Учреждение образования

«Белорусский государственный технологический университет»

**Кафедра информатики и веб-дизайна**

**Лабораторная работа №3**

«Анализ качества интерфейса»

Выполнила:

Студентка 2 курса 7 группы ФИТ

Колядко Яна Дмитриевна

**Цель работы:** познакомится с различными направлениями веб-дизайна и оценить примеры дизайна сайтов с точки зрения критериев качества.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Характеристика** | **Сайт покупки и бронирования авиабилетов kiwi.com** | **Сайт покупки и бронирования авиабилетов aviasales.by** |
| **Общая характеристика сайта** | **Адрес:** <https://www.kiwi.com/ru/>  Изображение выглядит как текст  Автоматически созданное описание  Целевой аудиторией являются различные турагенства и обычные люди, которые хотят самостоятельно приобрести билет на самолет, обязательным условием является достижение совершеннолетнего возраста, образование значения не имеет, финансовый статус также не имеет значение, главное, чтобы хватило средств на приобретение билета, а также для осуществления нормальной жизни в другой стране.  **Отображение на десктопной версии:** Изображение выглядит как текст  Автоматически созданное описание  **Отображение на мобильной версии:**  Изображение выглядит как текст  Автоматически созданное описание | **Адрес:** https://www.aviasales.by/    Целевой аудиторией являются различные турагенства и обычные люди, которые хотят самостоятельно приобрести билет на самолет, обязательным условием является достижение совершеннолетнего возраста, образование значения не имеет, финансовый статус также не имеет значение, главное, чтобы хватило средств на приобретение билета, а также для осуществления нормальной жизни в другой стране.  **Отображение на десктопной версии:**    **Отображение на мобильной версии:**        Изображение выглядит как текст  Автоматически созданное описание |
| **Оценка начальной страницы** | **Цель, идея и назначение сайта:** сайт предназначен для помощи потенциальным покупателям в поиске, бронировании и покупке авиабилетов.  На начальной странице присут-ствуют все необходимые элементы: логотип, меню, кнопка перевода языка, справка, кнопка для регистрации/перехода в личный кабинет.  Логотип сайта выполнен лаконично, он совмещает в себе название компании и контур овала, будто след от пролетающего самолета.  На главной странице можно найти форму для поиска билета, где указывается город отправления и прибытия, желаемое время, производится выбор желаемого класса самолета, а также количество человек и багаж. Так же есть возможность автоматического поиска жилья по изложенным требованиям. | **Цель, идея и назначение сайта:** сайт предназначен для помощи потенциальным покупателям в поиске, бронировании и покупке авиабилетов.  На начальной странице присутствуют: логотип, кнопка перевода языка, кнопка для регистрации/перехода в личный кабинет, а также есть возможность изменить тему сайта на темную, но отсутствует меню.  Логотип сайта содержит название компании и иконку в виде иллюминатора.  В хедере располагается кнопка для регистрации, а также кнопка для изменения валюты, дается возможность изменения темы оформления на темную.  На главной странице можно найти форму для поиска билета, где указывается город отправления и прибытия, желаемое время, производится выбор желаемого класса самолета, а также количество пассажиров. Так же есть возможность автоматического поиска жилья по изложенным требованиям. |
| **Оценка навигационной схемы сайта и его мобильной версии** | На сайте реализовано выпадающее меню, которое располагается в хедере. Также имеется логотип, который является ссылкой на главную страницу.  В мобильной версии все аналогично, только меню скрыто за бургером.  Навигация работает на всех страницах сайта одинаково.  Логотип присутствует на всех страницах сайта и является навигационной кнопкой, как в десктопной версии, так и в мобильной версии.  Минусом сайта является отсутствие хлебных крошек.  Внешний вид навигационных элементов унифицирован.  На сейте имеется поиск билетов, который располагается по центру страницы, что явно привлечет внимание пользователя. Кнопка для регистрации подсвечивается цветом, отличным от цвета хедера. | На сайте не реализовано выпадающее меню. Также имеется логотип, который является ссылкой на главную страницу.  В мобильной версии все аналогично.  Логотип присутствует на всех страницах сайта и является навигационной кнопкой, как в десктопной версии, так и в мобильной версии.  Минусом сайта является отсутствие меню.  Внешний вид навигационных элементов унифицирован.  На сейте имеется поиск билетов, который располагается по центру страницы, что явно привлечет внимание пользователя. Кнопка для регистрации подсвечивается цветом, отличным от цвета хедера. |
