

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВСП «ОДЕСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ОНАХТ»**

Спеціальність: 123 «Комп'ютерна інженерія»

Освітня програма: «Комп'ютерна інженерія»

Група: 2БКС-26

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**здобувача освіти денної форми навчання
БКС.26.17.000.КРБ**

***ТУЛЕЙ КОСТЯНТИН
МИКОЛАЙОВИЧ***

**м. Одеса
2022 р.**

Спеціальність: 123 «Комп'ютерна інженерія»

Освітня програма: «Комп'ютерна інженерія»

Група: 2БКС-26

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

До кваліфікаційної роботи бакалавра на тему: _____

Розробка сайту

будівельної компанії U-Works Services LTD.

Проектний матеріал складається з пояснювальної записки на _____ сторінках та графічного (презентаційного) матеріалу на _____ аркушах (слайдах)

Виконавець _____ (Тудей К.М.)

Керівник проекту _____ (Кунуп Т.В.)

Консультанти:

з охорони праці _____ (Чорновол Н.І.)

з дотримання вимог ЄСКД _____ (Петрашова В.І.)

старший консультант _____ (Скорнякова О.В.)

До захисту допущений

Завідувачка кафедри _____ (Іванова Л.В.)

Завідувач відділення _____ (Суліма Ю.Ю.)

Захист «__» _____ 202__ р. Протокол ДКК № _____

Оцінка ДКК _____

Секретар ДКК _____

ЗМІСТ

ВСТУП	2
1. ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ	4
1.1 Технічне завдання на проектування сайту будівельної компанії U-Works Services LTD.	4
1.1.2 Інструменти для створення WEB-орієнтованої системи	4
1.1.3 Інструменти для створення Графічного дизайну	6
1.1.4 WEB-програмування системи	18
1.1.5 Завантаження та вибір хостингу	31
1.1.6 Копірайтинг та просування сайту	34
1.1.7 Проектування сайту	48
1.1.8 Установка wordpress на хостинг через ftp	48
1.1.9 Створення сайту за допомогою пісераге	51
1.1.10 Експорт сайту в wordpress	60
2 ОХОРОНА ПРАЦІ	62
2.1 Вступ	62
2.2 Аналіз умов праці й забезпечення безпеки при виконання основних видів робіт на об'єкті дипломного проектування	62
2.3 Пожежна безпека	63
ВИСНОВОК	67
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		1

Вступ

В дипломному проекті розроблено. Основними факторами, що впливають на розвиток створення WEB-сайтів сьогодні, є врахування потреб особистості і велика конкуренція. WEB-сайт є ефективним інструментом маркетингу, що дозволяє показати потенційному споживачеві товар, послугу або об'єкт особливим чином.

З технічної точки зору WEB-сайт – це комбінація з інформації про послуги та їх зображень, коли перехід від однієї сторінки до іншої здійснюється через вертикальне або горизонтальне меню, що розміщуються безпосередньо на фоні сайту. Все це може доповнюватися вспоміжною інформацією про організацію, картинками по темі сайту.

Елементами WEB-сайту, як правило, логотип, рекламний банер, зміст, навігація, допоміжна інформація та пошук.

До переваг WEB-сайту, на відміну від звичайних рекламних оголошень, можна віднести те, що сайт легкий у використанні, заощаджує час, та дає постійний потік клієнтів.

Процес створення WEB-сайту складається з чотирьох послідовних етапів:

- графічний дизайн – створюється ескіз, який потім обговорюється з замовником, після підтвердження створюється фінальний дизайн сайту;
- програмування WEB-сайту: складається з елементів коду для подальшої оптимізації на різні пристрої: смартфон, планшет, ПК;
- розміщення на хостинг– завантаження сайту на сервери с подальшим розміщенням в інтернеті.
- просування WEB-сайту – рекламування товару в пошукавих системах: Google.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУ

Мета: Розробка сайту будівельної компанії U-Works Services LTD.

Завдання:

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		2

1. Розробка дизайну сайту
1. Адаптація дизайну під різні пристрої
2. Створення сайту
3. Вивантаження на хостинг

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
<i>Ізм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		3

1. Технологічний розділ

1.1 Технічне завдання на проектування сайту будівельної компанії U-Works Services LTD.

Розробити сайт будівельної компанії U-Works Services LTD, використовуючи сучасні засоби та Web-розробки.

Створен сайт будівельної компанії U-Works Services LTD за таким посиланням: <https://u-works.co.uk/> та має бути багатофункціональним:

Окрема інтернет-сторінка сучасного формату HTML, адаптивна на будь-яких пристроях (ПК, ноутбуки, планшети, смартфони), без проблем працює на яких завгодно браузерях, не потребує додаткових плагінів (flash player);

- Сайт будівельної компанії U-Works Services LTD потребує постійного технічного обслуговування

- Панель управління CMOS
- Розробка інтерфейсу
- Розробка бази даних
- Розміщення інформації на сайті будівельної компанії U-Works Services LTD
- Просування кінцевих послуг [3].

1.1.2 Інструменти для створення WEB-орієнтованої системи

Маючи певний рівень знань та при конкретних умовах створити сайт будівельної компанії U-Works Services LTD можна всього за допомогою графічного дизайну за допомогою Adobe Photoshop та послідууючу верстку сторінки за допомогою мов програмування HTML та CSS.

Просування через пошукову систему Google за допомогою Google ads та соціальних мереж таких як: фейсбук, інстаграм і інших [1].

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		4

Це поліпшить продажу послуг.

У світі створення WEB-сайтів це вже стандарт, який вміло в своїх цілях використовують різні компанії. Найпопулярніший приклад це AliExpress – сайт з продажу різних товарів. Інші ФОПи також почали використовувати таку чудову можливість задля того щоб привернути увагу та зацікавити клієнтів. Це інтерактивний спосіб продажу послуг, що в разі ефективніший за офлайн рекламу на білбордах та флаерах [4].

Для створення WEB-сайтів потрібно наняти графічного WEB-дизайнера та WEB-програміста, також копірайтора, SEO-спеціаліста для подальшого розповсюдження товару.

Під час створення WEB-сайту використовувалися наступні етапи розробки:

Графічний дизайн

Це перше, що бачить потенційний клієнт на сайті. За допомогою дизайну можна зацікавити клієнта, що спричинить за собою велику клієнтську базу, що дасть можливість вийти на більший попит.

2. WEB-програмування

Один з головних елементів при створенні WEB-сайту.

Від цієї частини залежить багато важливого наприклад: швидкість відображення кінцевої сторінки, вивантаження послуг на сторінку, що подалі впливає на просування сторінки в цілому.

Якщо на цьому етапі припуститися помилки і створити сторінку, яка буде довго завантажуватися покупцям, то це спричинить за собою те, що ця сторінка не буде відображатися в пошуковій системі.

Також впливає на швидкість завантаження сайту якісний хостинг сервера, якщо хостинг буде недостатньо якісний, то дана сторінка не зможе нормально функціонувати, після чого документ може стати неактивною, від цієї проблеми почнуть падати продажі, що призведе до закриття сторінки через неможливість вчасно її обслуговувати.

3.Завантаження та вибір Хостингу.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		5

Хостинг потрібен для того, щоб сторінка або сайт мали можливість вийти на простори Інтернет. Хостинг – місце де зберігають файли сайту.

Є чотири види хостингу:

віртуальний хостинг

хмарових хостинг

VPS-хостинг

виділені сервери

Після вибору хостингу, ви можете завантажити сторінку або сайт на сервер хостингу, це просте зробити через програму FileZilla

FileZilla – програма для комфортного запуску файлів на сервер хостингу.

4. Копірайтинг та просування сторінки в пошукових системах та соц.мережах

Копірайтинг – професійне написання тексту для реклами або інших форм маркетингу. Це текст, який стимулює зростання продажів або популяризують товар, компанію, послугу або ідею.

Якщо мета просування сайту – залучення трафіку та клієнтів, то вам підходить інструмент – брендинг. За допомогою брендингу ви формуєте образ чи створюєте позитивну репутацію власного бренду, або сайту.

Також брендинг:

підвищує впізнаваність і охоплення;

завойовує споживчу лояльність;

отримуєте зворотний зв'язок від ЦА;

збираєте дані для маркетингових досліджень.

1.1.3 Інструменти для створення Графічного дизайну

Для того, щоб створити дизайн в Adobe Photoshop потрібно знати певний набір функцій та елементів:

Налаштування Adobe Photoshop

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
						6
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

- Фігури
- Текст
- Картинки
- Маніпуляції з об'єктами
- Розмітка
- Експорт

Вивчивши які ви зможете створити графічний дизайн сторінки з нуля. Ці складові я розглядаю в моїй дипломній роботі.

Перше, що нам необхідно зробити – це зайти в «Файл» та клікнути на «Створити», потім з'явиться вікно, в якому необхідно задати певні розміри.

Розміри залежать від того якої ширини буде моя майбутня сторінка. Ось наприклад, я вирішив, що готова сторінка матиме шириною 1000 рх, отже розмір документа потрібно зробити трохи більше десь 1200 рх. Це робиться в першу чергу для зручності, що б макет виглядав так само як в браузері.

