

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Факультет електроніки та інформаційних технологій
Кафедра інформаційних технологій

«До захисту допущено»

В.о. завідувача кафедри

_____ Світлана ВАЩЕНКО

_____ 2023р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 122 «Комп'ютерні науки»,

освітньо-професійної програми «Інформаційні технології проектування»

на тему: Web-додаток підтримки діяльності магазину Стильний одяг

Здобувача (ки) групи ІТ-92 Бакляк Дениса Вікторовича
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Денис БАКЛЯК _____
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник _____ к.т.н. доц. Віктор НЕНЯ _____

_____ (посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ (підпис)

Сумський державний університет
Факультет електроніки та інформаційних технологій
Кафедра інформаційних технологій
Спеціальність 122 «Комп'ютерні науки»
Освітньо-професійна програма «Інформаційні технології проектування»

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. зав. кафедри ІТ

_____ С. М. Ващенко
«__» _____ 2023р.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТУ

Бакляку Денису Вікторовичу

1 Тема роботи Web-додаток підтримки діяльності магазину Стильний одяг

керівник роботи Неня Віктор Григорович, к.т.н., доцент,

затверджені наказом по університету від «__» 2023 р. _____

2 Строк подання студентом роботи « 7 червня » 2023 р.

3 Вхідні дані до роботи _____ Фото одягу, текстовий опис

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) вступ, аналіз предметної області, постановка задачі та методи дослідження, практична реалізація web-додатка, висновки, список використаних джерел, технічне завдання, планування робіт

5 Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) вступ, актуальність, постановка задачі, аналіз web-додатків підтримки, порівняння сайтів-аналогів, моделювання процесу підтримки діяльності магазину Стильний одяг, контекстна діаграма, діаграма декомпозиції, діаграма варіантів використання, реалізація проекту, архітектура web-додатку, демонстрація web-додатку (користувач), висновки

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 8.02.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз предметної області	До 10.02.23	
2	Аналіз існуючих програмних продуктів для вирішення поставленої задачі	До 20.02.23	
3	Формування переліку вимог до сайту	До 07.03.23	
4	Вибір засобів реалізації	До 13.03.2023	
5	Моделювання програмного продукту в нотації IDEF0	До 21.03.2023	
6	Розробка моделі аналізу	До 30.03.2023	
7	Створення моделі проектування	До 04.04.2023	
8	Розробка моделі реалізації	До 10.04.2023	
9	Верстка сторінок	До 17.04.2023	
10	Робота з бек-енд	До 20.04.2023	
11	Розробка і впровадження бази даних	До 02.05.2023	
12	Beta-тестування	До 08.05.2023	
13	Alpha-тестування	До 17.05.2023	
14	Публікація на хостинг		
15	Написання програмної документації	До 02.06.2023	

Студент

(підпис)

Денис БАКЛЯК

Керівник роботи

(підпис)

к.т.н., доц. Віктор НЕНЯ

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра «Web-додаток підтримки діяльності магазину «Стильний одяг»».

Головна мета проекту – створення web-додатку підтримки для магазину одягу. Цей додаток буде надавати швидку та зручну можливість ознайомитися з товаром та дізнатися про нього найбільше з малої кількості тексту.

У Розділі 1 представлено детальний аналіз області, що досліджується. Були розглянуті та проаналізовані відповідні дослідження і публікації, а також розглянуті існуючі веб-додатки, пов'язані з цією областю. Встановлено чіткі цілі та завдання досліджень і розробок, а також описано інструменти та методи, що використовуються в проекті.

У Розділі 2 детально описано дизайн веб-додатку. Структурне та функціональне моделювання виконано з використанням нотації IDEF0 та показано взаємодію між компонентами системи. Також були створені діаграми варіантів використання, щоб проілюструвати різні можливості взаємодії користувачів з додатком.

У Розділі 3 проект реалізовано у програмному забезпеченні та надано детальний опис використання веб-додатку користувачами. Розроблено необхідні функціональні модулі та реалізовано взаємодію з користувачами. Результатом проведеної роботи є розроблений web-додаток підтримки діяльності магазину «Стильний одяг».

Кваліфікаційна робота містить 81 сторінок, 9 таблиць, 47 рисунків, список літератури 25 найменувань, 3 додатки.

Ключові слова: ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА, ДОДАТОК, СЕРВІС, ОЗНАЙОМЛЕННЯ, РЕКЛАМА, КОРИСТУВАЧ, ТОВАР, КЛІЄНТ, ПРОПОЗИЦІЯ, ЗВІТ, ПРОЕКТ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1 АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ.....	10
1.1 Огляд останніх досліджень і публікацій	10
1.2 Огляд існуючих програмних продуктів для вирішення поставленої задачі.....	13
1.3 Постановка задачі web-додатку.....	21
1.4 Вибір засобів реалізації.....	22
2 ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	24
2.1 Вибір засобів реалізації.....	24
3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ.....	28
3.1 Прототипування	28
3.3 Програмна реалізація	34
3.4 Використання web-додатку зі сторони користувача	35
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	41
ДОДАТОК А	44
ДОДАТОК Б	51
ДОДАТОК В.....	63

ВСТУП

Web-додатки підтримки мають велику важливість для реклами через кілька причин. По-перше, вони забезпечують онлайн-присутність, що є критичним у цифровому світі. Завдяки ним можна досягти глобальної аудиторії та залучити клієнтів з різних куточків світу. Вони дозволяють точно визначити цільову аудиторію і надати їм релевантну рекламну інформацію. За допомогою реклами на них можна отримати доступ до широкої аудиторії, особливо на веб-ресурсах з високим трафіком або популярних платформах. Крім того, web-додатки підтримки надають можливість поглибленої взаємодії з клієнтами шляхом представлення контактної інформації, форм зворотного зв'язку та чат-ботів. Аналітика web-додатків підтримки дозволяє відстежувати результати рекламних кампаній, що дозволяє оптимізувати їх ефективність та отримати більше інформації про аудиторію.

Найважливішими особливостями сайту просування продукції, як і їхніх основних компонентів, є те, що вони є односторінковими і мають чіткий заклик до дії. Такі сайти завжди мають одну сторінку і відрізняються від своїх аналогів тим, що завжди містять мінімальний обсяг необхідної інформації [1].

Цільова сторінка не призначена для просування компанії. Її основна мета – продати послугу, яку ви хочете продати, потенційним клієнтам компанії. Це означає, що всі сторінки сайту структуровані навколо одного умовного продукту, а цільова сторінка створюється лише для того, щоб потенційні покупці натиснули кнопку "Купити". Після натискання потрібної кнопки клієнт може ввести дані про оплату та доставку. Це все, що потрібно. Цільові сторінки є високоефективними, тому що вони швидкі і прості, і такі односторінкові веб-сайти можуть приносити багато прибутку[2].

Але створити цільову сторінку не так просто. Якщо на звичайному сайті є простір для фантазії, то на цільовій сторінці все навпаки. Щоб

створити сайт просування продукції, потрібно з величезної кількості інформації вибрати найпривабливіший для потенційного покупця блок інформації і подати його на ресурсі так, щоб саме в цьому полягала вигода від покупки цього продукту. Причому ці переваги не повинні бути сфокусовані на самій компанії, і легко зрозуміти чому, адже багато компаній не включають жодної символіки компанії на своїх цільових сторінках.

З цільовими сторінками ситуація дещо інша. Коли користувач заходить на цільову сторінку, він бачить лише саму послугу, її короткий опис та вигідну ціну, а не символіку компанії чи рекламу послуги. Цього більш ніж достатньо, щоб принаймні зробити покупку, навіть якщо це не спонукає користувача задуматися про неї. Тому сайту просування продукції з мінімумом інформації є більш вигідним, ніж повноцінний сайт.

Для досягнення мети необхідно:

- Проаналізувати предметну область, ознайомитись з усіма можливими процесами.
- Провести порівняння програмних продуктів, які виконують схожі завдання.
- Сформулювати мету та методи її реалізації.
- Змодельювати систему.
- Виконати програмну реалізацію поставленої задачі.

Це головні етапи котрим варто приділити особливу увагу.

1 АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ

1.1 Огляд останніх досліджень і публікацій

Останні дослідження та публікації сайту просування продукції показують, що цей інструмент продажу використовується все частіше компаніями для просування своїх продуктів та послуг. За даними HubSpot, більше 60% компаній використовують сайт просування продукції для збору контактних даних та генерації лідів. Також, за дослідженням WordStream, учасники веб-семінарів, які переходили на сайт просування продукції звідки вони можуть зареєструватися на події, реєструвалися у вісім разів більше, ніж в той час, коли вони переходили на сторінку події [3].

В сучасному світі, де цифрові технології відіграють все більш важливу роль у нашому житті, наявність ефективного та привабливого веб-сайту стає дедалі більш важливою для реклами будь-якого продукту чи послуги. Сайт дозволяє компаніям показати свою присутність в онлайні, розповісти про свої пропозиції та залучити нових клієнтів.

Особливістю сайту просування є його спрямованість на конкретну мету – зазвичай це залучення конверсій або продажів певного продукту чи послуги.[4] Сайт просування використовується для створення сторінки, яка максимально привертає увагу відвідувачів.[5] А також надихає їх на дію – виконання покупки, заповнення форми, підписку на розсилку тощо.[6] Він зазвичай має чітку структуру, зосереджений контент та відсутність зайвих елементів, що відволікають від основного повідомлення.[7]

Сайт просування також може бути оптимізований для підвищення конверсій за допомогою різних методів.[8] Таких як використання привабливих заголовків, чітких викликів до дії, переконливого контенту та графіки, використання соціальних доказів і рекомендацій клієнтів, а також удосконалення швидкості завантаження сторінки для поліпшення користувацького досвіду.[9]

Щодо дизайну сайту просування продукції, недавні дослідження показали [10], що зниження загальної кількості елементів на сторінці допомагає збільшити конверсії. Також важливо використовувати зручні та інтуїтивно зрозумілі форми збору інформації, щоб користувачі не відчували незручностей та не покидали сторінку.

Щодо маркетингу сайту просування продукції, дослідження показали, що використання електронної пошти для нагадування про сайт просування продукції та його пропозиції підвищує конверсії та продажі. Також ефективною стратегією є використання реклами на соціальних мережах для просування сайту просування продукції та привернення уваги нових клієнтів.

Узагалі, останні дослідження показують, що сайти просування продукції залишаються ефективним інструментом для генерації лідів та збільшення продажів, якщо вони розроблені з урахуванням потреб та очікувань цільової аудиторії.

Підходи до проектування сайту просування продукції можна умовно розділити на кілька категорій, що враховують різні аспекти дизайну та функціональності сторінки[11].

Узагальнена характеристика підходів до проектування сайту просування продукції наведена нижче.

Підходи до проектування сайту просування продукції можна умовно розділити на кілька категорій, що враховують різні аспекти дизайну та функціональності сторінки.

Перша категорія – це підходи, що ставлять на перше місце візуальний аспект сайту просування продукції. У цьому випадку основний акцент робиться на дизайні сторінки, використанні візуальних елементів та структуруванні контенту. Ці підходи передбачають звернення уваги на естетичний вигляд сторінки та привабливість для користувача.

Друга категорія – це підходи, що ставлять на перше місце функціональність сайту просування продукції. У цьому випадку основний акцент робиться на ефективності та зручності використання сторінки, а також на її адаптивності до різних пристроїв. Ці підходи передбачають

оптимізацію взаємодії з користувачем, забезпечення швидкості завантаження сторінки та легкого пошуку потрібної інформації.

Третя категорія – це підходи, що ставлять на перше місце контент сайту просування продукції. У цьому випадку основний акцент робиться на розміщенні цільового та змістовного контенту, що привертає увагу та стимулює користувача до взаємодії з сторінкою. Ці підходи передбачають глибоку аналітику та дослідження цільової аудиторії, створення чіткого та зрозумілого текстового матеріалу, а також використання інтерактивних елементів та графіків. Ця інформація про категорії підходів до сайту просування продукції є загальним знанням про маркетинг та веб-розробку[12].

Найбільш ефективними є підходи, що комбінують в собі елементи усіх трьох категорій, тому що це є об'єктивно гарний сайт просування продукції - візуальному дизайні, функціональності та контенту. Такі підходи передбачають глибоке дослідження цільової аудиторії, аналіз конкурентів, використання інтерактивних елементів та графічних зображень, оптимізацію сторінки[5] під різні пристрої, а також забезпечення швидкості завантаження та зручності взаємодії з користувачем.

До таких підходів можна віднести, наприклад, використання методів А/В тестування та мультिवаріантного тестування, що дозволяють знайти оптимальне рішення для кожного конкретного проекту [12]. Крім того, до складу таких підходів може входити використання аналітики та моніторингу даних, що дозволяє вчасно виявляти проблеми та вдосконалювати сторінку.

Узагальнюючи, можна сказати, що підходи до проектування сайту просування продукції повинні бути комплексними та забезпечувати якість у всіх аспектах. Візуальний дизайн, функціональність та контент повинні бути гармонійно поєднані та відповідати потребам цільової аудиторії. Правильний вибір підходу до проектування сайту просування продукції може значно підвищити ефективність сторінки та забезпечити більшу кількість конверсій.[13]

Висновуючи, сайт просування є актуальним і важливим інструментом

для реклами продуктів та послуг в онлайн. Він дозволяє компаніям зосередитися на конкретній меті, такій як залучення конверсій або продажів, і створити сторінку, що максимально привертає увагу відвідувачів. Сайт просування має чітку структуру, зосереджений контент і оптимізований для підвищення конверсій. Він допомагає компаніям досягати своїх цілей, привертати нових клієнтів і збільшувати продажі.

1.2 Огляд існуючих програмних продуктів для вирішення поставленої задачі

Сьогодні в інтернеті існує багато таких цільових сторінок, але багато з них мають певні недоліки або не мають необхідних функцій. На деяких сайтах просування продукції також відсутні базові показники для відстеження покупців або відвідувачів.

Загалом, переважна частина, реклама в інтернеті це сайти просування продукції. Тож, головним конкурентом на ринку, можна вважати гарні сайти просування продукції. Для порівняння, було обрано “ Maslo ”, “ Not pot ”, “ Music-party ”[14].

Maslo – комплексна платформа штучного інтелекту, яка розроблена у вигляді мульти-функціонального лендінгу та дає змогу підприємствам швидко й ефективно створювати, впроваджувати та масштабувати додатки штучного інтелекту[15].

«Використовуйте інтегровані технології та послуги Maslo для швидкого створення продуктів, вдосконалення систем і отримання нового прибутку. Наш єдиний API надає індивідуальні рішення для штучного інтелекту, де б вони не були потрібні. Переосмисліть будь-яку бізнес-модель. Зощаджуйте час і ресурси, витрачені на планування. Отримуйте

більше прибутку завдяки новим активам на базі штучного інтелекту.» - це слоган компанії, який чітко описує для чого створено цю сторінку [15].

Maslo, має наступний вигляд:

