Лабораторная работа №1. «Реализация принципов эффективного web-дизайна» (2 часа)

1. **Цель работы:**

Изучить основы принципов эффективного web-дизайна, правил юзабилити.

1. **Теоретические сведения**

**Общая схема разработки сайта с высоким уровнем юзабилити**

*Определение цели*   
В начале работы следует определить поставленные перед сайтом цели:   
- зачем он создается?   
- для кого (целевая аудитория)?   
- в какое время посетители будут на сайте и что они должны на нем делать?

Имеют значение также цели юзабилити сайта. В общем случае, веб-ресурс должен отвечать следующим требованиям:   
- простой в обучении;   
- эффективный в работе;   
- легко запоминающийся при повторном открытии;   
- приносящий пользователю удовлетворение.

Для конкретного сайта, в зависимости от сложившейся ситуации и целевой аудитории, дополнительно могут быть поставлены и другие цели.

*Сбор данных от пользователей*   
Эти сведения нужны по той простой причине, что сайт делается, в конечном итоге, для людей. Для сбора данных существуют различные способы, в т.ч. тестирование юзабилити, логи серверов и обратная связь. При помощи полученной информации можно определить, в какой мере сайт (если он уже работает) удовлетворяет посетителей.

*Разработка прототипа*   
Для первой серии тестов достаточно сделать прототип интерфейса, без графики и с минимальным количеством текста. Этого достаточно для того, чтобы получить вполне объективные данные с комментариями пользователей. Анализ результатов позволит определить, насколько данный вариант сайта способен решать задачи юзеров. Прототипы делаются на бумаге, в HTML, при помощи MSVisio и т.д.

*Подготовка и размещение контента*  
При подготовке текстовых материалов следует помнить главное — сайт обязан быть полезным и интересным для целевой аудитории. По этому принципу следует отобрать имеющуюся информацию.

*Тестирование*   
В заключение нужно определить, насколько эффективен разработанный сайт.

Проведение тестов является обязательным этапом разработки юзабилити. Суть его в том, что несколько респондентов, используя прототип системы, независимо друг от друга решают стандартный набор задач. Рядом находится специалист, фиксирующий их слова и действия. Полученные данные анализируются, после чего определяются необходимые коррективы.

**Правила юзабилити для отдельных категорий интерфейса**   
**Навигация**   
Навигация, т.е. схема перехода между разделами, должна быть удобной для посетителя, и учитывать индексацию сайта поисковыми машинами. Последовательность страниц, посещаемых человеком (или роботом), называется «навигационной тропой».

**Карта сайта**   
Качественно выполненная карта сайта помогает юзеру быстро найти необходимую информацию. Поисковики, благодаря наличию этого элемента, лучше индексируют сайт. Обязательно следует сгруппировать страницы по темам. Кроме хорошо проработанного дизайна, на карте нужно разместить прямую текстовую ссылку на домашнюю страницу — это важно для поискового робота.

**Уровни и директории**   
Посетители предпочитают сайты, на которых от главной до нужной информации можно добраться за один-два клика. Если для этого приходится открывать много «промежуточных» страниц, то после второй-третьей люди уходят на другой веб-ресурс.   
Так же поступают и роботы. Они углубляются лишь на несколько уровней. Если искомая информация «глубоко спрятана», то это отрицательно сказывается на индексации страниц, не зависимо от того, насколько хорошей будет навигационная система.

**Text Links (Текстовые ссылки)**   
Это одно из лучших решений, как с точки зрения юзабилити, так и для SEO. Нечитабельный код мешает поисковику следовать навигационной системе сайта. Наличие дополнительных текстовых ссылок облегчает работу пользователей и «нравится» поисковым машинам.

**Anchor text (Ссылочный текст)**   
Так называются слова в гиперссылке, для перехода на другую страницу или сайт. С позиции SEO это еще одна возможность поставить ключевое слово. С точки зрения юзабилити — дополнительное удобство, так как с предложением перехода сразу сообщается тема.

**Breadcrumbs («Хлебные крошки»)**   
Выражение, заимствованное у братьев Гримм, характеризует систему навигации, при которой человек в любой момент легко определяет где он находится. А на предыдущую страницу может вернуться, не нажимая «Back». Роботам такая схема тоже облегчает передвижение по сайту.

**Titles (Заголовки)**   
Заголовки делаются краткими, конкретными и обязательно соответствующими содержанию текста. Посетитель должен сразу понять, о чем идет речь. Поисковые системы в этом случае быстрее определяют релевантность сайта, сканируя контекст его страниц, и определяя, насколько уместны именно такие заголовки.

1. **Порядок выполнения лабораторной работы:**
   1. Общая схема разработки сайта
2. Архитектура приложения.
3. Функциональные требования.
4. Концепция интерфейса
5. Архитектура базы данных
6. Детальное описание сущностей и их атрибутов
7. Роли и полномочия

**[Общие положения](#_Toc347431166)**

**[Предмет разработки](#_Toc347431166)**

**[Назначение документа](#_Toc347431166)**

**[Требования к графическому дизайну сайта](#_Toc347431166)**

**[Требования к дизайну сайта](#_Toc347431166)**

**[Порядок утверждения дизайн-концепции](#_Toc347431166)**

**[Функциональные требования](#_Toc347431166)**

**[Требования к представлению сайта](#_Toc347431166)**

**[Требования к системе управления сайтом](#_Toc347431166)**

**[Требования к разделению доступа](#_Toc347431166)**[3](#_Toc347431166)

1. [10](#_Toc347431175)Протестировать созданный документ.

**Содержание отчета:**

* цель работы;
* задание;
* порядок выполнения лабораторной работы;
* разметка html-документа с исходным кодом скрипта;
* скриншот html-документа;
* выводы.

Теоретические материалы доступны по адресу http://learn.javascript.ru.

**Книги по юзабилити:**

1. Don’t Make Me Think! / Веб-дизайн: книга Стива Круга, или «не заставляйте меня думать!»
2. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга, Стив Круг
3. Удобство использования Web-сайтов, Якоб Нильсен, Хоа Лоранжер
4. Отзывчивый веб-дизайн, Итан Маркотт
5. Дизайн привычных вещей, Дональд А. Норман
6. Luke Wroblewski, Mobile First / Люк Вроблевски, Сперва мобильные