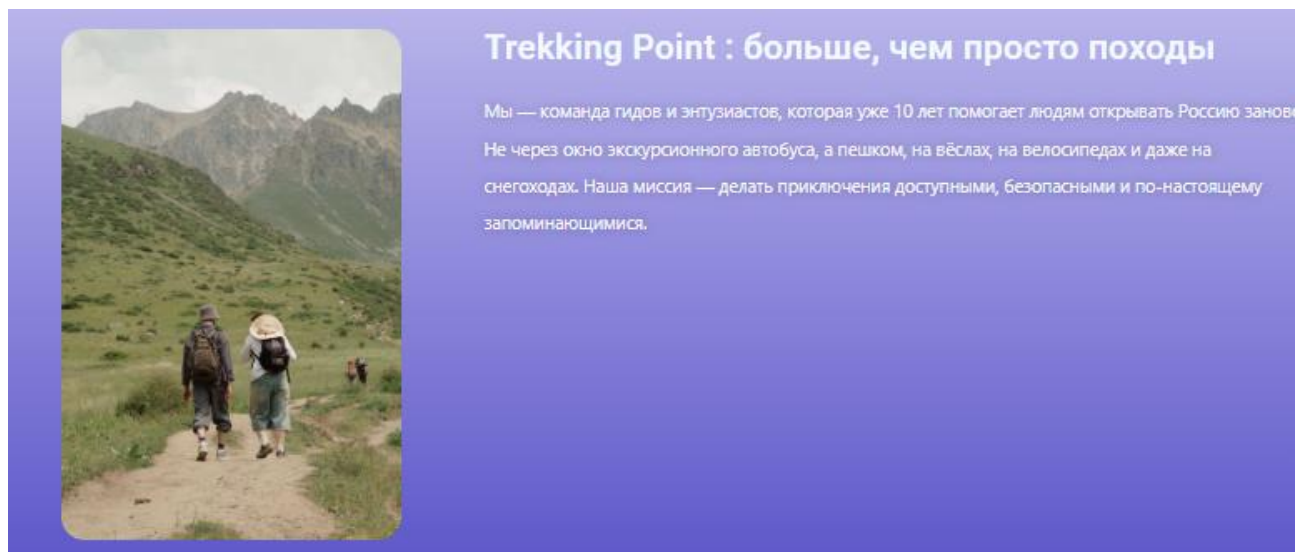
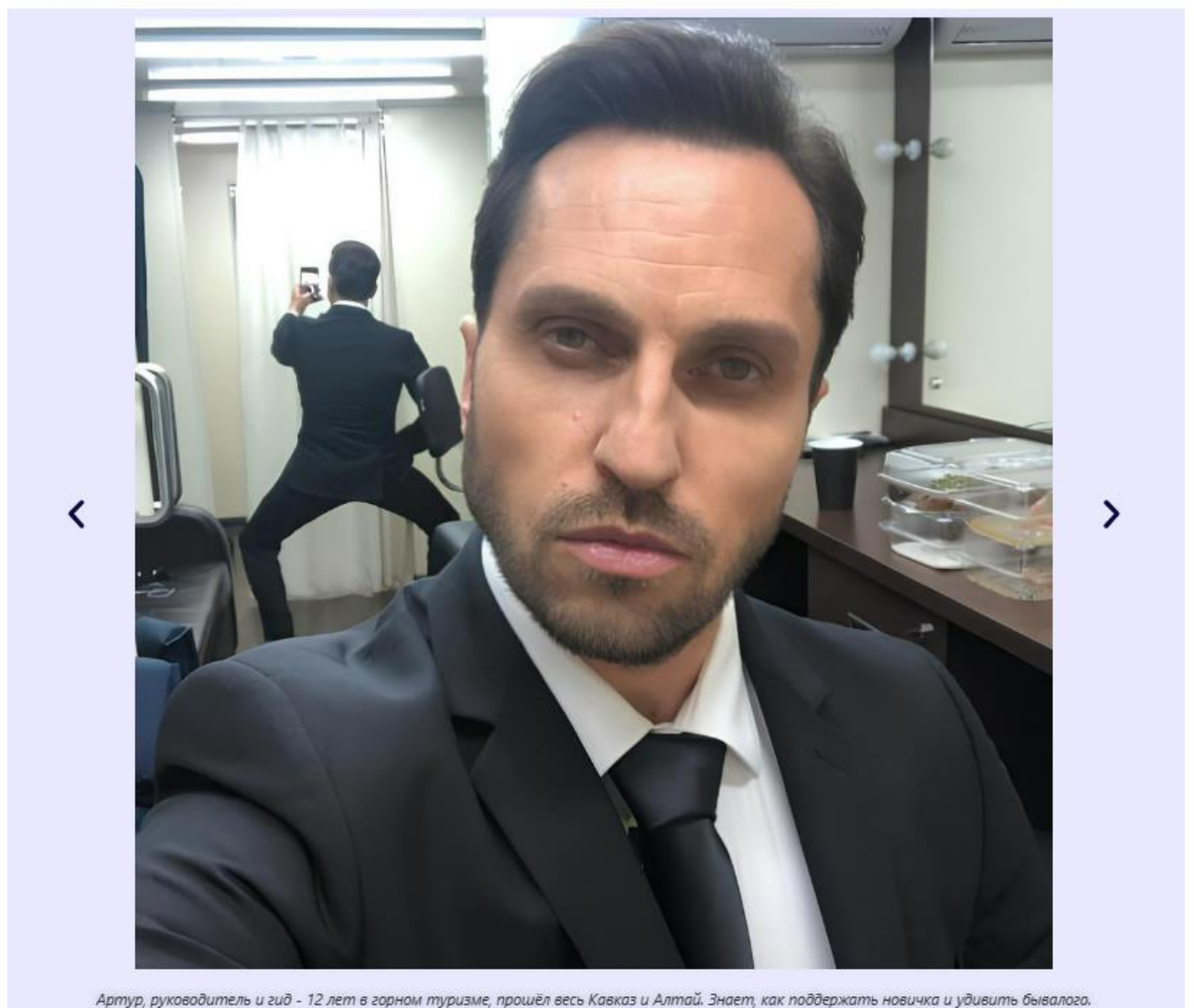