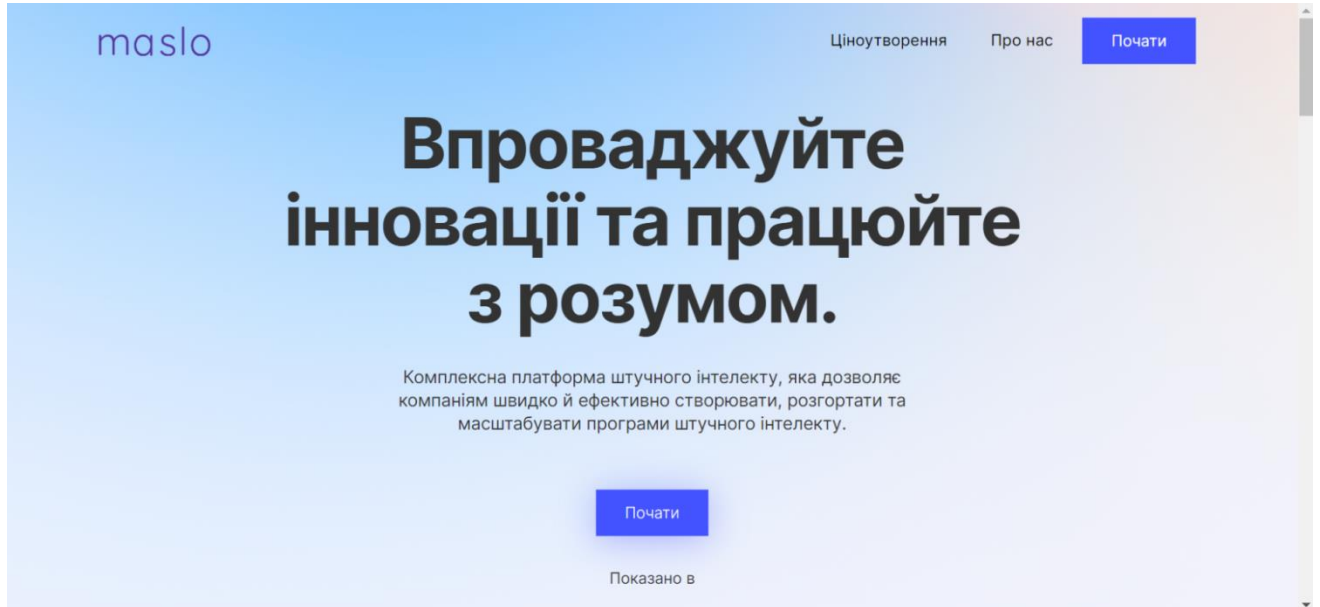


Рисунок 1.1 – Maslo - головна сторінка частина header

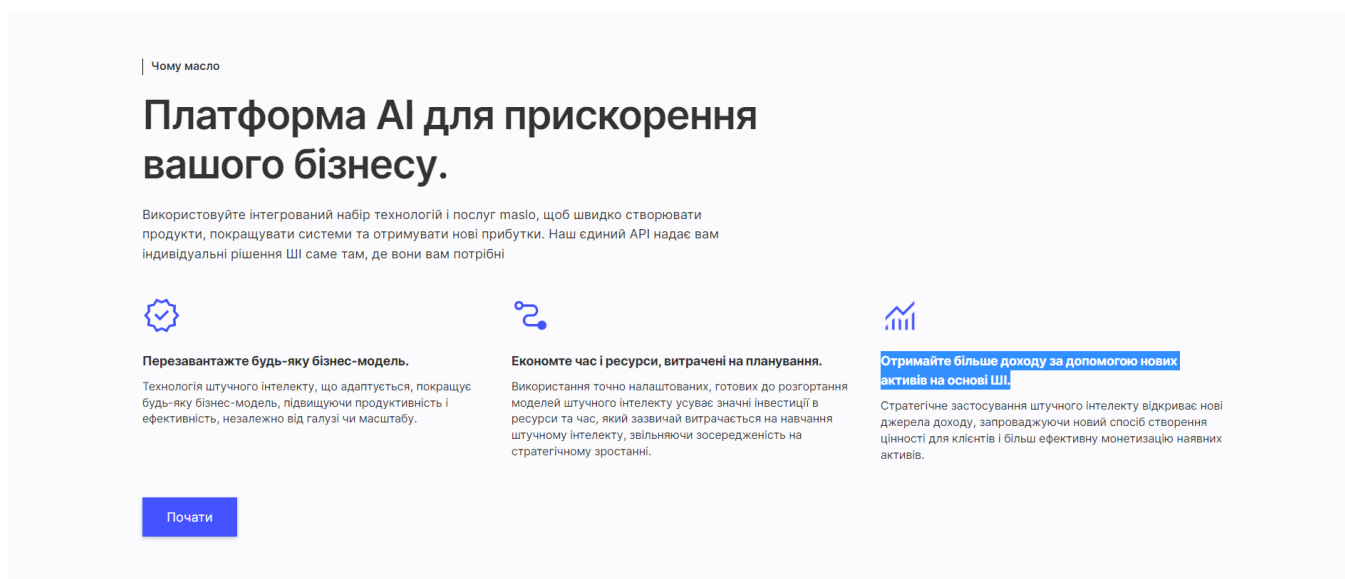


Рисунок 1.2 – Контент додатку Maslo

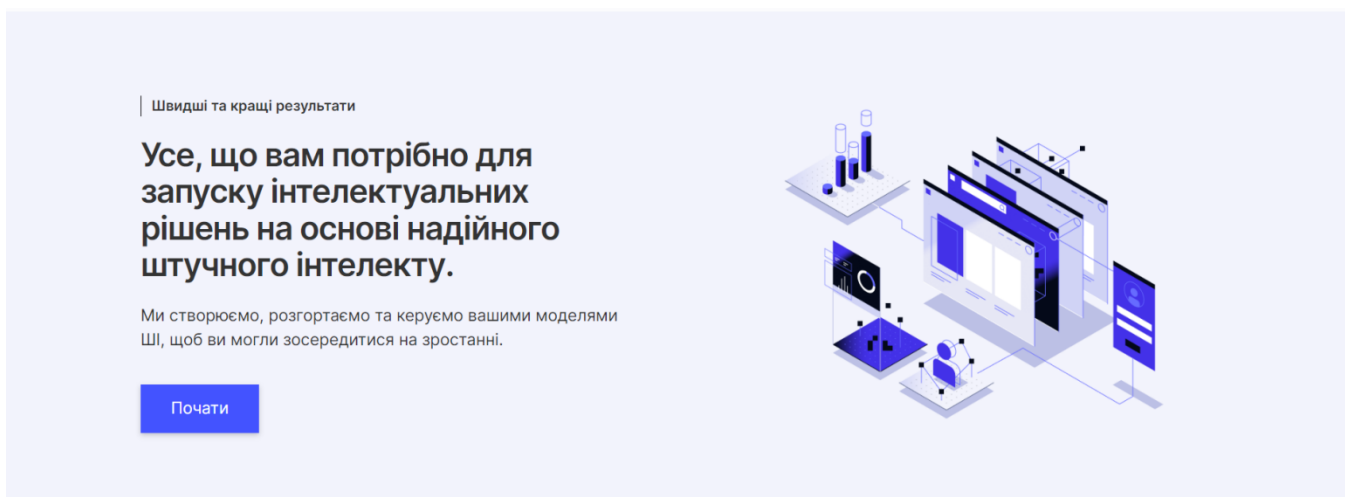


Рисунок 1.3 – Сторінка швидкі та кращі результати Maslo

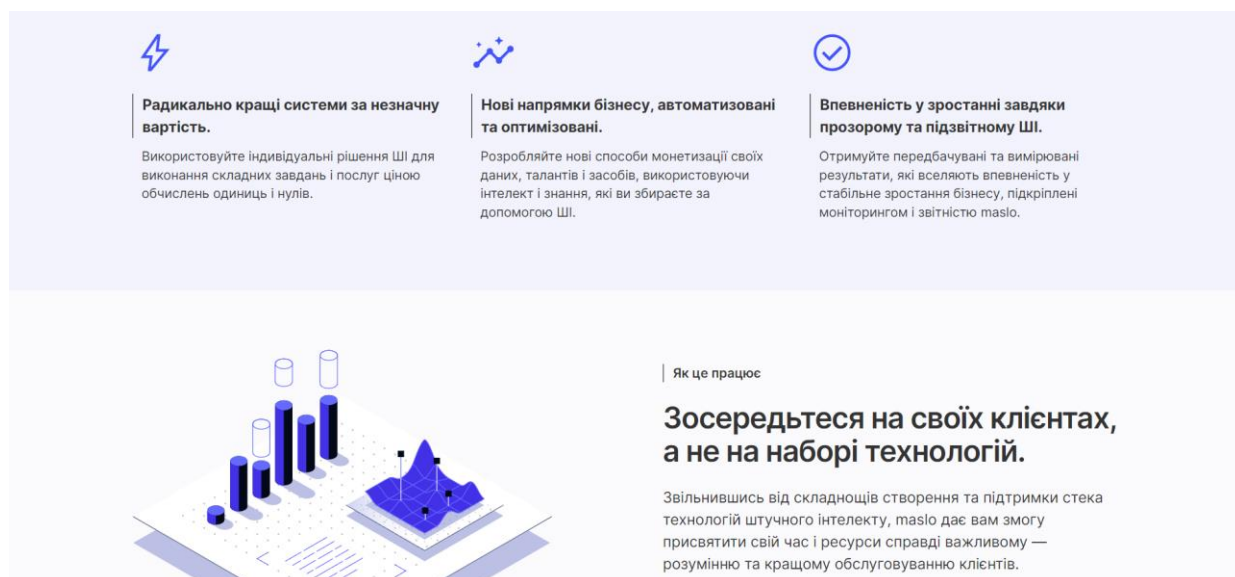


Рисунок 1.4 – Як працює процес Maslo

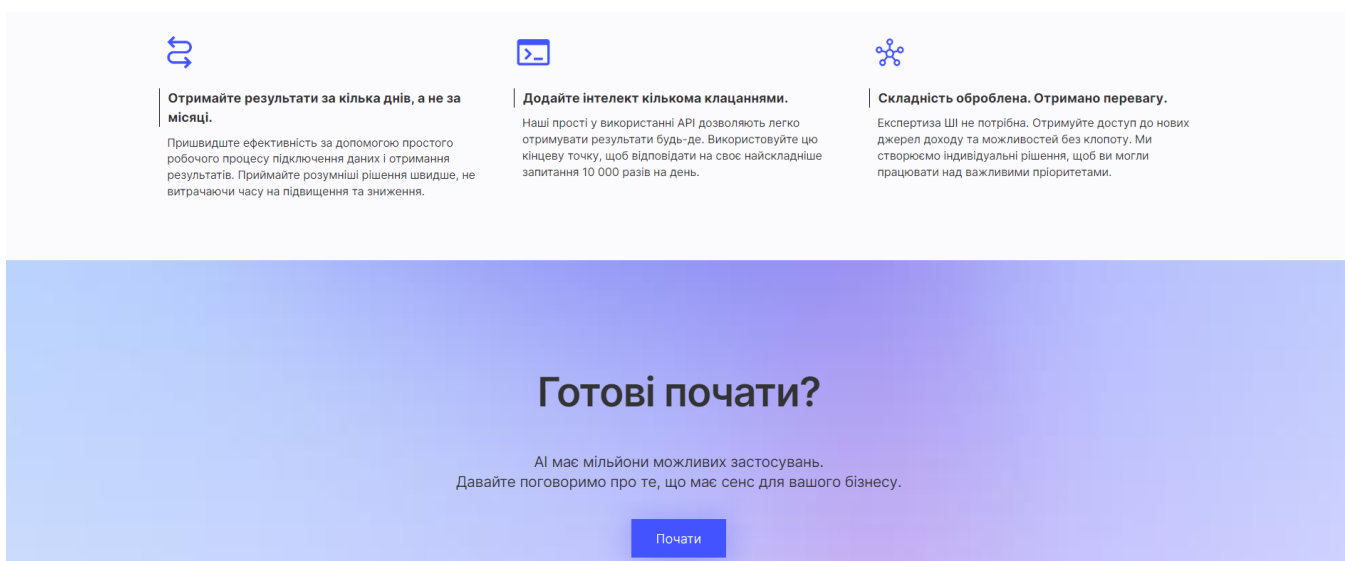


Рисунок 1.5 – Maslo частина footer [15]

Сайт Notpot[16] – це веб-платформа, присвячена роздрібній торгівлі якісними товарами для догляду за шкірою та здоров'ям. Він використовує привабливий і функціональний дизайн, щоб забезпечити відвідувачам простий у використанні досвід.

Веб-сайт Notpot вирізняється своєю естетикою, яка поєднує в собі чіткі лінії, приємну кольорову палітру та привабливі візуальні ефекти. Головне навігаційне меню у верхній частині сторінки дозволяє відвідувачам швидко знайти різні категорії товарів і дізнатися більше про асортимент.

У центрі зверху головної сторінки виділяються привабливі візуальні ефекти та короткі описи товарів.

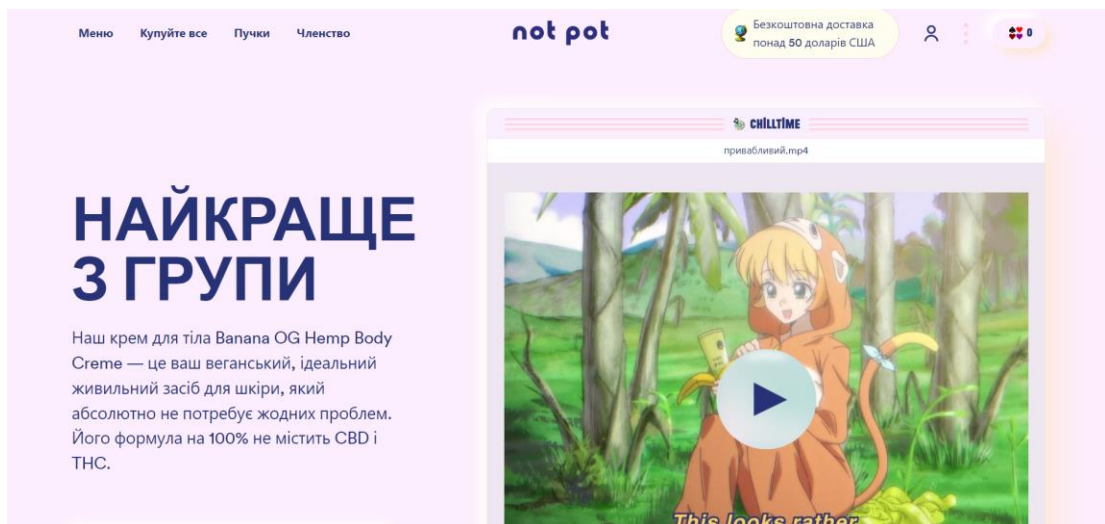


Рисунок 1.6 – Not pot - головна сторінка частина header



Рисунок 1.7 – Контент додатку Not pot

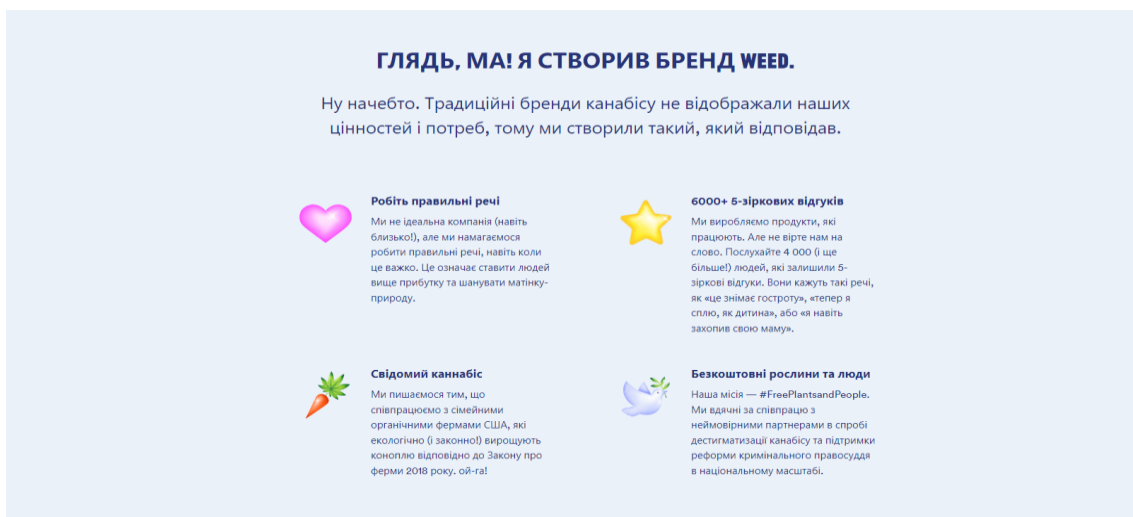


Рисунок 1.8 – Контент додатку Not pot

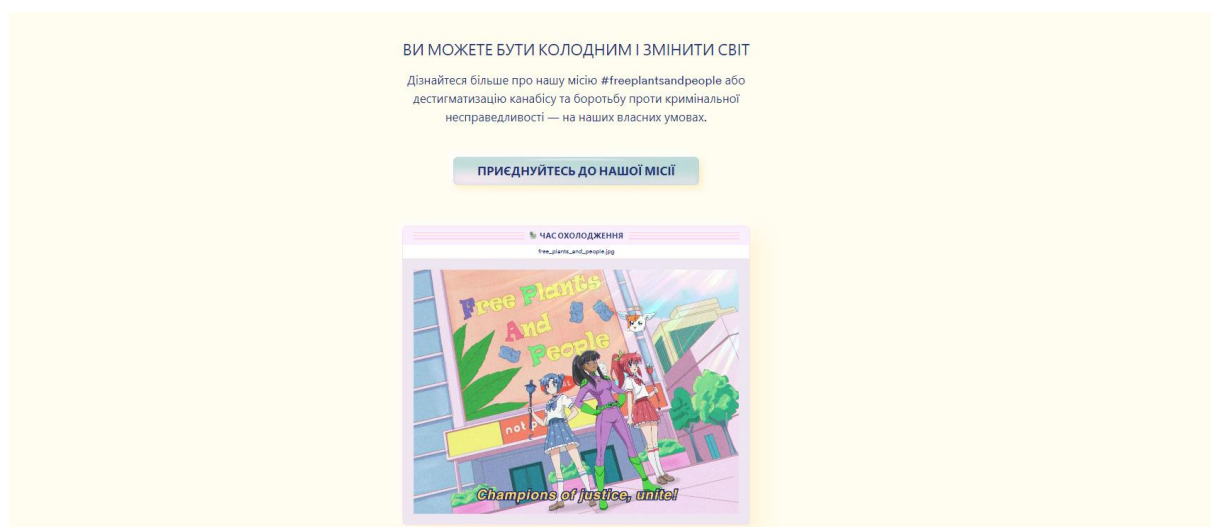


Рисунок 1.9 – Контент Not pot - приєднуйтесь до нас

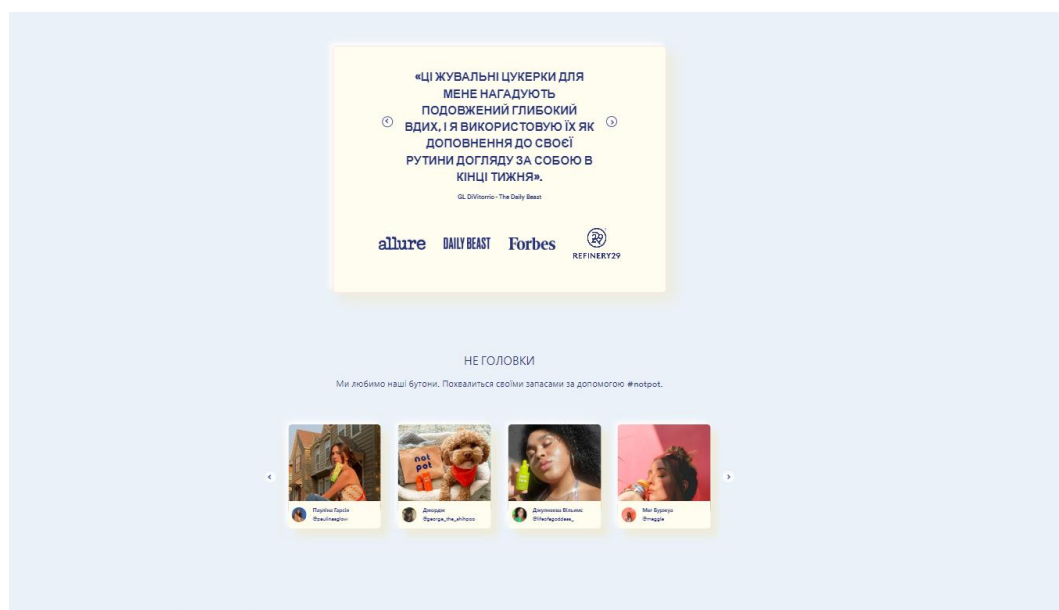


Рисунок 1.10 – Not pot частина footer [16]

Music-Party [14] - «Літня вечірка в Неваді понад 65 000 людей з усього світу зберуться на вечірку посеред пустелі Невада» - проєкт події, що рекламується.

«Близько 50 найкращих діджеїв, серед яких такі суперзірки, як Tiësto, Hardwell, Dimitri Vegas, Mike the Mike та Armin Van Buuren, гратимуть на п'яти приголомшливих критих і відкритих сценах. Наші вечірки відомі своїм приголомшливим сценічним дизайном та вражаючим оформленням. Приходьте і переконайтеся в цьому самі» - головні меседжі [14].