З приводу висоти, виставляється розмір від тематики шаблону. Але бажано робити більше, 4000 рх. Це робиться для того, щоб в подальшому всі елементи влізли. Рисунок 2.1

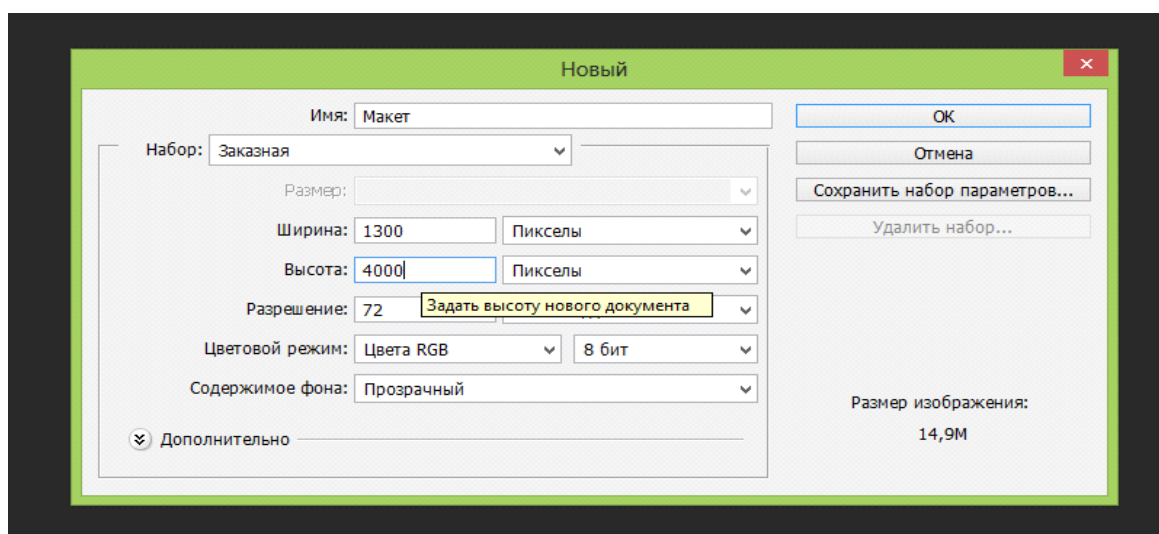


Рисунок 1.1 – встановлюємо розміри полотна

У моєму випадку сторінка буде мати ширину в 1200px. Таким чином я зробив документ шириною в 1300 px і висотою в 4000 px. Інші налаштування залиште як є.

Фон шаблону сайту

Після того як я створили документ, потрібно зробити фон для сторінки. Не важливо, що це буде колір або картинка але зробить його. У моєму випадку це просто білий фон з синіми елементами. Вибираємо інструмент «Заливка» в палітрі кольорів вибираємо білий колір, потім просто натискаємо по фону. Рисунок 2.2

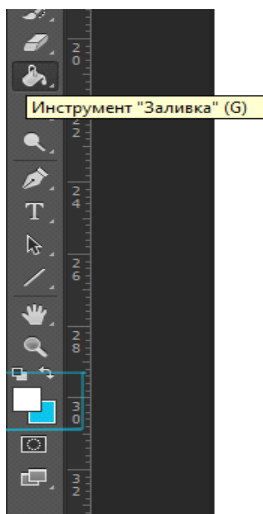


Рисунок 1.2 – Інструмент заливка в фоторедакторі Adobe Photoshop

Ширина майбутньої сторінки в 1200 px

Тепер нам потрібно виставити розмір майбутньої сторінки, щоб вона виглядала так само як буде виглядати в браузері. Робити я буду це за допомогою лінійки. Якщо вона у мене не активна, потрібно зайти в «Перегляд» і поставити галочку на проти «Лінійка». Потім вона повинна з'явитися в вікні перегляду.

Рисунок 2.3

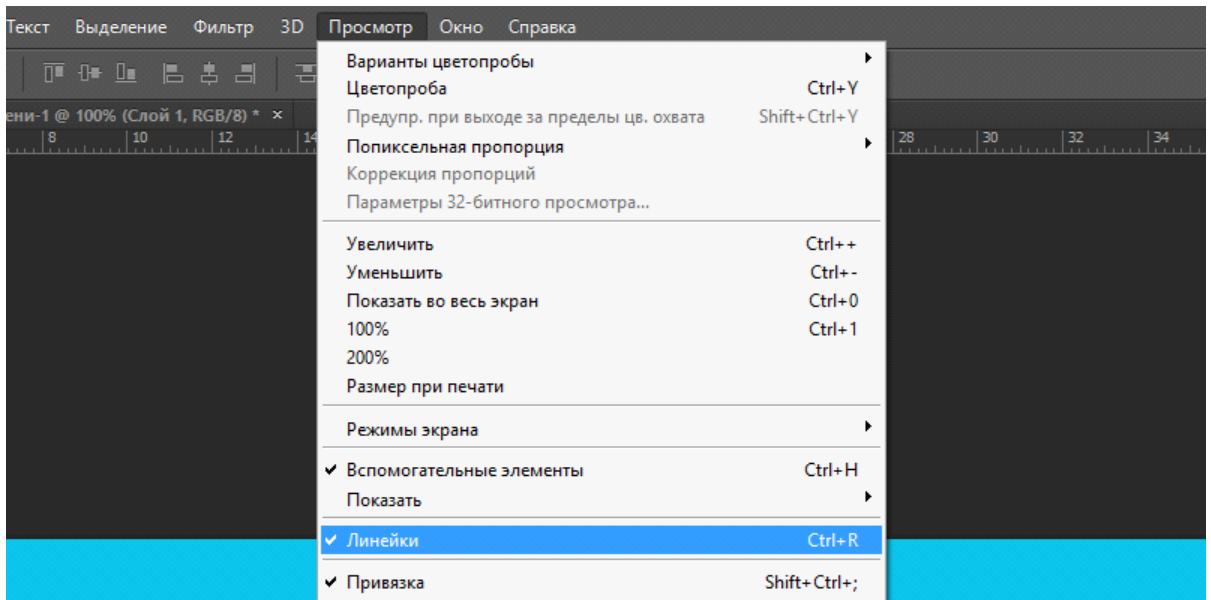


Рисунок 1.3 – Місцерозташування інструменту «Лінійка» в Adobe Photoshop

А ось як вона виглядає (Рисунок 1.4):

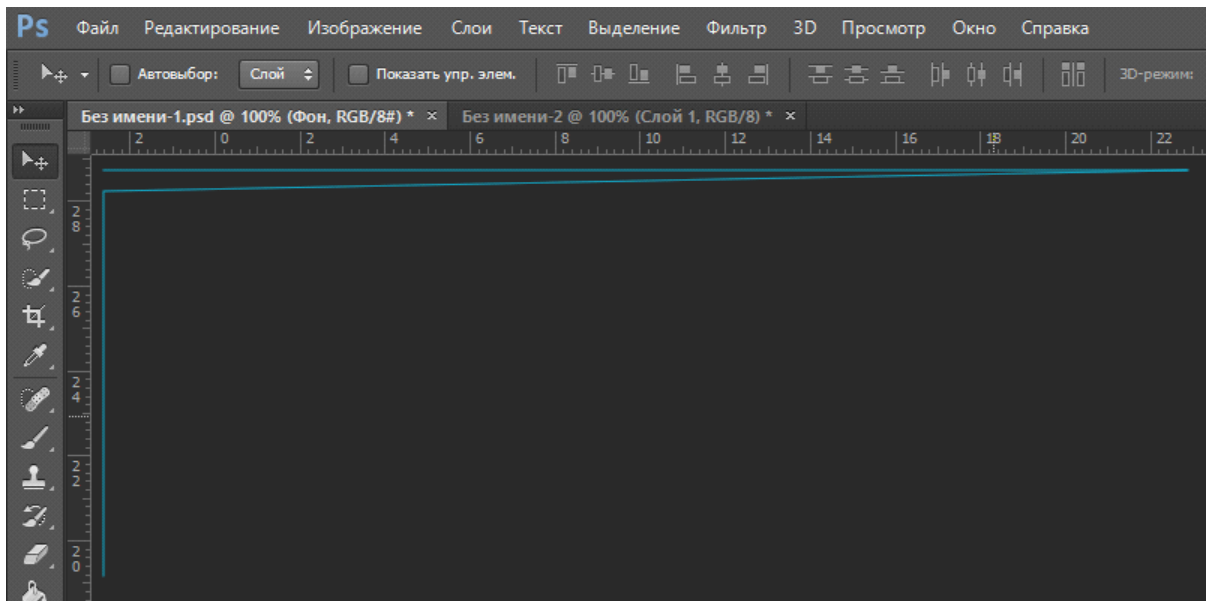


Рисунок 1.4 – Вигляд інструменту «Лінійка»

Виділяю слой, потрібно просто один раз клікнути на нього (Рисунок 2.5):

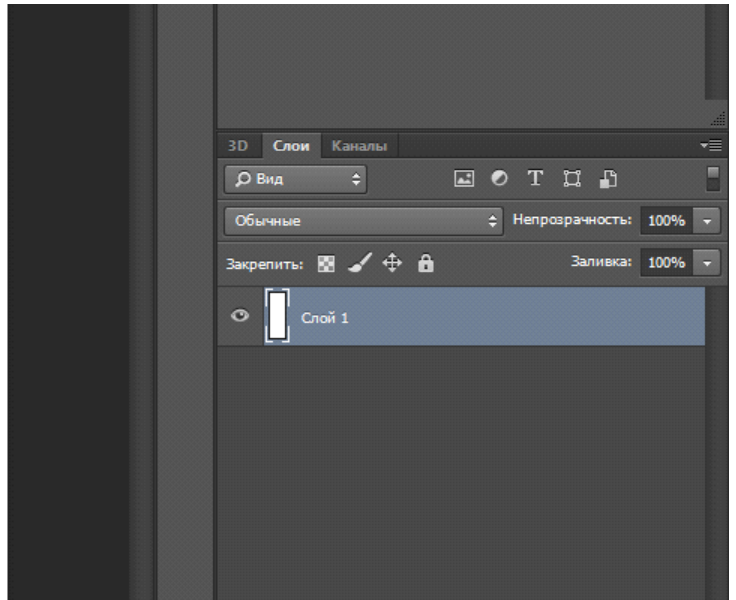


Рисунок 1.5 – Виділення слою в редакторі Adobe Photoshop

А зараз потрібно поставити лінійку по центру нашого документа, потрібно знайти центр. Для цього наводимо курсор на лінійку на ній же затискаємо ліву кнопку миші і витягуємо лінію на наш документ. Тягнемо приблизно на середину, лінійка сама знайде центр.