Рисунок 2.1. Главный блок, передающий информацию «кто мы?»

Наша команда



Артур, руководитель и гид - 12 лет в горном туризме, прошёл весь Кавказ и Алтай. Знает, как поддержать новичка и удивить бывалого.

Рисунок 2.2. Наша команда

Наши достижения

4 основных региона: Карелия, Мурманск, Псков, Великий Новгород

98% участников рекомендуют нас друзьям

10 лет на рынке активного туризма

450

проведённых походов и экспедиций

Рисунок 2.3. Наши достижения

На рисунках 3.1-3.2. представлен визуал страницы «Наши услуги».

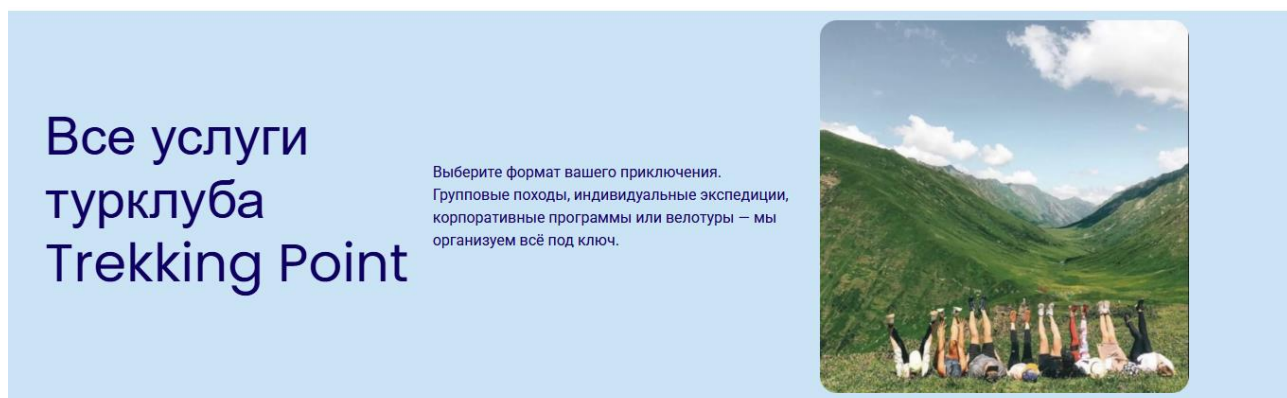


Рисунок 3.1. Главный блок

Групповые походы — легко безопасно в компании

Готовые маршруты с гидом, снаряжением и питанием. Идеальный старт для новичков и тех, кто любит атмосферу дружной команды.



