**ЗАДАНИЕ 4-5**

**ЗАДАНИЕ 4**

При проектировании интерфейса очень важно вжиться в роль будущего пользователя продукта для того, чтобы посмотреть на интерфейс и дизайн его глазами, видеть то, что будет видеть он, настоящий пользователь. Для этого в работе создаются так называемые персонажи.

Для каждой из групп целевой аудитории, которые были составлены ранее, описывается персонаж. В результате будет получено описание человека со своими уникальными желаниями и потребностями. На всех дальнейших этапах работы необходимо сверяться с их биографией, взглядом на жизнь и другими характеристиками.

Хороший интерфейс помогает в решении проблем, которые возникают у пользователей. Вжившись в персонажей, можно определить, какие проблемы и желания у них могут возникнуть, а на основе этого продумать возможности для их удовлетворения.

Можно указать причины, по которым персонаж заинтересован в услугах или продуктах данной компании, бренда или проекта. Например, если провод от гарнитуры постоянно запутывается в куртке и стягивает наушники с головы, это может стать веской причиной для покупки новой гарнитуры. Реальные сценарии, основанные на результатах исследований, помогут раскрыть ключевые факторы мотивации, которые следует включить в описание персонажа.



**Пример 1.** Персонаж сайта косметического салона Beauty Вероника Мартынова (ключевой персонаж). Возраст – 22 года. Семейное положение – не замужем. Профессия – модель. Веронике в силу ее профессии просто необходимо выглядеть идеально. Она побывала в многих престижных салонах в Минске и в Европе. Она разбирается в качестве предоставляемы услуг. Перед очередной фотосессией она решила для начала расслабиться в spa-кабинете, затем сделать маникюр и педикюр, укрепляющую маску для волос, укладку и макияж.

*Цель* – получить услуги высокого европейского качества.

*Задачи*:

1. Выбрать очередность процедур.
2. Выбрать один из видов желаемой услуги.
3. Выбрать мастера.
4. Оплатить и уйти довольной.

*Потребности*:

1. Высокое качество услуг.
2. Любезный и внимательный персонал.
3. Цены, соответствующие качеству.
4. Возможность подбора процедуры на определенную дату и время.

*Требования к сайту*:

1. Простота поиска нужной информации.
2. Подробное описание процедур.
3. Удобный и привлекательный интерфейс.

**Пример 2.** Персонаж сайта светодиодного оборудования LedStudio Глеб Щупкин (ключевой персонаж). Возраст – 34 года. Семейное положение – женат, есть дочь (11 лет). Место работы – директор крупной строительной компании.

Глеб рос в неблагополучной семье. С самого детства он сталкивался с трудностями во взаимоотношениях с родителями. Это послужило причиной для развития в нем трудолюбия. Он все делал сам, без помощи родителей, с домашними заданиями никто ему не помогал.

Глеб выбрал саморазвитие. Читал много различной литературы. Все это сыграло свое дело, Глеб начал показывать высокие результаты в школе, закончил ее с золотой медалью.

В университет он поступил без труда. После обучения Глеб пошел работать по своей специальности (инженер-строитель), распределился в одну из лучших строительных компаний своего города. Карьерная лестница пошла в гору. Теперь он директор этой компании.

Глеб делает ремонт в комнате дочери. Он знает по своему опыту о качестве продукции, а также о качестве освещения светодиодного оборудования. Поэтому он хочет установить пару накладных светодиодных ламп. Сайт Глебу порекомендовал его хороший друг, который покупал там оборудование и пользовался услугами этих специалистов.

*Цель* – купить несколько накладных ламп в комнату дочери.

*Задачи*:

1. Изучить информацию о компании.
2. Ознакомиться с продукцией компании.
3. Выбрать наиболее подходящий вариант.
4. Ознакомиться с ценой.

*Потребности*:

1. Выбор подходящих светодиодных ламп.
2. Быстрое выполнение заказа.
3. Подробное описание материала.

*Требования к сайту*:

1. Удобный интерфейс.
2. Множество качественных фотографий продукции.

Самостоятельно описать 2 (два) персонажа по примерам 1,2. Для каждого персонажа представить цель, задачи, потребности, требования к сайту.

**ЗАДАНИЕ 5**

Существуют четыре основные причины, по которым пользователи на одни сайты возвращаются, а на другие - нет. Эти четыре фактора - основа хорошего веб-дизайна, поскольку именно этого больше всего хотят пользователи. Они могут быть собраны воедино с помощью аббревиатуры **НОМЕ:**

* высокое качество содержания (high-quality content);
* частые обновления (often update);
* минимальное время загрузки (minimal download time);
* простота использования (ease of use).

