

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Infotehnoloogia teaduskond

Informaatikainstituut

Tarkvaratehnika õppetool

Splento startupi veebilehe analüüs ja disain

Bakalaureusetöö

Üliõpilane: Ljubov Kuusma

Üliõpilaskood: 120971 IABB

Juhendaja: Kristina Murtazin

Tallinn
2016

Autorideklaratsioon

Kinnitan, et olen koostanud antud lõputöö iseseisvalt ning seda ei ole kellegi teise poolt varem kaitsmisele esitatud. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, olulised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on töös viidatud.

(kuupäev)

(allkiri)

Аннотация

Целью данной работы является создание дизайна сайта для молодого стартапа Splento.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Раскрыть историю создания Splento, выяснить для чего им нужен сайт и получить их функциональные и нефункциональные требования к системе.
- Изучить теорию по разработке сайтов и дизайну, изучить сайты похожей сферы деятельности, изучить какие движки используются в создании сайтов.
- Разработка дизайна сайта для Splento.

Исходя из проведенного анализа, определились цели создания вебсайта для стартапа Splento. А также были выбраны способы реализации для создания сайта.

Эта бакалаврская работа написана на русском языке, содержит 55 страниц, 4 главы, 31 рисунок, 4 таблицы.

Annotatsioon

Selle töö eesmärk on veebilehe disaini rakendamine noore Splento startupi jaoks.

Eesmärgi saavutamiseks tuleb lahendada järgmiseid ülesandeid:

- Selgita Splento loomise ajalugu, teada saada, milleks neile on vaja veebileht, ning saada funktsionaalseid ja mittefunktsionaalseid süsteemi nõudeid.
- Uurida disaini ja veebilehe rakendamise teooriat, analüüsida veebilehte sarnases tegevusalas, uurida milliseid mootoreid kasutatakse veebilehe rakenduseks.
- Veebilehe disaini rakendamine Splento jaoks.

Analüüsi põhjal said Splento veebilehe loomise eesmärgid selgeks, ning olid valitud rakendamise meetodid.

Lõputöö on kirjutatud vene keeles ning sisaldab teksti 55 leheküljel, 4 peatükki, 31 joonist, 4 tabelit.

Abstract

The aim of this work is the implementation of a web page design for young Splento startup.

To achieve the goal should be solved following tasks:

- Explain Splento creation history, find out why company need a website, and obtain the functional and non-functional system requirements
- Investigate the theory of design and implementation of the website, to analyze websites in a similar area, to explore what kind of engines used in web applications.
- Website Design development for startup Splento.

Based on the analysis, become clear the goals for the website design for Splento startup, and were selected methods of implementation.

The thesis is in Russian language and contains 55 pages of text, 4 chapters, 31 figures, 4 tables.

Словарь сокращений и понятий

SWOT	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>
	Сильные стороны, Слабые стороны, Возможности, Угрозы
PayPal	<i>A worldwide online payments system</i> [1]
	Крупнейшая дебетовая электронная платёжная система
Credit Card	<i>credit card payment processing system</i> [2]
	Кредитная система обработки платежа
SagePay	<i>a leading payments partner to small and medium sized businesses</i> [3]
	Ведущий партнер по платежам для малых и средних предприятий
Braintree	<i>the easiest way to accept payments online and on a mobile app</i> [4]
	простой способ принимать платежи в Интернете и на мобильных приложениях
UX	<i>User eXperience</i>
	Пользовательский опыт
HTML	<i>HyperText Markup Language</i>
	Язык гипертекстовой разметки
URL	<i>Uniform Resource Locator</i>
	универсальный указатель ресурса
PHP	<i>Hypertext Preprocessor</i>
	препроцессор гипертекста

Perl	<i>Practical Extraction and Report Language</i>	Практический язык для извлечения данных и составления отчётов
ASP	<i>Active Server Pages</i>	Активные серверные страницы
.gov	<i>United States Government</i> [5]	правительственные организации США
.edu	<i>Post-secondary institutions</i> [5]	[Высшие учебные заведения]
CSM	<i>Content management system</i>	Система управления содержимым
MVC	<i>Model-view-controller</i>	Модель-представление-контроллер
MySQL	<i>An open-source relational database management system</i>	Свободная реляционная система управления базами данных [6]
PostgreSQL	<i>an object-relational database management system</i> [7]	Свободная объектно-реляционная система управления базами данных
ORM	<i>Object Relational Mapping</i>	Объектное реляционное преобразование
CSS	<i>Cascading Style Sheets</i>	

Каскадные таблицы стилей

JS

Dynamic computer programming language

Прототипно-ориентированный сценарный язык программирования

Перечень рисунков

Рисунок 1. Процесс отслеживания заказа.....	19
Рисунок 2. Вебсайт Jasmine Star	23
Рисунок 3. Вебсайт Pixieset.....	24
Рисунок 4. Вебсайт Antonia Pena.....	25
Рисунок 5. Вебсайт PositivePhoto OÜ	26
Рисунок 6. Виды сайтов	30
Рисунок 7. Навигационное меню	38
Рисунок 8. Перемещение по сайту	38
Рисунок 9. Меню главной страницы.....	39
Рисунок 10. Подключение Bootstrap css	39
Рисунок 11. Использование .container-fluid.....	39
Рисунок 12. Главная страница	40
Рисунок 13. Меню главной страницы.....	40
Рисунок 14. Кнопка Contact US	41
Рисунок 15. Открытие формы Contact US	41
Рисунок 16. Код создания формы Contact US	42
Рисунок 17. Форма Contact US	42
Рисунок 18. Галерея.....	43
Рисунок 19. Галерея HTML	43
Рисунок 20. JS размер фотографии	44
Рисунок 21. Страница How it works	44
Рисунок 22. Страница How it works код	45
Рисунок 23. Страница How it works на маленьком экране.	45
Рисунок 24. Выбор нужного пакета услуг.....	46
Рисунок 25. White_Overlay.....	46
Рисунок 26. Форма заказа	47
Рисунок 27. Карта для указания адреса	47
Рисунок 28. Код для открытия карты	48
Рисунок 29. Форма регистрации.....	49
Рисунок 30. Код регистрации и входа в систему	49
Рисунок 31. Контактная информация	50

Перечень таблиц

Таблица 1. SWOT анализ стартапа Splento.	17
Таблица 2. Фирмы-конкуренты	22
Таблица 3. Сравнительная таблица сайтов.....	28
Таблица 4. Сравнительная таблица движков	34

Содержание

Введение	12
1. Постановка проблемы	13
1.1 Предпосылки и проблемы	13
1.2 Постановка задачи	13
1.3 Методика.....	13
1.4 Обзор работы.....	14
2. История и анализ деятельности Splento.....	15
2.1 Стартап Splento	15
2.2 Требования к системе	18
2.2 Анализ сайтов потенциальных конкурентов.....	20
3. Теория по разработке.....	29
3.1 Классификация сайтов	29
3.2 Виды движков для разработки сайтов	32
3.3 Почему именно Laravel?.....	35
4. Реализация дизайна для сайта Splento	38
4.1 Логическая структура сайта.....	38
4.2 Реализация дизайна для сайта Splento	39
Заключение	51
Kokkuvõte.....	52
Summary	53
Список литературы	54

Введение

В наше время практически невозможно представить себе какое-либо действующее предприятие без вебсайта, который является как минимум уникальной визитной карточкой данной фирмы.

Сайт – это нечто большее, чем просто страничка с информацией о компании. Он поможет в привлечении новых клиентов, может способствовать созданию имиджа компании, а так же на сайте рекламируют предоставляемые услуги и продукцию фирмы. Сайт должен отражать целиком и полностью специфику организации, он должен запомниться потребителю.

Подробное изучение и анализ деятельности фирмы поможет выяснить, какая информация точно должна быть на сайте, а сайты в подобной сфере деятельности помогут определиться со структурой сайта, проанализировать, какой функционал обязательно должен быть использован, а так же появятся идеи, что можно добавить или же вовсе не использовать для удобства клиентов и уникальности.

На сегодняшний день необходимость наличия сайта у предприятия не вызывает сомнений, так как он играет важную роль в развитии бизнеса компании.

Объектом исследования является стартап Splento в сфере фото-услуг.

Целью работы является на основе требований и анализа деятельности молодого стартапа Splento, создать вебсайт для компании и реализовать запоминающийся и удобный дизайн.

Работа состоит из введения, четырех глав и заключения. В работе раскроется история создания Splento, выяснятся какие требования есть к сайту, будут изучены сайты в похожей сфере деятельности и рассмотрены теоретические основы по дизайну, будет разработан дизайн сайта для Splento. Работа будет выполнена на основе требований Splento и на основе моей работы в команде данного стартапа.

1. Постановка проблемы

1.1 Предпосылки и проблемы

В наше время существует много фирм, которые предоставляют фото услуги. Можно заказать студийную фотосессию, съемки свадеб или других мероприятий, обработка фотографий занимает большое количество времени. Как правило у таких фирм есть сайт, который несет в себе информацию о деятельности фирмы.

Splento же специализируется на фотосессиях разнообразных мероприятий, так же предоставляет свои услуги в центре Лондона, делая профессиональные снимки для каждого желающего, в том числе для туристов с достопримечательностями. Фирма предоставляет удобную доставку фотографий на электронную почту, предварительный просмотр личных снимков на сайте фирмы, выбор, заказ и оплата услуг через сайт. Обработка фотографий не занимает такое большое количество времени, как у других фирм, фотоснимки готовы в течение 24-48 часов.

1.2 Постановка задачи

Основной целью команды Splento, в том числе и моей, было создание удобного и информативного для пользователя вебсайта, с полезным функционалом, а так же разработка и создание уникального и удобного UX дизайна, на основании анализа сайтов потенциальных конкурентов и требований руководства компании Splento.

Целью данной работы является анализ сайтов конкурентов, выявление требований, каким хочет видеть сайт руководство Splento. Проанализировать существующие движки и выбрать один для создания сайта, изучить виды сайтов. Участие в разработке дизайна сайта и его описание.

1.3 Методика

Для того, чтобы достичь поставленных целей, составляется SWOT анализ для Splento, рассматриваются предъявляемые требования, проводится анализ сайтов конкурентов, составляется сравнительная таблица.

Изучаются материалы про различные виды сайтов, про существующие движки, методом сравнения и из личных предпочтений и требований выбирается движок для работы.

Приводится схема перемещения по сайту, описывается дизайн сайта.

1.4 Обзор работы

Данная работа делится на 3 основные части.

В первой части рассматривается информация о Splento, функциональные и нефункциональные требования к системе. Проводится анализ сайтов потенциальных конкурентов.

Во второй части описываются существующие виды сайтов, рассматриваются различные виды движков для создания вебсайтов, а так же происходит выбор одного конкретного для реализации сайта для Splento.