| **Анализ доброжелатель-ности сайта** | На сайте отсутствуют места, которые могут продуцировать человеческие ошибки. Даже при поиске билета все продумано, при выборе места есть подсказки. Также можно выбрать направление: туда-обратно, в одну сторону, составной маршрут.    Если произошла какая-то ошибка и пользователь вышел с сайта, то при возврате ему предлагается продолжить поиск.    Также реализована функция конвертирования денежных единиц, чтобы не вызывать у пользователя затруднения в переводе из валюты в другую в сторонних приложениях. | На сайте отсутствуют места, которые могут продуцировать человеческие ошибки. Даже при поиске билета все продумано, при выборе места есть подсказки. При желании можно составить сложный маршрут, где также присутствуют подсказки.    Если произошла какая-то ошибка и пользователь вышел с сайта, то при возврате не сохраняется выбранный маршрут.  Также реализована функция конвертирования денежных единиц, чтобы не вызывать у пользователя затруднения в переводе из валюты в другую в сторонних приложениях. |
| **Анализ дизайна** | Сайт выполнен в мятных, серых и белых цветах, которые хорошо сочетаются.  Дизайн ресурса не выглядит устаревшим, выполнен в одном стиле, привлекает внимание пользователя.  Информация воспринимается легко.  Текст хорошо читается на фоне, размер шрифта является оптимальным. Внимание пользователя ничем не отвлекается.  Содержимое всех страниц выравнено по центру и сгруппировано.  Логотип сайта располагается в верхнем левом углу. Контакты и информацию о компании можно найти в футере, что является не особо удобным, так как если пользователю необходима эта информация, то нужно будет пролистнуть всю страницу, чтобы добраться до этой информации.  Интерактивные карты и схемы проезда отсутствуют, так как это онлайн бронирование билетов.  В футере располагаются также ссылки на все социальные сети.  На данном сайте понравилось, что есть функция загрузки мобильного приложения, которое дает больше возможностей, например уведомления о путешествии, эксклюзивные предложения и цены, а также загрузка посадочных талонов и бронирование одним нажатием.  Единственным замечанием к сайту является отсутствие хлебных крошек и кнопки для быстрого перехода в начало страницы. | Сайт выполнен в синем и белых цветах, которые хорошо сочетаются и ассоциируются с небом.  Дизайн ресурса выглядит немного устаревшим, но выполнен в одном стиле.  Информация воспринимается легко, она сгруппирована по темам.  Текст читается на фоне, но размер шрифта маленький. Внимание пользователя ничем не отвлекается.  Содержимое всех страниц выравнено по центру и сгруппировано.  Логотип сайта располагается в хедере слева. Контакты о компании можно найти в футере. Минусом сайта является то, что отсутствует подробная информации о компании.  Присутствует интерактивная карта, где представлены страны и стоимость перелета туда.  В футере располагаются также ссылки на все социальные сети.  На данном сайте понравилось, что есть возможность конвертирования валюты, а также функция изменения темы оформления на темную, карта низких цен, статьи о путешествиях, подписка на туры.  Замечанием к сайту является лишь отсутствие меню. |
| **Юзабилити сайта** | Сайт имеет удобную навигацию, быструю загрузку веб-страниц, минимальное время отклика, простую форму регистрации и заказа билета, акцентные зоны, простую структуру, также имеются перелинковки. Можно сделать вывод, что основные правила юзабилити реализованы на сайте. | Сайт имеет удобную навигацию, быструю загрузку веб-страниц, минимальное время отклика, простую форму регистрации и заказа билета, акцентные зоны, простую структуру. Можно сделать вывод, что основные правила юзабилити реализованы на сайте. |
| **Оценка сайта** | Качество содержания: 3;  Качество дизайна: 4;  Качество технического исполнения: 3.  Итоговая оценка: 3,33. | Качество содержания: 4;  Качество дизайна: 3;  Качество технического исполнения: 3.  Итоговая оценка: 3,33. |

**Вывод:** в данной лабораторной работе познакомились с различными направлениями веб-дизайна и оценили примеры сайтов с точки зрения критериев качества.

