

# **1 ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

## **1.1 Описания компании**

Интернет-магазин “GeekSpace” – представляет собой специализированную многофункциональную онлайн-платформу, предлагающий широкий ассортимент товаров, связанных с популярными франшизами в сфере аниме, манги, комиксов, видеоигр и настольных игр. Ключевой задачей платформы является не только осуществление транзакций, но и создание удобной экосистемы для целевой аудитории, где конечным этапом взаимодействия для пользователя является получение подтверждения успешного оказания услуги.

Проект направлен на удовлетворение спроса лояльной и платежеспособной аудитории за счет реализации следующих услуг:

- Продажа товаров: От массовой продукции до эксклюзивных коллекционных товаров, что позволяет охватить все сегменты аудитории;
- Создание кастомизированной атрибутики на заказ: Услуга персонализации, включающая изготовление постеров, принтов на одежду и аксессуаров по индивидуальным эскизам пользователей;
- Сервис-ориентированный подход: Внедрение дополнительных услуг, повышающих вовлеченность и лояльность клиентов. К ним относятся система предварительных заказов на ожидаемые новинки, а также возможность оформления рассрочки для дорогостоящих позиций;
- Гарантия аутентичности и качества: Политика работы исключительно с официальными поставщиками и дистрибуторами, что обеспечивает подлинность всей продукции и защищает интересы потребителей.

## **1.2 Целевая аудитория**

- Возраст: молодые люди 20-30 лет. Данная группа обладает финансовой самостоятельностью и сформированными предпочтениями;
- Пол: Преимущественно мужской
- Уровень дохода: Средний и выше среднего. Аудитория готова к целенаправленным тратам на хобби.

Ключевые сегменты:

- Коллекционеры. Цель: Поиск редких, лимитированных и эксклюзивных товаров для пополнения коллекции. Для них критически важны наличие системы предзаказов, детальная информация о товаре и высокое качество изображений;
- Активные потребители (основная масса). Цель: Приобретение массового мерча для повседневного использования (одежда, аксессуары) и развлечений (комиксы, игры). Ключевые факторы выбора: удобство заказа, скорость доставки, соотношение цена/качество;
- Новички и социально вовлеченные. Цель: Следование трендам, поиск подарков, желание стать частью сообщества. Для них важна наглядность ассортимента, наличие готовых решений (подарочные сертификаты, боксы) и доверие к платформе.

Ключевые слова: печатная продукция, коллекционирование, доставка, аксессуары, кастомизация.

## **1.3 Палитра желательных и нежелательных цветов**

Концепция: основной концепцией интерфейса является использование темной темы, которая ассоциируется с космическим пространством,

технологичностью и премиальностью. Это создает комфортное для восприятия окружение для яркого и насыщенного графического контента (товаров). Акцентные цвета добавляют интерфейсу динамики и помогают направлять внимание пользователя на ключевые элементы (кнопки, акции, цены).



Желательная палитра

Нежелательными цветами являются однообразные, нежные и пастельные оттенки.



## Нежелательные цвета

### 1.5 Мудборд



### 1.6 Алгоритм использования услуг

Шаг 1: Добавление товара в корзину. Пользователь нажимает кнопку «Добавить в корзину» на странице товара.

Шаг 2: Переход к оформлению товара. Пользователь нажимает кнопку «Перейти к оформлению» на странице корзины.

Шаг 3: Заполнение данных для доставки. Пользователь заполняет форму.