В третьей части описывается разработка дизайна вебсайта.

2. История и анализ деятельности Splento

2.1 Стартап Splento

Молодой стартап Splento начал свою деятельность в Великобритании в городе Лондон.

Splento – это движение, направленное против селфи, сделанных на телефон или планшет и в большинстве случаев в плохом качестве.

Изначальная идея стартапа заключалась в том, чтобы предоставить возможность человеку, жителю города или туристу сделать профессиональную фотографию на фоне достопримечательности и получить обработанные, качественные фотографии в течение 24 часов в электронном виде на его личную почту. Для этого в городе стояли фотографы, которые предлагали свои услуги, и которых можно было очень просто найти, используя мобильное приложение, с помощью координат фотографа.

Люди заинтересовались данной услугой и просили фотографов делать не просто одно или несколько фото, а проводить с ними фотосессию в городе. Данная деятельность стала хорошей саморекламой, приносящей доход.

Профессиональных фотографов в мире много, но их услуги очень дорогие, а на обработку фотографий уходит большое количество времени – от месяца и больше. Желания потребителей меняются, с каждым годом требования к качеству и уровню услуг становятся всё выше, а так же клиент не забывает и про сроки, в которые работа должна быть сделана. Использование обыденных технологий, деятельность с устаревшей организацией труда уже не приносит ожидаемого результата. На основании этого, целями фирмы стали анализ сферы деятельности, насколько проект будет привлекателен для инвесторов.

В дальнейшем у Splento появилась идея предлагать свои услуги на больших мероприятиях - на конференциях, концертах, корпоративах, так как это является уникальной в своем роде услугой профессиональной команды фотографов и обработчиков фотографий, которые работают быстро и качественно, а фотографии

клиент получает на руки уже в течение 48 часов.

Целью фирмы является качественное, быстрое и на сегодняшний день уникальное предоставление услуг в сфере фотографий.

Основной список услуг:

- Личная фотография на фоне достопримечательностей города
- Фотосессия
- Фотоуслуги на крупных мероприятиях

На сегодняшний день главным местом деятельности Splento является Великобритания, основным контингентом являются фирмы, которые занимаются организацией праздников, концертов и мероприятий, а так же деятельность стартапа нацелена на простых людей, туристов, гуляющих по улицам города.

Splento предлагает несколько различных пакетов услуг для клиентов, цена зависит от того, что входит в это предложение. Турист же имеет право выбора, сколько он сам хочет заплатить за то или иное фото.

Целями и задачами фирмы является:

- Прибыль
- Стать известными и лучшими в своем деле
- Создание новых рабочих мест
- Довольные клиенты

SWOT анализ поможет определить сильные и слабые стороны предприятия, а так же потенциальные возможности и угрозы [24]. Исследование с помощью анализа помогает компании извлечь пользу из имеющихся у фирмы возможностей, он поможет определиться, в каком направлении дальше двигаться предприятию.

SWOT анализ	
Плюсы • Выгодные цены • Хороший спрос на услуги • Профессиональный коллектив • Удобное месторасположение для клиентов • Индивидуальный подход к клиентам • Выбор остается за клиентом • Быстрота предоставления услуг • Хорошие деловые связи с клиентами • Возможность использовать «бренд» при партнерских отношениях	Минусы • Новое предприятие • Ограниченный список услуг • Отсутствие долгосрочных источников получения прибыли
Возможности • Расширение сферы деятельности • Достижение высокой конкурентоспособности • Совершенствование маркетинга • Предоставление услуг за рубежом • Удаленный наём работников за границей	Риски • Появление конкурентов • Снижение состоятельности населения • Жёсткие требования со стороны заказчиков • Недоверие туристов

Таблица 1. SWOT анализ стартапа Splento.

В приведенной таблице 1 видно, что у молодого стартапа Splento достаточного плюсов и возможностей для развития компании, а так же есть угрозы и риски,

которые помогут уже в начале деятельности быть внимательными и расчетливыми.

2.2 Требования к системе

Создание сайта является важным для фирмы, хорошо, когда на сайт можно внести нужные изменения, добавить какой-то функционал, внести какие-то улучшения. Размещенная на сайте информация играет одну из главных и положительных ролей, если она является нужной и полезной для пользователей.

Изначально от сайта необходимо было несколько вещей, планировался простой функционал:

1. Информационная часть о проекте Splento. Что из себя представляет проект, как работает. Сайт Splento должен быть привлекательным, а так же информативным.
2. Возможность клиенту посмотреть сделанные фотосессии, его личные снимки, а также приобрести понравившиеся фотографии, используя системы оплаты типа PayPal, Credit Card и SagePay (английская платежная система), а также получить фотографии на личную электронную почту.

Первостепенной целью были туристы, туристические группы и простые люди, которых находили на улицах города. Это оказалось не столь прибыльно, и не получив финансирования, пришлось искать новые способы получения дохода. Стали больше работать с мероприятиями – от больших, грандиозных до семейных праздников, взялись за фотографии еды, что является очень популярной индустрией в Лондоне, а так же по возможности неизменно проводили фотосессии для желающих в городе.

На данном этапе появились другие требования к системе, понадобилась система для заказа фотосессий, больше информации, пакеты с предлагаемыми услугами, галерея с примерами работ фотографов, возможность оплатить и скачать фотографии, переход на другую систему оплаты: Braintree [23].

А также из нововведений внедряются: чат – возможность клиентам общаться с

командой Splento в реальном времени и функция отслеживания состояния заказа — одобрен ли заказ, выехал ли фотограф, обрабатываются ли фотографии и в конце концов можно ли их скачать. На рисунке 1. пример отслеживания заказа [11].

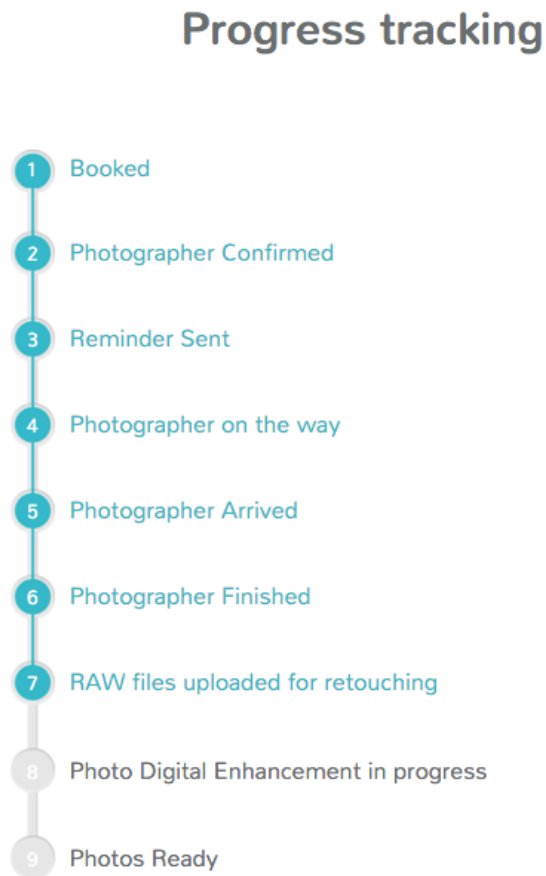


Рисунок 1. Процесс отслеживания заказа

Основная структура сайта представляет из себя:

- **Главная страница** - на ней располагается галерея с примерами фотографий, информация о том как происходит процесс, о преимуществах, отзывы клиентов, форма заказа фотосессии.
- **О нас** – на этой страничке можно найти информацию о том, что такое Splento

- **Закажи своего фотографа** – возможность выбрать интересующий пакет и заказать фотосессию.
- **Спонсорство** – информация для партнеров и возможных спонсоров
- **Галерея** – на данной странице можно найти работы фотографов
- **Лондонские фотографии еды** - список с конкурентами которые занимаются съемками еды, их сравнение со Splento
- **Свяжитесь с нами** - страничка с формой для отправления e-mail и контактными данными.

Сайт создается для привлечения внимания, передачи нужной информации, для удобства клиентов.

2.2 Анализ сайтов потенциальных конкурентов

В мире очень много фирм предоставляющих услуги фотографов, занимающихся свадебными съемками, студийными фотосъемками, портретами, съемками праздников и мероприятий, но практически нет аналогов, кто бы занимался всем этим в глобальных масштабах, предоставляя ни одного фотографа, а целую команду, где была бы целая группа ретушеров для фотографий, оказание услуг проходило бы на высоком уровне, а результат клиент получал бы в кратчайшие сроки.

Не смотря на все это, конкуренция очень велика, и каждый день может появиться еще одна фирма, которая будет предоставлять те же услуги, что и у вас. Для того чтобы стать успешным и завоевать клиентов, надо оказывать услуги на высшем уровне, делать все качественно и быстро, а так же иметь конкурентно-способные цены.

Войдя на сайт, посетитель должен увидеть нужную, полезную информацию. Сайт должен быть функциональным, удобным и интуитивно понятным, должен привлекать внимание дизайном.

При создании сайта полезно учесть несколько моментов, можно сказать, что это

«Правила хорошего тона» для сайта [12]:

1. На страничке обязательно должны присутствовать название фирмы и логотип.
2. Очень важны заголовки, они должны быть маленькие и понятные.
3. Хорошо использовать видео или слайдер, которые помогут разобраться в чем основные особенности и с чем имеем дело.
4. Заманивание – это 3-4 фразы о том, что проект может дать клиенту.
5. Ссылки на издания, статьи в том случае, если о вас писали.
6. Отзывы клиентов, логотипы – посетителю важно знать, что о вас думают ваши клиенты, важно, чтобы имена и названия фирм были бы доступны.
7. Использование Call to action кнопок регистрации и логина.
8. Если вы участвовали в каких-то конкурсах и выиграли что-то, об этом обязательно надо упомянуть.
9. Если у фирмы есть страницы в социальных сетях, надо дать на них ссылки на сайте. Хорошо, если есть возможность быстро связаться с вами.
10. Использование меню навигации.

Так же при оценке сайтов автор уделит внимание содержанию, дизайну и User eXperience (UX) [27].

Сайт должен выделяться и привлекать к себе внимание. Дизайн сайта немаловажен, контент должен хорошо читаться, цвета должны быть приятны для глаз, расположение должно быть понятно и удобно, а так же должны быть детали, которые будут привлекать внимание, например использование ярких и качественных фотографий [25][26].

Для сравнения были выбраны фирмы, которые работают в сфере фото-услуг, были рассмотрены и проанализированы их вебсайты, функционал и то, что они предоставляют.

В приведенной ниже таблице 2 фирмы-конкуренты, их сайт и услуги, которые они предлагают.