Після того як знайдемо центр, потрібно помістити нашу сторінку шириною в 1200 px в центр документа який має розмір в 1300 px. Для цього вибираємо інструмент «Прямокутна область», зверху встановлюю стиль на Заданий розмір, куди пишемо ось такі значення: ширина - 1200px, висота 400px. Далі просто

натискаю на білому фоні і у нас з'явиться виділена область тієї ширини яка нам потрібна. Рисунок 2.6

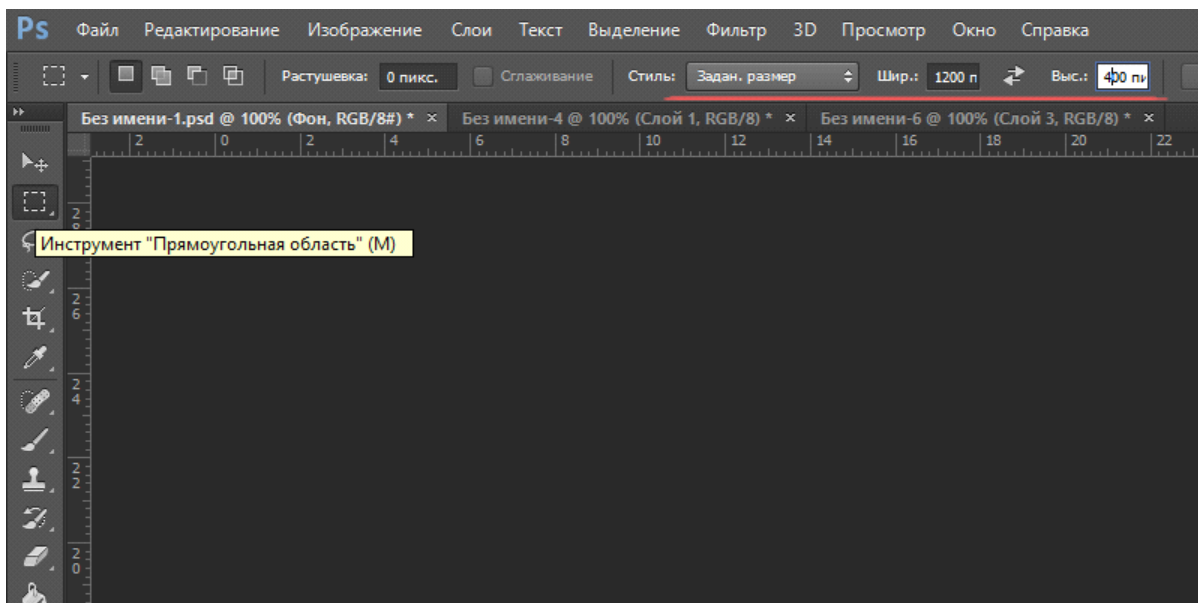


Рисунок 1.6 – Работа з інструментом «Прямокутна область»

Тепер виділену область поміщаю за допомогою мишки по центру, вона знайде центр сама. Потім потрібно витягнути ще 2 лінійки і встановити їх по обидва боки виділеної області. Таким чином позначаються кордони майбутньої сторінки, яка буде мати ширину в 1200 рх. Так само за цими лінійкою буде простіше редагувати елементи дизайну. Рисунок 1.7

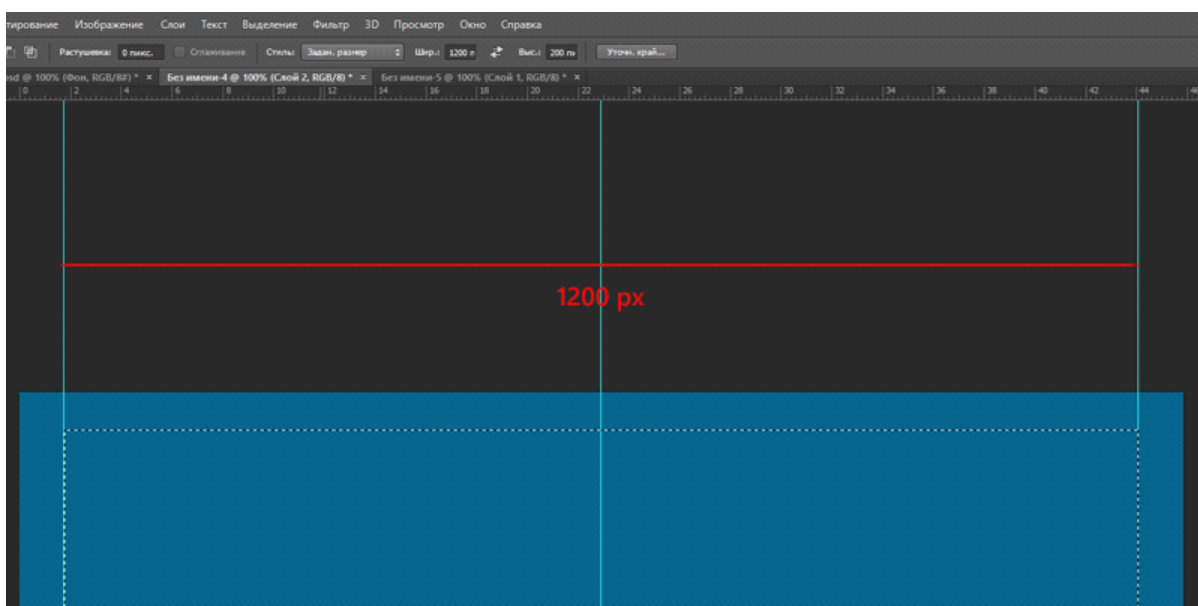


Рисунок 1.7 – Позначення кордони майбутньої сторінки

Лінійку я буду використовувати і надалі, так як без неї тут не обійтись, вона дозволяє виставити все рівно.

Тепер я практично повністю підготував наш документ. Ми дійшли до середини, а також позначили потрібний розмір за який не потрібно виходити. Тепер перейдемо до найцікавішого, а саме до створення дизайну макета.

Створення дизайну або макета сторінки

Завжди створюю групи для шарів та даю назви для них. Тому що в подальшому можливо заплутатись.

Групи

Створюю групу, і називаємо її «Шапка» в ній же створюю під групу «Верхнє меню» так як буду починати саме з нього. У групі створюю новий слой і назву його «фон». Це буде фон нашого верхнього меню. Рисунок 2.8

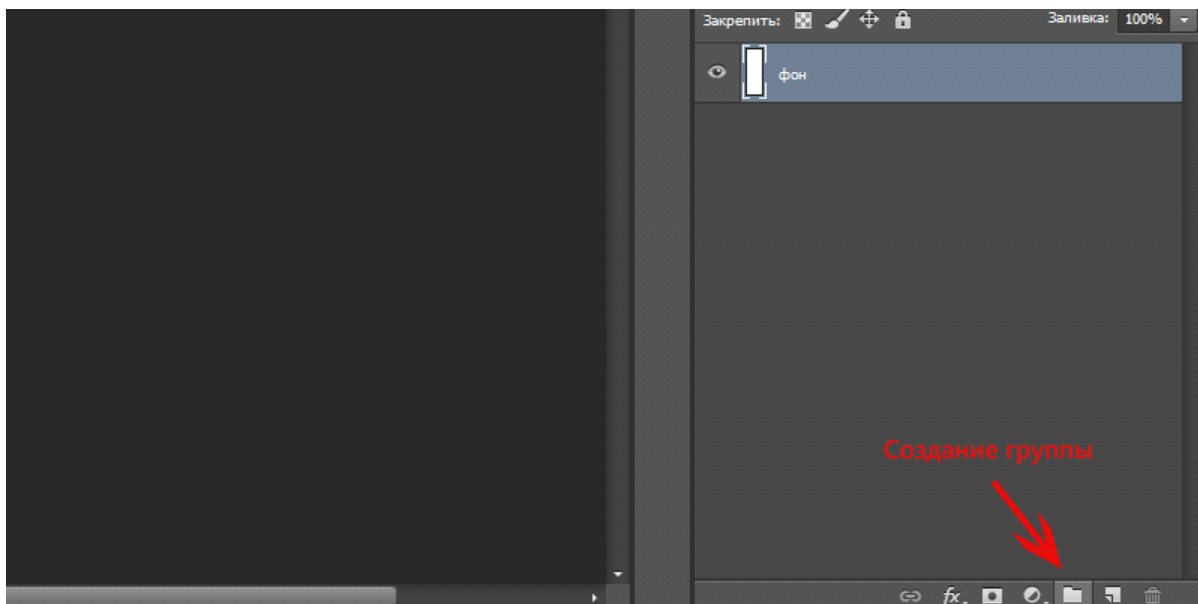


Рисунок 1.8 – Створення групи в Adobe Photoshop

Ось що повинно вийти (Рисунок 2.9):

