

*Павлов Алексей Александрович,*

*преподаватель,*

*ГОАПОУ «Липецкий металлургический колледж»,*

*г. Липецк, Россия*

## ВИДЫ WEB-РАЗРАБОТОК

В статье производится сравнение основных видов web-сайтов, подвергается анализу классификация web-сайтов.

**Ключевые слова:** web-сайт, Интернет.

Хороший сайт является лучшей визитной карточкой и коммерческой фирмы и образовательного учреждения, работая на них в любое время суток. Можно не только просмотреть любой из них и извлечь полезную для себя информацию, но и принять активное участие в их создании. Существует множество средств для создания web-сайтов, но лишь некоторые из них способны предоставить разработчикам инструменты для решения подавляющего большинства стоящих перед ним задач

Сайты можно классифицировать по разным параметрам: в зависимости от целей, от их возможностей и даже от их состояния на текущий момент времени. От того, какую цель преследует владелец сайта, будет зависеть внешний вид и функциональность Интернет-ресурса.

На рис. 1 представлена классификация web-сайтов.

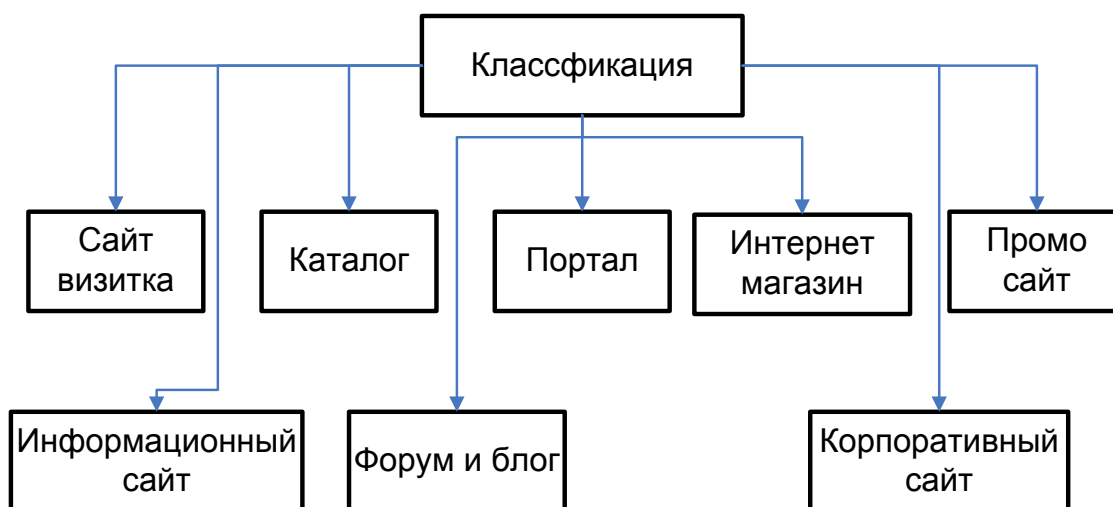


Рисунок 1 – Классификация web-сайтов

### Сайт «Визитка»

Сайт «Визитка» предназначен для представления организации в сети Интернет. Основная задача такого сайта – это размещение в Интернет контактной информации о компании. Название произошло именно от слова «визитка», т.к. такой сайт, как и визитная карточка, включает в себя только самую нужную информацию. Сайт-визитка имеет простейшую линейную, и потому понятную, структуру, которая дает возможность пользователю легко найти любую информацию [1].

На рис. 2 представлена структура сайта «визитка».

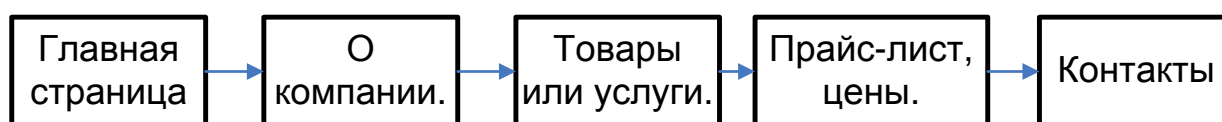


Рисунок 2 – Структура сайта «Визитка»

Преимущества и недостатки сайта визитки представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки сайта «Визитка»

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"><li>•низкая стоимость создания;</li><li>•быстрый запуск;</li><li>•возможна модернизация до более продвинутых видов веб сайтов (но такую возможность следует оговаривать заранее).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•практически невозможно продвижение из-за маленького объема содержания;</li><li>•бедный функционал;</li><li>•бедный дизайн;</li><li>•клиент не задерживается: пришёл – получил информацию – ушёл.</li></ul>

### Сайт «Каталог»

Под каталогом понимается сайт с витриной из товаров, но без возможности добавить их в корзину и оформить заказ.

Преимущества и недостатки сайта каталог представлены в Таблице 2.