Что входит?

- Гид-инструктор
- Групповое снаряжение
- 3-разовое питание
- Трансфер от сбора
- Страховка
- Фотоотчёт

Ближайшие заезды

Рисунок 3.2. Подробное описание услуг

На рисунке 4 представлена страница «Направления».

Наши направления от Карелии до Мурманска

Четыре уникальных региона, четыре стиля приключений. Выбирайте, куда отправиться: сплавы по карельским рекам, треккинг в Хибинах, история Пскова или велотуры под Новгородом.



Карелия




Край тысячи озёр и сосновых лесов

Рисунок 4. Направления

На рисунке 5 показан визуал страницы «Новости», где турклуб делится своими недавними событиями.

Новости


Здесь мы делимся новостями из походов, рассказываем о маршрутах и показываем как проходят наши приключения в горах, на воде и вдали городов.



В ДАГЕСТАН!

4 мая 2025

Тем временем группа под руководством Тани выходит на маршрут по одному из самых удивительных регионов России. Впереди у ребят — около 100 километров пути: перевалы, подъёмы и спуски, а по прогнозу — солнечная погода. Дагестан — это не только горы и каньоны, но и потрясающая природа, самобытная культура и легендарное кавказское гостеприимство. Желаем группе доброй погоды, мягких перевалов и ярких фотографий!



НА КАВКАЗ!

17 июля 2025

Совсем недавно великолепная шестёрка под руководством Юлии Потёмкиной отправилась покорять легендарную «тридцатку»! Впереди — горные перевалы, альпийские луга и панорамы, от которых захватывает дух. Пожелаем нашим туристам лёгких рюкзаков, надёжной погоды и умопомрачительных видов!

Рисунок 5. Новости

И, наконец, мы переходим на страницу «Контакты» (рис.6), где пользователь может связаться с любым представителем турклуба.