Название фирмы	Вебсайт	Чем занимается фирма?
Jasmine Star	www.jasmine-star.com	Занимается свадебными фотосъемками.
Pixieset	www.pixieset.com	Предоставляют возможности для современных фотографов, чтобы обмениваться снимками со своими клиентами.
Antonia Pena	www.antoniapenia.co.uk	Предоставляет разные виды съемок.
PositivePhoto OÜ	www.positivephoto.eu	Предоставляют разные виды съемок: студийная съемка, фотосессии на дому, свадьбы, домашние животные.

Таблица 2. Фирмы-конкуренты

Для сравнения и оценки сайтов фирм конкурентов, важно рассмотреть каждый вебсайт в отдельности.

Для начала рассмотрим сайт фирмы Jasmine Star, главная страница сайта на рисунке 2.

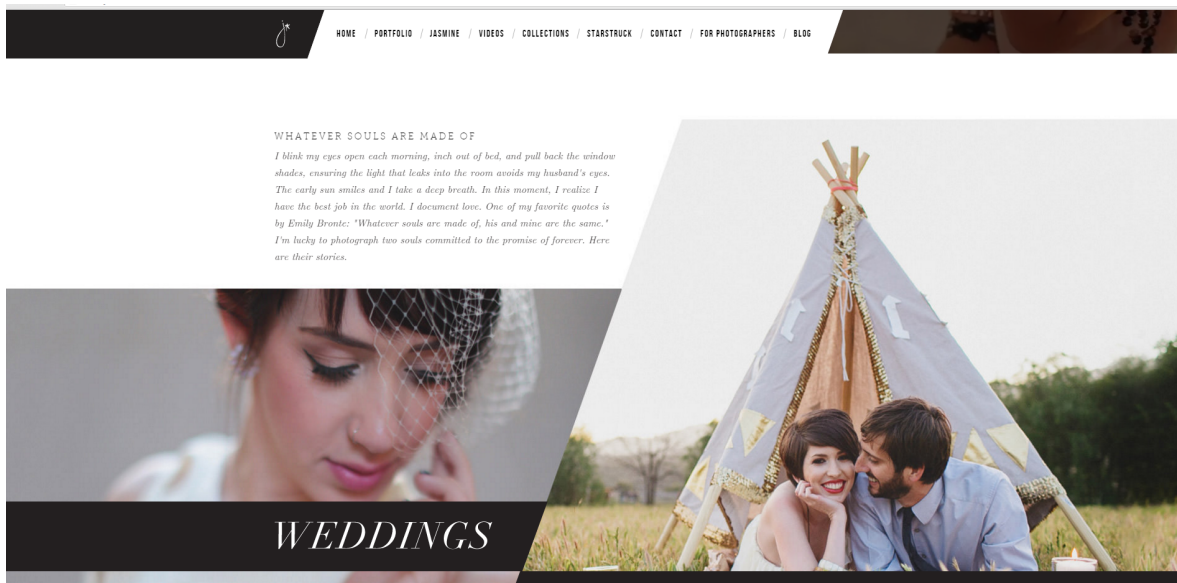


Рисунок 2. Вебсайт Jasmine Star

Сайт выполнен в оригинальном, едином стиле, дизайн привлекает внимание. Цвета подобраны правильно, текст хорошо читается, надписи выполнены черным цветом на белом фоне. На сайте расположен логотип фирмы.

При входе на страничку пользователю сразу предоставляется возможность просмотреть видео, которое рассказывает о деятельности фотографа. Так же есть возможность для просмотра фотографий. Можно увидеть информацию о фотографе, на страничке есть отзывы клиентов, ссылки на социальные сети, новости из блога с последних съемок. Так же есть форма для клиентов, чтобы написать письмо. На сайте используется меню навигации. Удобен и понятен для пользователя.

Минусом является то, что нет информации о пакетах, которые предлагает фотограф и расценок.

Следующим рассмотрим сайт фирмы Pixieset, главная страница сайта на рисунке 3.

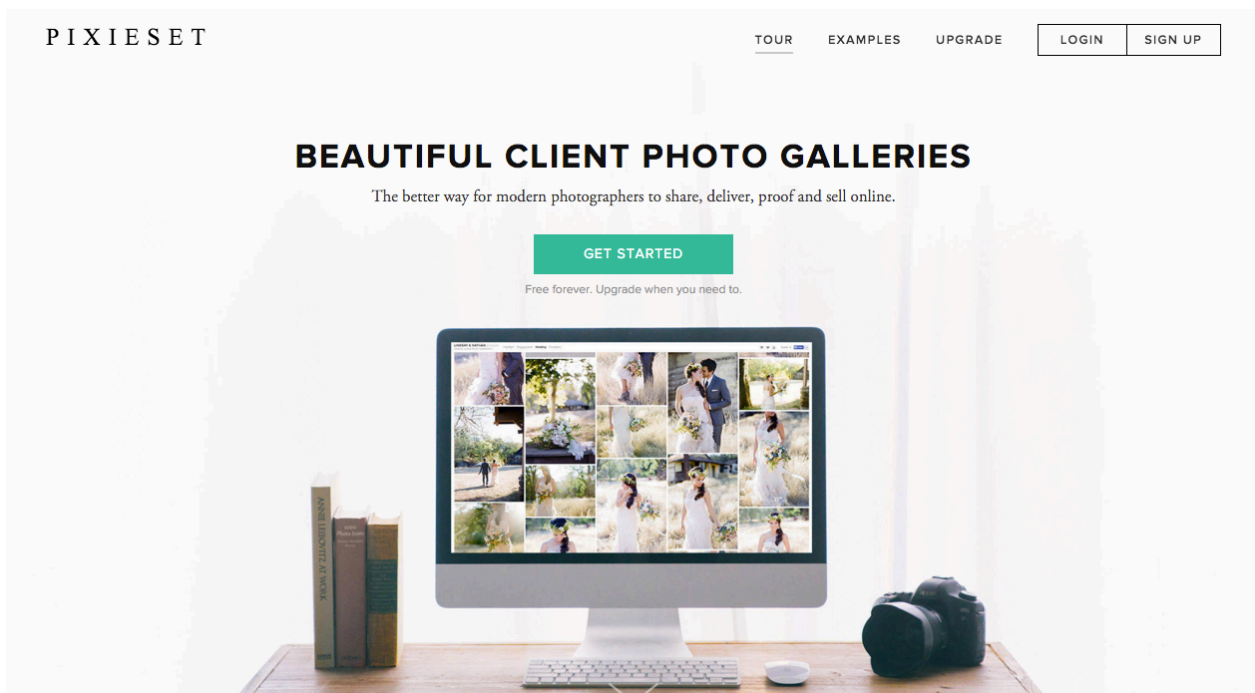


Рисунок 3. Вебсайт Pixieset

Сайт выполнен достаточно просто, имеет единый дизайн, нет много деталей, что помогает сосредоточиться и найти все что нужно. На страничке присутствует название фирмы, заголовки и фразы короткие и лаконичные, легко понять чем занимается фирма, и что может дать клиенту. Есть в использовании видео и слайдер с фотографиями, ссылки на социальные сети меню навигации, а так же кнопки Call to action. Удобный функционал для скачивания личных фотографий, предоставлены цены и пакеты услуг. На сайте легко ориентироваться и перемещаться.

Далее перейдем к сайту фирмы Antonia Pena, главная страница сайта на рисунке 4.

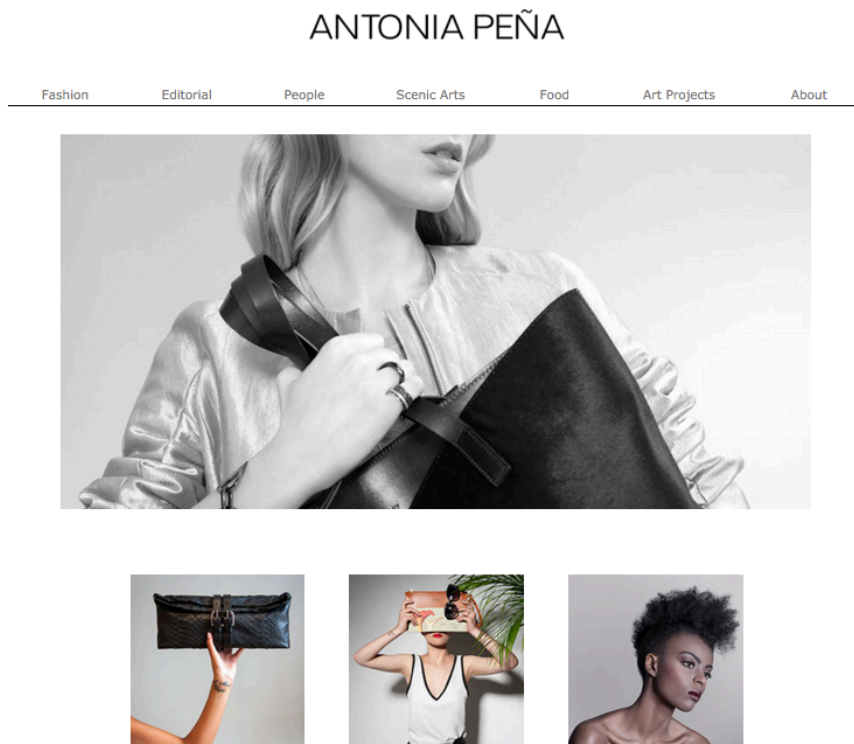


Рисунок 4. Вебсайт Antonia Pena

Вебсайт реализован в черно белых тонах, дизайн использован одинаковый. На главной странице располагается галерея с примерами работ автора. На сайте есть навигационное меню, легко сориентироваться, где что находится, присутствует информация о деятельности, публикации и в каких выставках участвовала фотограф. Так же на сайте можно найти ссылки на социальные сети, и контактные данные.

Минусами является то, что нет информации об услугах, которые предлагает фирма и ценах. Не достаточно нужной и полезной информации для посетителя. Особого восхищения сайт не вызывает.

Последний на очереди сайт фирмы PositivePhoto OÜ, главная страница сайта на рисунке 5.