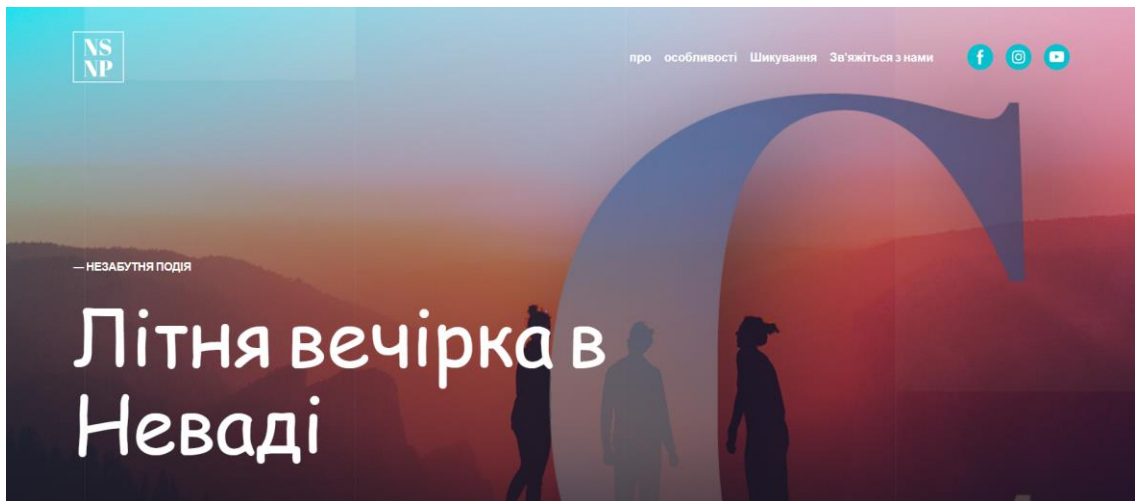


Рисунок 1.11 – Music-Party частина header

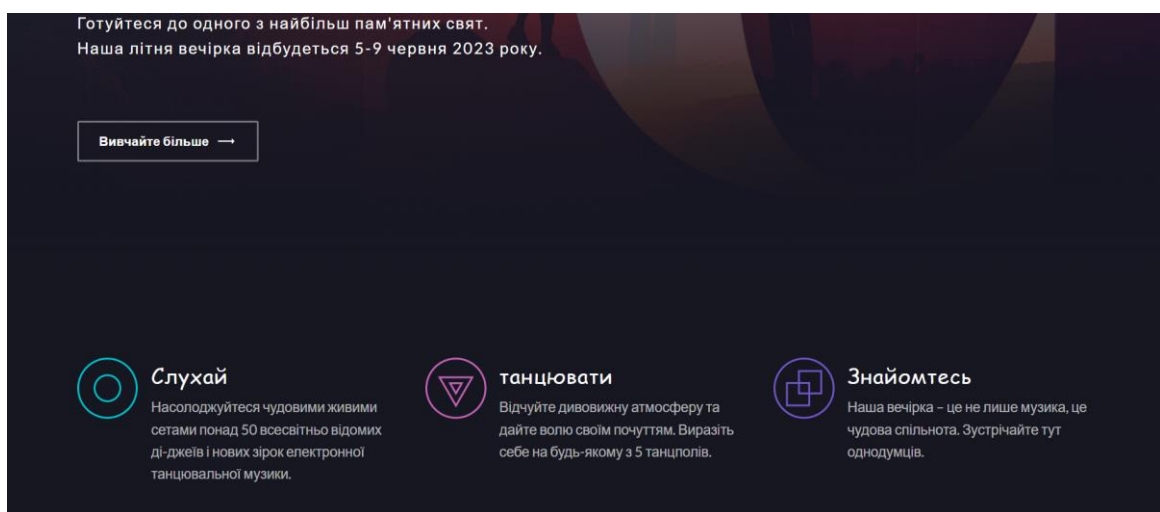


Рисунок 1.12 – Music-Party частина з наповненням

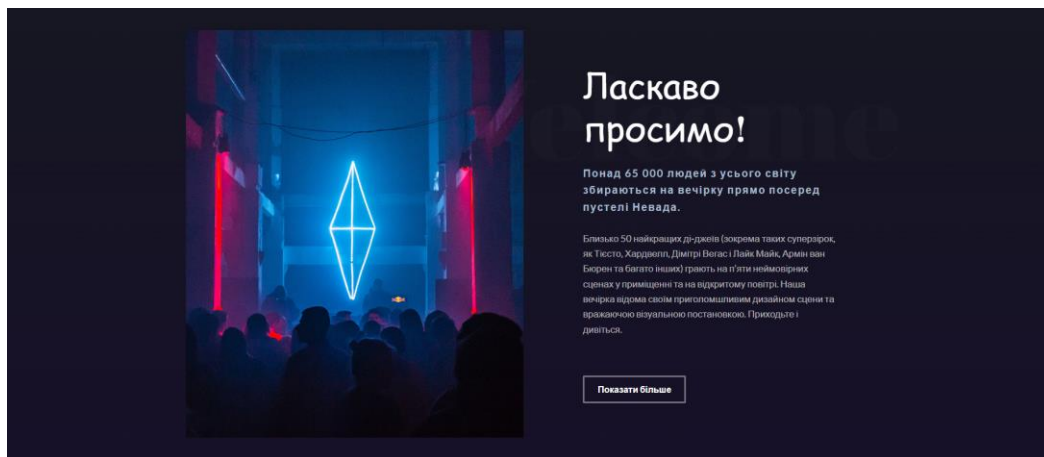


Рисунок 1.13 – Music-Party частина з інформацією що ознайомлює

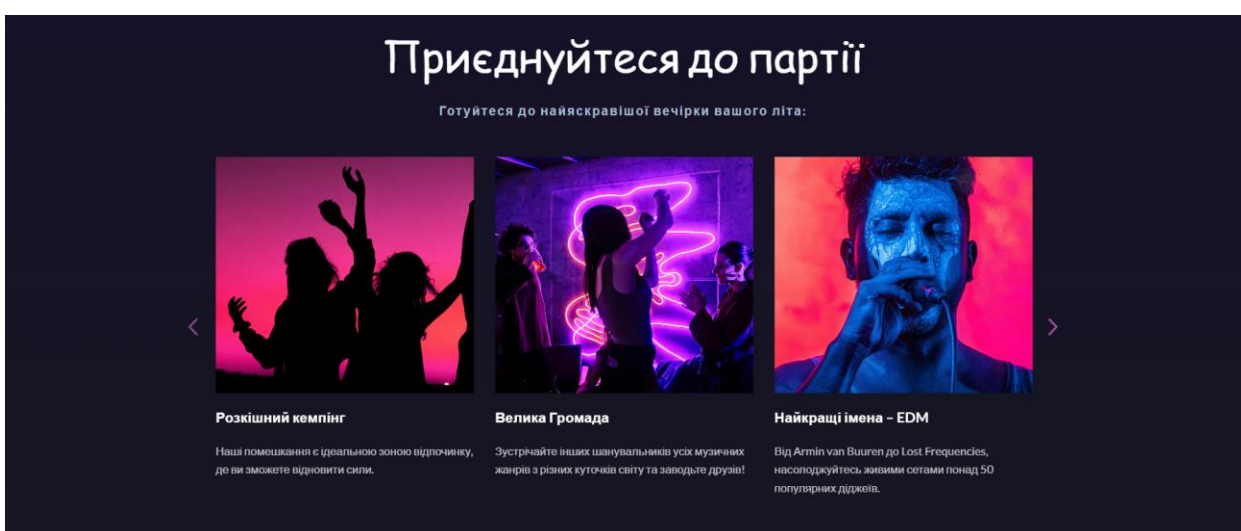


Рисунок 1.14 – Music-Party частина Приєднуйся до party

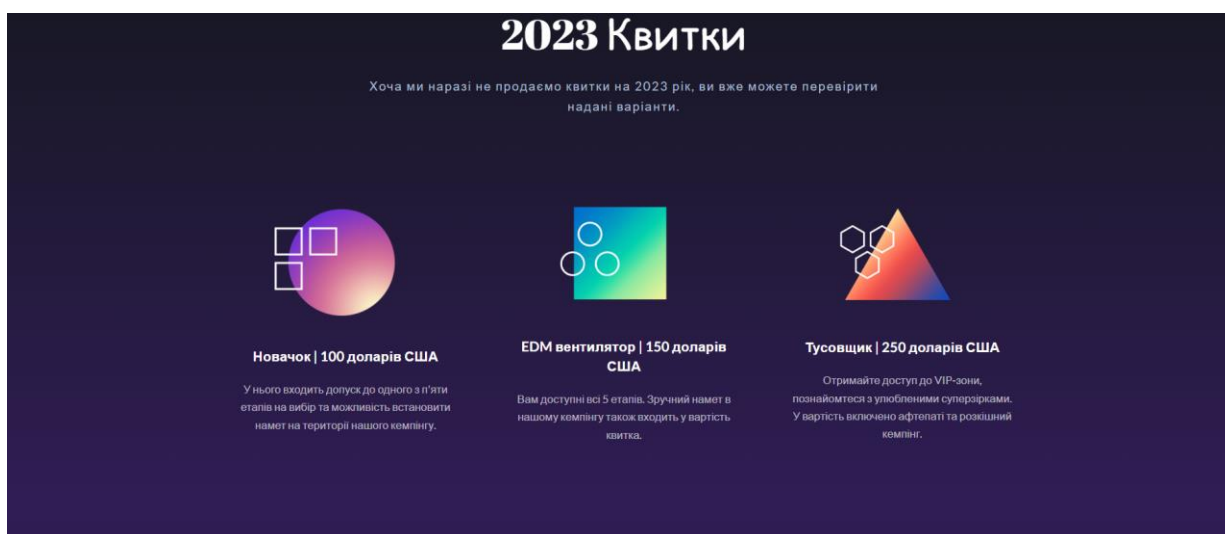


Рисунок 1.15 – Music-Party частина стосовно квитків

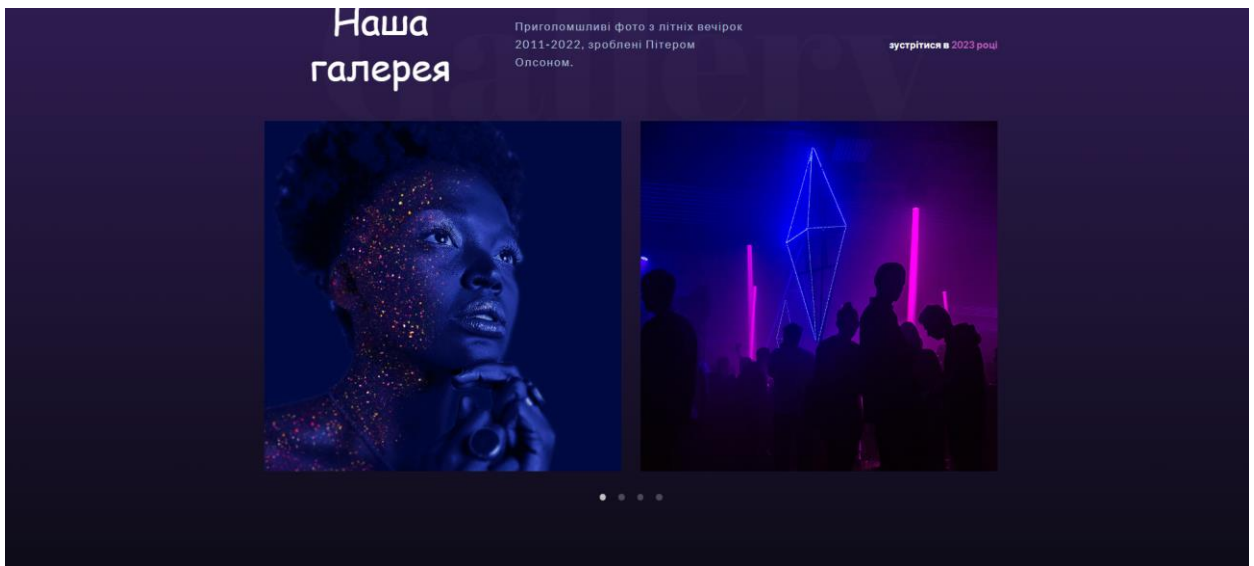


Рисунок 1.16 – Music-Party частина з галереєю

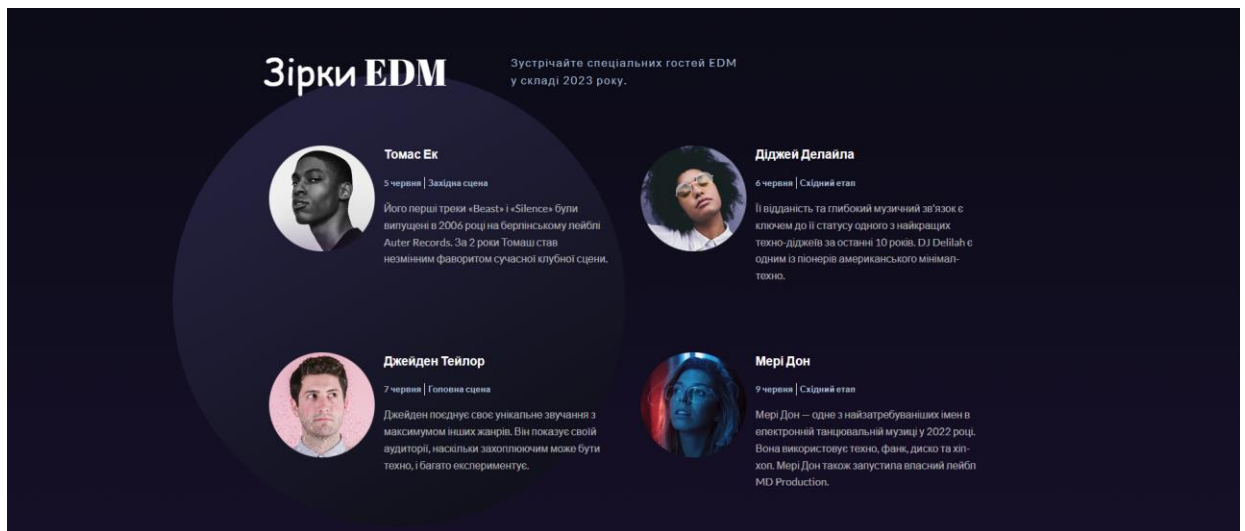


Рисунок 1.17 – Music-Party частина з зірками концерту

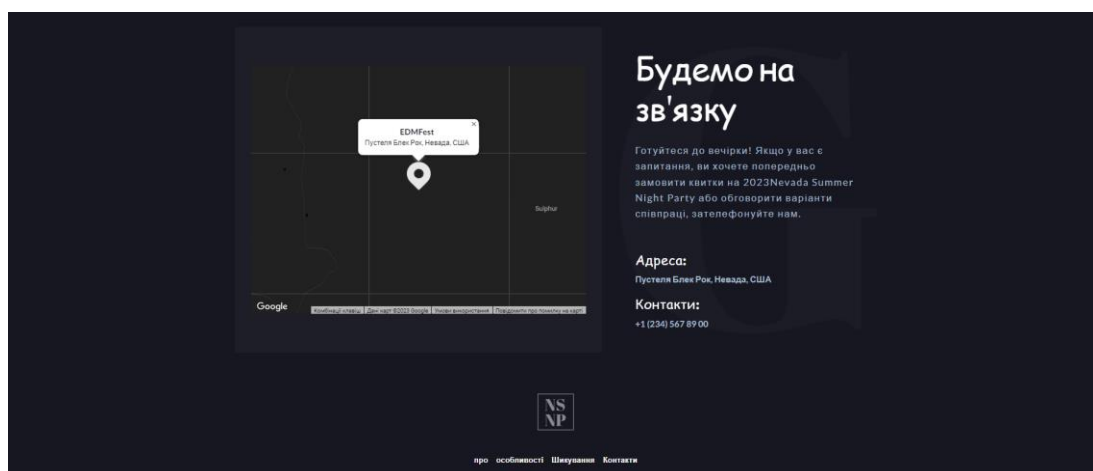


Рисунок 1.18 – Music-Party частина footer[14]

Після детального аналізу аналогів, було визначено їх переваги та недоліки. Їх результати представлені на рисунку 1.19

Характеристика	https://notpot.com/	https://www.maslo.ai/	https://music-party.weblium.site/	Власний web-додаток
Сучасний дизайн	+	+	+	+
Зручний інтерфейс	-	-	+	+
Функціональність(можливість різних корисних і цікавих функцій)	+	+	-	+
Зручна навігація по сайту просування продукції	-	+	+	+
Технічна допомога	-	-	-	+
Відстеження кількості людей яка заходить на сайт просування продукції	-	-	-	+

Рисунок 1.19 – Аналіз аналогів

Дані з рис. 1.19 надають змогу під час розробки звернути увагу на цікаві функціональні доповнення, які можна використати, і недоліки, які варто не допускати. Даний програмний продукт повинен мати сучасний дизайн, зручну навігацію, інтерфейс та головні функції.

1.3 Постановка задачі web-додатку

Метою даного дослідження є розробка сайту «Стильний одяг», який слугує задля просування продукції телеграм каналу. Веб-додаток буде надавати інформацію щодо телеграм-каналу "Nike dropshipping" та мати сучасний дизайн, зручну навігацію, інтерфейс та можливість спілкування (форму зв'язку, чат та номер телефону) із службою технічної підтримки або менеджером.

Задачі, які необхідно виконати:

- визначити актуальність роботи сайту просування продукції, цільову аудиторію та дослідити предметну область;

- провести аналіз web-додатків і виділити їх переваги та недоліки;
- спроектувати модель сайту просування продукції та структуру web-додатку;
- обрати технології для розробки web-додатку;
- розробити прототип web-додатку;
- реалізувати структуру web-додатку, розробити функціонал web-додатку;
- виконати тестування web-додатку.

1.4 Вибір засобів реалізації

Для реалізації даного web-додатку було обрано такі технології, як мову розмітки гіпертексту HTML для створення самої web-сторінки, каскадні таблиці стилів CSS для надання web-сторінкам візуальних ефектів та адаптивності, скриптову мову програмування JavaScript з бібліотекою ReactJS для надання динамічності та асинхронної взаємодії з серверною частиною. Але перевагою React JS перед PHP є оновлення даних та керування бек-ендом.

HTML – це стандартизована мова розмітки документів для відображення веб-сторінок у браузері. Браузери отримують HTML-документи з сервера через HTTP/HTTPS або відкривають їх з локального диска і перетворюють код в інтерфейс, що відображається на екрані монітора[17].

HTML-елементи – це будівельні блоки HTML-сторінки; HTML-компоненти дозволяють вбудовувати інші об'єкти, такі як зображення та інтерактивні форми, у відображувану сторінку. Елементи HTML ідентифікуються за допомогою тегів, написаних у квадратних дужках, таких як `<input />`, які безпосередньо відображають вміст сторінки; теги,

такі як `<div>`, надають інформацію за допомогою навколишнього тексту і можуть містити інші теги в якості дочірніх, які можуть містити інші теги в якості дочірніх. Браузери не відображають HTML-теги, але використовують їх для інтерпретації вмісту сторінки.

CSS – це спеціальна мова, яка використовується для опису макета сторінок, написаних мовою розмітки даних. Таблиці стилів допомагають спростити процес створення сторінок і покращити їхній зовнішній вигляд. Концепція стилів схожа на ту, що реалізована в сучасних текстових редакторах. Текст спочатку вводиться, а потім форматується за допомогою стилів. Стили дозволяють вводити текст та інші елементи, необхідні на сторінці, без необхідності думати про їхній зовнішній вигляд або розміщення [18].

Програмісти зазвичай створюють таблиці стилів окремо від html-файлів. При створенні html-файлів програміст зосереджується на змісті, а не на зовнішньому вигляді сторінки, і навпаки ці дії при створенні таблиць стилів. Тому таблиці стилів можна використовувати, щоб відокремити створення html-файлу від етапу покращення зовнішнього вигляду сторінки.

JavaScript – динамічна, об'єктно-орієнтована мова програмування прототипів, реалізація стандарту ECMAScript, найчастіше використовується для кодування веб-сторінок, де клієнтська частина взаємодіє з користувачем, керує браузером і сервером, а також асинхронно обмінюється даними з сервером для зміни структури і вигляду веб-сторінки [19].

JavaScript класифікується як мова прототипування, динамічно типізованих скриптових мов програмування. Окрім прототипування, JavaScript частково підтримує інші парадигми програмування та деякі пов'язані з ними архітектурні особливості.

2 ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Вибір засобів реалізації

За допомогою нотації IDEF0 була створена структурна та функціональна модель процесу роботи веб-додатку[20]. Ця модель відображає всі дані та вхідну інформацію, що використовуються веб-додатком для підтримки діяльності магазину "Стильний одяг". Діаграма нульового рівня, що відображає цей процес, показана на рисунку 2.1.



Рисунок 2.1 – Контекстна діаграма IDEF0

На рисунку 2.1 зображено, як до веб-додатку підходять 2 стрілочки: запит користувача (те, що він шукає) та дані про товар (картинки та різна інформація, яка зображена). А на виході ми бачимо кінцевий результат, який виконує наш додаток - це перехід до телеграм-каналу, в якому надається весь асортимент, вся інформація та можливість замовлення.