Чтобы перейти от НОМЕ-дизайна к дизайну "**HOME-RUN",** добавьте три дополнительных качества:

* соответствие потребностям пользователя (relevant to user`s needs);
* уникальность в интернете (unique to the online medium);
* ориентированная на интернет корпоративная культура (net-centric corporate culture).

Концепция высокого качества веб-страниц общего характера сформулировать:

* **красивая форма дизайна, графика;**
* **умное использование HTML кода и подключаемых модулей; которые делают сайт интерактивным и удобным в пользовании;**
* **наличие инновационных материалов;**
* **наглядность, интуитивность интерфейса.**

Судить о качестве Интернет ресурса и его предназначенности для своих профессиональных целей следует по нижеследующим признакам.

**URL домены**

Каждый унифицированный указатель информационного ресурса (URL) заканчивается суффиксом, который указывает на происхождение и назначение сайта:

* \*.com – Коммерция;
* \*.org – Международная организация;
* \*.gov – Государственный департамент;
* \*.edu – Образование;
* \*.mil – Военное дело;
* и т.д.

Например:

* whitehouse.gov– сайт правительства США, президентский сайт;
* whitehouse.org – пародия на государственный сайт.

**Авторы**

Сведения об авторе, ответственном лице, адрес e-mail и другие сведения об «ответственности» обычно располагаются внизу страницы. Следует иметь в виду, что даже страницы солидных профессионалов могут иметь субъективные мнения.

**Библиография**

Научные статьи или веб-страницы научных или образовательных ресурсов могут включать библиографию печатных работ. Убедитесь, что это не самоцитирование (автора или источника), включены библиографические сведения о научных книгах, а не только популярные источники, актуальны ли использованные источники? Высокое качество библиографических записей указывает на высокий качественный сайт.

**Дата**

Сайт может хорошо выглядеть, но если дата его последнего обновления устарела на год, то и информация может быть устаревший. В зависимости от темы исследования, результаты последних исследований и нынешние события могут оказаться решающими. Это особенно верно, когда речь идет о научно-технических и экономических вопросах.

**Гиперссылки**

Гиперссылки должны дополнять страницу, добавив контекстную поддержку, более детальную информацию, альтернативную точки зрения, смежные темы.

Проверьте надежность гиперссылок:

Если они укажут вам на другие научные ресурсы и профессиональных организаций, то страницы, которые вы используете, авторитетны, если они ведут к коммерческим сайтам, то надо быть осторожными. Большое количество «мертвых» ссылок указывают на не надежный ресурс.

**Внутренние доказательства**

Определена ли целевая аудитория и задачи ресурса. Они соответствуют вашим ожиданиям? Изучите название и краткое содержание (если таковое предусматривается), основные идеи, содержание, стиль изложения и научность, профессиональная точность, грамотность.

**Доступность**

Хороший ресурс доступен во всех своих частях. Барьеры к доступу могут создавать следующие элементы:

* специализированное программное обеспечение и модули подключения;
* использование графических или звуковых;
* формат нецензурных и жаргонных выражений;
* вознаграждения или специальной регистрации.

Будьте внимательны по отношению к любому объекту, который требует паспортных данных или любой другой конфиденциальной информации о пользователе кредитной карты.

**Оформление**

Общее оформления сайта должен отражать качественный веб дизайн: графический дизайн, навигация, доступность. Возможность избежать электронной почты и дискуссионных групп.

**Ранжирование** - выстраивание поисковой системой веб-страниц (сайтов) или их характеристик по наибольшему их соответствию конкретному запросу.

**Интернет-ранжирование** - ранжирование веб-страниц (сайтов) или их характеристик в Интернете. По сути, ранжирование и Интернет-ранжирование - одно и то же.

Виды ранжирования сайтов:

1. **Объективное ранжирование - ранжирование, которое можно проверить по определенным критериям, поддающимся числовому выражению.**

**Примеры объективного ранжирования:**

* + **ранжирование сайтов по числу ключевых слов;**
  + **ранжирование сайтов по плотности слов, содержанию ключевых слов в названии веб-страницы, в ее описании и т.д.**

1. **Субъективное ранжирование - ранжирование, основанное на субъективных критериях, не поддающихся числовому выражению.**

**Примеры субъективного ранжирования:**

* + **ранжирование сайтов по красоте веб-дизайна;**
  + **ранжирование сайтов по эргономике, удобству работы и т.д.**

1. **Ссылочное ранжирование** - влияние гиперссылки с чужого сайта на рейтинг сайта или веб-страницы в результатах, выдаваемых поисковой системой на конкретный запрос.

**Релевантность** - смысловое соответствие между информационным запросом и полученным сообщением.

**Различают:**

* ссылочное ранжирование сайта - количество ссылок, ведущих на сайт с других сайтов;
* ссылочное ранжирование веб-страницы - количество ссылок с других сайтов на конкретную веб-страницу;
* внутреннее ссылочное ранжирование - количество ссылок с одних веб-страниц сайта на другие внутри сайта.