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		12

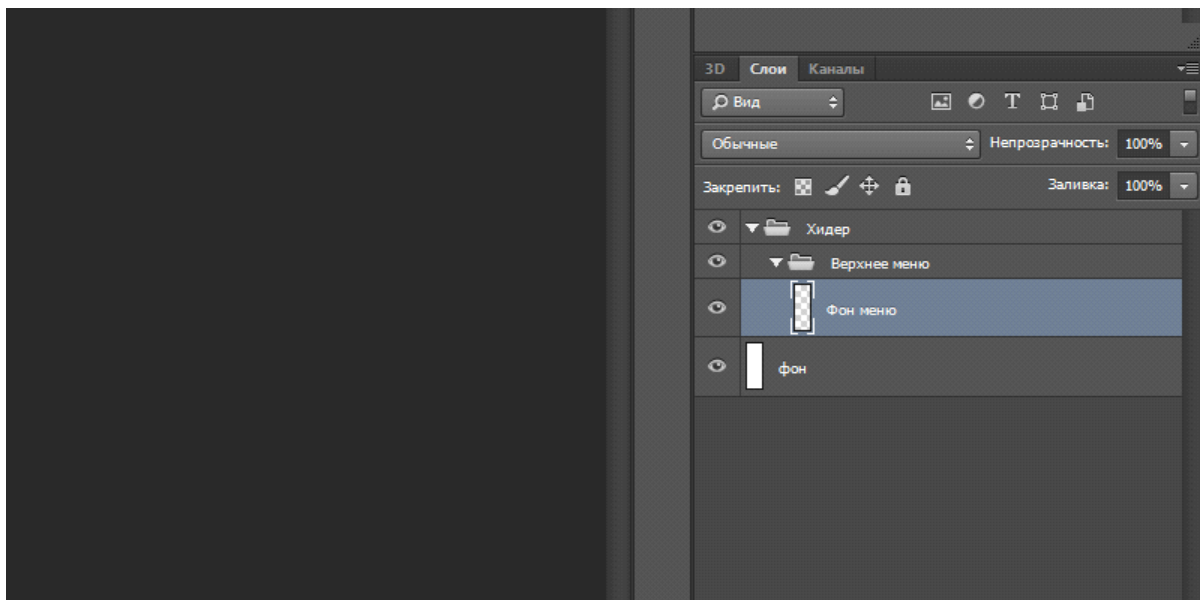


Рисунок 2.9 – Створення фону меню за допомогою Adobe Photoshop
Верхнє меню

Знову витягаю лінійку і виставляю її як на малюнку. Рисунок 2.10

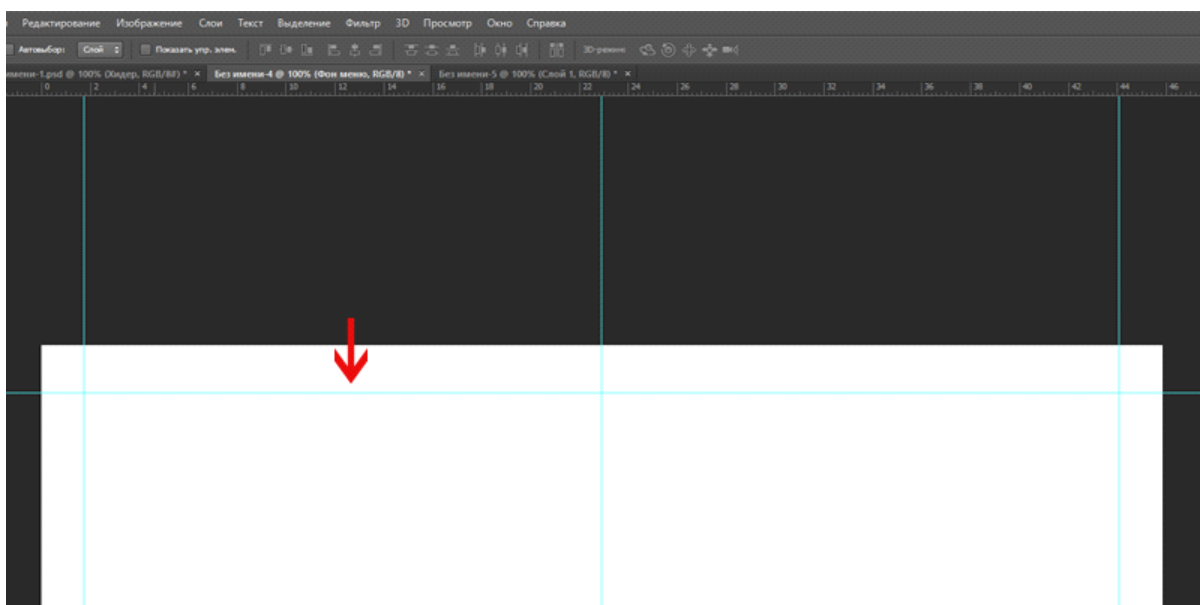


Рисунок 1.10 – Виділення горизонтального меню

Обираю інструмент «Прямокутна область» і виділяю уздовж горизонтальної лінійки (Рисунок 1.11):

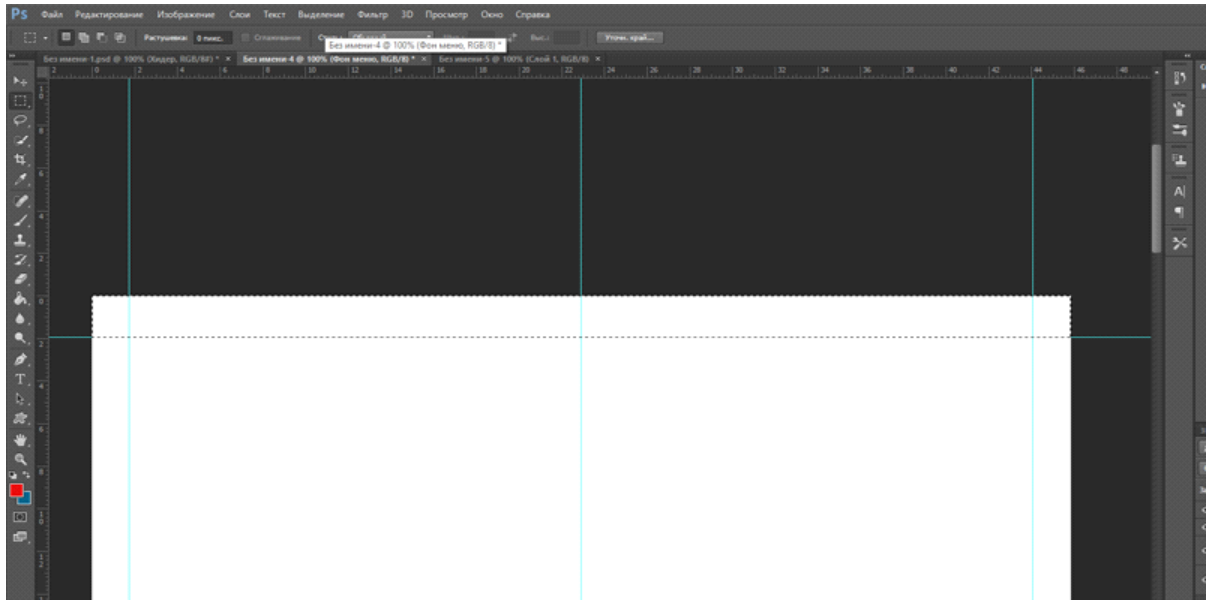


Рисунок 1.11 – Виділення горизонтальної лінійки

У палітрі кольорів вбиваю ось цей колір, обираю інструмент «Заливка» і заливаю виділену область, потім потрібно скасувати виділення у вкладці «Виділення» натискаю на «Скасувати виділення» (Рисунок 2.12):