Рисунок 2.2 є варіантом діаграми декомпозиції IDEF0, яка містить детальну декомпозицію кожної фази проекту [21]. Ця діаграма показує послідовність кроків або процесів, які виконуються в проекті. Вона допомагає зрозуміти структуру і взаємозв'язки між різними елементами проекту і детально представляє кожну фазу.

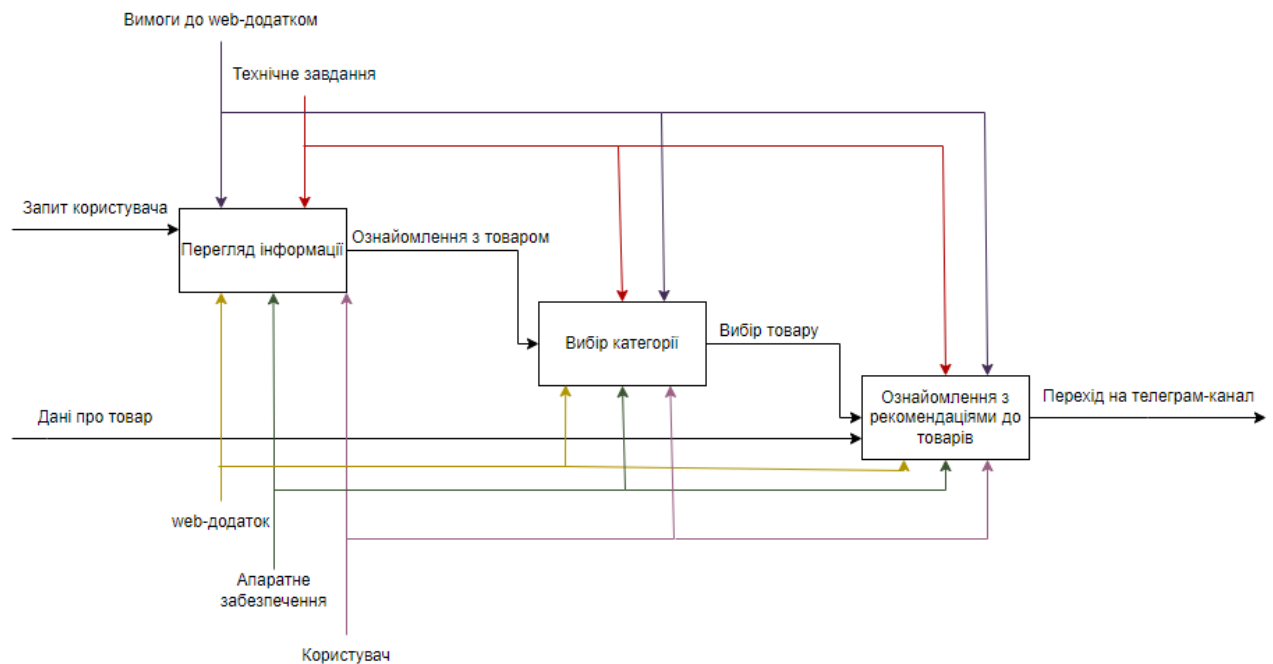


Рисунок 2.2 – Діаграма декомпозиції IDEF0

На рисунку 2.2 зображена діаграма декомпозиції IDEF0, на якій більш детально показана робота web-додатку підтримки. Показано, що дані про товар вже використовуються для ознайомлення з рекомендаціями до товару, оскільки при виборі товару людина користується цими даними, що входять до блоку. Далі ми бачимо, що після перегляду інформації людина вибирає, який товар взяти, з якої колекції це буде. Як і на попередній Контекстній діаграмі IDEF0, показано, що результат такий самий - перехід до телеграм-каналу з повною інформацією та асортиментом.

2.2 Моделювання варіантів використання web-додатку

Моделювання варіантів використання є важливим кроком у розробці додатку. Цей процес включає створення UML (Unified Modeling Language) діаграми, яка надає графічне представлення можливих сценаріїв використання майбутнього додатку [22]. На рисунку 2.3 наведено

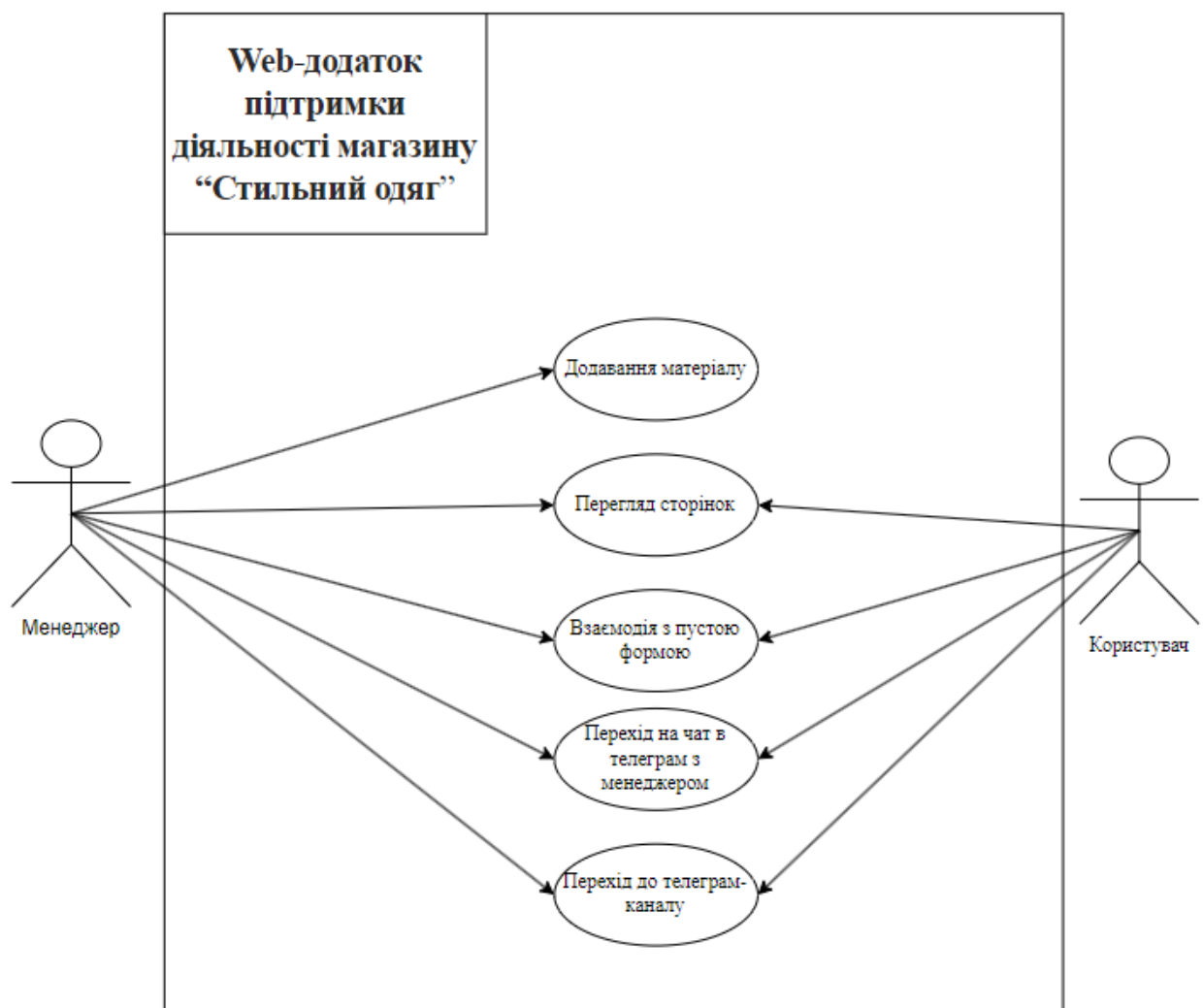


Рисунок 2.3 – Варіанти використання web-додатку підтримки діяльності магазину Стильний одяг

У таблицях 2.1-2.2 наведено опис акторів та варіантів використання

Табл. 2.1 – Актори-користувачі

Назва	Опис
Користувач	Звичайний користувач web-додатку.
Менеджер	Користувач у ролі «адміністратора».

Табл. 2.2 – Опис варіантів використання

Назва	Опис
Додавання матеріалу	Можливість для адміністратора додавати різні товари для ознайомлення та перегляду.
Редагування матеріалу	Можливість для адміністратора змінювати інформацію та матеріали для ознайомлення та перегляду.
Перегляд web-додатку	Можливість для клієнта переглядати інформацію, та для адміністратора редагувати її.
Взаємодія з пустою формою	Можливість заповнити форму щоб не спілкуватися через телеграм чат або дзвінок .
Перехід в чат до телеграму з менеджером	Можливість перейти до чату з менеджером після натискання клавiши чат (перехід в телеграм)
Перехід в телеграм-канал	Можливість перейти в телеграм-канал для замовлення товару або більш детально ознайомитися з ним

Як бачимо на діаграмі, варіанти використання web-додатку підтримки діяльності є два суб'єкти - користувач і менеджер, а також 5 дій, які вони можуть виконувати. Проте ці дії не доступні всім. Наприклад, візьмемо менеджера - він може займатися додаванням та редагуванням матеріалу та переходом до телеграм-каналу. Але, взявши в приклад користувача, він має певні обмеження. Наприклад, він може робити те ж саме, що і менеджер, але не може додавати, змінювати або видаляти матеріал чи картинку з додатку.

3 ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ

3.1 Прототипування

Для створення web-додатку використовувався набір з трьох базових компонентів це html, css, javascript. На діаграмі 3.1 продемонстрований функціонал і зв'язок між цими файлами і актором. Наведено як інформація html виводиться для актора за допомогою стилістики css та функціоналу javascript. Також, при будь-якій взаємодії актора з js, інформація оновлюється і знову виводиться за допомогою html. Нижче наведено на рисунку 3.1 приклад прототипування, який був застосований до web-додатку, щоб зменшити час розробки та покращити результат.

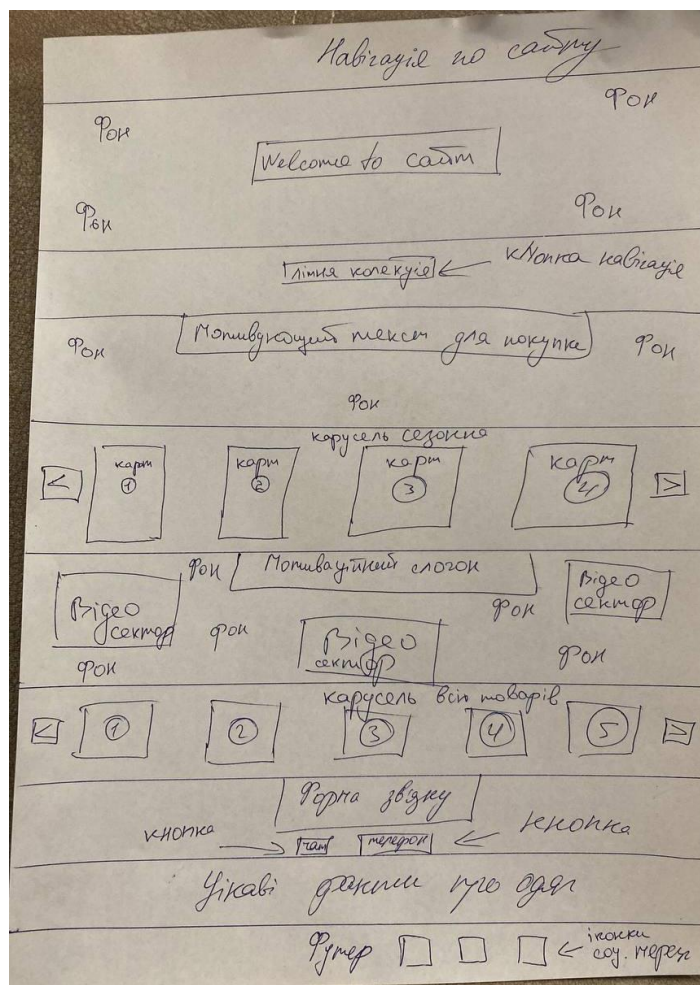


Рисунок 3.1 – Варіант розробки макету у паперову вигляді

На рисунку 3.1 зображено варіант прототип web-додаток просування, але це тільки прототип, який допомагає обходити різні помилки та непорозуміння в ході розробки додатку і дуже економить цінні час та ресурси.

Задачі, які вирішують прототипи:

- Прискорює створення додатків і гарантує, що розробники мають чіткий план дій.

- Полегшує взаємодію між замовниками та розробниками. Клієнти можуть краще донести свої побажання, а менеджери проектів можуть краще сформулювати завдання для своїх співробітників.

- Вони дозволяють реалізовувати складні або нетривіальні проекти.

- Клієнти одразу отримують загальну вартість проекту (без додаткових витрат) та умови реалізації.

Але прототипування це не кінцевий результат, він вдосконалюється по ходу всього проекту, оскільки деякі блоки, іконки, клавiші та інше можуть не гармонійно виглядати на фоні красивого сайту, тому це все виправляється з візуальної сторони. Та завдяки прототипуванню наша розробка виконалась в найкоротші терміни і має гарний результат та швидкий термін виконання порівняно з іншими проектами.

3.2 Структура веб додатку

Немає однакових додатків підтримки, вони всі унікальні. Але є суб'єктивно гарні додатки, і звісно є погано виконані додатки без збереження 5 основних елементів реалізації[23] :

1. Унікальна торгова пропозиція (USP).
2. Зображення або відео товару.
3. Переваги пропозиції.
4. Соціальний доказ.
5. Єдиний заклик до дії (СТА)

Виконуючи всі вище наведені основні поради щодо елементів web-додатку підтримки, ви зможете реалізувати потенціал додатку на всі 200%, але тільки дотримуючись цих порад. Тому в представленому web-додатку підтримки це все реалізовано і використовується для забезпечення успішності роботи додатку [24] .

Структура веб-додатку підтримки стильного одягу розглянута наступним чином:

- Навігаційне меню: Веб-додаток має навігаційне меню, яке дозволяє користувачеві переходити між різними частинами сторінки .

Навігаційне меню реалізовано в рядка з 33 по 45 на рисунку 3.2

```
<body>
  <header>
    <nav>
      <ul>
        <li><a href="#home">Початок</a></li>
        <li><a href="#collections">Сезонна Колекція</a></li>
        <li><a href="#collections2">Вся Колекція</a></li>
        <li><a href="#contact">Контакти</a></li>
        <li><a href="#facts">Щось цікаве</a></li>
      </ul>
    </nav>
  </header>
```

Рисунок 3.2 – Навігаційне меню

- Головна сторінка: Це сторінка, яку бачить користувач при завантаженні додатку. Вона містить загальну інформацію, привітання, пропозицію для користувача та також асортимент.

Головна сторінка реалізована в рядках з 47 по 60 на рисунку 3.3

```

<section id="home" class="section">
  <div class="featured-collections">
    <div class="image-container">
      
      <div class="text-overlay">
        <div class="text-content">
          <h1 class="animate__animated">Welcome to Stylish & Comfortable Clothing</h1>
          <p class="animate__animated">Відкрийте для себе останні тенденції моди та знайдіть ідеальний одяг, який поєднує стиль і комфорт</p>
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>
  <a href="#collections" class="btn">Подивитися літню колекцію</a>
</section>

```

Рисунок 3.3 – Головна сторінка

- Карусель товарів: Каруселі в додатку використовується дві. Одна з них – це сезонні пропозиції та інша загальний асортимент.

Карусель 1 реалізована в рядках з 77 по 111 на рисунку 3.4

```

<section id="collections" class="section">
  <h2 class="animate__animated">Літня колекція</h2>
  <div class="carousel-container">
    <div class="carousel">
      <div class="carousel-item">
        
      </div>
      <div class="carousel-item">
        
      </div>
      <div class="carousel-item">
        
      </div>
      <div class="carousel-item">
        
      </div>
      <div class="carousel-item">
        
      </div>
      <div class="carousel-item">
        
      </div>
      <div class="carousel-item">
        
      </div>
      <div class="carousel-item">
        
      </div>
    </div>
    <div class="carousel-navigation">
      <button class="carousel-prev"><span class="carousel-arrow">&lt;</span></button>
      <button class="carousel-next"><span class="carousel-arrow">&gt;</span></button>
    </div>
  </div>
</section>

```

Рисунок 3.4 – Карусель 1

Карусель 2 реалізована в рядках з 130 по 170 на рисунку 3.5

```

<section id="collections2" class="section">
  <h2 class="animate__animated">Колекція одягу, що дуже вас зацікавить</h2>
  <div class="carousel-container">
    <div class="carousel2">
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
      <div class="carousel-item2">
        
      </div>
    </div>
    <div class="carousel-navigation2">
      <button class="carousel-prev2"><span class="carousel-arrow">&lt;</span></button>
      <button class="carousel-next2"><span class="carousel-arrow">&gt;></span></button>
    </div>
  </div>
</section>

```

Рисунок 3.5 – Карусель 2

- Підтримка та контакти: Користувач може звернутися до менеджера або знайти контактну інформацію, якщо виникнуть запитання або проблеми.

Підтримка та контакти реалізовано в рядках з 172 по 194 на рисунку 3.6

```

<section id="contact" class="section">
  <h2 class="animate__animated">Зв'язок з нами</h2>
  <form id="contactForm">
    <label for="name">Ім'я:</label>
    <input type="text" id="name" name="name">
    <label for="email">Email:</label>
    <input type="email" id="email" name="email">
    <label for="message">Ваше повідомлення:</label>
    <textarea id="message" name="message"></textarea>
    <button type="submit" id="sendButton">Відправити заповнену форму</button>
  </form>
  <div class="contact-options">
    <button class="btn btn--chat" id="chatButton">Чат</button>
    <button class="btn btn--call" id="callButton">Виклик</button>
  </div>
  <div class="social-icons2">
    
    <a href="https://web.telegram.org/k/#@nike_opt" target="_blank">
      
    </a>
    
  </div>
</section>

```

Рисунок 3.6 – Підтримка та контакти

- Соціальні медіа : Додаток має посилання на всі соціальні мережі для контакту з менеджером.