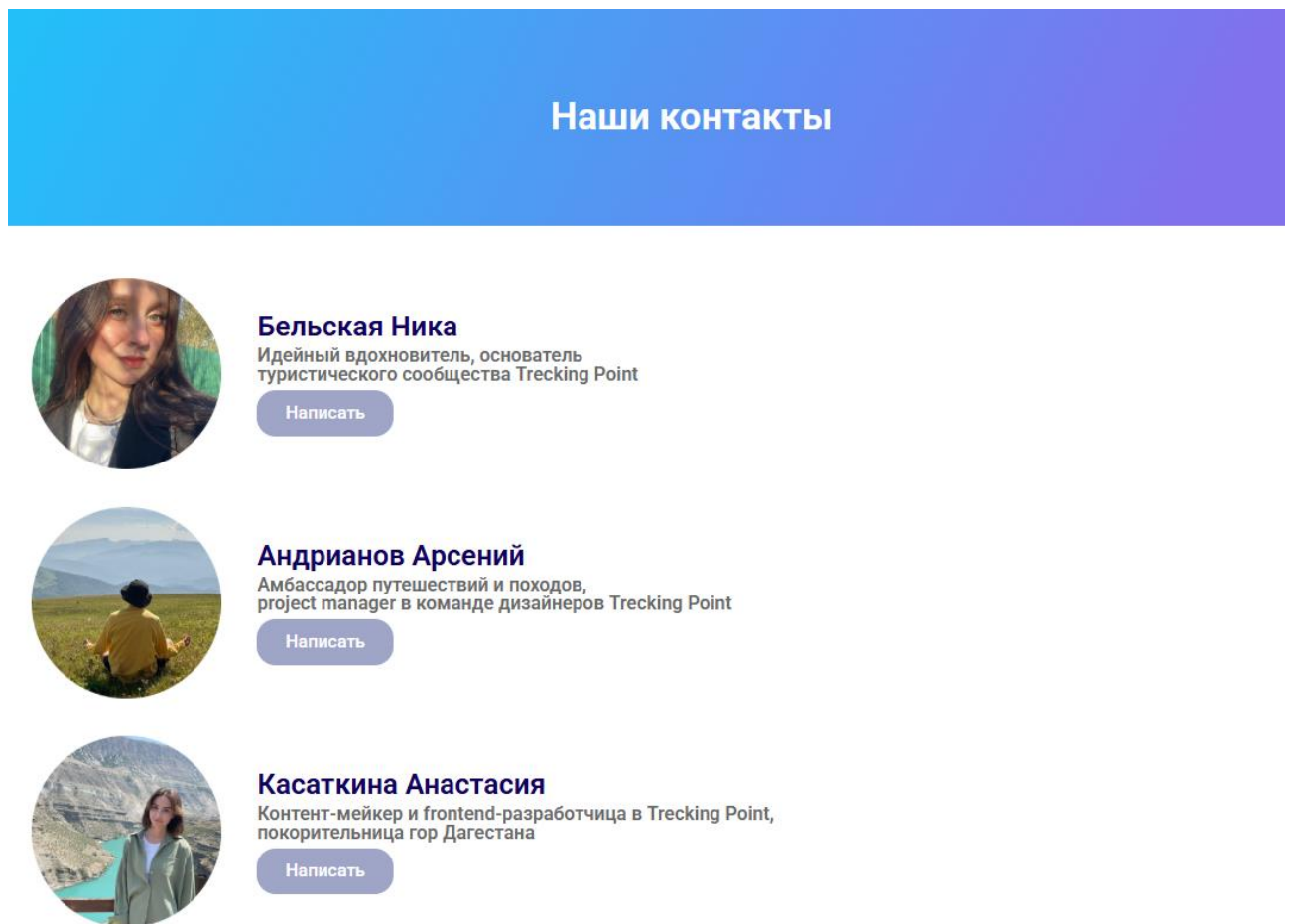


Рисунок 6. Контакты

4. Технологический стек

Инфраструктура проекта размещена на хостинге Beget, который специально оптимизирован для работы с WordPress и отличается стабильностью и качественной технической поддержкой. Панель управления Beget интуитивно понятна даже для начинающих пользователей, позволяя управлять доменами, базами данных, почтой, резервными копиями и настройками PHP в несколько кликов. Для обеспечения безопасного соединения и защиты данных пользователей на сайте автоматически установлен и настроен бесплатный SSL-сертификат, что переводит сайт на защищенный протокол HTTPS. В качестве системы управления контентом (CMS) был выбран WordPress версии 6.0 и выше. Это решение обусловлено его глобальной распространенностью, интуитивно понятным интерфейсом для клиента и обширной экосистемой плагинов и тем. WordPress позволяет команде турклуба самостоятельно и без специальных технических знаний обновлять информацию о походах, добавлять новости и управлять контентом. Для отображения местоположения офиса используется API Яндекс.Карт, наиболее привычный и точный для российских пользователей.

5. Возможные улучшения сайта

1. Запустить блог с историями путешественников
2. Настроить сквозную аналитику
3. Добавить систему онлайн-оплаты
4. Внедрить систему бронирования с календарём
5. Добавить личные кабинеты для участников
6. Создать мобильное приложение
7. Интегрировать с CRM
8. Мультиязычность (английский для иностранных туристов)
9. Система отзывов и рейтингов
10. Партнёрская программа
11. Виртуальные туры по маршрутам

Вывод

В результате проделанной работы был рабочий сайт турклуба. Итоговый продукт представляет собой законченный веб-ресурс, состоящий из семи смысловых и взаимосвязанных страниц, которые образуют логичный путь пользователя от первого знакомства до принятия решения о бронировании.

Была выстроена четкая и интуитивно понятная структура, в которой все услуги и географические направления систематизированы. Пользователь легко может понять, какие форматы путешествий мы предлагаем (групповые, индивидуальные, корпоративные, велотуры) и в какие регионы (Карелия, Мурманск, Псков, Новгород) можно отправиться. Для стимулирования действий на каждой странице стратегически размещены конверсионные элементы - призывы к бронированию, консультации или переходу к следующему шагу, что плавно ведет посетителя по воронке продаж.

Визуальная часть реализована через адаптивный дизайн, обеспечивающий корректное и удобное отображение сайта на любом устройстве - от широкоформатного монитора до экрана смартфона.

Функциональность ресурса расширена за счет интеграции с ключевыми внешними сервисами. На сайт встроены интерактивные Яндекс.Карты для наглядного отображения местоположения офиса, а также кнопки прямого перехода в мессенджеры для быстрой связи.

Для повышения удобства пользователей и снижения нагрузки на менеджеров на каждой странице с услугами реализованы разделы с ответами на частые вопросы (FAQ), где заранее сняты основные сомнения потенциальных клиентов. Навигация по сайту построена по принципу многоуровневой воронки: от общего каталога услуг пользователь может углубиться в выбор конкретного направления, а оттуда - перейти к детальному описанию и бронированию определенного похода.