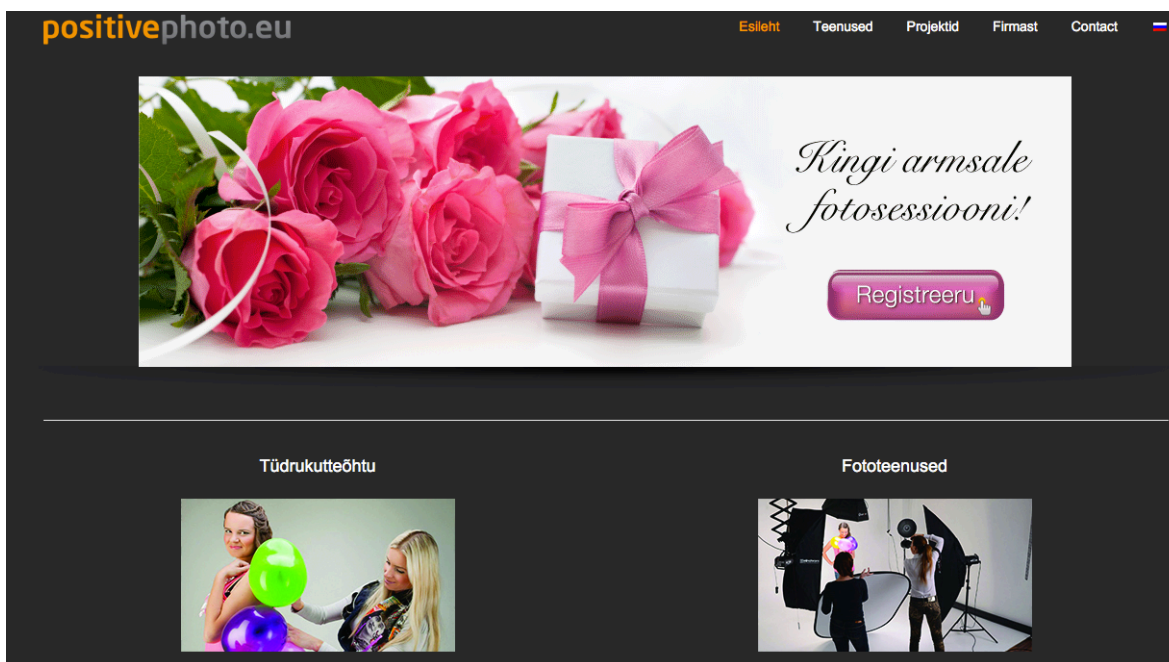


Рисунок 5. Вебсайт PositivePhoto OÜ

Дизайн сайта выполнен в темных тонах, текст белого цвета на темном фоне не очень удобно читать, цвета не привлекают внимания.

На главной странице в слайдере предлагается два вида фотосессий, нажав на одну из них, можно осуществить регистрацию на фотосессию, если нажать на фотографию с подписью фотоуслуги, можно перейти на страницу со списком услуг. Все пакеты хорошо расписаны, рядом с каждым предложением есть цена и примеры работ в фотографиях. Отдельно можно посмотреть портфолио работающих в этой фирме фотографов. На сайте используется навигационное меню, есть информация о фирме, контактные данные.

Минусами можно назвать отсутствие ссылок на социальные сети, главная страница не привлекает внимания, взгляду не за что зацепиться. При переходе на русский язык, часть текста остается на эстонском языке.

Результаты анализа сайтов приведены в таблице 3. Которая показывает насколько сайты отличаются друг от друга, насколько они полезны, выделяются ли лаконичностью и дизайном, следовали ли конкуренты при разработке сайта основным требованиям и правилам.

	Splento	PositivePhoto	Antonia Pena	Pixieset	Jasmine Star
Единый дизайн	Да	Да	Да	Да	Да
Название фирмы и логотип	Да	Да	Да	Да	Да
Видео или слайдер	Да	Нет	Нет	Да	Да
Call to action кнопки	Да	Да	Нет	Да	Нет
Ссылки на социальные сети	Да	Нет	Да	Да	Да
Навигационное меню	Да	Да	Да	Да	Да
Расценки и услуги	Да	Да	Нет	Да	Нет
Обратная связь	Да	Да	Да	Да	Да

Функционал для удобства клиента	Да	Да	Нет	Да	Да
---------------------------------------	----	----	-----	----	----

Таблица 3. Сравнительная таблица сайтов

При разработке сайта Splento будут учтены недостатки конкурентов, чтобы выделяться и быть привлекательными и удобными для пользователей.

Функционал, который не используют конкуренты, но он есть или планируется в Splento:

- Система выбора пакета услуг и оплаты
- Чат - общение с клиентом в реальном времени
- Функционал отслеживания состояния заказа

3. Теория по разработке

3.1 Классификация сайтов

Сайт играет важную роль в развитии и жизни фирмы. Вебсайт – это лицо фирмы, иными словами его визитная карточка и даже больше. Он содержит всю важную информацию о фирме, контактную информацию, услуги, которые предлагает компания, фотоотчет о проделанной работе. Интернет страница так же является рекламной частью предприятия. Сайт должен отражать идеи и отличительные черты компании, он должен иметь свой неповторимый дизайн, который будет отличать его от других, и будет запоминаться посетителям. Вебсайт должен привлекать внимание как рекламные таблоиды, фотографии в глянцевых журналах.

У каждого сайта есть цели [8]:

1. Представлять информацию о компании
2. Увеличить продажи (выход на новые рынки укрепление на старых)
3. Прямые продажи через вебсайт
4. Организовать новый бизнес в интернете
5. Продвижение какого-либо продукта или бренда

При создании собственного веб-сайта, нужно точно понимать какой именно сайт вам нужен. Существует классификация сайтов, можно выделить персональные, коммерческие, официальные, информационные, развлекательные а так же образовательные. А так же есть отличие по категориям – это такие сайты как личная страница, новостной, информационный, имиджевый, рекламный, корпоративный сайт, визитка или же может содержать в себе сочетание из нескольких категорий. На рисунке 3. ниже приведены основные виды сайтов [9]



Рисунок 6. Виды сайтов

Существуют разные классификации сайтов [10]:

1. Классификация по технологиям, влияющим на дизайн и функциональность

Статические сайты и веб-страницы. Статические сайты и веб-страницы — это сайты, которые используют классическую технологию html. Название статические они имеют, потому что при наборе определенного URL адреса для нужного сайта или страницы, пользователь всегда будет видеть одно и то же содержание. Плюсами статических сайтов являются простота создания, могут быть размещены на абсолютно любом хостинге. Такие вебсайты подходят для тех, кто просто хочет донести до пользователей нужную информацию, которая

не требует частых и глобальных изменений. Минусами можно назвать то, что изменение информации, дизайна и внешнего вида вызывают сложности, отсутствует интерактивность.

Динамические сайты и веб-страницы. Динамические страницы не существуют в неизменном виде на сервере, а формирование происходит исходя из определенных входных данных, при помощи скриптов. Распространенными языками для написания вебсайтов являются, например PHP, Perl, ASP. У данного вида сайтов есть возможность использования интерактивности, что означает возможность осуществление общения с другими пользователями, сохранения и отправки данных, поиска по сайту.

Флэш-сайты. Сайты данного вида имеют свойство долго загружаться, они много весят и сложны в разработке. Однако Флэш-сайты позволяют использовать анимацию и звуковое сопровождение. Как правило они очень красивые и интерактивные.

2. Классификация по их принадлежности

Личные / Персональные сайты. Эти сайты достаточно широко используются, от домашней странички с какой-то информацией о владельце и его увлечениях до популярных ресурсов. Таким вебсайтом владеет и поддерживает его один человек.

Сайты коммерческих организаций. Среди таких сайтов можно выделить несколько подвидов:

- **Сайты-визитки** содержат, как правило, какую-то основную информацию о фирме.
- **Промо-сайты** или **сайты для бизнеса** используются обычно для предоставления разных товаров или услуг. На таких сайтах в основном размещают контактные данные фирмы – телефон, адрес, схемы проезда, которые предназначены для потенциальных клиентов.
- **Сайты электронной коммерции** или **интернет магазины** –

предназначены для того, что бы покупатель мог выбрать и купить себе нужные товар или услугу, находясь в любом месте, где есть интернет.

Сайты некоммерческих организаций. Сюда входят сайты государственных, образовательных структур, для таких вебсайтов выделены отдельные доменные зоны: .gov и .edu. Доступ на такие сайты имеет далеко не каждый желающий, что гарантирует солидность данного учреждения.

3. Классификация по величине, по уровню решаемых ими задач

Простые сайты – содержат небольшое количество информации, состоят из нескольких страничек. Как правило, целью является просто дать знать о своем присутствии в интернете.

Тематические, узконаправленные сайты – могут быть довольно большими по размера и широко охватывать и освещать какую-то определенную тему. Минусом может быть то, что узкопрофильные сайты могут быть интересны только определенной группе людей.

Многофункциональные сайты или порталы – содержать большое количество разнообразной информации, могут быть интересны практически каждому пользователю. Чаще всего это социальные сети и почта.

3.2 Виды движков для разработки сайтов

В наше время есть большое количество готовых решений, которые способны помочь разработчикам разрабатывать сайты и целые порталы. Использование готовых движков упрощает и увеличивает скорость разработки. Очень важно сделать правильный выбор. Рассмотрим несколько примеров движков [13]:

WordPress – достаточно хорошее решение для начинающих, для разработки небольших и средних размеров сайтов. Считается одним из популярных движков, часто используется для блогов, не требует технических знаний. Позволяет перенести нужный контент из текстового документа на сайт. Движок имеет

большое количество плагинов, можно добавить нужную функциональность, а так же изменить существующую. WordPress позволяет пользоваться виджетами, поддерживает многопользовательские блоги. Фреймворк тяжело изменить поэтому у тех, кто хочет внедрить больше функциональности могут возникнуть проблемы.

Joomla – хорошо подходит для интернет коммерции, для удачного пользования нужно обладать знаниями технического программирования. Это система управления контентом, которая может работать на большинстве серверов. Также есть большое количество плагинов и тем – готовых дизайнов страниц, шаблонов. Joomla хорош для создания социальных сетей, и это его преимущество, так же движок имеет встроенную поддержку для создания интернет магазинов. У Joomla хороший портал помощи, где можно задать вопрос и получить техническую поддержку.

Drupal – один из сложных CSM, позволяет создавать сложные сайты. Может быть установлен от простого блога до портала, который используют крупные корпорации. Он является технически продвинутым и требует от пользователя некоторого опыта и практики работы. Его легко настроить с различными плагинами. Проблемой может быть поддержка сайта, так как нужен человек хорошо осведомленный технически и разбирающийся в программировании. Если такого человека нет, то поддерживать сайт будет тяжело.

В таблице 4. приведено сравнение WordPress, Joomla и Drupal между собой [13].

	WordPress	Joomla	Drupal
Популярность	>140 млн	>30 млн	>15 млн
Стоимость	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно
Бесплатные плагины	27000+	7000+	24000+
Бесплатные темы	2000+	900+	1800+

Простота модерации	*	**	***
Необходимые навыки	*	**	**

Таблица 4. Сравнительная таблица движков

Все эти три движка и им подобные имеют минус, как правило компания не нуждается во всем том, что может предложить продукт, написано все достаточно тяжело, а чтобы во всем разобраться надо потратить достаточно много времени на изучение и оптимизацию данных движков. Альтернативой данным движкам являются Laravel, Yii а также Symfony фреймворки.