Соціальні медіа реалізовано в рядках з 213 по 228 на рисунку 3.7

```

<footer>
  &copy; 2023 Мій лендінг. Усі права захищені.
  <div class="social-icons">
    <a href="https://viber.com/tel:+380668102940" target="_blank">
      
    </a>
    <a href="https://t.me/diskoden" target="_blank">
      
    </a>
    <a href="https://www.instagram.com/golden_macho/" target="_blank">
      
    </a>
  </div>
</div>
</div>
</div>
</footer>

```

Рисунок 3.7 – Соціальні медіа

- Аналітика: Веб-додаток може включати функції аналітики, які дозволяють відстежувати статистику використання, конверсій та інші метрики. Звіти можуть бути створені для аналізу ефективності додатку. Аналітика реалізована за допомогою Google Analytics. Аналітика реалізована в рядках з 4 по 28 на рисунку 3.8

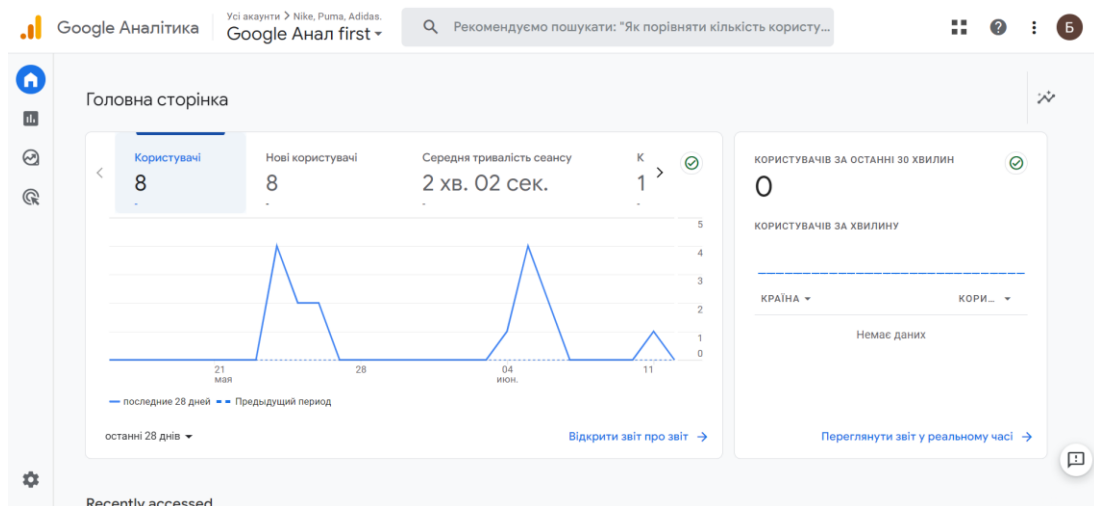


Рисунок 3.8 – Google Analytics

3.3 Програмна реалізація

У процесі розробки web-додатку було використано текстовий редактор Sublime та для виведення інформації було використано localhost. Всі файли були збережені в папці серверу тому при зберіганні всі зміни вступали в дію моментально. При оновленні сторінки localhost вся інформація буде оновлена [25].

Вводимо в браузері localhost і там у нас з'являється:

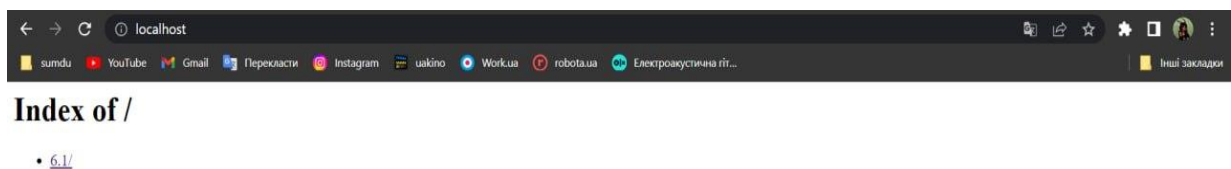


Рисунок 3.9 – Вид localhost 1 частина

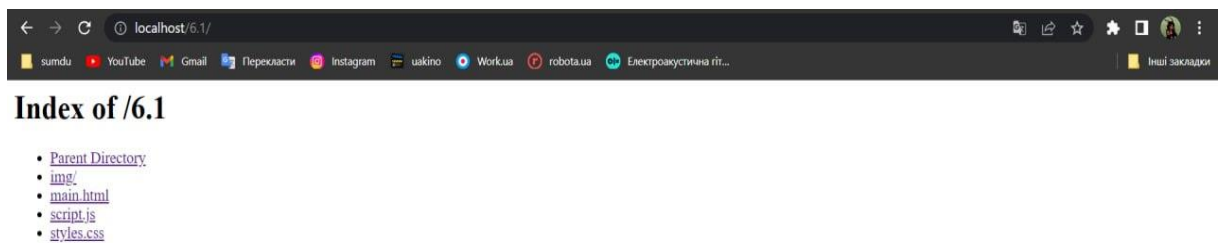


Рисунок 3.10 – Вид localhost 2 частина

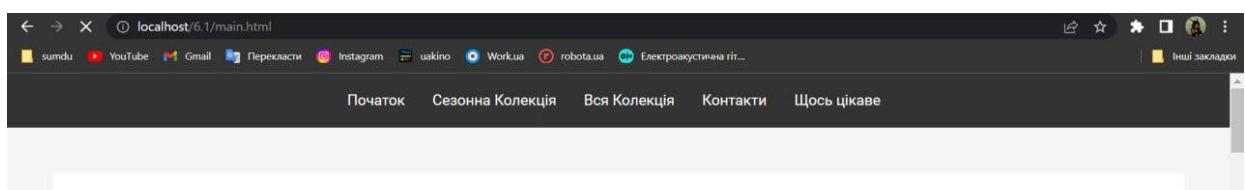


Рисунок 3.11 – Вид localhost 3 частина

3.4 Використання web-додатку зі сторони користувача

Перейшовши за посиланням, користувач потрапляє на головну сторінку веб-додатку (див. рисунок). Ця сторінка містить загальну інформацію, все, що потрібно знати про товари магазину, а також інструкції щодо переваг покупок у рекламованому магазині.

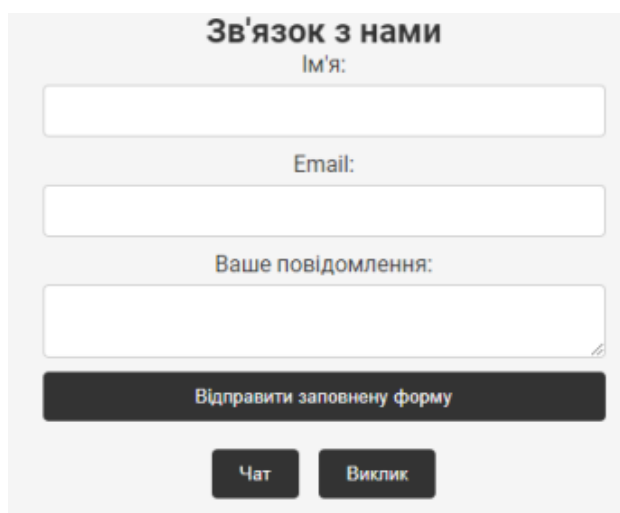
Перший банер може бути графічним або текстовим елементом, який привертає увагу користувача. Його мета – заохотити користувачів продовжувати користуватися додатком і надати інформацію про його основні переваги та можливості.

Інформація про переваги використання веб-додатку пояснює, чому додаток є привабливим і корисним для користувачів. Це може включати опис факторів, які можуть бути цікавими для потенційних користувачів, таких як пропонувані функції, простота використання та можливості для оптимізації їхньої роботи.

На головній сторінці є карусель найгарячіших товарів (сезонні товари) та карусель інших типів товарів. Це товари-бестселери, популярні послуги та інші продукти, які користуються великою популярністю серед користувачів.

Під час тестування веб-додатку підтримки було проведено різні види тестування протягом усієї роботи, так би кажучи, на кожному кроці була перевірка функціонування додатку, щоб забезпечити успішну розробку та повне функціонування.

На скріншоті 3.12 показана реалізація чату (кнопка переходу в телеграм-канал для зв'язку з менеджером), дзвінка (функція дзвінка на телефон) і форми, якщо ви не хочете зв'язуватися з менеджером по телеграму або телефону. І, звісно, форма призначена також для запиту, відгуків або пропозицій щодо співпраці на сайті.



Зв'язок з нами

Ім'я:

Email:

Ваше повідомлення:

Відправити заповнену форму

Чат Виклик

Рисунок 3.12 – Частина web-додатку просування для зв'язку

Всі ці елементи розміщуються на головній сторінці, щоб залучити та зацікавити користувачів, надати важливу інформацію та заохотити до подальшого використання веб-додатку.

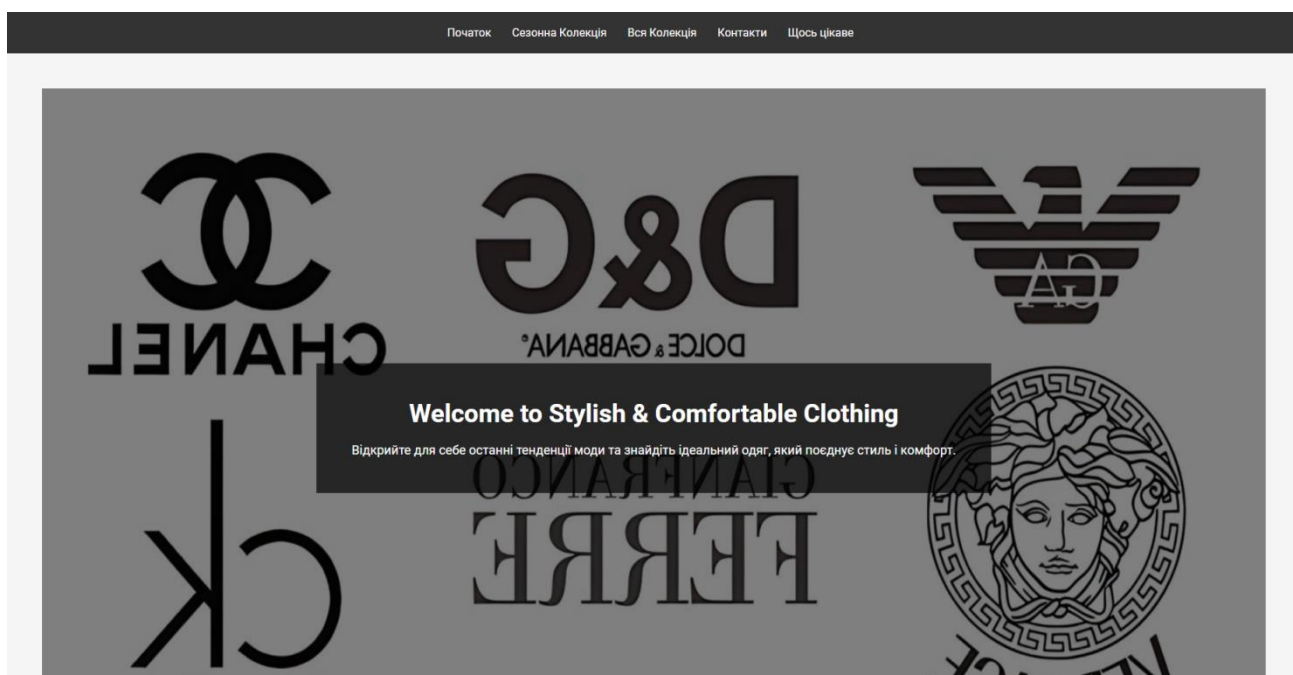


Рисунок 3.13 – Головна сторінка web-додатку header

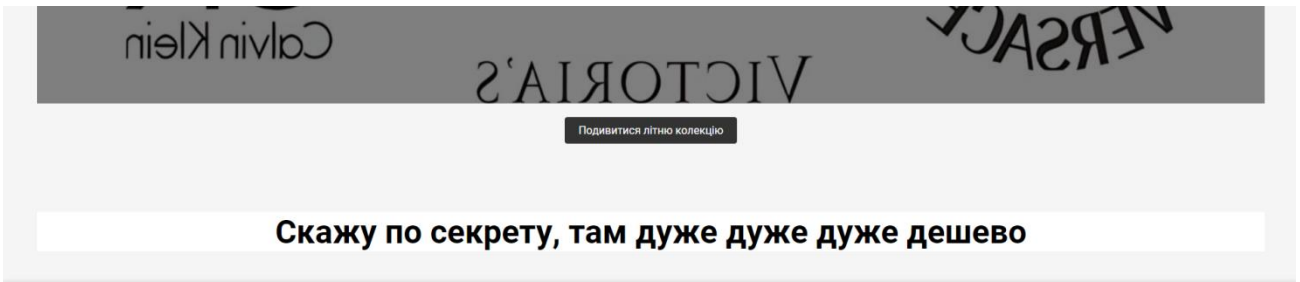


Рисунок 3.13 – Головна сторінка web-додатку наповнення

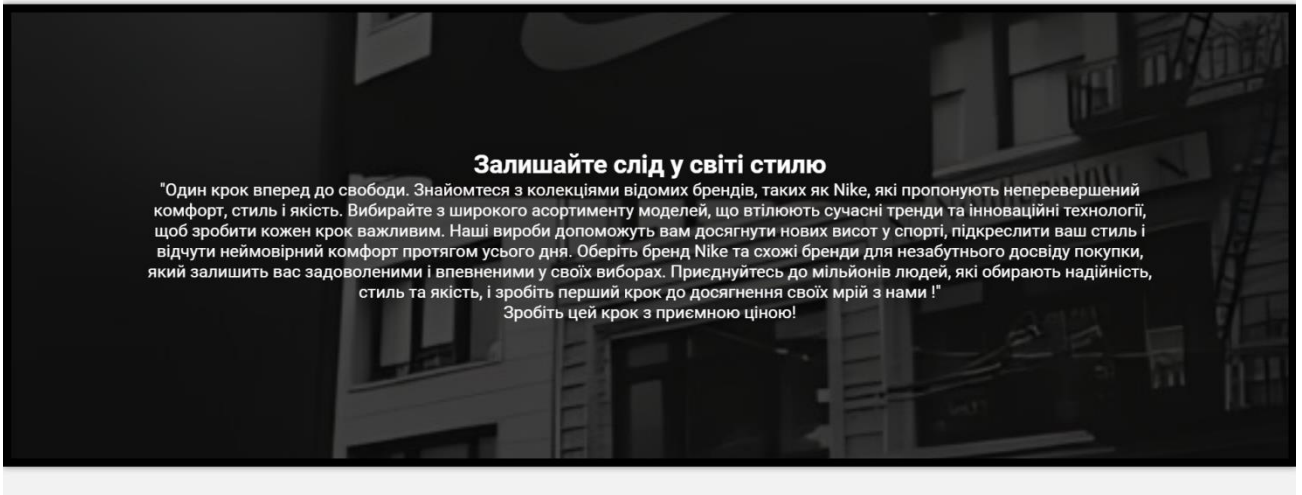


Рисунок 3.14 – Мотиваційний текст для покупки



Рисунок 3.15 – «Літня колекція» карусель web-додатку



Рисунок 3.16 – Відео web-додатку



Рисунок 3.17 – Карусель різних товарів web-додатку

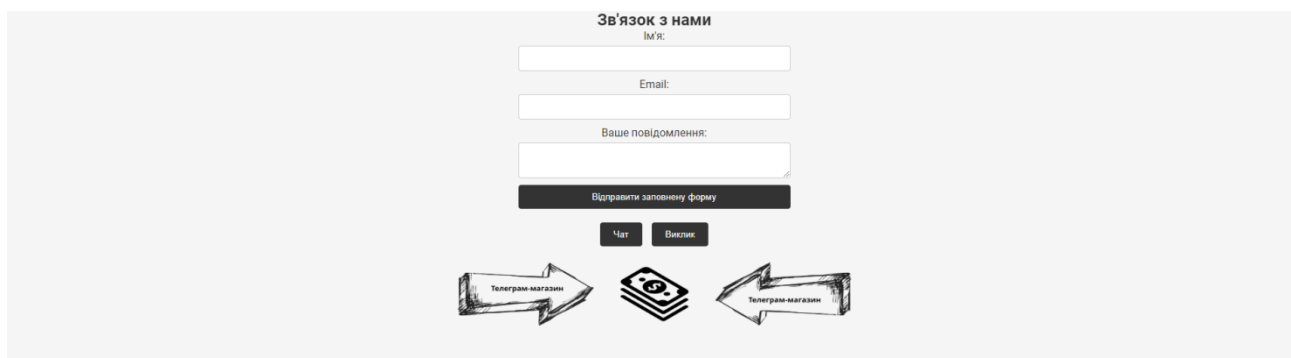


Рисунок 3.18 – Комунікаційна частина web-додатку

ЦІКАВІ ФАКТИ ПРО ОДЯГ

Найпопулярніші кольори одягу в світі - чорний, білий, сірий, синій і червоний.

Перша рекламна компанія під гаслом "just do it" була запущена в 1988 році.

Бавовна - найпоширеніший матеріал для виробництва одягу.

Стартовий капітал - 1200\$. Саме з такою кількістю грошей почали свій шлях - засновники Nike Inc.

Одяг відображає нашу індивідуальність та стиль, а його історія пов'язана з захоплюючими фактами та цікавими випадками. Коли ми одягаємося, ми виражаємо себе через кольори, тканини та бренди. Від дизайну до виробництва, світ одягу є невичерпним джерелом творчості та інновацій.

© 2023 МІЯ лендінг. Усі права захищені.



Рисунок 3.19 – Цікаві факти на web-додатку footer

ВИСНОВКИ

Web-додаток підтримки "Стильний одяг" розроблений з метою залучення конверсій та/або продажів товару. Ця мета досягається завдяки швидкому і зручному пошуку або ознайомленню користувачів з наявним асортиментом через додаток.

Під час виконання бакалаврської роботи були виконані встановлені завдання. А саме:

- проведено дослідження предметної області та значення сайтів, які розроблюються задля просування події або товарів;
- виконано етапи моделювання веб-додатку «Стильний одяг»;
- на базі спроектованої моделі та структури сайту виконано розробку веб-додатку.

Головною функцією додатку є надання зручного інструменту для знайомства з продукцією. Він дозволяє потенційним покупцям швидко ознайомитися з різноманітними моделями одягу, що доступні для придбання. Користувачі можуть переглядати фотографії та відео, описи та іншу важливу інформацію про товари, що пропонуються.

Додаток також використовує посилання на Telegram-канал для подальшого залучення користувачів. Це може бути зручним способом спілкування з покупцями, надання додаткової інформації, відповіді на запитання, а також оформлення замовлень через зручний для них месенджер.

Загалом, завдяки Web-додатку "Стильний одяг", потенційні покупці можуть швидко та зручно ознайомитися з асортиментом товарів та знаходити бажані товари. Це сприяє зростанню конверсій та продажів, оскільки забезпечує зручність, доступність і ефективність процесу ознайомлення з продукцією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ефективні заклики до дії на сайті як інструмент маркетингу – Lemarbet. Lemarbet | Створення та розвиток інтернет-магазинів. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/effektivnye-prizyvu-k-dejstviyu-na-sajte-kak-instrument-marketinga/> (дата звернення: 21.03.2023).
2. Що таке лендінги, для чого вони потрібні і на що здатні. TM Глянець – Розробка і підтримка сайтів. URL: <https://glyanec.net/ua/blog/scho-take-lendingi-dlya-chogo-voni-potribni-i-na-scho-zdatni> (дата звернення: 15.03.2023).
3. The WordStream Blog. WordStream. URL: <https://www.wordstream.com/blog> (дата звернення: 20.03.2023).
4. Digital marketing training delivered by the best. CXL. URL: <https://cxl.com/> (дата звернення: 28.04.2023).
5. Crazy egg website – optimization | heatmaps, recordings, surveys & A/B testing. Crazy Egg. URL: <https://www.crazyegg.com/> (дата звернення: 15.04.2023).
6. Neil patel: helping you succeed through online marketing!. Neil Patel. URL: <https://neilpatel.com/> (дата звернення: 12.04.2023).
7. Unbounce - the landing page builder & platform. Unbounce. URL: <https://unbounce.com/> (дата звернення: 17.03.2023).
8. Kissmetrics: event analytics for web, mobile and more. Kissmetrics: Event Analytics for Web, Mobile and More. URL: <https://www.kissmetrics.io/> (дата звернення: 29.04.2023).
9. Conversion rate experts – optimization for your website. Conversion Rate Experts – Optimization for your website. URL: <https://conversion-rate-experts.com/> (дата звернення: 12.03.2023).
10. Дослідження ринку SEO – опитування топових SEO агенцій – Plerdy. Plerdy – tools to improve conversions, usability analysis and

SEO. URL: <https://www.plerdy.com/ua/blog/seo-market-research-survey/>
(дата звернення: 04.04.2023).