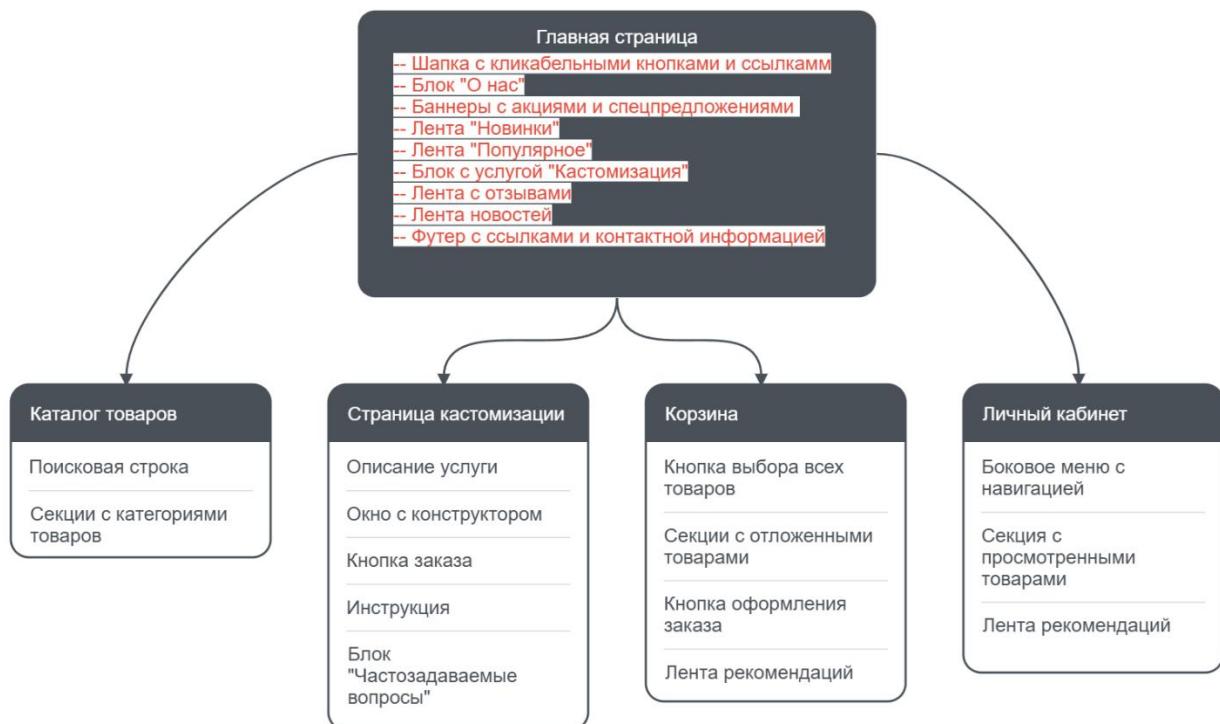
Шаг 4: Выбор способа оплаты и подтверждение заказа. После выбора способа оплаты пользователь нажимает кнопку «Перейти к оплате» или «Подтвердить заказ».

Шаг 5: Получение подтверждения. Пользователь завершает процесс оплаты или завершает оформление.

### 1.7 Общая структура сайта

Сайт включает не менее 5 страниц:

- Главная страница, с которой можно попасть на другие страницы сайта, и состоящая из информационных блоков и полезных ссылок;
- Каталог товаров, состоящий из секций с возможными категориями товаров, представленными на сайте, и возможностью поиска товара по названию или ключевым словам;
- Страница кастомизации, на которой можно сконструировать товар с собственным дизайном на заказ;
- Корзина, в которой размещен отложенный ранее товар;
- Личный кабинет с возможностью вернуться к просмотренным ранее товарам, настроить свой профиль, добавить информацию для оплаты и доставки.



## 1.8 Описание страниц

### Описание страницы "Главная"

Главная страница является точкой входа и визитной карточкой сайта. Переход на неё возможен с любой страницы ресурса путем клика на логотип, расположенный в шапке сайта.

Страница выполняет ключевую роль в навигации и информировании пользователей, предоставляя им сводную информацию о компании, акциях, новинках и категориях товаров, а также направляя их к наиболее востребованным разделам.

Структура главной страницы включает следующие блоки:

1. Шапка сайта (Header) – единая для всех страниц, включающая в себя логотип; навигационное меню с ссылками на каталог, социальные сети, раздел “о бренде”, корзину и личный кабинет; кнопка регистрации/входа;
2. Приветственный блок — содержит краткую информацию о бренде, его миссии и ценностях, чтобы пользователь мог сразу понять специфику предложения;
3. Промо-слайдер (Hero Section) — интерактивный блок с автоматической сменой баннеров, а также возможностью перематывать их самостоятельно. Включает 3–5 слайдов, визуально привлекающих внимание к главным акциям, распродажам, поступлению новых коллекций или сезонным предложениям. Каждый слайд кликабелен и ведет на соответствующий раздел или промо-страницу;
4. Блок категорий товаров — представлен в виде плитки из 5 крупных иконок или тематических изображений с подписями («Комиксы», «Фигурки», «Игры» и др.). Каждая категория кликабельна и ведет как в общий каталог с примененным фильтром, так и непосредственно в соответствующий раздел;