Laravel – на 2014 год стал самым многообещающим проектом из PHP фреймворков [14]. Достаточно быстро развивается, использует простой и выразительный синтаксис [15]. Laravel - это MVC фреймворк. С данным движком удобно работать как одному так и в команде. Использует стандарт автозагрузки PSR-4, что означает у движка нет определенных требований для размещения файлов в определенных местах. Laravel использует простой способ для подключения к удаленному серверу.

Yii – это высокоэффективный, основанный на PHP структуре фреймворк, для написания крупных приложений [16]. Движок имеет продвинутые средства кэширования и является легковесным. Для разработчиков, которые хотят работать с Yii, будут полезными знания объектно-ориентированного программирования. Является MVC фреймворком. Поддерживает темы оформления для их легкой смены, есть миграции базы данных. Рассчитан больше не на одного разработчика, а на команду от 10 и больше человек [17].

Symfony – свободный фреймворк, использующий паттерн MVC, работает только с PHP5 и выше. Имеет поддержку многих баз данных, например MySQL и PostgreSQL, встроенное кэширование. Всегда можно получить ответ на все интересующие вопросы – осуществляется хорошая поддержка клиентов и имеется

подробная документация [18].

Из этого всего можно сделать вывод, что движков большое количество, у каждого из них есть свои плюсы и минусы. Каждая фирма, разработчики должны решить для себя сами, какой фреймворк подходит им больше всего по функциональности и содержанию.

3.3 Почему именно Laravel?

После проведенного анализа автор помог определиться с выбором фреймворка, и для разработки сайта был выбран Laravel движок.

Причиной для выбора данного движка в основном стало то, что фреймворк написан на PHP, он обладает минимальными и самыми необходимыми функциями и модулями, он очень удобен в использовании, имеется очень подробная и понятная документация, архитектура движка написана по концепции MVC pattern и clean code. Немаловажным фактором стало и то, что на этот движок возлагают надежды, по результатам опроса sitepoint.com Laravel занял первое место в номинациях «Фреймворк корпоративного уровня» и «Фреймворк для личных проектов».

Структура у данного движка довольно универсальная, удобно писать и подключать новые модули. К примеру, у Laravel есть готовые модули для системы авторизации, в которые уже встроены все нужные проверки и рассылка писем, что позволяет с легкостью установить на сайт формы регистрации и входа, и легко их настроить.

У данного движка есть большое количество преимуществ [19]. Для удобства работы с базой данных добавлен Eloquent ORM модуль. Вся суть состоит в том, чтобы преобразовать объекты данных в форму, в которой они могут быть сохранены в базу данных. Программист может просто создавать объекты и работать с ними, а они в свою очередь записываются автоматически в базу данных. К примеру, для того, чтобы добавить нового пользователя, достаточно написать:

```
$user = new User;
```

```
$user->name = 'John';
```

```
$user->save();
```

Это создано для того, чтобы разработчик меньше думал о SQL запросах. Задачи, которые раньше были объемными, с данным фреймворком становятся простые.

Движок имеет простой механизм кеширования. Если какие-то данные постоянно запрашиваются, и если процесс и получения берет много времени, к примеру это может быть скачивание изображения и получение размера, то для этого можно использовать сохранение в кеш.

```
Cache::put('key', 'value', $expiresAt); // используется для сохранения данных
```

```
$value = Cache::get('key'); // используется для получения данных
```

Существует модуль для валидации подаваемых значений и правил для этих значений . Для этого нужно в класс Validation передать объект для валидации вместе с правилами в метод Make.

```
$book = [
```

```
    title => 'War and peace' ,
```

```
    'author' => 'it is classic book'
```

```
];
```

```
$rules = [
```

```
    title => 'required' ,
```

```
    'author' => 'required'
```

```
];
```

```
$validator = Validator::make($book, $rules);
```



```
if ($validator->fails())  
  
{  
  
var dump( $validator->message() );  
  
}
```

Artisan – это название интерфейса командной строки Laravel. Он предлагает широкий ряд полезных команд для использования во время разработки сайта или приложения. Через консоль можно конфигурировать движок. Так например, команды `php artisan down` и `php artisan up` переключают сайт в режим обслуживания и обратно, то есть клиент, посетитель сайта увидит не содержимое, а страницу с сообщением «Извините, на сайте ведутся работы»

При помощи фреймворка можно создавать Blade шаблоны интернет страниц, и подавая необходимые параметры, отображать их клиентам.

```
return view('booking/billing_form', [  
    'payment_id' => 123  
]);
```

тут Laravel берет шаблон `booking/billing_form`, готовит эту страницу, и там где необходимо вставить `payment_id`, движок заменяет его на 123 и отображает это клиенту.

Еще одна очень полезная функция, которая предусмотрена на Laravel - это миграции баз данных. В любой момент можно сделать откат проекта до предыдущей версии. Так же движок гарантирует хороший уровень защиты, и подобраться к данным клиентов будет непростой задачей.

4. Реализация дизайна для сайта Splento

4.1 Логическая структура сайта

Для упрощения и удобства передвижения на сайте сделано навигационное меню, которое располагается внизу каждой страницы.

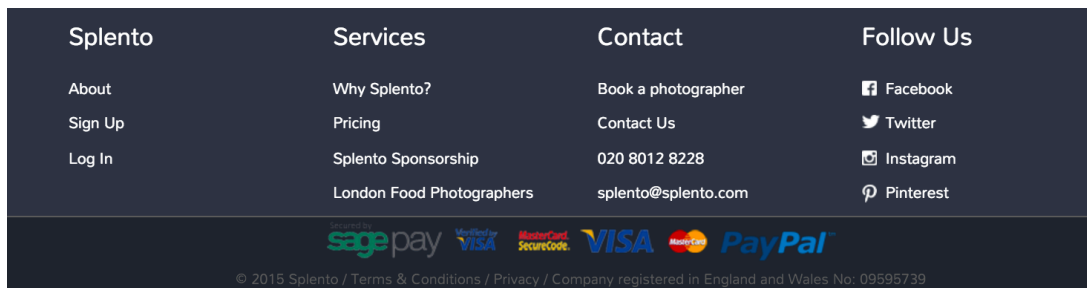


Рисунок 7. Навигационное меню

Клиент находясь на одной из страниц может попасть, используя навигационное меню, на любую нужную ему страницу.

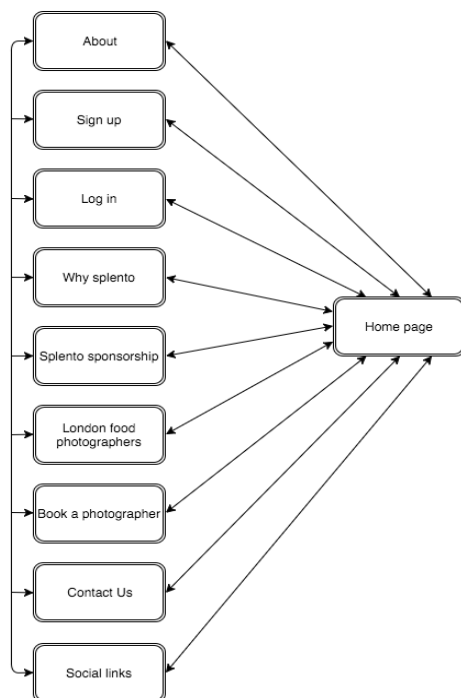


Рисунок 8. Перемещение по сайту

Для того, чтобы попасть на главную страницу, следует просто нажать на логотип фирмы. На домашней странице сделано так называемое меню, которое помогает найти нужный материал, который располагается на главной странице, без необходимости прокручивать страницу вниз.



Рисунок 9. Меню главной страницы

4.2 Реализация дизайна для сайта Splento

Laravel Controller генерирует страницы и показывает их посетителю, используя необходимые шаблоны (Blade) страниц или компоненты страниц (к примеру форма заказа), подавая на них необходимые параметры.

Для легкого создания страниц применяется Bootstrap framework с использованием HTML, CSS, JS.

```
<!-- Bootstrap core CSS -->
<link href="https://netdna.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.2.0/css/bootstrap.min.css" rel="stylesheet">
```

Рисунок 10. Подключение Bootstrap css

Примером работы Bootstrap в проекте является использование класса `.container-fluid`. При добавлении его к `div` блоку, Bootstrap понимает, что этот блок необходимо растянуть от края до края.

```
<div class="container-fluid">
  ...
</div>
```

Рисунок 11. Использование `.container-fluid`

Попадая на главную страницу сайта, клиент видит слайдер с фотографиями и кнопку с предложением, заказать фотографа.

Основная информация о фирме располагается на главной странице сайта. Там же можно узнать о том, чем предприятие занимается, какие услуги предоставляет, и для каждого желающего есть галерея с проделанными работами и слайд шоу.

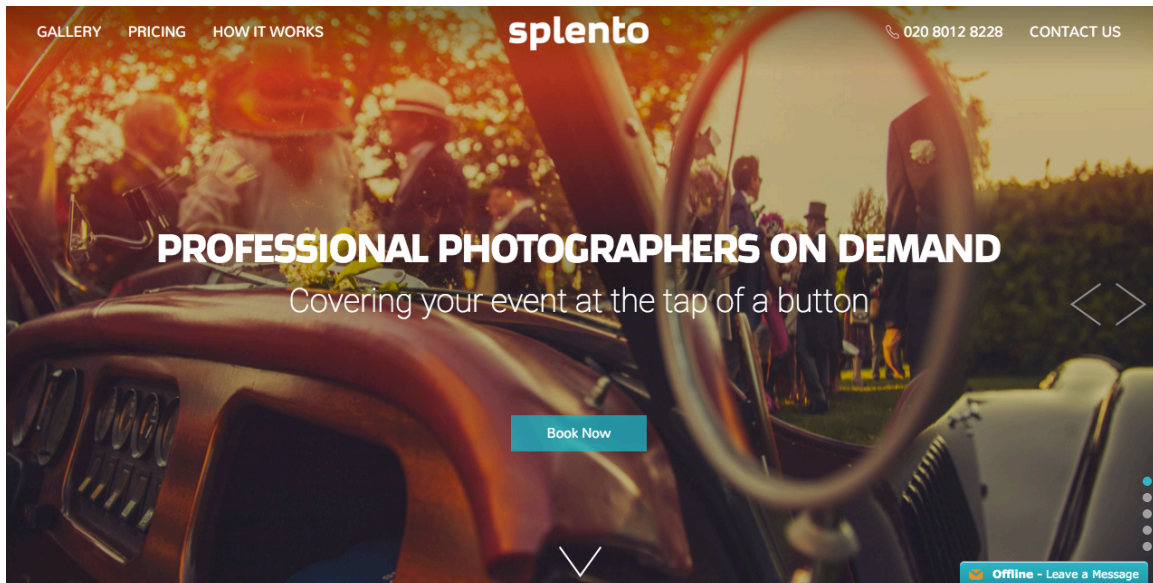


Рисунок 12. Главная страница

Для удобства перемещения, на главной странице сделано меню, при помощи которого можно попасть на нужную часть страницы. При наведении на кнопку, куда клиент хочет попасть, надпись подчеркивается. При нажатии на надпись, пользователь попадает в нужное место.