Ответы на вопросы:

1. **Каковы критерии качества интерфейса?**

· Скорость работы пользователей.

· Количество человеческих ошибок.

· Скорость обучения.

· Субъективное удовлетворение пользователей (подразумевается, что соответствие интерфейса задачам пользователя является неотъемлемым свойством интерфейса).

1. **Из чего складывается длительность выполнения работы пользователем?**

· Длительности восприятия исходной информации.

· Длительности интеллектуальной работы.

· Длительности физических действий пользователя.

· Длительности реакции системы.

1. **Что такое длительность интеллектуальной работы? Способы уменьшения затрат времени не интеллектуальную деятельность.**

Длительность интеллектуальной работы – оценивается взаимодействие пользователя с системой и состоит из семи шагов:

· Формирование цели действий.

· Определение общей направленности действий.

· Определение конкретных действий.

· Выполнение действий.

· Восприятие нового состояния системы.

· Интерпретация состояния системы

· Оценка результата.

1. **Из чего складывается длительность физических действий пользователя?**

Длительность физических действий пользователя зависит от степени автоматизации работы и степени необходимой точности работы.

1. **Каким образом можно повысить субъективную скорость работы пользователя с интерфейсом?**

· Показывать пользователю что он делал до момента потери фокуса внимания.

· Показывать пользователю что делать на текущем шаге

· Показывать пользователю ранее отданные команды

1. **Сформулируйте правило, ставшее известным как Закон Фитса.**

Время достижения цели прямо пропорционально дистанции до цели и обратно пропорционально размеру цели.

1. **Перечислите типы человеческих ошибок.**

· Ошибки, вызванные недостаточным знанием предметной области.

· Опечатки.

· Ошибки, вызванные не считыванием показаний системы.

· Моторные ошибки.

1. **Каким должно быть сообщение об ошибке?**

В чем заключается проблема? Как исправить эту проблему сейчас? Как сделать так, чтобы проблема не повторилась?

1. **Что нужно сделать, чтобы минимизировать количество человеческих ошибок?**

· Плавно обучать пользователей в процессе работы.

· Повышать разборчивость и заметность индикаторов состояния.

· Снижать чувствительность системы к ошибкам.

1. **Какова классификация ошибок исходя из уровня их негативного эффекта?**

· Ошибки, исправляемые во время совершения действия.

· Ошибки, исправляемые после совершения действия.

· Ошибки, которые исправить можно, но с трудом.

· Ошибки, которые на практике нельзя исправить.

1. **Почему пользователи учатся?**

Пользователь будет учиться если:

· будет уверен, что программа или сайт сделает его жизнь легче и приятней;

· знает о существовании какой-либо функции, которая ему интересна;

· знает, за что дается стимул.

1. **Каковы средства обучения?**

· Общая “понятность” системы

· Обучающие материалы

1. **Что такое ментальная модель и какова ее роль в создании интерфейса пользователя?**

Ментальная модель – понимание сущности системы.

1. **Что такое метафора?**

Метафора – позволяет пользователю не создавать новую модель, а воспользоваться готовой моделью, которую он ранее построил по другому поводу.

1. **Что такое аффорданс и каковы способы его передачи?**

Аффордансом называется ситуация, при которой объект показывает субъекту способ своего использования своими неотъемлемыми свойствами.

Способы передачи аффорданса:

· Повторение конфигурации объектов конфигурацией элементов управления

· Изменение свойств объекта

· Видимая принадлежность управляющих элементов объекту

1. **Как может быть достигнута популярность стандарта?**

· Стандарт может быть во всех системах

· Стандарт популярен внутри отдельной системы

1. **Какие существуют подсистемы справки?**

· базовая справка – объясняет сущность и назначение системы;

· обзорная справка – рекламирует функции системы;

· справка предметной области - отвечает на вопрос «Как сделать хорошо?»;

· процедурная справка - отвечает на вопрос «Как это сделать?»;

· контекстная справка – «Что это делает?» и «Зачем это нужно?»;

· справка состояния – отвечает на вопрос «Что происходит в настоящий момент?».