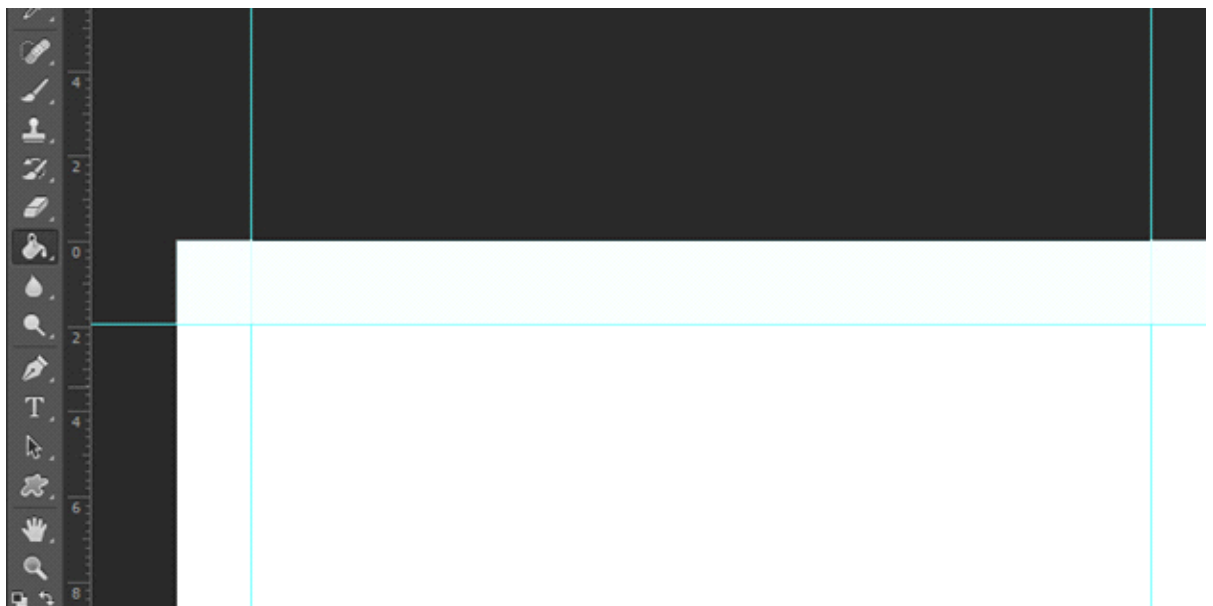


Рисунок 1.12 – Заливка фону

Клікаю на інструмент «Горизонтальний текст». Зверху в панелі обираю шрифт «Segoe UI». Тепер натискаю на блакитному фоні меню і пишу назву сторінок. Потім я можу перемістити текст куди мені потрібно.

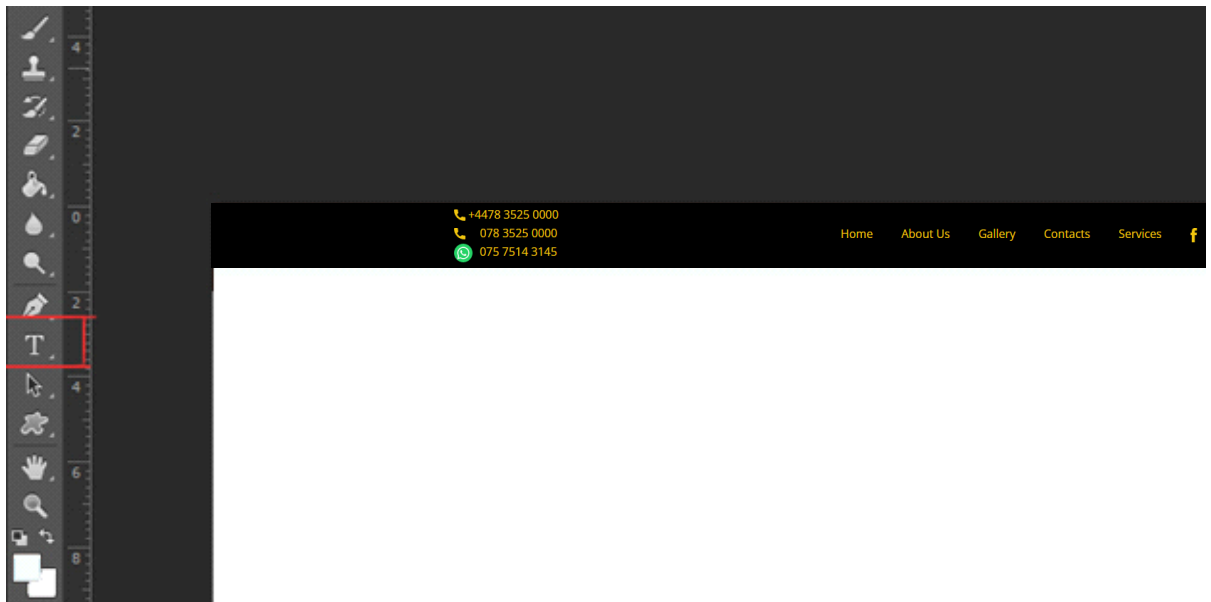


Рисунок 1.13 – Заповнюємо горизонтальне меню

Фон закінчено. Тепер мені потрібно визначити місце, де буде розміщений логотип сайту, і де буде розташоване посилання на розділи сайту. Я буду використовувати 40-бітний шрифт (#FFFFFF) для логотипу та # F7F6F6 для посилань.

Щоб позначити посилання, ми зробимо фон під ним за допомогою інструменту «Округлений прямокутник», але тепер я встановлю радіус округлення, рівний половині висоти прямокутника, 20 пікселів, відповідно, сам прямокутник буде з висотою 40, а ширина буде обрана залежно від довжини слова за посиланням.

Показ слайдерів

Під формою тексту я опублікував слайд-шоу з описом та зображеннями товарів. Спочатку я зробив фон для зміни картинок. За допомогою інструменту «Прямокутна область» я створюю виділення розміром 958 на 304 пікселі, заливаю білим кольором і розміщую під слайд-бором товару. Вирівнюю слой горизонтально відносно фону, використовуючи параметри вирівнювання слоя.

Рисунок 2.14

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		15

Тепер нам потрібно додати зображення, які будуть складати слайд-шоу. Це мої малюнки на тему "Література".

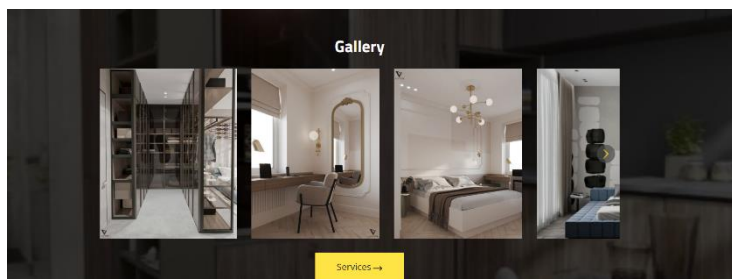


Рисунок 1.14 – Розміщення фото на сторінці сайта

Мобільна версія сайту повинна по стилістиці, кольором і змістом бути такою ж, як і основний сайт. Різниця в тому, що простір в мобільній версії повинно бути максимально заповнене текстовим контентом і містити мінімум графіки. Завдання дизайнера в даному випадку - продумати, які елементи повинні бути в пріоритеті, залишивши лише найбільш важливу графіку і навігацію, і прибрати все пропуски між блоками, щоб вмістити все в обмежений розмір екрану мобільного пристрою.

Сторінка повинна бути обмежена по ширині. Для цього можна весь контент організувати в одну колонку і не перевантажувати графікою, щоб не знижувати швидкість завантаження сайту.

По довжині сторінки обмежень немає. Тому при прокручуванні на екрані мають бути показані елемент за елементом для утримання уваги.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		16



Рисунок 1.15 – мобільна версія WEB-сайту

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		17

1.1.4 WEB-програмування сторінки.

Підготовчий етап

Отже, створіть файл `index.html` де завгодно (принаймні на робочому столі, принаймні в окремій папці). Додайте каталог зображень до того самого каталогу. Він буде містити всі картинки, використані в шаблоні та на сторінці. Оскільки ми вирізали графічні елементи заздалегідь, ми негайно скопіюємо їх у папку із зображеннями та дамо їм такі назви:

- `back_all` – фон сайту.
- `header_top` - фон шапки.
- `big_pic` - логотип.
- `title` - фон заголовків лівої панелі.
- нижній колонтитул - заповнить нижню частину сайту.
- `1mini` - перша фотографія для основної частини сторінки.
- `2mini` - друга фотографія.

У папці зі сторінкою `index.html` створіть файл `styles.css` - в ньому будуть розміщені таблиці стилів шаблону.

Не рекомендую використовувати Блокнот для редагування коду. Для цього набагато краще підходить редактор Notepad ++. Це програма, яка висвітлює синтаксис різних мов, яку набагато зручніше розробляти, ніж у простих редакторах текстових документів. Рисунок 2.16

Ділимо документ на блоки

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
<meta charset="utf-8">
<title>Шаблон сайта</title>
<meta name="keywords" content="">
<meta name="description" content="">
<link href="styles.css" rel="stylesheet" type="text/css" media="screen">
</head>
<body>
</body>
</html>
```

Рисунок 1.16 – Код «голови» сайту

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		18

Зберігаю файл. Я довго вивчав всі ці теги, і вони не потребують пояснень. За допомогою наведеного вище коду я створив основу HTML-сторінки, тепер мені потрібно розділити її на блоки - вказати структуру документа, що буде після чого в ній.

У нас 7 блоків, давайте перелічимо їх за ідентифікатором (значення атрибута id):

1. content — блок, усередині якого будуть зберігатися решта блоків.
2. header — блок заголовка, всередині якого будуть:
 - 2.1. menu — верхня навігація.
 - 2.2. logo — малюнок з текстом.
3. right — Основна частина сторінки.
4. left — панель зліва.
5. footer — низ сайту.

У браузері сторінка все ще буде порожньою, але структуру документа вже можна зрозуміти, вона готова.

Встановлення базового форматування

Тепер перейду до стилю CSS, щоб надати документу початковий стиль.

Відкрийте style.css і додайте рядки коду, які ви бачите нижче, на рисунку 2.17

```
*  
{  
margin: 0px;  
padding: 0px;  
}
```

Рисунок 1.17- Видалення відступ

Обираю колір використовуючи «Психологію кольору», щоб читач купив більше книг. Подивимося на рисунок 1.3.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		19