Рисунок 13. Меню главной страницы

Для того, чтобы оказаться в нужном месте, на каждую кнопку прописывается ссылка с заданным id нужного объекта (пример: #gallery).

Связь с командой Splento, осуществляется достаточно просто. Для того, чтобы отправить письмо в Splento достаточно нажать на кнопку Contact US.



Рисунок 14. Кнопка Contact US

При нажатии на текст Contact Us, открывается форма для написания письма.

```
<span class="contact-us-btn" onclick="$('contact_us_modal').show();">CONTACT US</span>
```

Рисунок 15. Открытие формы Contact US

Форма для связи со Splento прописана на HTML, с использованием метода POST (Рисунок 16). На форме указывается название самой формы, вставляется ячейка для написания своей почты и поле для написания сообщения, которое затем будет отправлено на почту компании. Указывается, что расположение происходит по центру, и добавляется кнопка для отправки сообщения (рисунок 17).

```

<div class="contact_us_modal">
  <form role="form" method="post" action="{{ route('contact.post') }}">
    <input type="hidden" name="_token" value="{{ csrf_token() }}">
    <input type="hidden" name="contactName" value="">
    <div class="contact_us_modal_inner">
      <span class="contact_us_close"></span>

      <h2 class="splento-light no-top-marg">Contact Us</h2>
      <div class="vertical-devider"></div>

      <div>
        <label>Email Address *</label>
        <input class="form-control" id="contact_us_email" name="contactEmail">
      </div>

      <div class="vertical-devider"></div>

      <div>
        <label>Message *</label>
        <textarea class="form-control" id="contact_us_message" name="contactQuestions"></textarea>
      </div>

      <div class="vertical-devider"></div>

      <div class="text-center">
        <button class="contact_us_submit_btn" type="submit">SUBMIT</button>
      </div>
    </div>
  </form>
</div>

```

Рисунок 16. Код создания формы Contact US

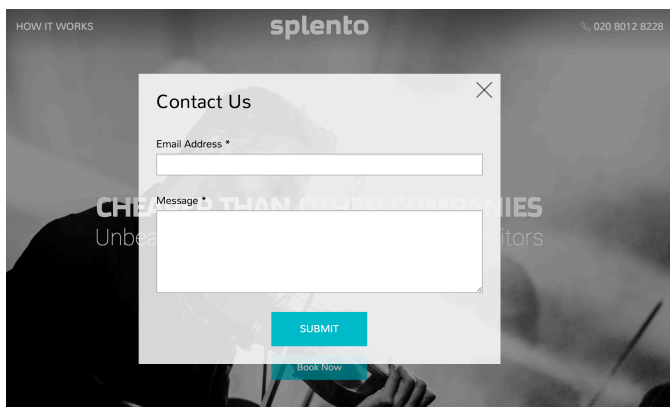


Рисунок 17. Форма Contact US

Для каждого желающего ознакомиться с работами фотографов на сайте сделан слайдер с примерами снимков. Рисунок 18 показывает галерею с проделанными работами. Каждую фотографию можно просмотреть отдельно в большом формате.

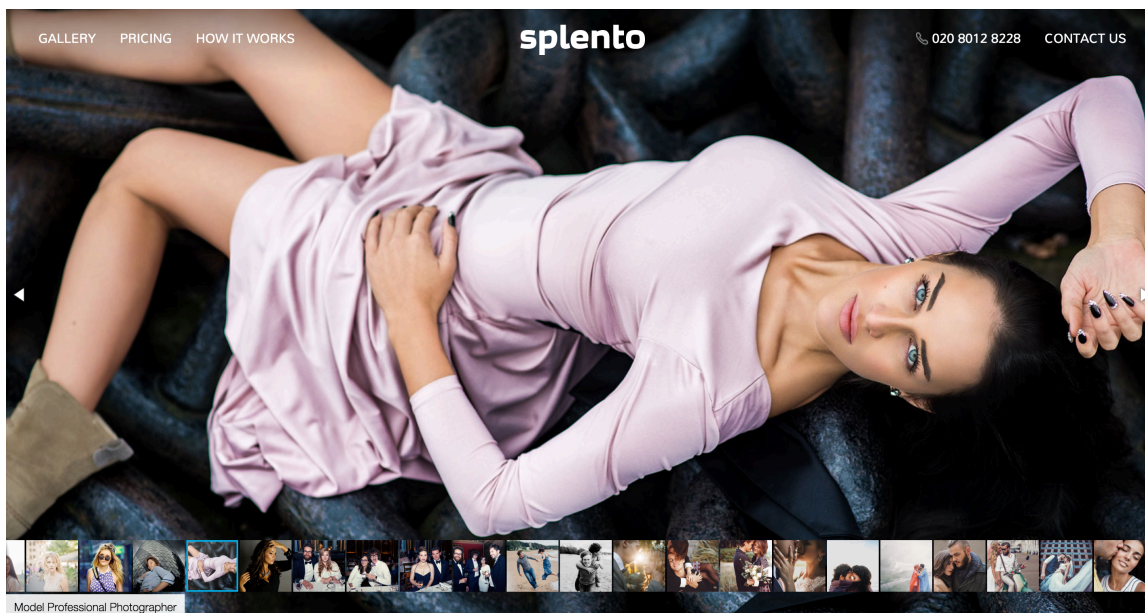


Рисунок 18. Галерея

Для создания галереи используется библиотека Fotorama – готовые решения для реализации слайдеров разного типа. В div блоке на рисунке 19 генерируется объекты img с ссылками на изображения. Fotorama превратит div объекты в то, что клиент видит на экране. data-caption используется для fotorama слайдера.

```
<div class="gallery-horizontal-view hide">
  <div class="fotorama-horizontal" data-fit="cover" data-nav="thumbs" data-keyboard="true">
    @foreach($photoData['photoList'] as $photoInfo)
      @if ($photoInfo['Size'] > 1 && $photoInfo['Sizes'][0] >= $photoInfo['Sizes'][1])
        get('Metadata')['desc'] }}">
        @endif
      @endforeach
    </div>
  </div>
```

Рисунок 19. Галерея HTML

На рисунке 20 показан код, который задает ширину и высоту слайдера согласно размерам окна браузера. А так же инициализирует сам слайдер. То есть div блок превращает в слайдер.

```

var $fotoramaDiv = $('fotorama-horizontal').fotorama();
var fotorama = $fotoramaDiv.data('fotorama');
fotorama.resize({
    width: $(window).width(),
    height: $(window).height()
});

```

Рисунок 20. JS размер фотографии

Так же на главной странице можно найти полезную и интересную информацию о Splento, как всё работает, и почему нужно выбрать именно их. Рисунок 21 показывает страницу с информацией как все работает и почему Splento.

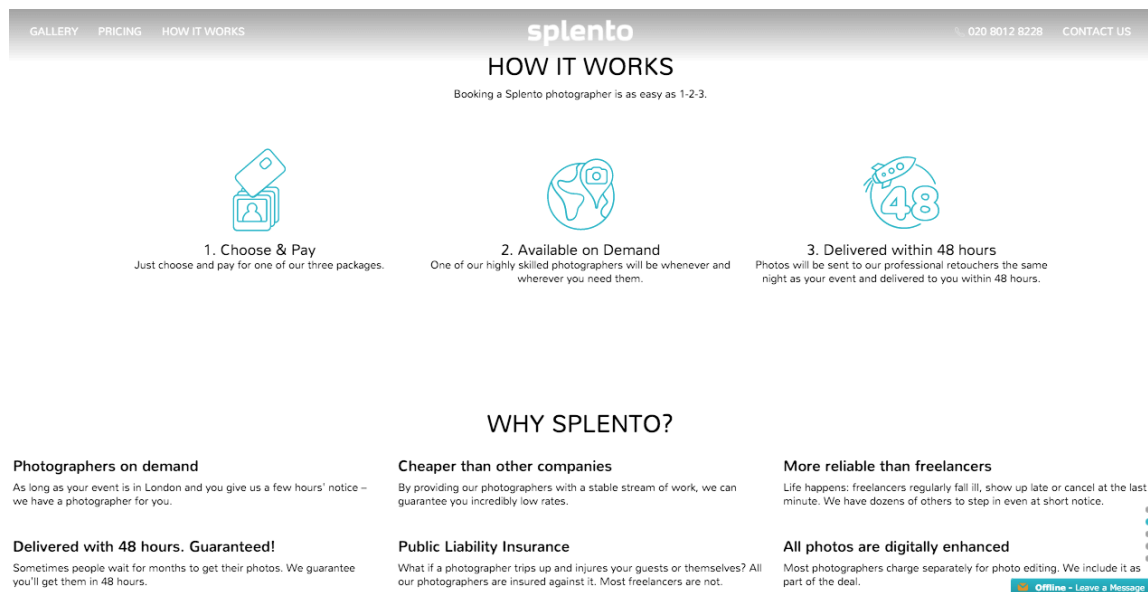


Рисунок 21. Страница How it works

На данной странице располагается схема того, как происходит заказ, фотосъемка и получение фотографий, а так же приводится информация о том, почему Splento лучше других. Контент на данную страницу добавляется при помощи HTML.


```

<h1 class="splento-light text-center">HOW IT WORKS</h1>
<p class="text-center">Booking a Splento photographer is as easy as 1-2-3.</p>
<div class="vertical-devider"></div>
<div class="vertical-devider"></div>
<div class="row">
  <div class="col-xs-12 col-lg-10 col-lg-offset-1">
    <div class="row text-center">
      <div class="col-xs-12 col-sm-4">
        <div class="text-center how-it-works-icon">
          
        </div>
        <div class="vertical-devider"></div>
        <span class="big-text">1. Choose & Pay</span><br>
        Just choose and pay for one of our three packages.
        <div class="small-vertical-devider visible-xs-block"></div>
      </div>
      <div class="col-xs-12 col-sm-4">
        <div class="text-center how-it-works-icon how-it-works-icon-2">
          
        </div>
        <div class="vertical-devider"></div>
        <span class="big-text">2. Available on Demand</span><br>
        One of our highly skilled photographers
        will be whenever and wherever
        you need them.
        <div class="small-vertical-devider visible-xs-block"></div>
      </div>
      <div class="col-xs-12 col-sm-4">
        <div class="text-center how-it-works-icon how-it-works-icon-3">
          
        </div>
        <div class="vertical-devider"></div>
        <span class="big-text">3. Delivered within 48 hours</span><br>
        Photos will be sent to our professional retouchers
        the same night as your event and
        delivered to you within 48 hours.
      </div>
    </div>
  </div>
</div>
</div>

```

Рисунок 22. Страница How it works код

Для отображения контента используется bootstrap стили. Например для отображения на маленьких экранах, занимая всю ширину, с расширением меньше 768 px используется col-xs-12 для того, чтобы расположение контента было удобным и на девайсах с небольшим расширением. На рисунке 23 видно как выглядит схема заказа на маленьком экране.