Ссылочное ранжирование и [индекс цитирования](http://www.antula.ru/page-rank.htm), по сути, - общие понятия.

**Индекс цитирования** (синонимы: ссылочная популярность, авторитетность, тематический индекс цитирования, вычисляемый индекс цитирования, тематический вычисляемый индекс цитирования, ИЦ, ТИЦ, Page Rank) - количество ссылок в Интернете, указывающих на конкретный сайт.

Рейтинг сайтов можно осуществить по 10-ти бальной шкале. Возможно ранжирование по шкале качественных оценок, например «очень хорошо, хорошо, среднее положение, плохо, очень плохо». Выбор метода ранжирования зависит от цели, преследуемой исследователем.

**Количественный метод оценки сайтов (метод 1)**

Любой сайт имеет рейтинг. Рейтинг - это цифра от 1 до 10. Графически он изображается в виде пяти звездочек, каждая из которых может быть закрашена либо полностью, либо наполовину.

Первую половину рейтинга определяют редакторы при внесении сайта в каталог. При этом на оценку влияют следующие факторы:

1. Уникальность информации, содержащейся на сайте. Если сайт не является первоисточником, а в основном перепечатывает информацию с других сайтов - такой сайт имеет мало шансов попасть в каталог, и тем более получить высокую оценку. В зависимости от количества уникальной информации, ее наличие может прибавить к оценке 1-2 балла.
2. Полезность информации. В сочетании с предыдущим пунктом, полезность информации является практически определяющим фактором при простановке оценки. Наличие полезной информации на сайте дает бонус в 1-3 балла, в зависимости от ее количества и качества.
3. Удобство интерфейса. Если информации много, она уникальна и полезна - но представлена в виде неупорядоченной кучи страниц без центральной навигации, системы поиска и группировки - то ценность такой информации снижается - на 1 балл.
4. Слишком много рекламы/баннеров/ярких картинок. Вебмастер, перестаравшийся с рекламой, может вполне получить -1 балл.
5. Аффилированность. В случае оценки сайтов интернет-магазинов, в расчет нужно принимать уникальность продавца товаров. Если выясняется, что претендент для добавления в каталог является всего лишь сайтом, предоставляющим партнерскую программу другого, настоящего интернет-магазина - претендент, как правило, отметается. Если нет - то чем больше выбор товаров, и чем они экслюзивнее, тем больше и оценка - она может повыситься на 1-2 балла.

**ИТОГО: ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ИНТЕРФЕЙСА (метод 2)**

**базируется на следующих показателях:**

1. Сведения о владельцах ресурса / авторах сайта (Authority)

*- Наличие сведений об авторе*

*- Квалификация автора*

*- Владельцы / спонсоры ресурса*

*- Репутация владельцев / спонсоров*

*- Наличие ссылок на более подробную информацию об авторе / владельцах*

*- Возможность определить владельцев сайта, если нет сведений об авторе / владельце (информация в колонтитулах, адрес сайта, доменное имя)*

*- Наличие контактной информации (автор, владелец, редактор, веб-мастер)*

Сведения об авторе, ответственном лице, адрес электронной почты и другие сведения об «ответственности» обычно располагаются внизу страницы.

2. Достоверность / точность информации (Accuracy)

- *Отсутствие фактических ошибок*

*- Наличие редактора сайта / ответственного за достоверность информации*

*- Наличие ссылок на использованные источники*

Научные статьи или веб-страницы научных и образовательных ресурсов могут включать библиографию печатных работ. Убедитесь, что это не самоцитирование (автора или источника); обратите внимание на то, включены ли библиографические сведения о научных книгах, а не только популярные источники; актуальны ли использованные источники. Высокое качество библиографических записей указывает на высокий качественный сайт.

3. Объективность информации (Objectivity)

*- Отсутствие предвзятости, направленного воздействия на пользователя,*

*- Отсутствие скрытой рекламы*

4. Актуальность (Currency)

*- Наличие дат публикации материала, его размещения на сайте и обновления*

*- Отсутствие неработающих ссылок*

Сайт может хорошо выглядеть, но если дата его последнего обновления устарела на год, то и информация может быть устаревший.

Гиперссылки должны дополнять страницу, добавив контекстную поддержку, более детальную информацию, альтернативные точки зрения, смежные темы. Проверьте надежность гиперссылок: если они указывают на другие научные ресурсы и профессиональные организации, то страницы, которые вы используете, авторитетны, если они ведут к коммерческим сайтам, то надо быть осторожными.

Большое количество «мертвых» ссылок указывают на ненадежный ресурс.