```

a:link {
    color: #D72020;
}

a:hover {
    text-decoration: none;
    color: #FF0000;
}

a:visited {
    color: #D72020;
}

```

Рисунок 2.18 – Налаштування кольору на Web-сайті.

Я встановлюю основний дизайн сторінки: прописую колір фону та фонове зображення (встановлюю горизонтальну подачу для малюнка), обираю колір, стиль та розмір шрифту (Рисунок 2.4):

```

body {
    background: #FFD723 url(images/back_all.jpg) repeat-x;
    font: 13px Tahoma, Verdana, Arial, Helvetica, sans-serif;
    color: #333333;
}

```

Рисунок 2.19 – Код для створення фону та фонового зображення

Тепер я налаштовую визначення блоку content (Рисунок 2.20):

```

#content {
    margin: 0 auto;
    background: #ffffff;
    width: 786px;
    text-align: left;
}

```

Рисунок 2.20 – Код для створення блоку content

Тепер я можу оновити сторінку. Він заповнений фоновим візерунком. Поки що єдиною видимою зміною є властивість background класу body.

Створення горизонтального меню

Це початок, і тепер я можу відразу приступити до розкладці основних блоків.

Почну, звичайно, з шапки. Яка, в свою чергу, складається з горизонтального меню і блоків логотипу.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
						20
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

По-перше, встановлюю загальний стиль для обох елементів заголовка: текст з вирівнюванням по лівому краю, білий фон і висоту 306 пікселів (Рисунок 2.21):

```
#header {
    background: #ffffff;
    height: 306px;
    text-align: left;
}
```

Рисунок 2.21 – Створення шапки Web-сайту

Так я отримав своєрідний простір заголовка: білий прямокутник, на якому будуть розташовуватися його елементи.

Логічно було б почати з горизонтального меню прямо зараз. Це те, що ми будемо робити, але перед тим, як ви зможете вставити його в HTML, вам потрібно підготувати свої правила CSS, інакше це буде виглядати страшно в браузері.

Зроблю перші коригування: встановлюю ліву межу товщиною 2 пікселі, ширину та висоту нашого меню та фонове зображення, що повторюється вздовж осі X (Рисунок 2.22):

```
#menu
{
border-left: 2px solid #ffffff;
width: 779px;
height: 80px;
background: url(images/header_top.gif) repeat-x;
}
```

Рисунок 2.22 – Початок проектування горизонтального меню

Тепер я можу додати меню до файлу index.html, яке складається з навігації сайту (Рисунок 23):

```
<table id="menu">
  <tr>
    <td><a href="#" title="">Главная</a></td>
    <td><a href="#" title="">Галерея</a></td>
    <td><a href="#" title="">Договор</a></td>
    <td><a href="#" title="">Прайс</a></td>
    <td><a href="#" title="">Образцы</a></td>
    <td><a href="#" title="">Контакты</a></td>
  </tr>
</table>
```

Рисунок 2.23 – встановлюємо навігацію для горизонтального меню
Оновляю сторінку, щоб побачити, що вона насправді з'явилася.

Тільки вигляд посилань залишає бажати кращого. Ми встановимо для них свої власні правила (вирівнювання, ширина, колір, жирність і т.д.), а на наведених посиланнях встановимо зміна кольору і повернемо підкреслення, видалено з усього шаблону (Рисунок 2.24):

```
#menu a {  
  float: left;  
  width: 99px;  
  height: 46px;  
  display: block;  
  text-align: center;  
  text-decoration: none;  
  color: #ffffff;  
  font-weight: bold;  
  font-size: 14px;  
  padding-top: 35px;  
}  
  
#menu a:hover {  
  color: #D72020;  
  text-decoration: underline;  
}
```

Рисунок 2.24 – Корегування надоліків Web-сайту

Форматування меню тепер можна підібрати до шаблону PSD.

Звернувши увагу на те, як змінюється дизайн елемента, якщо навести на нього вказівник (за це відповідають правила #menu a: правила наведення).

Налаштування логотипу

Я вже маю логотип і знаходиться в папці, залишається додати його на сторінку та відформатувати за правилами. Все це можна зробити за допомогою CSS, ми не сумніваємося робити. (Рисунок 2.25)

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		22

```
#logo {
background: #ffffff url(images/big_pic.jpg) no-repeat;
width: 738px;
height: 146px;
text-align: left;
padding-top: 80px;
padding-left: 40px;
border-left: 4px solid #ffffff;
}
```

Рисунок 2.25 – Додавання та корегування логотипу на сторінку Web-сайту
Логотип вставляється точно за розміром.

Єдиного, чого йому не вистачає - це тексту. Вставте відсутній код у блок логотипу файлу index.html, щоб отримати таке (Рисунок 2.26):

```
<div id="logo">
  <h1><a href="#">Имя сайта</a></h1>
  <h2><a href="#" id="metamorph">Слоган сайта</a></h2>
</div>
```

Рисунок 2.26 – Код для допоміжної інформації про сайт
Текст з'явився, але його теж потрібно відформатувати.

Виходячи з того, що логотип майже завжди є посиланням, налаштувую дизайн на відповідні класи. Рисунок 2.27

```
#logo a {
text-decoration: none;
text-transform: lowercase;
font-style: italic;
font-size: 36px;
color: #FFFFFF;
}
#logo h2 a
{
font-size: 24px;
}
```

Рисунок 2.27 – Налаштування дизайнів до відповідних класів
Зовнішній вигляд тексту змінився, і тепер загальний заголовок виглядає навіть краще, ніж в макеті PSD.

Макет основної частини сторінки

Далі я встановлюю найбільший блок, який буде містити весь унікальний вміст. Це займе 500 пікселів і буде розміщено праворуч від сайту. Встановлюю

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		23

правила позиціонування, стилювання заголовків, абзаців та посилань. Рисунок 2.28

```
#right
{
float: right;
width: 500px;
padding-right: 10px;
}

#right h4
{
margin: 0;
padding: 0px;
font-size: 12px;
color: #D72020;
}

#right a
{
color: #D72020;
text-decoration: none;
}

#right p {
margin: 0;
padding: 0;
padding-bottom: 10px;
}

#right h2 {
margin: 0;
padding: 0;
padding-top: 10px;
color: #D72020;
}
```

Рисунок 2.28 – Код для стилювання заголовків та абзаців

Оскільки ми зафіксували лише ширину блоку, видимих змін не буде, поки ми не наповнимо його вмістом - висота сторінки буде змінюватися залежно від вмісту.

Далі заповнюю контейнер right. Я розміщуюю зображення в простій таблиці. Рисунок 2.29

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		24

```

<h2>Галерея</h2><br />
  <h2>Кухни</h2><br />
  <table cellspacing = 40>
  <tr>
  <td></td>
  <td></td>
  </tr>
  <tr>
  <td></td>
  <td></td>
  </tr>
  <tr>
  <td></td>
  <td></td>
  </tr>
  </table>

```

Рисунок 2.29 – Розміщення зображень

Вміст отримав розмітку, але йому явно не вистачає білого фону, який з'явиться не зовсім скоро.

Створення лівої панелі

Під час макету, але після малювання макета виявилось, що в бічному меню все одно будуть підпункти, і вони повинні з'являтися, коли я наводжу курсор на основний елемент, і зникати, коли на ньому немає вказівника.

Ситуації, коли доводиться екстрено змінювати дизайн, є досить поширеними. Відстань між меню та основним вмістом дозволяє мені вставляти підпункти, але хитрість із зникненням та повторним появою підменю цікава.

Введіть наступний код у файл CSS. Рисунок 2.30

```

#left
{
padding: 10px;
width: 237px;
padding-right: 1em;
}

#left h3
{
width: 225px;
height: 25px;
font-size: 14px;
font-weight: bold;
padding-left: 15px;
padding-top: 15px;
text-transform: uppercase;
color: #ffffff;
background: url(images/title.gif) no-repeat
}

#left ul {
margin: 0;
padding: 10px;
list-style: none;
width: 100px;
font-size: 18px;
}

#left li ul {
position: absolute;
left: 90px;
top: 0;
display: none;
}

#left ul li {
position: relative;
margin-bottom: 20px;
}

#left ul li a {
display: block;
text-decoration: none;
color: #ffffcc;
background: #ff9900;
padding: 5px;
border: 1px solid gold;
border-bottom: 0;
}

#left li: hover ul {
display: block;
}

#left li li {
margin-bottom: 0px;
width: 150px;
}

#left p
{
padding: 10px;
border-bottom: 1px solid #D72020;
border-left: 1px solid #D72020;
border-right: 1px solid #D72020;
}

```

Рисунок 2.30 – Вносимо CSS частину

Звернувши увагу на правила класів ul і li - секрет зникнення меню є, відкриваю його сам.

Спочатку додаю інформаційний блок без меню до лівого контейнера документа HTML. Рисунок 2.31

<h3>Информация</h3>

<p>Мы предлагаем Вам праздничные скидки. Далее...</p>

<h3>Меню</h3>

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
						26
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

Рисунок 2.31 – Додавання інформаційного блоку

Білий фон поширився далі по сторінці.

Тепер прийшов час вставити код меню лівої панелі у файл HTML. Він, на відміну від верхньої навігації, реалізований списками, що видно з правил CSS.