11. Етапи створення веб сайтів: які є основні кроки розробки - WebTune. Webtune. URL: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/etapy-stvorennya-veb-sajtiv/> (дата звернення: 15.03.2023).
12. Kohavi, Ron; Longbotham, Roger (Online Controlled Experiments and A/B Tests) [Електронний ресурс] – Доступ до ресурсу: https://web.archive.org/web/20191018142117/https://www.explatform.com/Documents/2015%20Online%20Controlled%20Experiments_EncyclopediaOfMLDM.pdf (Дата звернення: 10.04.23)
13. "Building Successful Websites and Apps for Government" by Sarah Horton and Kevin Li [Електронний ресурс] – Доступ до ресурсу: <https://www.symsoftsolutions.com/ux-design/7-government-websites-with-the-best-ux-design/> (Дата звернення: 29.03.23)
14. Nevada summer night party. Music Party Website Template Demo. URL: <https://music-party.weblium.site/> (дата звернення: 15.04.2023).
15. Maslo. maslo. URL: <https://www.maslo.ai/> (дата звернення: 20.03.2023).
16. Not pot - world's chilliest CBD gummies & CBD oil. Not Pot - World's Chillest CBD Gummies & CBD Oil. URL: <https://notpot.com/> (дата звернення: 20.03.2023).
17. HTML Підручник. Початок. Уроки для початківців. W3Schools українською. HTML CSS JavaScript PHP. W3Schools українською. Уроки для початківців. URL: <https://w3schoolsua.github.io/html/index.html#gsc.tab=0> (дата звернення: 28.03.2023).
18. CSS Підручник. Уроки для початківців. W3Schools українською. HTML CSS JavaScript PHP. W3Schools українською. Уроки для початківців. URL:

<https://w3schoolsua.github.io/css/index.html#gsc.tab=0> (дата звернення: 28.03.2023).

19. JavaScript Підручник. Уроки для початківців. W3Schools українською. HTML CSS JavaScript PHP. W3Schools українською. Уроки для початківців. URL: <https://w3schoolsua.github.io/js/index.html#gsc.tab=0> (дата звернення: 28.03.2023).
20. Лекція 6. Нотація IDEF0. Elib LNTU. URL: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/Кондіус%20%20Готовва/page9.html (дата звернення: 21.03.2023).
21. Управління IT-проектами : Метод. вказівки / ред. О. Носовець ; уклад. А. Яковенко. Київ : НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», 2017. 47 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/84838992.pdf> (дата звернення: 10.04.2023).
22. Ефективні заклики до дії на сайті як інструмент маркетингу – Lemarbet. Lemarbet | Створення та розвиток інтернет-магазинів. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/effektivnye-prizyvu-k-dejstviyu-na-sajte-kak-instrument-marketinga/> (дата звернення: 21.03.2023).
23. How to create a landing page [fast & without technical skills]. Email Marketing Automation Platform for Thriving Businesses. URL: <https://moosend.com/blog/how-to-create-a-landing-page/> (дата звернення: 26.03.2023).
24. The anatomy of successful landing pages. MoreVisibility. URL: <https://www.morevisibility.com/blogs/sem/the-anatomy-of-successful-landing-pages.html> (дата звернення: 12.03.2023).
25. Бондаренко С. Що таке localhost та як його використовують в розробці. Highload.today - медіа для розробників. URL: <https://highload.today/uk/shho-take-localhost-ta-yak-jogo-vikoristovuyut-v-rozrobtsi/> (дата звернення: 29.04.2023).

ДОДАТОК А

ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ

«Web-додаток підтримки діяльності магазину Стильний одяг»

ПОГОДЖЕНО:

Доцент кафедри комп'ютерних наук

_____ Неня В.Г.

Студент групи ІТ-92/1

_____ Бакляк Д.В.

1. Призначення й мета створення web-додатку“ Стильний одяг”

1.1 Призначення web-додатку”

Розробка призначена для швидкого та зручного пошуку або ознайомлення з нашим товаром, який можна придбати за посиланням (посилання на телеграм канал).

Додаток спрямований на конкретну мету – це залучення конверсій або продажів продукту.

1.2 Мета створення “Стильний одяг ”

Мета проекту – створення зручного для користування інструменту просування продукції “Стильний одяг”. Користувачі мережі інтернет отримають універсальний сайт, який сприятиме покращенню процесу продажу.

1.3 Цільова аудиторія

Цільовою аудиторією “Стильний одяг” є широкий спектр користувачів, включаючи наступні групи осіб:

- підприємці та власники магазинів одягу;
- продавці одягу;
- покупці одягу.

Статистично, це доволі велика кількість людей, так як одяг – це продукція, попит на яку ніколи не знизиться.

2 Вимоги до проекту

2.1 Вимоги до проекту в цілому

2.1.1 Вимоги до структури й функціонування

«**Стильний одяг**» повинен бути реалізований за допомогою web-інструментів та забезпечувати визначений набір функціональних можливостей.

Кінцевий продукт даного проекту має бути представлений web-додаток, який містить якісне інформаційне наповнення та графічні матеріали.

2.1.2 Вимоги до персоналу

Персонал не повинен мати особливих технічних навичок для роботи з web-сайтом і його підтримкою. Єдиною вимогою є наявність навичок користування персональним комп'ютером та web-браузером.

2.1.4 Вимоги до розмежування доступу

Розроблюваний web-сайт має бути загальнодоступним у мережі Інтернет. Права доступу до сторінок для клієнтів та звісно якщо якусь інформацію додати або змінити то це адміністратор. Адміністратор має необмежений доступ до даних з правами перегляду, додавання, редагування, видалення.

Відвідувач «**Стильний одяг**» може переглядати головну сторінку із загальними рекомендаціями.

Клієнт багато прав не має але вони і не потрібні, головне це перегляд інформації.

2.2 Структура «Стильний одяг »

2.2.1 Загальна інформація про структуру «Стильний одяг »

До структури «**Стильний одяг**» входять одна web-сторінка, яка є загальнодоступною.

Перелік сторінок web-додатку наступний:

- Є тільки одна сторінка і це - головна сторінка. Вона має всю потрібну інформацію щоб ознайомитися з продуктом або ознайомитися з послугами.
- Чат з консультантом, щоб він міг ознайомити клієнта із всією інформацією якщо людині щось не зрозуміло.

2.2.2 Навігаційне меню

За допомогою web-додатку підтримки "Стильний одяг" зручно здійснювати навігацію та знаходити необхідну інформацію. Зверху сторінки додатку знаходиться головне навігаційне меню, яке дозволяє швидко переміщатися між різними розділами. Користувач може гортати головну сторінку або натискати на відповідні посилання.

2.2.3 Управління контентом

Всім контентом заправляє адміністратор. А користувачі можуть тільки дивитися та ознайомлюватися а ще є можливість натиснути на клавішу переходу на платформу з товаром.

2.2.4 Дизайн «Стильний одяг»

Дизайн веб-додатку буде мінімалістичним та зручним для користувача. Всі важливі моменти будуть виділені за допомогою блоків, щоб користувачі могли швидко і легко зосередитися на важливому і не загубитися. Для створення комфортного використання також будуть використані м'які анімації.

2.3 Вимоги до видів забезпечення

2.3.1 Вимоги до лінгвістичного забезпечення

Весь текст у ”Стильний одяг” має бути виконаний українською мовою.

2.3.2 Вимоги до програмного забезпечення

Для забезпечення стабільної роботи web-сайту має бути Internet Explorer 7.0 і вище, або Firefox 3.5 і вище, або Opera 9.5 і вище, або Safari 3.2.1 і вище, або Chrome 2 і вище.

2.4 Вимоги до функціонування системи

2.4.1 Потреби користувача

Потреби користувача, визначені на основі рішення замовника, представлені у таблиці А.1.

Таблиця А.1 – Потреби користувача

ID	Потреби користувача	Джерело
UN-01	Перегляд контенту головної сторінки	Клієнт
UN-02	Можливість редагування та видалення контенту	Адміністратор
UN-03	Можливість перейти на сайт продукту	Клієнт
UN-04	Можливість зайти в тех. підтримку	Клієнт
UN-05	Можливість відстеження статистики облікового запису	Адміністратор

2.4.2 Системні вимоги

Проаналізувавши потреби користувачів до web-сайту, було визначено наступні вимоги:

- Перегляд контенту головної сторінки;
- Можливість редагування та видалення контенту;
- Можливість перейти на сайт продукту;
- Можливість відстеження статистики облікового запису;

3 Склад і зміст робіт зі створення «Стильний одяг»

Детальний опис етапів створення «Стильний одяг» наведено в таблиці А.2.

Таблиця А.2 – Етапи створення «Стильний одяг»

№	Склад і зміст робіт	Строк розробки
1	Розробка шаблону web-додатку	2 дні
2	Задання верстки сторінок web-додатку	14 днів
3	Розробка рекламної моделі	7 днів
4	Розробка модулю тех. підтримки	7 днів
5	Наповнення контентом web-додатку	14 днів
6	Beta-тестування	8 днів
7	Alpha-тестування	5 днів
8	Розміщення на хостингу	1 день
9	Перевірка працездатності	2 дні
10	Написання супровідної документації	2 дні
11	Реліз web-додатку	1 день
	Загальна тривалість робіт	63 днів

4 ВИМОГИ ДО СКЛАДУ Й ЗМІСТУ РОБІТ ІЗ ВВЕДЕННЯ WEB СТОРІНКИ В ЕКСПЛУАТАЦІЮ

Для введення web додатку в експлуатацію потрібно локально розгорнути його на локальному хості робочої станції.

ДОДАТОК Б

ПЛАНУВАННЯ РОБІТ

Мета проекту – створення зручного для користування інструменту просування продукції “Стильний одяг”. Користувачі мережі інтернет отримають універсальний сайт, який сприятиме покращенню процесу продажу.

Через те що Web-додаток підтримки– це односторінковий сайт, на ній буде незручно розміщувати каталог з великою кількістю товарів. Ідеальний варіант для сайту просування продукції — це один товар або послуга, з можливістю зміни характеристик. Такі цільові сторінки нічого не продають і лише розповідають про товар, акцію, компанію. Мета інформаційного сайту просування продукції — підіграти інтерес до продукту, перейти на основний сайт компанії. В інфо-додатках для привернення уваги часто використовують яскравий дизайн, флеш-анімацію. Web-додаток підтримки «Стильний одяг» має бути розробленим до дедлайну. Даний продукт буде актуальним для використання на території України. Цільовою аудиторією “Стильний одяг ” будуть абсолютно всі користувачі мережі інтернет.

Деталізацію мети проекту виконують за допомогою SMART-методу. Це дозволяє більш конкретно представити призначення розроблюваного продукту. Для виконавця даного проекту формат постановки SMART-мети такий: «Розробити веб-додаток “Стильний одяг ”, який орієнтується на рекламі для підігрівання інтересу до певного товару».

Результат деталізації методом SMART розміщено у таблиці Б.1.

Таблиця Б.1 – Деталізація мети проекту методом SMART

Specific (конкретна)	Створити сайт просування продукції сторінку без обмежень яка дуже детально і яскраво ознайомлює з певним товаром чи послугою.
Measurable (вимірювана)	Цікава подача і оформлення сайту зможе зацікавити до 1000 людей кожного дня .
Achievable (досяжна, узгоджена)	Мета досяжна, є затверджене технічне завдання.
Relevant (актуальна)	Метою створення є забезпечення максимального комфорту користувачів для ознайомленням з певною послугою чи товаром.
Time-framed (обмежена в часі)	Є конкретний термін – до 06 червня 2023 р.

Планування змісту робіт. Планування змісту роботи сайту просування продукції може включати наступні етапи:

Визначення цілей та мети сайту просування продукції: цей етап передбачає встановлення основних цілей створення сайту просування продукції та підбір метрик для оцінки його ефективності.

Аналіз цільової аудиторії: цей етап передбачає вивчення потреб та очікувань цільової аудиторії, її поведінки та демографічних характеристик.

Вибір тематики та контенту: на цьому етапі визначається тематика сайту просування продукції та його основний контент, такий як заголовки, опис товару або послуги, фотографії та відео.

Розробка дизайну: цей етап включає розробку дизайну сайту просування продукції з урахуванням його тематики, цільової аудиторії та основних цілей.

Відповідність правилам SEO: на цьому етапі забезпечується відповідність сайту просування продукції правилам SEO, зокрема, структура сторінки, ключові слова, мета теги та інше.

Тестування та аналіз даних: на цьому етапі проводяться тестування сайту просування продукції та аналізується його ефективність, зокрема, визначається конверсія, час перебування на сторінці, кількість переходів на посилання та інше.

Оптимізація та вдосконалення: на цьому етапі вносяться зміни до сайту просування продукції з урахуванням результатів аналізу та тестування, що дозволяє підвищувати його ефективність та конверсію.

У плануванні змісту роботи сайту просування продукції важливо враховувати специфіку бізнесу та потреби цільової аудиторії. Розробка ефективного сайту просування продукції може забезпечити збільшення конверсії та покупок, збільшення популярності бренду та залучення нових клієнтів. При цьому важливо дотримуватись основних принципів проектування сайту просування продукції, зокрема:

Простота та зрозумілість: сайт просування продукції повинен бути простим та зрозумілим для відвідувачів, щоб вони могли швидко знайти необхідну інформацію та взяти участь в пропонованій акції.

Структурованість: важливо структурувати інформацію на сайті просування продукції за допомогою заголовків, списків, абзаців та інших елементів, щоб вона була зрозумілою та доступною для відвідувачів.

Захоплюючий контент: контент на сайті просування продукції повинен бути захоплюючим та привабливим для відвідувачів, щоб вони мали бажання дізнатись більше про пропонований продукт чи послугу.

Використання візуальних ефектів: візуальні ефекти, такі як фотографії, відео та анімація, можуть допомогти привернути увагу відвідувачів та зробити сайт просування продукції більш привабливим.

Використання соціального доказу: на сайті просування продукції можна використовувати відгуки, рейтинги та інші елементи соціального доказу, що допомагають збільшити довіру відвідувачів та переконати їх у необхідності придбання продукту чи послуги.

Узагальнюючи, сайт просування продукції є важливим інструментом

для просування продуктів та послуг в Інтернеті. Його розробка потребує вивчення основних принципів проектування та врахування специфіки бізнесу та цільової аудиторії. Ефективний сайт просування продукції може забезпечити збільшення кількості клієнтів та прибутку компанії, тому важливо дотримуватись основних принципів та рекомендацій при його розробці.

Наприклад, при розробці сайту просування продукції для продажу одягу, варто звернути увагу на візуальне оформлення сторінки та фотографії продукту, щоб вони були якісними та привабливими. Також важливо враховувати особливості цільової аудиторії, наприклад, якщо це молодь, можна використовувати більше елементів візуального дизайну та соціального доказу.

Крім того, сайт просування продукції повинен бути оптимізований для пошукових систем, щоб забезпечити його високий рейтинг в пошукових системах та збільшити кількість потенційних клієнтів.

Важливо також проводити аналіз ефективності сайту просування продукції, зокрема використовуючи інструменти веб-аналітики, щоб виявити недоліки та вдосконалити його.

Отже, розробка ефективного сайту просування продукції вимагає уважного планування та використання спеціальних інструментів. Продуманий та якісний сайт просування продукції може забезпечити успіх компанії та збільшення кількості клієнтів, тому варто приділяти йому належну увагу при рекламі та продажу продуктів чи послуг в Інтернеті.

Діаграма WBS зображена на рисунках Б.1.1- Б.1.2

OBS діаграма використовується для розподілу роботи між учасниками. У цьому випадку вся діяльність, пов'язана з пошуком ідей та визначенням роботи. Всі інші етапи повинні бути виконані студентом. Діаграма OBS показана на рисунках Б.2.1- Б.2.2