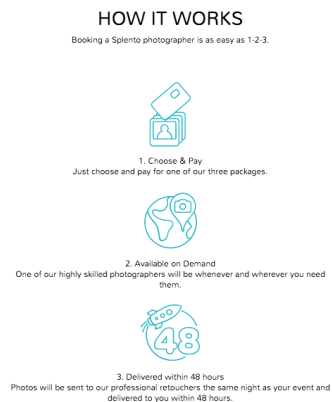


Рисунок 23. Страница How it works на маленьком экране.

Сайт Splento предлагает удобную возможность ознакомиться с предлагаемыми услугами и заказать съемку. На странице заказов можно выбрать нужный пакет и оформить заказ. Пакет с услугами, который выбран клиентом, становится видимым, а прозрачность других меняется.

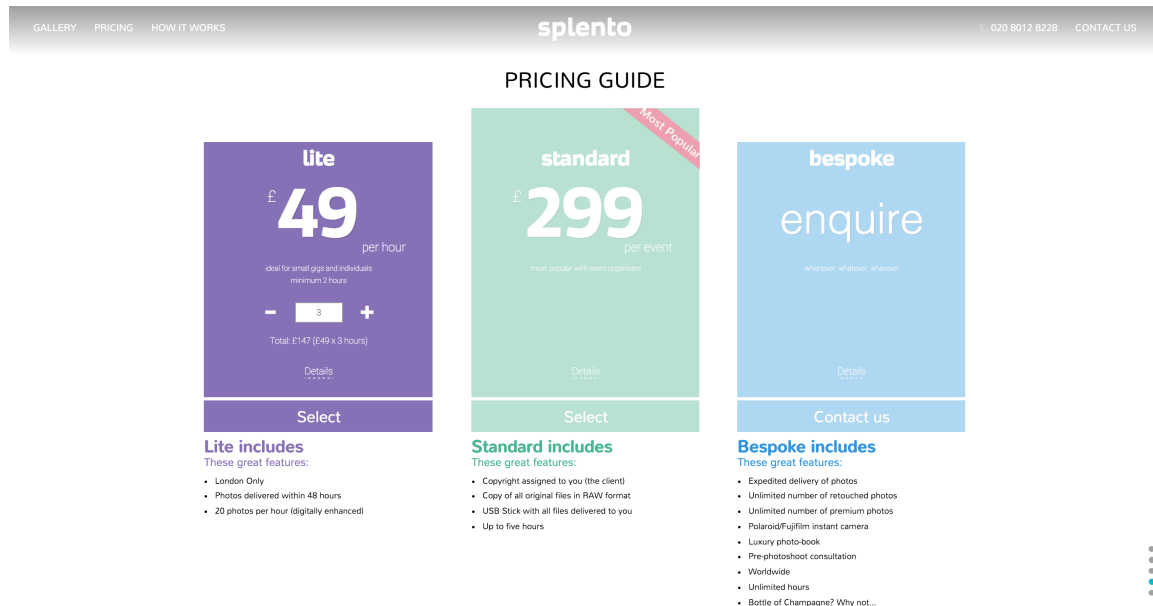


Рисунок 24. Выбор нужного пакета услуг.

На рисунке 25 в коде видно, что существует функция, которая при нажатии удаляет белое облако над выбранным пакетом, а на оставшиеся его накладывает.

```
// Overlay options click
$(document).on('click', '.white_overlay', function(){
    $('.options_first, .options_second, .options_third').each(function(){
        if ($(this).find('.white_overlay').length == 0)
            $(this).append('<div class="white_overlay"></div>');
    });
    var parObj = $(this).closest('.booking_table_cell');
    $('.' + parObj.attr('data-class')).find('.white_overlay').remove();
});
```

Рисунок 25. White_Overlay

После того, как клиент сделал свой выбор, нужно заполнить форму для заказа данной услуги.

The screenshot shows the 'splento' booking interface. At the top, there's a navigation bar with 'GALLERY', 'PRICING', and 'HOW IT WORKS'. The main header includes the 'splento' logo, contact details ('Unlimited hours', 'Bottle of Champagne? Why not...', '020 8012 8228', 'CONTACT US'), and a progress bar with four steps: 'Photosession Details' (active), 'Billing Address', 'Payment Details', and 'Confirmation'.

The 'Photosession Details' section shows:
- Photosession at: 14 Borough High St, London SE1 1LB, UK
- Date: 3 Aug 2015
- Start: 1:00pm, Finish: 6:00pm
- Fields for 'test', 'promo code', 'Name*', 'e-mail*', and 'mobile*'.
- Total: £299

The 'Payment Method' section offers two options:
- ☒ **sagepay** (with a 'securely' badge)
- ☐ **PayPal**

At the bottom, there's a checkbox for 'I have read and agree to the Terms and Conditions' and a 'Book Now' button.

Рисунок 26. Форма заказа

При нажатии на поле с адресом, появляется возможность выбрать место проведения фотосессии на карте. Для реализации используется google map библиотека.

This screenshot shows the same booking form as Figure 26, but with a Google Map integrated into the address field. The map displays a street view of London, with a red pin indicating the selected location at '1 Museum St, London WC1A 1JR, UK'. The map interface includes standard Google Maps controls like zoom in/out buttons and a search bar.

Below the map, the 'Payment Method' section remains the same, with the **sagepay** option selected.

Рисунок 27. Карта для указания адреса

Пример создания карты:

Создается «словарь» с параметрами карты: **mapOptions**.

Задаются такие параметры как, уровень приближения (zoom), вид карты (mapTypeId), отключаются стандартные настройки UI (disableDefaultUI), отключается возможность пользователю переключаться между разными видами карты (mapTypeControl), ставится разрешение пользователю zoom in/out (zoomControl), размещаются кнопки масштабирования карты по центру слева (zoomControlOption). Далее задаются координаты, которые будут центром карты. Добавляется метод обрабатывающий нажатия на карте.

```
// Map open
$('#location_text').on('click', function(){
    $('html,body').css('overflow-y', 'hidden');

    if (!map) {
        var mapOptions = {
            zoom: 10,
            mapTypeId: google.maps.MapTypeId.ROADMAP,
            disableDefaultUI: true,
            mapTypeControl: false,
            zoomControl: true,
            zoomControlOptions: {
                position: google.maps.ControlPosition.LEFT_CENTER
            },
            streetViewControl: false
        };

        map = new google.maps.Map(document.getElementById('location_map_place_box'), mapOptions);
        map.setOptions({draggableCursor: 'pointer'});
        geocoder = new google.maps.Geocoder;
        placesService = new google.maps.places.PlacesService(map);
        var geolocate = new google.maps.LatLng(51.50853, -0.12574);
        map.setCenter(geolocate);

        map.addListener('click', function(e) {
            geocodeLatLng(e.latLng);
        });

        google.maps.event.addDomListener(window, "resize", function() {
            var center = map.getCenter();
            google.maps.event.trigger(map, "resize");
            map.setCenter(center);
        });
    }

    $('.location_map_place').removeClass('hide');
    var center = map.getCenter();
    google.maps.event.trigger(map, "resize");
    map.setCenter(center);
});
```

Рисунок 28. Код для открытия карты

Каждый желающий может зарегистрироваться на сайте, что поможет в дальнейшем просматривать личные снимки. На рисунке 29 изображена форма для регистрации нового клиента.

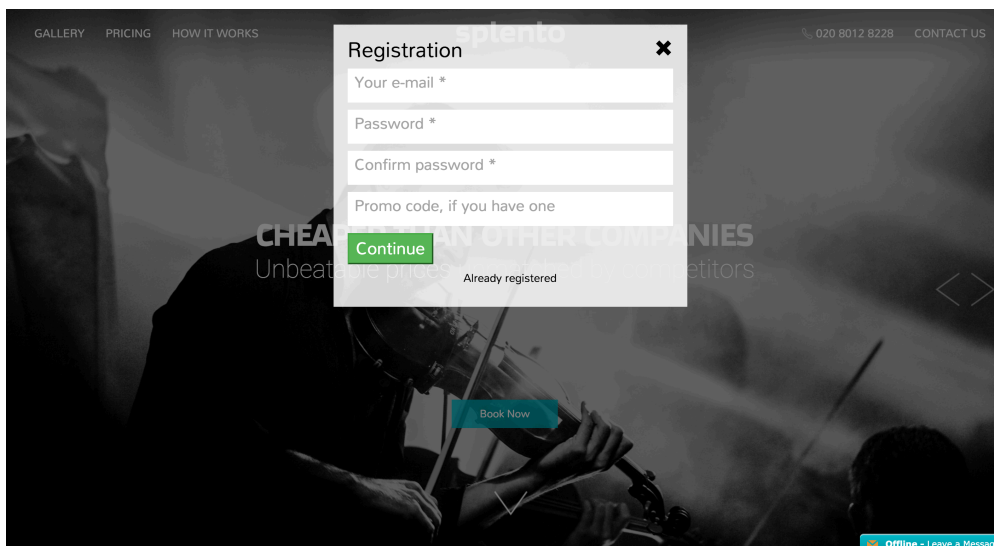


Рисунок 29. Форма регистрации

Для создания вида регистрации и входа используются методы POST.

```

<!-- Registration -->
<div id="signup_modal" class="modal fade" tabindex="-1" role="dialog" aria-labelledby="signupModalWindow" aria-hidden="true">
  <div class="modal-dialog">
    <div class="modal-content">
      <a href="#" class="closemodal"><span class="glyphicon glyphicon-remove"></span></a>
      <form id="signup" action="{{ route('user.register') }}" method="post" role="signup">
        <input type="hidden" name="token" value="{{ csrf_token() }}">
        <p class="bigtext">Registration</p>
        <div class="errors"></div>
        <p><input type="email" name="username" class="textinput" placeholder="Your e-mail *"></p>
        <p><input type="password" name="password" class="textinput" placeholder="Password *"></p>
        <p><input type="password" name="password_confirmation" class="textinput" placeholder="Confirm password *"></p>
        <p><input type="text" name="promocode" class="textinput" placeholder="Promo code, if you have one" value="{{ old('promocode') }}"></p>
        <p id="website_tr"><input id="website" name="website" type="text" value="" /></p>
        <p><input type="submit" class="btn-success" value="Continue"></p>
      </form>
      <p class="align-center" id="already_registered"><a href="#" data-toggle="modal" data-target="#login_modal">Already registered</a></p>
    </div>
  </div>
</div>

<!-- Login -->
<div id="login_modal" class="modal fade" tabindex="-1" role="dialog" aria-labelledby="loginModalWindow" aria-hidden="true">
  <div class="modal-dialog">
    <div class="modal-content">
      <a href="#" class="closemodal"><span class="glyphicon glyphicon-remove"></span></a>
      <form id="signin" action="{{ route('user.login') }}" method="post" role="signup">
        <input type="hidden" name="token" value="{{ csrf_token() }}">
        <p class="bigtext">Sign In</p>
        <div class="errors"></div>
        <p><input type="email" name="username" class="textinput" placeholder="Your e-mail" value="{{ old('username') }}"></p>
        <p><input type="password" name="password" class="textinput" placeholder="Password"></p>
        <p id="website_tr"><input id="website" name="website" type="text" value="" /></p>
        <p style="..."><a href="#" data-toggle="modal" data-target="#restore_modal">Forgot your password?</a></span></p>
        <p><input type="submit" class="btn-success" value="Sign in"> &nbsp;&nbsp;&nbsp;<input type="checkbox" id="rememberme" name="remember" />
          <label for="rememberme">Remember me</label></p>
      </form>
      <p class="align-center" id="already_registered"><a href="#" data-toggle="modal" data-target="#signup_modal">Register here</a></p>
    </div>
  </div>
</div>