```
<ul>
    <li><a href="#">Галерея</a>
        <ul>
            <li><a href="#">Кухни</a></li>
            <li><a href="#">Кровати</a></li>
            <li><a href="#">Стенки</a></li>
            <li><a href="#">Прихожие</a></li>
            <li><a href="#">Шкафы-купе</a></li>
            <li><a href="#">Компьютерные столы</a></li>
        </ul>
    </li>
    <li><a href="#">Договор</a></li>
    <li><a href="#">Прайс</a>
        <ul>
            <li><a href="#">Кухни</a></li>
            <li><a href="#">Кровати</a></li>
            <li><a href="#">Стенки</a></li>
            <li><a href="#">Прихожие</a></li>
            <li><a href="#">Шкафы-купе</a></li>
            <li><a href="#">Компьютерные столы</a></li>
        </ul>
    </li>
    <li><a href="#">Образцы</a>
        <ul>
            <li><a href="#">Стекло</a></li>
            <li><a href="#">ДСП</a></li>
            <li><a href="#">Фурнитура</a></li>
            <li><a href="#">И т.д.</a></li>
        </ul>
    </li>
    <li><a href="#">Контакты</a>
    <li><a href="#">Важно</a>
</li>
</ul>
```

Рисунок 2.32 – Код меню лівої панелі

Підменю працює, вам просто потрібно навести мишу на предмет, що його містить (для нас це Галерея, Ціна та Зразки).

Виготовлення Футору

Заключною частиною шаблону є футер (нижній колонтитул). Простий дизайн, лише абзаци та посилання.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		27

```

#footer {
  height: 44px;
  clear: both;
  padding-top: 20px;
  background: url(images/footer.gif) repeat-x;
  border-top: 5px solid #A6640E;
}

#footer p {
  margin: 0;
  font-size: 10px;
  text-align: center;
  color: #ffffff;
}

#footer a {
  color: #ffffff;
}

```

Рисунок 2.33 – Створення Футеру

Зазвичай допоміжна інформація розміщується у нижньому колонтитулі, додаючи її до HTML-коду. Рисунок 2.34