Таблица 2 – Преимущества и недостатки сайта каталог

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"><li>•наличие полной информации в сжатом</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•в связи с тем, что вся информация в такие</li></ul>

<p>виде позволит быстро и оперативно ознакомиться с товаром на сайте;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•наличие фотографий даёт возможность оценить внешний вид товара;</li> <li>•CSM сайта-каталога дает возможность работать с ней человеку без специальных навыков;</li> <li>•возможность быстро найти нужный объект благодаря наличию удобной системы поиска;</li> </ul>	<p>каталоги вносятся вручную, то она может быть неполной, по сравнению с той, что имеется в поисковых системах, работающих по ключевым запросам.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•покупка товаров из каталога производится через e-mail, телефон или другие способы связи с владельцем ресурса.</li> </ul>
--	---

### **Интернет-магазин.**

Самый популярный метод коммерции в интернете. Все товары на витрине, купить их можно в пару кликов мышкой. Основная задача электронного магазина – это представление широкого ассортимента и возможности купить товар или услугу непосредственно на сайте. Чем сильнее мы облегчаем клиенту жизнь, тем больше клиентов у нас становится.

Преимущества и недостатки интернет магазина представлены в Таблице 3.

Таблица 3 – Преимущества и недостатки интернет магазина

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> <li>•возможность покупки за несколько кликов мышкой;</li> <li>•широкий охват аудитории (нет географической привязки);</li> <li>•неограниченное количество товаров на витрине;</li> <li>•круглосуточная доступность;</li> <li>•возможность сравнения и оценки товаров;</li> <li>•низкие цены за счёт снижения издержек в сравнении с оффлайн-магазином</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•товар нельзя пощупать;</li> <li>•нет возможности получить консультацию продавца</li> </ul>

### **Промо-сайт.**

Вид сайтов для проведения конкурсов, акций, розыгрышей призов или презентации чего-то нового (например, новая модель автомобиля). Как

правило, такие сайты требуются крупному бизнесу. У такого бизнеса уже имеется основной сайт или сайты, задачи которых – это продажи, формирование позитивного имиджа, поддержка клиентов.

### **Форум и блог**

Форум – место для общения. Форум может быть как отдельным сайтом, так и частью главного. Зачастую форумы создаются под определенные тематики (например, форумы web-мастеров, форумы любителей охоты и рыбалки).

В бизнесе используется в роли площадки для общения с клиентами.

Создание форума оправдано в случае, когда имеется много клиентов, у которых часто возникают вопросы. Если это условие не выполняется, то получается «мёртвый» форум, который своей пустотой только отпугивает других потенциальных клиентов.

Как и в случае с форумом, блог может быть как отдельным, так и совмещённым с основным интернет-ресурсом компании. Отличие здесь в том, что это не средство общения, а трибуна организации, с которой она доносит нужную для клиентов информацию [2].

Преимущества:

- полезная информация для клиента;
- сайт становится живым: видно, что он развивается;
- отличное средство для продвижения сайта в интернете.

### **Корпоративный сайт**

Многофункциональный сайт организации, назначение которого — как донесение информации до клиента, так и непосредственно преследование коммерческих целей.

Преимущества:

- централизованное хранилище подробной информации о компании, товарах и услугах;

- большое количество справочной информации для поддержки пользователя;
- различные сервисы помощи для выбора товаров и услуг: калькуляторы и тому подобное;
- возможность взаимодействия сотрудников организации между собой через внутренние сервисы;
- активное привлечение клиентов за счёт клиенто-ориентированности.

### **Портал**

Сайт, предоставляющий пользователю различные интерактивные интернет-сервисы, которые работают в рамках этого сайта.

Пример функциональности портала: размещение и вывод фото, аудио и видео в виде удобных галерей, чтение, просмотр и прослушивание онлайн, форумы, блоги и дневники пользователей, рейтинги, голосования, система комментирования и управления комментариями, обмен личными сообщениями между пользователями и так далее. Этот список можно продолжать бесконечно. Главная черта портала – это очень активное взаимодействие с посетителями. У каждой аудитории – свои запросы, и именно сайт-портал способен их все удовлетворить [3].

### **Информационный сайт**

Информационный сайт – достаточно большой виртуальный массив информации, включающий в себя множество различных тематических разделов меньшего размера, либо некоторое количество самостоятельных проектов; является для клиента основным источником информации, напоминает энциклопедию или специализированный журнал.

#### *СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*

1. Барысов Р. *Постройте профессиональный сайт сами.* – СПб., 2009. – 80 с.
2. Печников В.Н. *Самоучитель Web-страниц и Web-сайтов.* – М.: Триумф, 2006. – 70 с.
3. *Искусство в IT-технологиях... [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wiasite.com/kak-sdelat-sayt/111-ponyatie-portala-klassifikatsiya.html>*