5. Секция «Новинки» — горизонтальный карусельный блок с карточками товаров, которые появились в ассортименте последними. Оснащена возможностью пролистывания;
6. Секция «Хиты продаж» — блок с товарами, пользующимися наибольшим спросом у покупателей за последнее время. Реализован в виде карусели с карточками товаров;
7. Секция «Распродажа» — блок, в котором представлены товары с ограниченными или специальными скидками. Каждая карточка содержит информацию о старой и новой цене;
8. Секция «Предзаказы» — блок с товарами, планируемыми к поступлению в будущем. Пользователи могут ознакомиться с анонсами и оформить предварительный заказ с возможностью резервирования;
9. Баннер услуги кастомизации — кликабельный промо-блок, информирующий о возможности создания индивидуальных товаров (например, постеров или принтов) и ведущий на страницу с подробным описанием услуги;
10. Партнерский блок — раздел с рекламными баннерами компаний-спонсоров или стратегических партнеров. Каждый баннер кликабелен и ведет на внешний сайт партнера;
11. Блок отзывов — содержит рекомендации и впечатления реальных покупателей, что повышает доверие новых посетителей. Может быть реализован в виде карусели с текстовыми отзывами, оценками и, при возможности, фотографиями товаров;
12. Блок анонсов — секция с кликабельными превью предстоящих событий или релизов (например, выход ограниченной серии или коллекционного издания). Включает 3–4 ближайших анонса с возможностью перехода на страницу с полным списком;
13. Новостной блок (Блог) — раздел с анонсами последних записей корпоративного блога. Содержит 3–4 превью статей (например,

«Обзор новой книги», «Игровая премьера») с ссылками на их полные версии;

14. Блок преимуществ магазина — визуально оформленный перечень ключевых выгод для покупателя. Выполнен в ряд иконок с кратким текстом, например: «Быстрая доставка», «Гарантия подлинности», «Бонусная программа»;
15. Подвал сайта (Footer) - единый для всех страниц, содержит в себе кликабельные ссылки на ассортимент магазина, предоставляемые услуги, соцсети, а также контакты.

#### Описание страницы “Каталог”

Страница каталога служит основным навигационным узлом для ориентировки в ассортименте магазина. Доступ к ней реализован через главное навигационное меню, расположенное в шапке сайта на всех страницах.

Данная страница предоставляет пользователю обзор всех товарных категорий и быстрый доступ к ключевым группам товаров через тематические блоки, что упрощает и ускоряет процесс выбора.

Структура страницы каталога включает следующие элементы:

1. Шапка сайта (Header) – единая для всех страниц, включающая в себя логотип; навигационное меню с ссылками на каталог, социальные сети, раздел “о бренде”, корзину и личный кабинет; кнопка регистрации/входа;
2. Поисковая строка — интерфейсный элемент, позволяющий осуществлять текстовый поиск по всему ассортименту сайта. Поиск ведется по названию товара, ключевым словам и основным атрибутам;
3. Блок популярных категорий — представляет собой сетку кликабельных карточек, визуально отражающих наиболее

востребованные товарные разделы. Каждая карточка ведет на страницу соответствующей категории;

4. Тематические товарные секции — ряд горизонтальных каруселей (блоков с возможностью прокрутки), каждая из которых посвящена определенной товарной группе:
  - Секция печатной продукции — включает книги, комиксы, мангу и артбуки. Содержит ссылку для перехода в полный соответствующий раздел каталога;
  - Секция коллекционных фигурок и моделей — представляет ассортимент фигурок, статуэток и сборных моделей. Оснащена ссылкой на расширенную библиотеку товаров категории;
  - Секция видеоигр — отображает физические издания игр для различных платформ. Предоставляет возможность перехода к полному каталогу игровой продукции;
  - Секция аксессуаров и мерча — демонстрирует товары повседневного спроса: одежду, украшения, сумки и прочую атрибутику с тематической символикой. Ведет на страницу категории;
  - Секция настольных игр — включает коллекционные карточные игры, классические настольные игры и ролевые системы. Содержит ссылку для просмотра всей коллекции;
5. Подвал сайта (Footer) - единый для всех страниц, содержит в себе кликабельные ссылки на ассортимент магазина, предоставляемые услуги, соцсети, а также контакты.