1. **Что такое спиральность справочной системы?**

При возникновении вопроса пользователь получает только чрезвычайно сжатый, но ограниченный ответ (1-3 предложения).

Если ответ достаточен – возвращается к выполнению текущей задачи.

Если нет – может запросить более полный, но и более объемный ответ.

Если и этот ответ недостаточен – обратиться к ещё более подробному ответу.

1. **Какие факторы связаны с субъективными ощущениями человека?**

Субъективное ощущение:

· эстетики;

· времени работы;

· психологического напряжения;

· собственной глупости;

· самовыражения.

1. **Что необходимо сделать, чтобы интерфейс был эстетически привлекательным?**

Эстетически привлекательный интерфейс должен своим внешним видом и поведением хорошо представлять и характеризовать функции приложения, а также быть неощущаемым.

1. **Что надо сделать, чтобы добиться элегантности интерфейса?**

· сделать интерфейс максимально насыщенным визуальными закономерностями (например, высота кнопок может быть равна удвоенному значению полей диалогового окна).

· всемерно использовать модульные сетки, т.е. привязывайте все объекты к линиям (лучше узлам) воображаемой сетки, которую необходимо выдерживать во всем интерфейсе.

· привязывать все размеры и координаты (как минимум пропорции диалоговых окон) к золотому сечению (0.618 х 0.382).

1. **От чего зависит субъективное ощущение времени работы?**

Воспринимаемая продолжительность действий напрямую зависит от уровня активности пользователя.

1. **Отчего зависит субъективное ощущение психологического напряжения пользователя?**

От стресса, что пользователь может сделать что-то не так.

1. **Каким должен быть интерфейс для субъективного удовлетворения пользователя?**

Такой интерфейс должен удовлетворять всем субъективным ощущениям.

1. **Назовите основные 7 правил юзабилити сайта?**

**Гарантии надежности**. Вкладка «О компании», контактные данные в хедере, сертификаты, адрес офиса, отзывы клиентов, кейсы, банковские реквизиты – всё это дает нелишнее доказательство посетителю, что компания имеет статус и вполне компетентна в своей сфере деятельности.

**Кнопка Поиска**. Помимо логотипа, второй по важности элемент для сайта. Кнопка «Поиск» — это первый помощник посетителя и лучший друг на любом сайте. Как минимум – если пользователь в течение первых 2 секунд уже нашел эту кнопку, он чувствует себя в безопасности и уровень его напряженности и тревоги к твоему сайта резко спадет.

**Навигация («хлебные крошки»)**. Правило, согласно которому пользователь всегда должен иметь представление, где он находится: тема, раздел, номер страницы.

**Отображение сайта**. Корректное отображение элементов страницы на различных устройствах снижает процент отказов посетителей сайта и увеличивает глубину просмотра, что, в свою очередь, напрямую влияет на показатель конверсии сайта.

**Простота использования сайта.** Этот принцип состоит из мифов и легенд о том, как скрасить пребывание посетителей на сайте. Вот некоторые из этих идей: Правило 3 кликов (у посетителя должна быть возможность попасть с главной страницы на любую другую страницу сайта, сделав не более 3-х кликов); Правило 2-х секунды (чем меньше пользователь ждет отклика программы, сайта или приложения, тем больше вероятность того, что он не откажется от использования этого продукта. 2 секунды – это оптимальный временной интервал отклика); Правило перевернутой пирамиды (особый метод, изложения информации в тексте: приоритетность информации убывает от начала текста к его завершению); Закон близости элементов (близкие друг к другу объекты воспринимаются в группе); Синдром утёнка (психологический принцип, по которому человек, сталкиваясь с какой-либо областью и далее углубляясь в неё, считает первый встреченный им объект из этой области самым лучшим, самым правильным, а все прочие – тем «хуже», чем меньше они похожи на его первую любовь).

**Дизайн.** Минималистичный дизайн, без отвлекающих элементов, не мешающий посетителю воспринимать информацию. Стоит отметить, что дизайн и юзабилити сайта – это два показателя, которые очень связаны между собой.

**Контент.** Оформление и структура текста, логическая последовательность и оптимизация контента – всё это должно соответствовать определенным правилам, помогающим пользователям быстро найти необходимую информацию в куче букв. Специально для оптимизации результата этого показателя и была придумана такая профессия как копирайтер.