```

Рисунок 30. Код регистрации и входа в систему

Используя теги <div>, создаются блоки, далее в блок «modal-content» добавляются элементы input, для ввода электронной почты, пароля, в случае окна регистрации,

так же добавляется еще два input элемента – повторный ввод пароля и промокод. Для каждого элемента input устанавливается параметр placeholder- это текст подсказка.

На каждой странице сайта в нижней части, клиент видит навигационное меню расположенное в Footer, Контактная информация располагается там же.

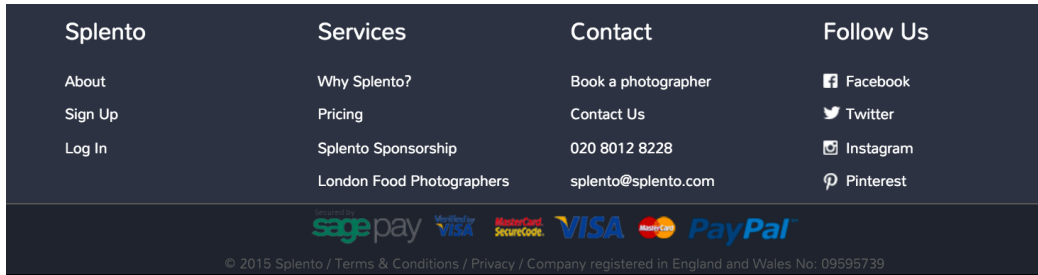


Рисунок 31. Контактная информация

Таким образом пользователь может сразу без особых усилий увидеть нужные данные, для того чтобы связаться со Splento. А так же при желании пользователь может увидеть контактные данные фирмы, нажав на Footer Contact Us, где сможет дополнительно посмотреть адрес компании и отправить сообщение.

При работе с дизайном, автор постарался учесть все требования руководства, а так же учесть данные полученные в ходе анализа, для того чтобы сайт соответствовал критериям.

Заключение

Сайт – это лицо фирмы, он несет не только полезную информацию для посетителя, а также предоставляет услуги компании. Конечный вариант должен быть хорошо продуман и реализован. Потому, что сайт способен не только притянуть, но и оттолкнуть клиентов.

В ходе данной работы были достигнуты все поставленные цели, выявлены требования, каким хочет видеть сайт руководство Splento. Были проанализированы сайты конкурентов и сопоставлены с вебсайтом Splento. Был проделан анализ существующих движков, и выбран для работы один определенный. Были изучены разные виды сайтов.

В результате был создан сайт и дизайн к нему, с учетом всех требований и пожеланий. Сайт имеет свой единый, привлекательный дизайн, слайдер с фотографиями, всю нужную информацию, возможность посмотреть предлагаемые пакеты услуг, выбрать понравившееся предложение и оплатить его, есть возможность зарегистрироваться и просмотреть свои личные фотографии, а так же сайт содержит удобную и быструю связь с командой Splento.

Для разработки сайта был использован движок Laravel, для дизайна использовался bootstrap framework, fotorama и языки программирования JS, CSS, HTML.

Таким образом, можно сделать вывод, что создание сайта – это правильное решение. Так как после запуска вебсайта, число клиентов увеличилось, и многие оставили положительные отзывы.

Kokkuvõte

Veebileht – ettevõtte nägu, ta sisaldab mitte ainult kasulikku infot kasutajate jaoks, lisaks pakub ta firma teenuseid. Lõpp versioon peab olema hästi läbimõeldud ja rakendatud. Kuna veebileht võib mitte ainult meelitada, kuid ka võõrandada kliente.

Selle töö käigus olid saavutanud kõik eesmärgid, said teada nõuded, milline peab olema veebileht ja kuidas peab nägema. Olid analüüsitud konkurentide veebilehed ning olid võrreldud Splento veebilehega. Olid uuritud mootorid, mida kasutatakse veebilehe rakendamiseks, ning oli valitud tööle üks. Lisaks olid uuritud erinevad veebilehe tüübid.

Tulemuseks sai valmis veebileht ja selle disain, võttes arvesse kõik nõuded ning soovid. Veebilehel on üheaine, atraktiivne disain, liugur fotodega, kõik vajalik info, pakutakse võimalust vaadata paketid teenustega, võimalus valida sobiv paket ning maksta selle eest, registreerimise ja oma fotode vaatamise võimalus, samuti veebileht sisaldab mugavat ning kiiret ühenduse võimalust Splento meeskonnaga.

Arendamiseks oli kasutusel Laravel framework, disaini jaoks kasutati bootstrap framework, fotorama ning programmeerimiskeeled CSS, JS, HTML.

Võime järeldada, et veebilehe loomine on õige lahendus. Pärast veebilehe käivitamist, klientide arv on kasvanud ning paljud jätsid positiivseid kommentaare.

Summary

Website - face of the company, it contains not only useful information for users, in addition it offers services of the company. The final version must be well thought out and implemented. Because the website can not only attract but also alienate customers.

This work had achieved all goals, became aware the requirements which must be a site and how should look like. Competitors' websites were analyzed and were compared with Splento web site. Were studied engines, which are used to implement the web, and was chosen one. In addition, were studied different types of website.

The result is the website and its design, considering all the requirements and desires. The website has single, attractive design, a slider with photographs, all of the necessary information, offered the chance to view the packages of services, the opportunity to choose the appropriate package and pay for it, registration and own photo viewer, as well as the web page containing the possibility of a quick and convenient contact with Splento team.

Laravel framework was used for development, for the design was used bootstrap framework, fotorama and programming languages CSS, JS, HTML.

We can conclude that the site is the right solution. After the launch, the number of customers has grown and many of people left positive reviews.

Список литературы

1. PayPal – Wikipedia [WWW]
<https://ru.wikipedia.org/wiki/PayPal> (28.12.2015)
2. Credit card payment processing system – Shopify [WWW]
<https://www.shopify.com/credit-card-processing> (28.12.2015)
3. Sage pay – sage [WWW]
<http://www.sage.com/za/our-business-units/sage-pay> (28.12.2015)
4. Braintree [WWW]
<https://www.braintreepayments.com/> (28.12.2015)
5. Sponsored top-level domain – Wikipedia [WWW]
https://en.wikipedia.org/wiki/Sponsored_top-level_domain (28.12.2015)
6. MySQL – Wikipedia [WWW]
<https://ru.wikipedia.org/wiki/MySQL> (28.12.2015)
7. PostgreSQL – Wikipedia [WWW]
<https://ru.wikipedia.org/wiki/PostgreSQL> (28.12.2015)
8. Определение целей и задач сайта – 4style [WWW]
<http://4style.ru/sozdaniesaitov/6-zadachisaita> (25.11.2015)
9. Какие существуют виды и типы сайтов. – allons [WWW]
<http://allons.ru/kakie-sushhestvuyut-vidy-i-tipy-sajtov> (25.11.2015)
10. Виды, типы, разновидности сайтов, классификация сайтов – Байт мастер [WWW]
http://www.bytemaster.ru/?page_id=59 (25.11.2015)
11. Progress tracking – Splento [WWW]
<http://test.splento.com/photos/LCvkyv> (24.12.2015)
12. 10 элементов, которые должны быть на сайте стартапа – freshle [WWW]
<http://freshle.com/blog/startupwebsite/> (4.12.2015)
13. WordPress vs Joomla vs Drupal + CSM „comparison chart“ – Websitesetup [WWW]
<http://websitesetup.org/cms-comparison-wordpress-vs-joomla-drupal> (9.12.2015)
14. Best PHP frameworks for 2014 – Sitepoint [WWW]
<http://www.sitepoint.com/best-php-frameworks-2014/> (9.12.2015)

15. Laravel – Laravel [WWW]
<http://laravel.com/> (10.12.2015)
16. Что такое Yii – Yii framework [WWW]
<http://www.yiiframework.com/doc/guide/1.1/ru/quickstart.what-is-yii>
(10.12.2015)
17. Сравнение PHP фреймворков – Kohana Yii Symfony CodeIgniter – Why drupal [WWW]
<http://whydrupal.ru/sravnenie-php-freimvorkov-kohana-yii-symfony-codeigniter>
(11.12.2015)
18. What is symphony? – Simfony [WWW]
<https://symfony.com/what-is-symfony> (11.12.2015)
19. 25 причин попробовать Laravel – Dataart [WWW]
<http://www.dataart.ru/blog/2014/05/25-prichin-poprobovat-laravel/> (12.12.2015)
20. Bootstrap [WWW]
<http://getbootstrap.com/css/> (21.12.2015)
21. Fotorama [WWW]
<http://fotorama.io/> (18.12.2015)
22. Splento [WWW]
www.splento.com (28.12.2015)
23. Breintree [WWW]
<https://www.braintreepayments.com/> (16.12.2015)
24. SWOT анализ [WWW]
https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis (25.11.2015)
25. 10 трендов веб-дизайна в 2015 году – Otakoyi [WWW]
<http://otakoyi.com/blog/10-trendov-veb-dizayna-v-2015-godu> (13.12.2015)
26. Дизайн современного сайта: как должен выглядеть ресурс, чтобы быть успешным? – zavrab [WWW]
<http://zavrab.ru/press-relizy/dizajn-sovremennogo-sajta-kak-dolzhen-vyglyadet-resurs-chtoby-byt-uspeshnym.html> (13.12.2015)
27. User Experiance – Wikipedia [WWW]
https://en.wikipedia.org/wiki/User_experience (13.12.2015)