### Описание страницы каталога категории

Страница категории «Печатная продукция» является специализированным разделом каталога, обеспечивающим детальный

просмотр и навигацию по соответствующей товарной группе. Доступ к странице реализован через:

- Блок категорий на главной странице
- Основной каталог товаров
- Навигационную цепочку (хлебные крошки)

Структура страницы включает следующие элементы:

1. Шапка сайта (Header) – единая для всех страниц, включающая в себя логотип; навигационное меню с ссылками на каталог, социальные сети, раздел “о бренде”, корзину и личный кабинет; кнопка регистрации/входа;
2. Поисковая строка в рамках категории — позволяет осуществлять текстовый поиск исключительно в пределах категории «Печатная продукция» по названиям товаров, авторам, издательствам и другим атрибутам;
3. Блок подкатегорий — представляет собой сетку кликабельных карточек с тематическими подразделениями внутри категории;
4. Секция «Популярное в категории» — горизонтальная карусель товаров с наиболее востребованными позициями раздела. Оснащена элементами управления для прокрутки контента в обе стороны;
5. Панель инструментов фильтрации и сортировки включает кнопку/переключатель отображения системы фильтров и Выпадающий список вариантов сортировки (по популярности, цене, новизне, алфавиту);
6. Основной контентный блок представляет собой:
  - Адаптивную сетку товарных карточек;
  - Кликабельные элементы, ведущие на страницы товаров;
  - В каждой карточке отображается: изображение, название, цена, кнопка добавления в корзину;

- Постраничную навигацию или бесконечный скролл;
- 7. Подвал сайта (Footer) - единый для всех страниц, содержит в себе кликабельные ссылки на ассортимент магазина, предоставляемые услуги, соцсети, а также контакты.

### Описание страницы товара

Доступ к странице реализуется через клик по любой товарной карточке в системе — из каталога, категорий, поисковой выдачи или рекомендационных блоков.

Структура страницы включает следующие элементы:

1. Шапка сайта (Header) – единая для всех страниц, включающая в себя логотип; навигационное меню с ссылками на каталог, социальные сети, раздел “о бренде”, корзину и личный кабинет; кнопка регистрации/входа;
2. Медиа-блок (левая часть). Галерея изображений товара с возможностью перелистывания, миниатюры для быстрого переключения между изображениями, возможность увеличения изображения (zoom) при клике, индикатор текущего положения в галерее;
3. Информационный блок (правая часть. )Название товара — выделенное визуально, артикул и статус наличия — с индикацией остатков, описание товара — краткое, маркетинговое описание преимуществ, блок выбора вариантов — селекторы для выбора характеристик (цвет, размер, версия и т.д.), цена товара, кнопки «Добавить в корзину», «Купить сейчас», «Оформить рассрочку»;
4. Секция с подробным описанием товара;
5. Секция со техническими характеристиками товара;

6. Секция «Похожие товары» — горизонтальный карусельный блок с карточками товаров той же категории или аналогичными характеристиками. Оснащена возможностью пролистывания;
7. Подвал сайта (Footer) - единый для всех страниц, содержит в себе кликабельные ссылки на ассортимент магазина, предоставляемые услуги, соцсети, а также контакты.

### Описание страницы “Кастомизация”

Страница услуги кастомизации предоставляет пользователю функционал для создания индивидуальных полиграфических продуктов на основе собственных изображений. Доступ к странице осуществляется через главную навигацию сайта, а также через специальные промо-баннеры на главной странице.