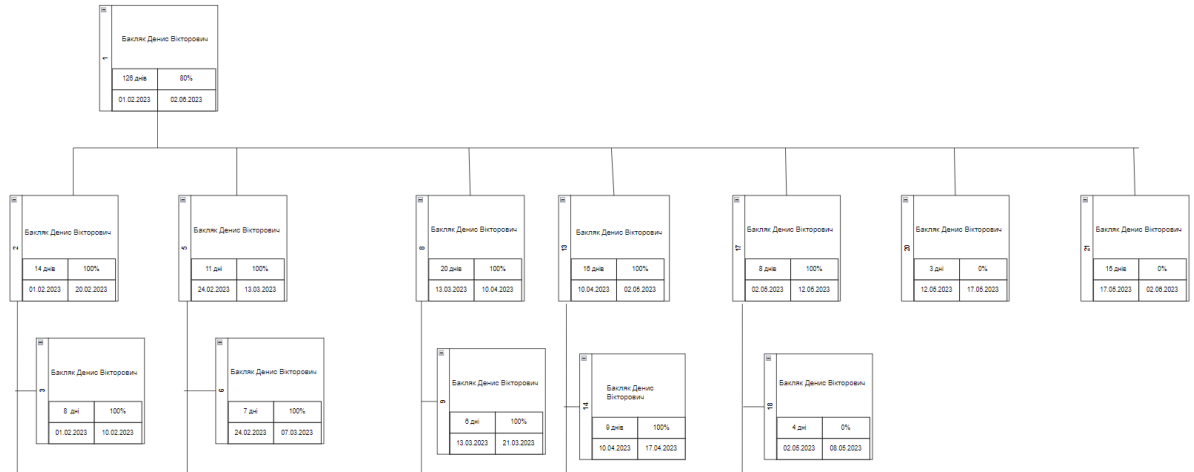


Рисунок Б.1.1 – Діаграма засобами WBS

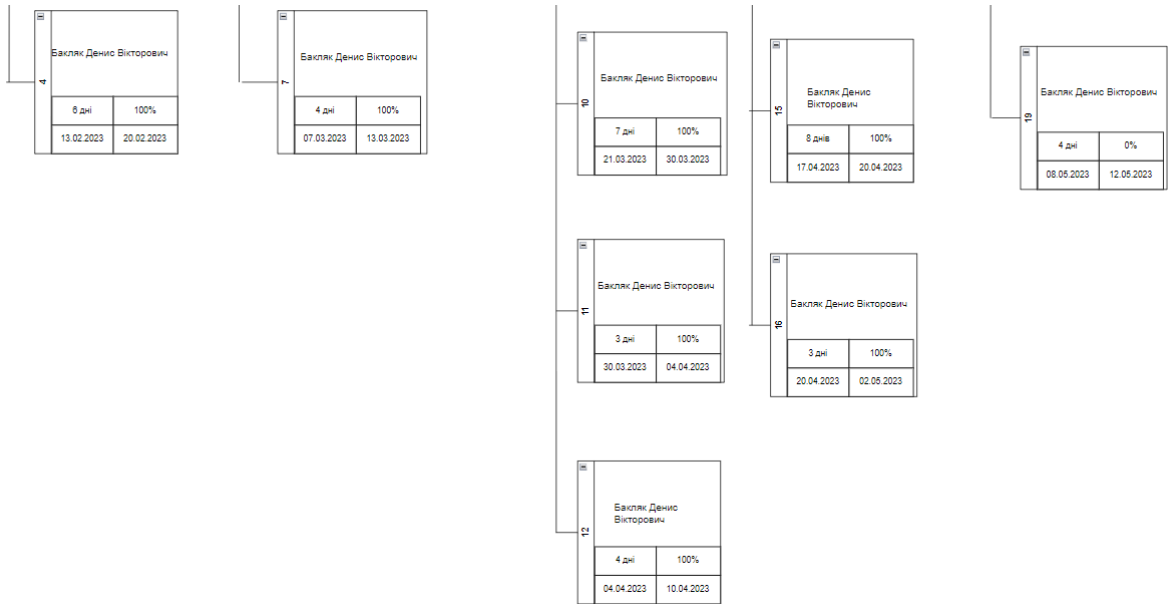


Рисунок Б.1.2 – Діаграма засобами WBS

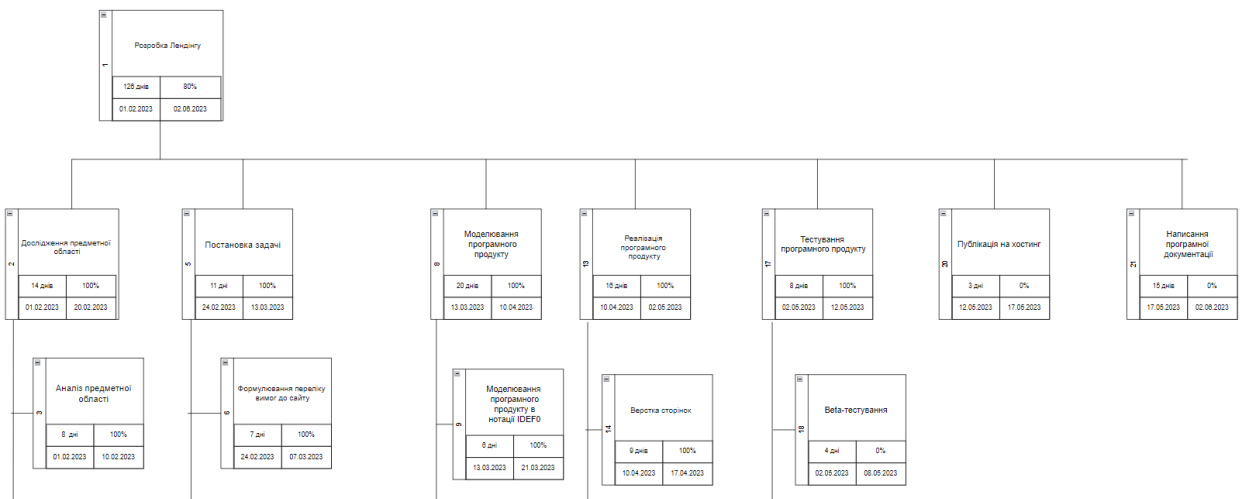


Рисунок Б.2.1 – Діаграма засобами OBS

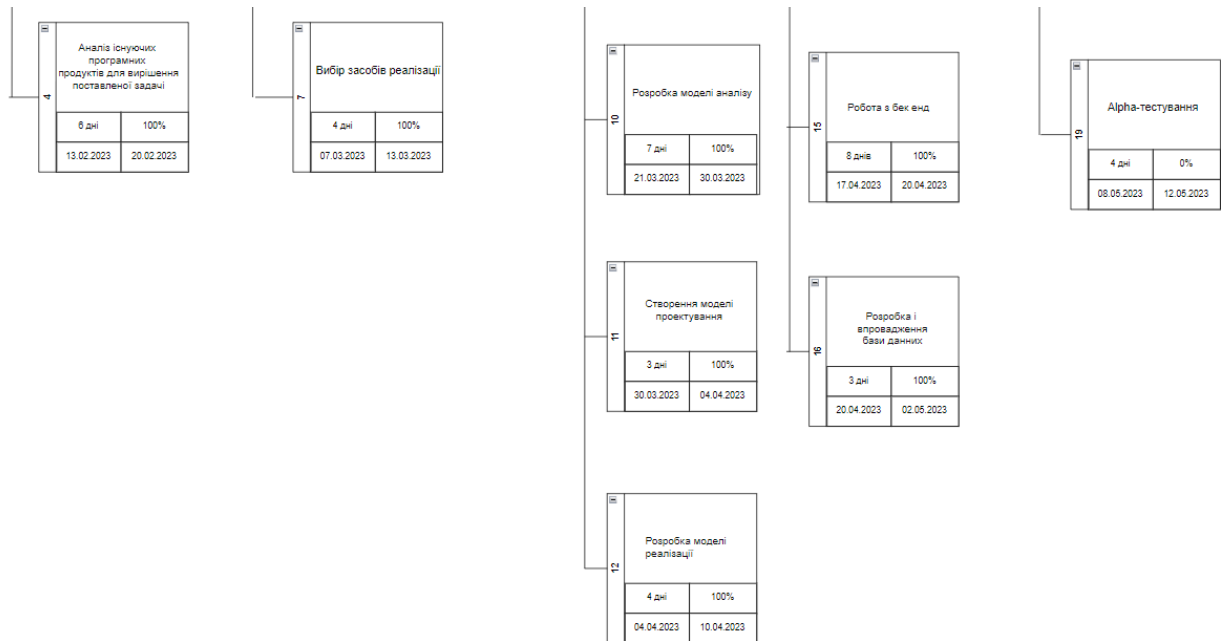


Рисунок Б.2.2 – Діаграма засобами OBS

Як наведено на Рисунках Б.2.1- Б.2.2, було створено діаграму засобами OBS для відстеження ключових показників, таких як цілі, підцілі, терміни їх досягнення, послідовність виконання завдань і відповідальні за досягнення цих цілей.

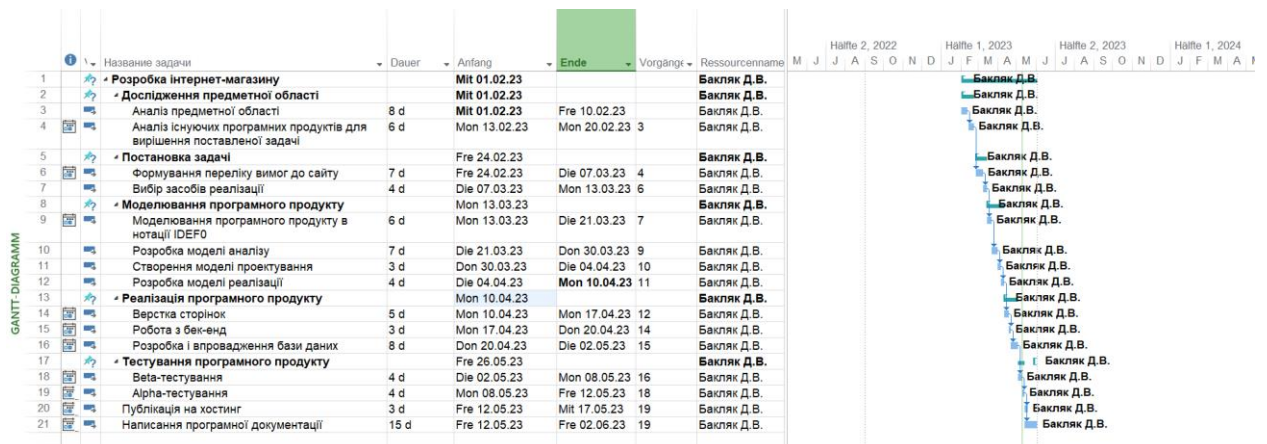


Рисунок Б.3 – Загальний вигляд діаграми всього проекту

Управління проектними ризиками – одна з найважливіших частин проекту. Виявлення потенційних проблем у розробці, тестуванні та дизайні може вберегти вас від непотрібних дій. Виявлені дефекти також можуть допомогти прискорити процес розробки та знайти альтернативи на етапі планування. Інформація про виявлені ризики представлена в таблиці Б.4.

Таблиця Б.4 – Ідентифікація ризиків

№ ризику	Назва (опис) ризику	Ймовірність (0,1-0,9)	Вплив (0,05-0,8)	Ранг
1	Не чітка ясність вибраного товару	0,3	0,8	0,24
2	Поява альтернативного продукту	0,3	0,2	0,06
3	Неправильне використання часу	0,5	0,8	0,2
4	Низька кваліфікація розробників	0,1	0,4	0,08
5	Непорозуміння між розробником та замовником	0,3	0,8	0,12
6	Вимкнення світла	0,3	0,8	0,24
7	Негативний фізичний стан розробників	0,1	0,2	0,1
8	Неправильне сприйняття цільової аудитор	0,5	0,8	0,24
9	Зміни вимог і трендів	0,3	0,4	0,1
10	Недостатнє привертання уваги	0,3	0,4	0,1

Для оцінки проблеми використовується матриця ймовірності та ризику. Всі несправності в зеленій зоні оцінюються як прийнятні, в жовтій - як виправдані, а в червоній – як неприйнятні. Зелена оцінка означає, що проблема має лише незначний вплив на загальний бізнес. Жовта оцінка означає, що ризик існує, але додаткові стратегії можуть запобігти проблемі. Червоні ризики, однак, повинні бути усунені якомога швидше або

ймовірність шкоди для проекту повинна бути значно знижена. Розподіл ризиків за впливом та ймовірністю наведено в Таблиці Б.5. Шкала оцінки ризиків також наведена в Таблиці Б.6. Заходи для ризиків, ідентифікованих у проекті, наведені в Таблиці Б.7.

Таблиця Б.5 – Матриця імовірності та впливу

Ймовірність ризику (Й)	Вплив загрози (ризик)				
	Дуже малий	Малий	Середній	Великий	Дуже великий
	0,05	0,1	0,2	0,4	0,8
0,9					
0,7					
0,5					R3(0,20), R8(0,24)
0,3			R2(0,06)	R5(0,12), R9(0,1), R10(0,1)	R1(0,24), R6(0,24)
0,1			R7(0,1)	R4(0,08)	

Таблиця Б.6 – Шкала оцінювання за рівнем ризику

№	Назва	Межі	Ризики, які входять (номера)
1	Прийнятні	$0,005 \leq R \leq 0,05$	4
2	Виправдані	$0,05 < R \leq 0,14$	2, 5, 9, 10
3	Недопустимі	$0,14 < R \leq 0,72$	1, 3, 6, 8

Таблиця Б.7 – Заходи реагування на виявлені ризики проекту

ID ризику	Статус ризику	Опис ризику	Ймовірність виникнення	Вплив ризику	Ранг ризику	План А (заходи запобігання виникненню ризику)	Тип стратегії реагування	План Б (заходи усунення наслідків ризику)
RS_1	Відкритий	Не чітка ясність вибраного товару	Середня	Високий	0,24	1. Почати з роз'яснення асортименту щоб, орінтуватися в тому, що є. 2. Чітке роз'яснення своїх бажань та вимог.	Попередження	При виявленні непорозуміння потрібно в'яснити, що саме стало причиною непорозуміння обговорити її.
RS_2	Відкритий	Поява альтернативного продукту	Низька	Середній	0,06	1.Провести попереднє дослідження альтернативних продуктів.	Прийняття	Вибрати унікальну стратегію створення проекту
RS_3	Відкритий	Неправильне використання часу	Середня	Високий	0,2	1.Чітке розуміння на що скільки часу піде і що наскільки довго виконується.	Попередження	Розподілити завдання на кожного робітника із чітким, визначеним терміном часу.

RS_4	Відкритий	Низька кваліфікація розробників	Низька	Високий	0,08	1.Орієнтуватися на пошук робітників із належною кваліфікацією до подібних проектів.	Прийняття	Обирати перевірених розробників, котрі мають досвід
RS_5	Відкритий	Непорозуміння між розробником та замовником	Середня	Високий	0,12	1.Ясно і однозначно обговорити із замовником усі види вимог. 2.Періодичний контроль замовником етапів роботи	Попередження	При виявленні непорозуміння потрібно в'яснити, що саме стало причиною непорозуміння обговорити її .
RS_6	Відкритий	Вимкнення світла	Середній	Високий	0,24	1.Запастися автономними джерелами електроенергії.	Попередження	При виявленні проблеми зменшити витрати електроенергії до мінімуму.
RS_7	Відкритий	Негативний фізичний стан розробників	Низький	Середній	0,1	1.Вдягатися залежно від погоди. 2.Дотримуватися порад, щодо стану здоров'я	Прийняття	При виявленні проблем зі здоров'ям, дати лікарняний, щоб стан не погіршився до більш критичного.

RS_8	Відкритий	Неправильне сприйняття цільової аудитор	Середній	Високий	0,24	1.Провести аналіз стосовно цільової аудиторії та їхнього бажання або потреб.	Попередження	При виявленні помилки потрібно вяснити, що саме стало причиною непорозуміння обсудити його з замовником і прийти до найбільш вигідного вирішення .
RS_9	Відкритий	Зміни вимог і трендів	Середній	Середній	0,1	1.Провести аналіз трендів та вимог стосовно розроблюваного додатку.	Попередження	При виявленні помилки потрібно вяснити, що саме стало причиною непорозуміння обсудити його з замовником і прийти до найбільш вигідного вирішення .
RS_10	Відкритий	Недостатнє привертання уваги	Середній	Середній	0,1	1. Провести аналіз трендів та зрозуміти, що найбільше привертає увагу покупців саме цього продукту.	Попередження	При виявленні помилки потрібно вяснити, що саме стало причиною непорозуміння обсудити його з замовником і прийти до найбільш вигідного вирішення .

ДОДАТОК В

HTML

```

<!DOCTYPEhtml>
<htmllang="en">

<head>
<title>Мій Лендінг</title>
<!-- Інші теги <head> -->
<scriptasyncsrc="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=G-GR8ZEGN95P"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'G-GR8ZEGN95P');
</script>
<metacharset="UTF-8">
<metaname="viewport"content="width=device-width, initial-scale=1.0">
<linkrel="stylesheet"href="styles.css">
<linkrel="stylesheet"href="https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/animate.css/4.1.1/animate.min.css">
<title>Stylish & Comfortable Clothing</title>
<style>
.visible {
visibility: visible;
}
.hidden {
visibility: hidden;
}
</style>
</head>

<body>
<header>
<nav>
<ul>
<li><a href="#home">Початок</a></li>
<li><a href="#collections">Сезонна Колекція</a></li>
<li><a href="#collections2">Вся Колекція</a></li>
<li><a href="#contact">Контакти</a></li>
<li><a href="#facts">Щось цікаве</a></li>

</ul>
</nav>

```

```

</header>

<sectionid="home" class="section">
<divclass="featured-collections">
<divclass="image-container">
<imgsrc="img/background.jpg" alt="Background Image" class="fullscreen-image">
<divclass="text-overlay">
<divclass="text-content">
<h1class="animate__animated">Welcome to Stylish & Comfortable Clothing</h1>
<pclass="animate__animated">Відкрийте для себе останні тенденції моди та знайдіть ідеальний
одяг, який поєднує стиль і комфорт.</p>
</div>
</div>
</div>
</div>
<a href="#collections" class="btn">Подивитися літню колекцію</a>
</section>

<sectionid="text-content" class="section">
<h2class="secret-text">Скажу по секрету, там дуже дуже дуже дешево</h2>
</section>

<divclass="explore-collections">
<divclass="fullscreen-image" style="background-image: url('img/background2.jpg');"></div>
<divclass="section1">
<divclass="text-content1">
<h2>Залишайте слід у світі стилю</h2>
<p>"Один крок вперед до свободи. Знайомтеся з колекціями відомих брендів, таких як Nike, які
пропонують неперевершений комфорт, стиль і якість. Вибирайте з широкого асортименту
моделей, що втілюють сучасні тренди та інноваційні технології, щоб зробити кожен крок
важливим. Наші вироби допоможуть вам досягнути нових висот у спорті, підкреслити ваш
стиль і відчутти неймовірний комфорт протягом усього дня. Оберіть бренд Nike та схожі бренди
для незабутнього досвіду покупки, який залишить вас задоволеними і впевненими у своїх
виборах. Приєднуйтеся до мільйонів людей, які обирають надійність, стиль та якість, і зробіть
перший крок до досягнення своїх мрій з нами !" </p>
<p>Зробіть цей крок з приємною ціною!</p>
</div>
</div>
</div>

<sectionid="collections" class="section">
<h2class="animate__animated">Літня колекція</h2>
<divclass="carousel-container">
<divclass="carousel">
<divclass="carousel-item">
<imgsrc="img/photo1.jpg" alt="Photo 1">
</div>
<divclass="carousel-item">
<imgsrc="img/photo2.jpg" alt="Photo 2">
</div>

```

```

<divclass="carousel-item">
<imgsrc="img/photo3.jpg"alt="Photo 3">
</div>
<divclass="carousel-item">
<imgsrc="img/photo4.jpg"alt="Photo 4">
</div>
<divclass="carousel-item">
<imgsrc="img/photo5.jpg"alt="Photo 5">
</div>
<divclass="carousel-item">
<imgsrc="img/photo6.jpg"alt="Photo 6">
</div>
<divclass="carousel-item">
<imgsrc="img/photo7.jpg"alt="Photo 7">
</div>
<divclass="carousel-item">
<imgsrc="img/photo8.jpg"alt="Photo 8">
</div>
</div>
<divclass="carousel-navigation">
<buttonclass="carousel-prev"><spanclass="carousel-arrow">&lt;</span></button>
<buttonclass="carousel-next"><spanclass="carousel-arrow">&gt;</span></button>
</div>
</div>
</section>

```

```

<divclass="section2">
<divclass="section-heading">
<h2>Best motivation. Just buy it.</h2>
</div>
<divclass="video-grid">
<divclass="video-item">
<videosrc="img/video1.mp4"controls></video>
</div>
<divclass="video-item">
<videosrc="img/video2.mp4"controls></video>
</div>
<divclass="video-item">
<videosrc="img/video3.mp4"controls></video>
</div>
</div>
</div>

```

```

<sectionid="collections2" class="section">
<h2class="animate__animated">Колекція одягу, що дуже вас зацікавить</h2>
<divclass="carousel-container">
<divclass="carousel2">
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo9.jpg"alt="Photo 9">
</div>

```

```

<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo10.jpg"alt="Photo 10">
</div>
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo11.jpg"alt="Photo 11">
</div>
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo12.jpg"alt="Photo 12">
</div>
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo13.jpg"alt="Photo 13">
</div>
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo14.jpg"alt="Photo 14">
</div>
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo15.jpg"alt="Photo 15">
</div>
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo16.jpg"alt="Photo 16">
</div>
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo17.jpg"alt="Photo 17">
</div>
<divclass="carousel-item2">
<imgsrc="img/photo18.jpg"alt="Photo 18">
</div>
</div>
<divclass="carousel-navigation2">
<buttonclass="carousel-prev2"><spanclass="carousel-arrow">&lt;</span></button>
<buttonclass="carousel-next2"><spanclass="carousel-arrow">&gt;</span></button>
</div>
</div>
</section>