5. Содержание (Coverage)

- *Полнота информации*

*- Оригинальность содержания*

*- Ценность информации*

6. Представление информации (Clarity)

- *Структурирование текста*

*- Отсутствие опечаток, орфографических, грамматических, стилистических ошибок*

*- Адекватность использования иллюстраций (в качестве дополнения к тексту, а не отвлекающего элемента)*

*- Отсутствие негативного влияния рекламы (при ее наличии) на работу с сайтом*

Качественный сайт с точки зрения удобства и эффективности его использования пользователями («юзабилити») – это сайт, который достигает целей, поставленных заказчиком, и одновременно отвечает потребностям его пользователей.

7. Доступ к сайту (Accessibility)

- *Быстрота загрузки*

*- Удобство навигации*

*- Стабильность адреса сайта*

*- Наличие других версий сайта (например, текстовой версии для слабовидящих)*

Хороший ресурс доступен во всех своих частях. Барьеры к доступу могут создавать следующие элементы: специализированное программное обеспечение и модули подключения, использование графических или звуковых файлов, формат нецензурных и жаргонных выражений, вознаграждения или специальная регистрация. Будьте внимательны по отношению к любому объекту, который требует паспортных данных или любой другой конфиденциальной информации о пользователе.

**Выполнение задания:**

Протестировать предложенные веб-страницы:

* <http://ngrp.telefun.ru/>
* <http://www.budgetrf.ru/Publications/Glossary/Glossary000.htm>
* <http://www.gmf.ru:9002/manage/page>
* <http://www.anriintern.com/history/rushist2/rushistory.htm>
* <http://www.management.com.ua/bp/bp023.html>
* <http://www.sci.aha.ru/>
* <http://www.nstu.ru>
* <http://gov.ru>
* <http://www.ru.emb-japan.go.jp/>
* <http://www.spsl.nsc.ru/>
* <http://www3.adm.nso.ru/>
* <http://www.tomsk.ru/>
* <http://www.ras.ru/>
* <http://www.hse.ru/>
* <http://www.stanford.edu/>
* <http://www.cfin.ru/>
* <http://www.berkeley.edu/>
* <http://www.philosophy.ru/>

1. Зайти на страницы веб-ресурсов, предложенные в задании.
2. Заполнить таблицу «Качество интерфейса выбранного веб-ресурса. Метод 1» (таблица 1)
3. Заполнить таблицу «Качество интерфейса выбранного веб-ресурса. Метод 2» (таблица 2) - оценить качество каждого ресурса по семи показателям (метод 2):

* Сведения о владельцах
* Достоверность/точность
* и так далее;

1. По созданным таблицам составить рейтинг предложенных сайтов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1. Достоверность** | | | **2.**  **Точность** | **3. Управление** | | **4. Автори-тетность** | **5. Объективность** | | | | **6. Оперативность** | | | **7. Актуаль-ность** | | **8.**  **Удобство** | | | | | **9. Доступность** | | |
| Автор (ответственное лицо) и возможность связи | Автор (ответственный) адекватен данному ресурсу? | Заявлена цель ресурса. Она соответствует вашим ожиданиям | Имеется возможность связи с автором (ответственным лицом): электронная почта или контактный адрес / телефон. | Автор (ответственный) и веб-мастер разделены | Домен. Регистрация домена ресурса адекватна его целям и задачам | Чем подтверждена авторитетность авторов (ответственных) ресурса | Имеются ли ссылки на альтернативные мнения (источники) | Насколько подробной является информация | Выражены ли альтернативные мнения | Не является ли данный ресурс скрытой рекламой | Дата создания | Дата последнего обновления | Имеются ли актуальные материалы (ссылки на таковые) | Является ли информация на странице устарела? | Сколько "мертвых" ссылок на странице? | Для просмотра одной порции информации хватает 1-2х экранов | Имеются ссылки (если есть) дополняющие ресурс, расширяющие информационное поле | Имеется карта сайта | Соблюден баланс текста и иллюстраций | Не требуются дополнительные программы и модули для просмотра данных | Бесплатность доступа | Необходимость дополнительных регистраций | Есть ли проблемы при просмотре ресурса с тем браузером, которым вы пользуетесь |

**Таблица 1 (Метод 1)**

**Таблица 2 (Метод 2)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Описание** (см теоретич. часть) |
| Сведения о владельцах ресурса / авторах сайта (Authority) |  |
| Достоверность / точность информации (Accuracy) |  |
| Объективность информации (Objectivity) |  |
| Актуальность (Currency) |  |
| Содержание (Coverage) |  |
| Представление информации (Clarity) |  |
| Доступ к сайту (Accessibility) |  |

**По таблицам 1,2 построить диаграммы показателей качества интерфейса пользователя и провести анализ полученных данных!**