Страница организована в виде интуитивного конструктора, состоящего из следующих ключевых блоков:

1. Шапка сайта (Header) – единая для всех страниц, включающая в себя логотип; навигационное меню с ссылками на каталог, социальные сети, раздел “о бренде”, корзину и личный кабинет; кнопка регистрации/входа;
2. Заголовок и описание услуги — четко формулирует назначение раздела и преимущества кастомизации, устанавливает ожидания пользователя;
3. Визуальный конструктор — центральный интерактивный элемент страницы, организованный в двухколоночной компоновке;
4. Левая колонка: Панель параметров — содержит пошаговые инструменты для настройки продукта. Состоит из модуля загрузки пользовательских изображений, селектора продукта (постер, брелок, стикерпак, кружка и т.д.), выбора размеров и форматов и дополнительных опций оформления;

5. Правая колонка: Блок предпросмотра — обеспечивает визуализацию результата в реальном времени. Состоит из интерактивной области предпросмотра, элементов управления масштабом и позиционированием и информационной панели с текущими параметрами;
6. Система расчета стоимости — динамически обновляемый блок, отображающий итоговую цену с учетом выбранных опций. Содержит кнопку-призыв к действию для добавления кастомного товара в корзину;
7. Дополнительные информационные модули, расположенные под основным конструктором. Пошаговая инструкция, галерея готовых работ, раздел с часто задаваемыми вопросами;
8. Подвал сайта (Footer) - единый для всех страниц, содержит в себе кликабельные ссылки на ассортимент магазина, предоставляемые услуги, соцсети, а также контакты.

### Описание страницы “Корзина”

Страница корзины служит промежуточным этапом между выбором товаров и оформлением заказа, предоставляя пользователю возможность просмотреть и отредактировать выбранные позиции перед совершением покупки.

Попасть на страницу корзины можно через навигацию сайта на главной странице, страницу товара и личный кабинет. Страница корзины состоит из:

1. Шапка сайта (Header) – единая для всех страниц, включающая в себя логотип; навигационное меню с ссылками на каталог, социальные сети, раздел “о бренде”, корзину и личный кабинет; кнопка регистрации/входа;

2. Элементы управления выбором товаров. Кнопка «Выбрать все» для массового выделения товаров и счетчик выбранных товаров и их общей стоимости;
3. Основной блок: Список товаров. Счетчик выбранных товаров и их общей стоимости, название товара с кликабельной ссылкой на страницу продукта, Ключевые характеристики выбранного варианта (цвет, размер, тип издания), блок управления количеством с кнопками «+»/«-» и полем ввода, цена за единицу и общая стоимость позиции, кнопка удаления товара из корзины;
4. Кнопка “К оформлению” (закреплен справа внизу списка товаров);
5. Секция «Вам также может понравиться» — горизонтальный карусельный блок с подборкой товаров, аналогичных выбранным;
6. Подвал сайта (Footer) - единый для всех страниц, содержит в себе кликабельные ссылки на ассортимент магазина, предоставляемые услуги, соцсети, а также контакты.

### Описание страницы “Личный кабинет”

Личный кабинет представляет собой персональное пространство пользователя, обеспечивающее управление учетной записью, отслеживание заказов и доступ к персональным рекомендациям.

Попасть на страницу личного кабинета можно через навигацию сайта (шапку) на любой странице. Пространство личного кабинета организовано по принципу многостраничного раздела с постоянной боковой навигацией:

1. Шапка сайта (Header) – единая для всех страниц, включающая в себя логотип; навигационное меню с ссылками на каталог, социальные сети, раздел “о бренде”, корзину и личный кабинет; кнопка регистрации/входа;
2. Боковое меню управления — зафиксированная вертикальная панель, содержащая полный набор разделов для работы с учетной

записью: обзор активности, история заказов, избранные товары, личные данные, адреса доставки, платежные методы, оставленные отзывы, настройки профиля, служба поддержки и выход из системы;

3. Секция истории просмотров — горизонтальная карусель с товарами, которые пользователь недавно просматривал. Обеспечивает быстрый возврат к заинтересовавшим позициям через систему прокрутки;
4. Блок персональных рекомендаций — тематическая подборка товаров, сформированная на основе анализа предыдущих покупок и просмотров пользователя;
5. Подвал сайта (Footer) - единый для всех страниц, содержит в себе кликабельные ссылки на ассортимент магазина, предоставляемые услуги, соцсети, а также контакты.