```

```

<sectionid="contact"class="section">
<h2class="animate__animated">Зв'язок з нами</h2>
<formid="contactForm">
<labelfor="name">Ім'я:</label>
<inputtype="text" id="name" name="name">
<labelfor="email">Email:</label>
<inputtype="email" id="email" name="email">
<labelfor="message">Ваше повідомлення:</label>
<textareaid="message" name="message"></textarea>
<buttontype="submit" id="sendButton">Відправити заповнену форму</button>
</form>
<divclass="contact-options">
<buttonclass="btn btn--chat" id="chatButton">Чат</button>
<buttonclass="btn btn--call" id="callButton">Виклик</button>
</div>

```



```

<divclass="social-icons2">
<imgsrc="img/png1.png"alt="perex"class="social-icon3"/>
<a href="https://web.telegram.org/k/#@nike_opt"target="_blank">
<imgsrc="img/009.png"alt="perex"class="social-icon2"/>
</a>
<imgsrc="img/png2.png"alt="perex"class="social-icon3"/>
</div>
</section>

```

```

<sectionid="facts"class="section"style="font-family: 'Segoe UI', Tahoma, Geneva, Verdana, sans-serif; text-align: center; background-color: black; padding: 50px;">
<h2class="animate__animated"style="font-size: 36px; color: white; margin-bottom: 30px; text-transform: uppercase; letter-spacing: 2px;">Цікаві факти про одяг</h2>
<ulstyle="list-style-type: none; padding: 0;">
<liclass="animate__animated"style="font-size: 24px; color: white; margin-bottom: 20px; position: relative;"><iclass="fas fa-circle"style="color: #e74c3c; margin-right: 10px;"></i>Найпопулярніші кольори одягу в світі - чорний, білий, сірий, синій і червоний.</li>
<liclass="animate__animated"style="font-size: 24px; color: white; margin-bottom: 20px; position: relative;"><iclass="fas fa-circle"style="color: #e74c3c; margin-right: 10px;"></i>Перша рекламна компанія під гаслом "just do it" була запущена в 1988 році. </li>
<liclass="animate__animated"style="font-size: 24px; color: white; margin-bottom: 20px; position: relative;"><iclass="fas fa-circle"style="color: #e74c3c; margin-right: 10px;"></i>Бавовна - найпоширеніший матеріал для виробництва одягу.</li>
<liclass="animate__animated"style="font-size: 24px; color: white; margin-bottom: 20px; position: relative;"><iclass="fas fa-circle"style="color: #e74c3c; margin-right: 10px;"></i>Стартовий капітал - 1200$. Саме з такою кількістю грошей почали свій шлях - засновники Nike Inc.</li>
</ul>
</section>

```

```

<sectionid="facts"class="section"style="font-family: 'Segoe UI', Tahoma, Geneva, Verdana, sans-serif; text-align: center; background-color: white; padding: 50px;">
<ulstyle="list-style-type: none; padding: 0;">
<liclass="animate__animated"style="font-size: 30px; color: black; margin-bottom: 20px; position: relative;"><iclass="fas fa-circle"style="color: #e74c3c; margin-right: 10px;"></i> Одяг відображає нашу індивідуальність та стиль, а його історія пов'язана з захоплюючими фактами та цікавими випадками. Коли ми одягаємося, ми виражаємо себе через кольори, тканини та бренди. Від дизайну до виробництва, світ одягу є невичерпним джерелом творчості та інновацій.</li>
</ul>
</section>

```

```

<footer>
&copy; 2023 Мій лендінг. Усі права захищені.
<divclass="social-icons">
<a href="https://viber.com/tel:+380668102940"target="_blank">
<imgsrc="img/viber.png"alt="Viber"class="social-icon"/>
</a>
<a href="https://t.me/diskoden"target="_blank">
<imgsrc="img/telegram.png"alt="Telegram"class="social-icon"/>
</a>

```



```
/* Header styles */

header {
  background-color: #333;
  padding: 20px;
  display: flex;
  justify-content: center;
  align-items: center;
}

nav ul {
  list-style: none;
  margin: 0;
  padding: 0;
  display: flex;
  justify-content: space-between;
}

nav ul li {
  margin-right: 10px;
}

nav ul li a {
  color: #fff;
  text-decoration: none;
  padding: 5px 10px;
}

nav ul li a:hover {
  background-color: #fff;
  color: #333;
}

/* Анімація для тексту */
.animate__animated {
  animation-duration: 1s;
  animation-fill-mode: both;
}

@keyframes animate__fadeIn {
  from {
    opacity: 0;
  }
  to {
    opacity: 1;
  }
}

.animate__fadeIn {
  animation-name: animate__fadeIn;
}
```

```
}
```

```
.section {  
  padding: 50px;  
  text-align: center;  
  color: #333;  
}
```

```
.featured-collections h1 {  
  font-size: 36px;  
  margin-bottom: 20px;  
}
```

```
#collections {  
  background-color: #f2f2f2;  
  padding: -5px;  
}
```

```
.carousel {  
  display: flex;  
  overflow-x: auto;  
  scroll-snap-type: x mandatory;  
  scroll-behavior: smooth;  
  -webkit-overflow-scrolling: touch;  
  padding: 10px 0;  
}
```

```
.carousel-item {  
  width: 390px; /* Фіксована ширина */  
  height: auto; /* Автоматична висота */  
  flex-shrink: 0;  
  margin-right: 10px;  
  border: 6px solid #333;  
  scroll-snap-align: center;  
}
```

```
.carousel2 {  
  display: flex;  
  overflow-x: auto;  
  scroll-snap-type: x mandatory;  
  scroll-behavior: smooth;  
  -webkit-overflow-scrolling: touch;  
  padding: 10px 0;  
}
```

```
.carousel-item2 {  
  width: 390px;  
  height: auto;
```

```
flex-shrink: 0;
margin-right: 10px;
border: 6px solid #333;
scroll-snap-align: center;
}
```

```
.carousel2 img {
width: 100%;
height: 100%;
object-fit: cover;
}
```

```
.carousel-navigation2 {
display: flex;
justify-content: space-between;
align-items: center;
position: absolute;
top: 50%;
right: 1%;
left: 1%;
transform: translateY(-50%);
z-index: 1;
}
```

```
.carousel-navigation2 button {
margin: 0;
background: none;
border: none;
cursor: pointer;
font-size: 50px;
}
```

```
.carousel img {
width: 100%;
height: 100%;
object-fit: cover;
}
```

```
.carousel-navigation {
display: flex;
justify-content: space-between;
align-items: center;
position: absolute;
top: 50%;
right: 1%;
left: 1%;
transform: translateY(-50%);
z-index: 1;
}
```

```
.carousel-navigation button {  
  margin: 0;  
  background: none;  
  border: none;  
  cursor: pointer;  
  font-size: 50px;  
}  
  
.carousel-arrow {  
  background-color: white;  
  width: 60px;  
  display: flex;  
  align-items: center;  
  justify-content: center;  
  transition: 0.5s ease;  
}  
  
.carousel-arrow:hover {  
  background-color: antiquewhite;  
}  
  
.carousel-arrow.left {  
  margin-right: auto; /* Розміщуємо стрілку зліва */  
  margin-left: 10px;  
}  
  
.carousel-arrow.right {  
  margin-left: auto; /* Розміщуємо стрілку справа */  
  margin-right: 10px;  
}  
  
.section2 {  
  background-image: url("img/background3.jpg");  
  background-size: cover;  
  background-position: center;  
  margin-right: 1%;  
  margin-left: 1%;  
  height: 100vh;  
  margin-top: 20px;  
}  
  
.section-heading {  
  text-align: center;  
  margin-bottom: 10px;  
}  
  
.section-heading h2 {  
  font-size: 45px;  
  color: white;  
}
```

```

.video-grid {
  display: grid;
  grid-template-columns: repeat(3, 1fr);
  grid-gap: 30px;
  justify-items: center; /* Центрування елементів по горизонталі */
  align-items: center; /* Центрування елементів по вертикалі */
  height: 100%; /* Заповнення висоти батьківського контейнера */
}

.video-container {
  display: flex;
  justify-content: center;
  align-items: center;
  width: 320px;
  height: 230px;
  overflow: hidden;
}

.video-item video {
  width: 100%;
  height: 100%;
  object-fit: cover;
  border: 2px solid ghostwhite;
  box-shadow: 0 2px 4px rgba(255, 255, 255, 0.1);
}

.video-item:hover video {
  transform: scale(0.9); /* Збільшення розміру плеєра при наведенні */
  border: 8px;
  transition: transform 0.3s ease;
}

.video-item:hover {
  border-color: white; /* Колір рамки плеєра при наведенні */
  border: 8px;
  box-shadow: 0 4px 8px rgba(0, 0, 0, 0.2);
}

.video-item:nth-child(1),
.video-item:nth-child(3) {
  margin-bottom: 4cm;
}

/* Form styles */
form {
  display: flex;
  flex-direction: column;
  max-width: 400px;
  margin: 0 auto;
}

```

```
}  
  
label {  
  margin-bottom: 5px;  
}  
  
input,  
textarea {  
  padding: 10px;  
  margin-bottom: 10px;  
  border-radius: 4px;  
  border: 1px solid #ccc;  
}  
  
button[type="submit"] {  
  background-color: #333;  
  color: #fff;  
  border: none;  
  padding: 10px 20px;  
  border-radius: 4px;  
  cursor: pointer;  
}  
  
.secret-text {  
  color: black;  
  font-size: 48px;  
  padding: -35px;  
  background-color: white;  
  justify-content: center;  
  width: auto;  
  transition: 0.5s ease;  
}  
  
.secret-text:hover{  
  color: white;  
}  
  
.secret-text:hover {  
  background-color: black;  
}  
  
/* Button styles */  
.btn {  
  display: inline-block;  
  background-color: #333;  
  color: #fff;  
  border: none;
```



```
padding: 10px 20px;
border-radius: 4px;
cursor: pointer;
transition: background-color 0.3s ease;
}

.btn:hover {
background-color: #666;
}

.btn--chat {
margin-right: 10px;
}

/* Footer styles */
footer {
background-color: black;
color: #fff;
padding: 20px;
text-align: center;
}

.social-icons {
display: flex;
justify-content: center;
gap: 30px;
margin-top: 20px;
}

.social-icon {
width: 40px;
height: 40px;
}

/* кнопка переходу в магазин тг */
.social-icons2 {
display: flex;
justify-content: center;
gap: 30px;
margin-top: 20px;
}

.social-icon2 {
width: 100px;
height: 100px;
}
/* Кнопка переходу в магазин тг */

/* Стрілки навколо переходу в магазин */
```

```
.social-icon3 {  
  width: 220px;  
  height: 100px;  
}  
  
/* Стрілки навколо переходу в магазин */  
  
/* Animation styles */  
.word-animation {  
  display: inline-block;  
  animation-duration: 1s;  
  animation-fill-mode: both;  
  animation-iteration-count: infinite;  
}  
  
@keyframes slideInUp {  
  0% {  
    transform: translate3d(0, 100%, 0);  
    visibility: visible;  
  }  
  
  100% {  
    transform: translate3d(0, 0, 0);  
  }  
}  
  
.visible .word-animation {  
  animation-name: slideInUp;  
}  
  
@keyframes slideInDown {  
  0% {  
    transform: translate3d(0, -100%, 0);  
    visibility: visible;  
  }  
  
  100% {  
    transform: translate3d(0, 0, 0);  
  }  
}  
  
.visible.reverse .word-animation {  
  animation-name: slideInDown;  
}  
  
.image-container {  
  position: relative;  
  overflow: hidden;
```

```
width: 100%;
height: 100vh;
}

.fullscreen-image {
width: 100%;
height: 80%;
background-size: cover;
background-position: center;
transition: transform 0.5s ease;
}

.image-container:hover .fullscreen-image {
transform: scaleX(-1);
}

.text-container {
position: absolute;
bottom: 20px;
left: 50%;
transform: translateX(-50%);
text-align: center;
color: #fff;
opacity: 0;
transition: opacity 0.5s ease;
}

.image-container:hover .text-container {
opacity: 1;
}

.text-container h1 {
font-size: 36px;
margin-bottom: 10px;
}

.text-container p {
font-size: 18px;
}

.btn {
display: inline-block;
margin-top: 20px;
padding: 10px 20px;
background-color: #333;
color: #fff;
text-decoration: none;
border-radius: 4px;
transition: background-color 0.3s ease;
}
```

```
.btn:hover {
  background-color: #555;
}

.text-overlay {
  position: absolute;
  top: 0;
  left: 0;
  width: 100%;
  height: 100%;
  display: flex;
  align-items: center;
  justify-content: center;
  background-color: rgba(0, 0, 0, 0.5);
  opacity: 0;
  transition: opacity 0.3s ease;
}

.text-content {
  text-align: center;
  color: white;
}

.image-container:hover .text-overlay {
  opacity: 1;
}

/* styles for header text */
.header-text {
  display: flex;
  justify-content: center;
  align-items: center;
  height: 100%;
  text-align: center;
}

.header-text h1 {
  color: #000;
  font-size: 24px;
  font-weight: bold;
}

.header-text p {
  color: #000;
  font-size: 18px;
}

/* styles for header text */

/* 2бекграунд текст*/
```

```
.explore-collections {  
  position: relative;  
  width: 100%;  
  height: 100%;  
}  
  
.fullscreen-image {  
  position: absolute;  
  top: 0;  
  left: 0;  
  width: 100%;  
  height: 100%;  
  background-size: cover;  
  background-repeat: no-repeat;  
}  
  
.section1 {  
  position: relative;  
  display: flex;  
  justify-content: center;  
  align-items: center;  
  width: 100%;  
  height: 100%;  
}  
  
.text-content {  
  background-color: rgba(0, 0, 0, 0.7);  
  padding: 50px;  
  color: white;  
}  
  
.text-content1 {  
  font-size: 25px;  
  background-color: rgba(0, 0, 0, 0.7);  
  padding: 200px;  
  color: white;  
  border: 12px solid black;  
  box-shadow: 0 0 10px rgba(0, 0, 0, 0.5);  
  opacity: 0;  
  animation: fadeIn 5s ease-in-out forwards;  
}  
  
.text-content1.animate {  
  opacity: 1;  
}  
.text-content h2 {  
  font-size: 36px;  
  margin-bottom: 50px;  
}
```

```
.text-content p {
  font-size: 18px;
}

@keyframes fadeIn {
  0% {
    opacity: 0;
  }
  100% {
    opacity: 1;
  }
}
/* 2бекграунд текст*/
```

```
.carousel-container {
  position: relative;
}
```

JAVASCRIPT

```
const TOKEN = "6056850664:AAEdYEEbsf3KFmp16K1rBiHICmbkx8bf5jc";
const CHAT_ID = "-1001870646819";
const URI_API = `https://api.telegram.org/bot${TOKEN}/sendMessage`;

document.getElementById('contactForm').addEventListener('submit', function(e) {
  e.preventDefault();

  let message = `<b>Заявка з сайту!</b>\n`;
  message += `<b>Відправник: </b>${this.name.value}\n`;
  message += `<b>Пошта: </b>${this.email.value}\n`;
  message += `<b>Побажання: </b>${this.message.value}\n`;

  axios.post(URI_API, {
    chat_id: CHAT_ID,
    parse_mode: 'html',
    text: message
  }).then(response => {
    alert('Повідомлення успішно надіслано', response.data);
  }).catch(error => {
    alert('Помилка при надсиланні повідомлення:', error);
  });
});

document.getElementById("callButton").addEventListener("click", function() {
  window.location.href = "tel:+380668102940";
});

document.getElementById("chatButton").addEventListener("click", function() {
  window.open("https://t.me/diskoden");
});
```

```

window.addEventListener("scroll", function() {
var sections = document.querySelectorAll(".section");

for (var i = 0; i < sections.length; i++) {
var section = sections[i];
var position = section.getBoundingClientRect().top;
var windowHeight = window.innerHeight;

if (position < windowHeight && position > 0) {
    section.classList.add("visible");
    animateWords(section);
} else {
    section.classList.remove("visible");
}
}
});

function animateWords(section) {
var words = section.getElementsByClassName("animate__animated");

for (var i = 0; i < words.length; i++) {
var word = words[i];
if (isElementInViewPort(word)) {
if (!word.classList.contains("animate__bounce")) {
    word.classList.add("animate__bounce");
}
} else {
    word.classList.remove("animate__bounce");
}
}
}

function isElementInViewPort(element) {
var rect = element.getBoundingClientRect();
return (
    rect.top >= 0 &&
    rect.left >= 0 &&
    rect.bottom <= (window.innerHeight || document.documentElement.clientHeight) &&
    rect.right <= (window.innerWidth || document.documentElement.clientWidth)
);
}

var carousel = document.querySelector(".carousel");
var prevButton = document.querySelector(".carousel-prev");
var nextButton = document.querySelector(".carousel-next");
var carouselItems = document.querySelectorAll(".carousel-item");

var currentIndex = 0;
var itemWidth = carouselItems[0].offsetWidth;

```

```

var itemsPerPage = 3;
var scrollDistance = itemWidth * itemsPerPage;

prevButton.addEventListener("click", function () {
    currentIndex = Math.max(currentIndex - itemsPerPage, 0);
    scrollCarousel();
});

nextButton.addEventListener("click", function () {
    currentIndex = Math.min(currentIndex + itemsPerPage, carouselItems.length - itemsPerPage);
    scrollCarousel();
});

function scrollCarousel() {
    carousel.scrollTo({
        left: currentIndex * itemWidth,
        behavior: "smooth"
    });
}

window.addEventListener("resize", function () {
    itemWidth = carouselItems[0].offsetWidth;
    scrollCarousel();
});

    scrollCarousel();
////////////////////////////////////
var carousel2 = document.querySelector(".carousel2");
var prevButton2 = document.querySelector(".carousel-prev2");
var nextButton2 = document.querySelector(".carousel-next2");
var carouselItems2 = document.querySelectorAll(".carousel-item2");

var currentIndex2 = 0;
var itemWidth2 = carouselItems2[0].offsetWidth;
var itemsPerPage2 = 3;
var scrollDistance2 = itemWidth2 * itemsPerPage2;

prevButton2.addEventListener("click", function () {
    currentIndex2 = Math.max(currentIndex2 - itemsPerPage2, 0);
    scrollCarousel2();
});

nextButton2.addEventListener("click", function () {
    currentIndex2 = Math.min(currentIndex2 + itemsPerPage2, carouselItems2.length - itemsPerPage2);
    scrollCarousel2();
});

function scrollCarousel2() {
    carousel2.scrollTo({
        left: currentIndex2 * itemWidth2,

```



```

    behavior: "smooth"
  });
}

window.addEventListener("resize", function () {
  itemWidth2 = carouselItems2[0].offsetWidth;
  scrollCarousel2();
});

scrollCarousel2();

function displaySuccessMessage() {
  var successMessage = document.getElementById("successMessage");
  successMessage.style.display = "block";
}

document.addEventListener("DOMContentLoaded", function() {
  var textContentElements = document.querySelectorAll(".text-content 1");

  function checkScroll() {
    textContentElements.forEach(function(element) {
      if (isElementInViewport(element)) {
        element.classList.add("animate");
      }
    });
  }

  function isElementInViewport(element) {
    var rect = element.getBoundingClientRect();
    return (
      rect.top >= 0 &&
      rect.left >= 0 &&
      rect.bottom <= (window.innerHeight || document.documentElement.clientHeight) &&
      rect.right <= (window.innerWidth || document.documentElement.clientWidth)
    );
  }

  window.addEventListener("scroll", checkScroll);
  checkScroll();
});

```