```

<p>Copyright © 2016. <a href="http://test1.ru/" title="Адрес сайта">Адрес
сайта</a> | <a href="#">Слоган сайта</a></p>
<p>+7-(777)-777-77-77 | <a href="#">Одеса</a></p>

```

Рисунок 2.34 - Розміщення допоміжної інформації.

Це завершує дизайн сайту. В результаті я отримую повний готовий до використання шаблон, частини якого можна перемістити в окремі файли PHP, зробивши динамічну сторінку зі статичної сторінки.

Далі приклади адаптивних сайтів:

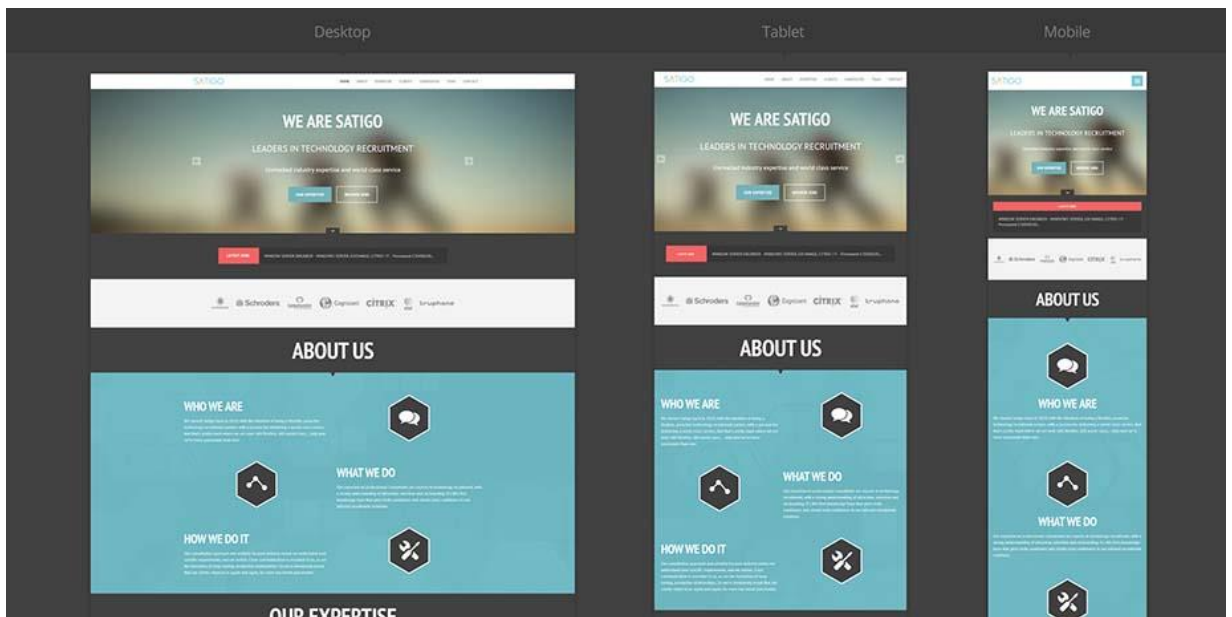


Рисунок 2.35 – Вид адаптивного сайту

New Adventures In Web Design Conference 2020

Макет заснований на гнучкій сітці і привертає максимальну кількість користувачів. Це сайт про конференції по Web-дизайну, тому тут показані всі найкращі і сучасні тенденції Web-дизайну.

Веб-сайт Ribot - Дизайн цього сайту зручний для екранів усіх гаджетів і відображає всю інформацію про компанію та сервісі.

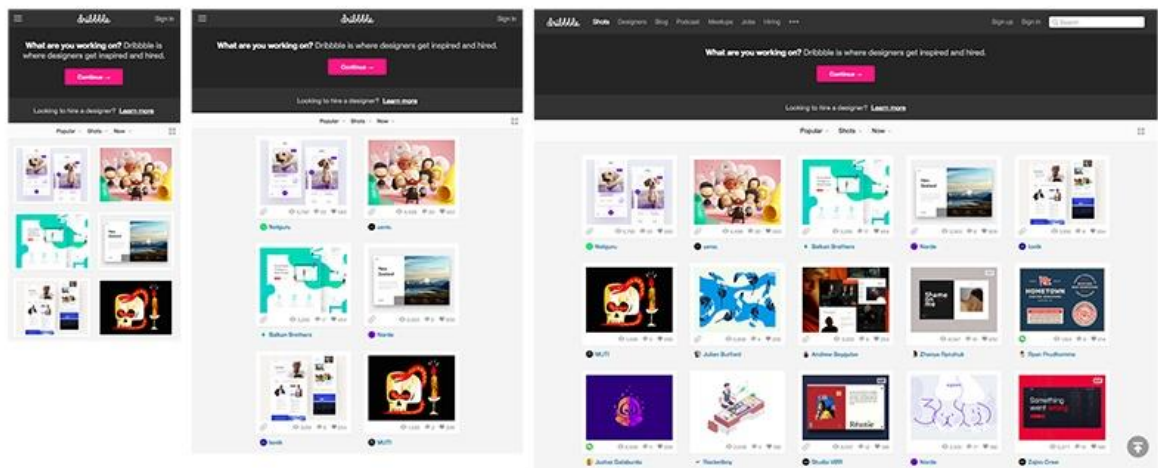


Рисунок 2.36 - Ribot дизайн сайту для екранів усіх гаджетів

Adaptive Web Design - рекламний сайт книги, яка відповість на всі питання про адаптативний дизайн. Природно, виконаний сайт на вищому рівні.

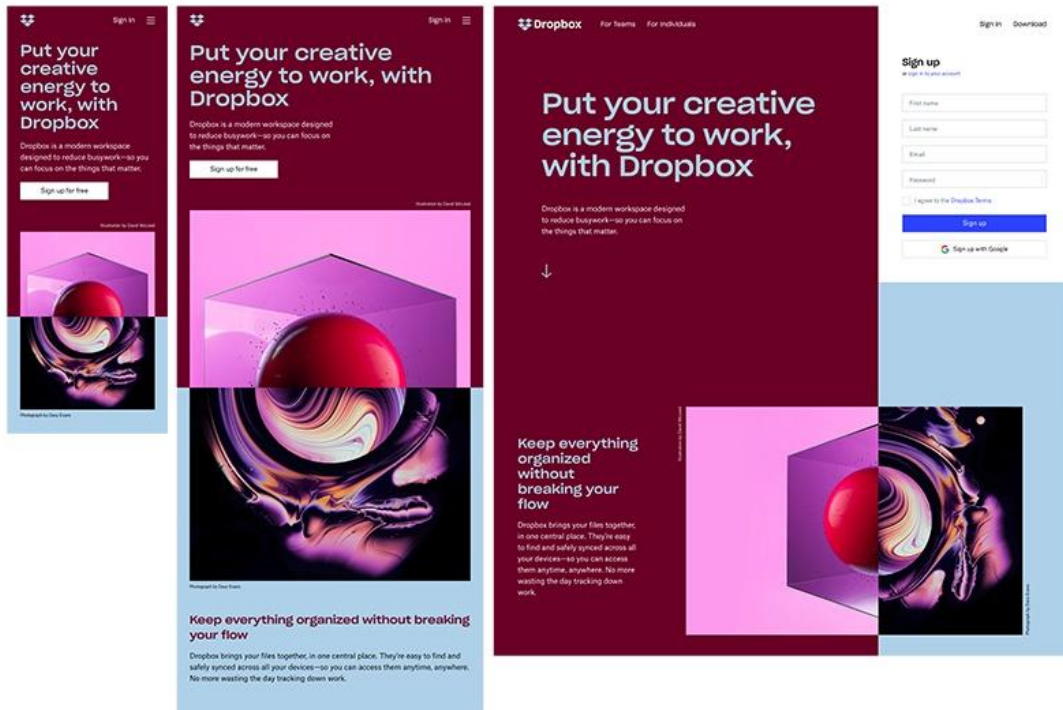


Рисунок 2.37 – Вид дизайну Adaptive Web Design .

Якщо ж масив даних величезний, то є сенс зробити окремий сайт для мобільних пристроїв.

Окремий сайт використовує власний HTML-код. Саме тому дизайнер сам вирішує, чи буде сайт копією основного або відрізнитися від нього. У будь-якому випадку, слід при розробці запозичити основний контент і вирішити, які елементи варто залишити, а які видалити.

Перед розробкою важливо перевірити ключові запити, за якими користувачі шукають даний контент. Цю інформацію можна переглянути в Google Analytics в звіті «Пошукова оптимізація».

Отже, існує три способи побудови мобільних версій сторінки:

Адаптивний дизайн. Сторінка сайту в даному випадку не змінюється, але CSS-файл застосовує інші правила, в залежності від ширини вікна браузера, і "адаптується" під нього.

Окремий мобільний сайт. Він розміщується на піддомені або в підкаталозі, іноді основний і мобільний сайт мають однаковий URL. Завантаження HTML-коду залежить від значення user-agent («динамічної видачі»). Якщо URL різний,

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
						30
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

то структура сторінок зазвичай зберігається, але ніщо не заважає їх змінити, так як ці версії сайтів зберігаються в різних каталогах.

Мобільна версія сайту або RESS (Responsive Design + Server Side). Цей метод складний в розробці, але включає в себе переваги як адаптивного дизайну, так і окремого мобільного сайту.

1.1.5. Завантаження та вибір Хостингу

Якщо ви плануєте створити свій сайт або інтернет-магазин, то вам знадобиться хостинг. Хостинг - це місце, де зберігаються файли сайту. У цій статті розглянемо популярні види хостингу - в чому перевага кожного з них і який хостинг вибрати для інтернет-магазину.

Зараз розглянемо види хостингу та їх можливості.

Віртуальний хостинг

Віртуальний хостинг підходить для новачків, тому що дає можливість відразу розмістити сайт на сервері і опублікувати в його в інтернеті. Не потрібно налаштовувати програмне забезпечення на сервері.

Шаред-хостинг влаштований так, що програма на сервері розділяє ресурси цього серверу на облікові записи. Замовивши тариф віртуального хостингу, ви отримуєте свою невелику частину на сервері і розміщуєте сайт або інтернет-магазин в сусідстві з іншими клієнтами.

Плюси віртуального хостингу:

Зручна контрольна панель. При замовленні послуги ви отримуєте налаштовану панель управління хостингом, в якій можна управляти файлами сайтів, доменною поштою, доменами, резервними копіями і іншим;

Адміністрування сервера хостинг-провайдером. Провайдер піклується про те, щоб сервер стабільно працював, а програмне забезпечення регулярно оновлювалося. Це особливо зручно для тих, у кого мінімальні технічні знання в області адміністрування сервера;

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		31

Різноманітність тарифів. Якщо потрібно створити свій магазин, вибирайте хостинг для сайтів на WordPress.

Низька ціна. Облікові записи віртуального хостингу займають менше місця на загальному сервері, завдяки чому ціни нижче;

Додаткові послуги в подарунок. При покупці віртуального хостингу на тривалий термін хостинг-провайдери часто дають в подарунок домени, SSL-сертифікати і виділені IP-адреси.

Мінуси віртуального хостингу:

Немає можливості встановлювати або змінювати програми. У послугі віртуального хостингу ви не зможете встановити сторонню програму або змінити поточну, так як немає доступу адміністратора;

Обмеження ресурсів. Провайдери віртуального хостингу встановлюють обмеження на використання ресурсів. Це потрібно, щоб не виникало зловживань з пункту вище. Але такі обмеження можуть заважати вам, якщо ви хочете відправляти великі email-розсилки або на вашому сайті велика кількість медіафайлів.

Віртуальний хостинг вам підійде, якщо:

Ви хочете створити невеликий сайт-візитку, блог, інформаційний сайт, на якому спочатку не буде більше, ніж 1-1,5 тисяч відвідувачів за добу;

Ви тільки починаєте розвивати бізнес і думаєте про те, як вибрати хороший хостинг для магазину з кількістю товарів в межах декількох тисяч.

Хмарний хостинг

Так хмарний хостинг - це шаред-хостинг, який використовує кілька серверів одночасно. З цих серверів береться оперативна пам'ять, потужність процесора і інші ресурси. Це допомагає краще розподіляти навантаження на устаткування. Обравши цей хостинг – ваш сайт працюватиме більш стабільно.

Вміст послуги копіюється відразу на 3 носія, які об'єднуються в одне хмара. Якщо один носій вийде з ладу, його швидко замінить другий, і це не відіб'ється на роботі сайту.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		32

Плюси хмарного хостингу:

Зручна контрольна панель. Як і у випадку з віртуальним хостингом ви отримуєте налаштовану панель управління, з якою зручно працювати з файлами сайту, базами даних, поштою і резервними копіями;

Адміністрування сервера хостинг-провайдером. Провайдер налаштовує сервер і регулярно оновлює програмне забезпечення за вас;

Додаткові послуги в подарунок. При покупці хмарного хостингу на тривалий термін теж можна отримати в подарунок домен, SSL-сертифікат і виділений IP-адреса.

Стабільність роботи сайтів. Кожен файл сайту в хмарі копіюється на 3 диска-копії на різних серверах. Якщо з одним сервером щось трапляється, його скоро підміняє другий. Завдяки цьому сайт мінімально знаходиться в офлайн.

Мінуси хмарного хостингу:

Немає можливості встановлювати або змінювати програми. У послугі хмарного хостингу у вас немає доступу адміністратора, тому не можна встановити деякий ПО;

Обмеження ресурсів. На хмарному хостингу теж є обмеження на використання ресурсів, які розповсюджуються на всіх.

Більш висока ціна в порівнянні з віртуальним хостингом. Для організації хмарного хостингу замість 1 сервера використовується 3, через це його вартість вище.

Хмарний хостинг вам підійде, якщо:

У вас великий інтернет-магазин з великою кількістю транзакцій;

У вас запущена реклама сайту для залучення відвідувачів;

У вас є будь-яка інша причина, через яку сайту критично важливо бути в онлайн цілодобово.

VPS-хостинг

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		33

VPS-хостинг - це віртуальний приватний сервер. Також VPS отримує більше ресурсів сервера. На VPS у вас є права адміністратора і можливість налаштовувати сервер майже без обмежень.

Плюси VPS-хостингу:

Доступ адміністратора. Ви можете встановити на VPS будь-яку програму, яка необхідна для роботи сайту або інтернет-магазину;

Можливість докупити ресурси сервера. Якщо ваш проект росте, можна докупити пам'ять, дисковий простір або ядра процесора без переходу на інший тариф.

На VPS-носії менше облікових записів, тому ресурси сервера діляться між меншою кількістю користувачів. Завдяки цьому нижча ймовірність того, що сусід по серверу вплине на роботу вашого сайту.

Мінуси VPS:

Адміністрування сервера. При покупці VPS ви самі відповідаєте за установку і своєчасне оновлення програмного забезпечення. Це викличе багато питань, якщо у вас немає або мало досвіду в адмініструванні сервера;

Більш висока вартість. Ціни на VPS зазвичай вище, ніж на віртуальний або хмарний хостинг.

1.1.6 Копірайтинг та просування сайту

Компанії вкладають великі гроші в продажі інфоконтент, сподіваючись, що він призведе і стабілізує трафік і збільшить прибуток в рази. Але чи дійсно продають тексти настільки всемогутні? Чи може один невеликий текст розміром в 1000-1500 символів змусити споживача до дії, який спочатку сумнівається в його необхідності? Чи існує єдина формула і структура продажі тексту і наскільки вона ефективна? А якщо вона ефективна, то чому багато рекламні кампанії не приносять результат, який від них очікується? Розглянемо в моєї дипломній роботі.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		34

Сьогодні тільки на українському ринку пропонують свої послуги з написання текстів тисячі копірайтерів. Які розповідаючи про те, як написати текст, його формулах, посилаючись на його властивості навіть для бізнесу, який зазнає невдачі. Насправді це не так. Якщо бізнес безнадійний, то ніякої, навіть самий професійний текст, написаний мегаспеціалістом з досвідом роботи 10+ років, не врятує його.

Але нехтувати можливостями і перевагами продажі тексту все ж не варто. Адже, дійсно, він може стати хорошим поштовхом для поступу трафіка, якщо все зробити правильно. У цьому дипломі я розгляну формули і принципи написання проданого тексту, який допоможе перетворити читача в покупця за умови, що бізнес і можливості компанії дозволяють це зробити з точки зору підприємництва.

Текст продажу - це реклама. Реклама, створена за обраним алгоритмом, який не тільки демонструє переваги товару або послуги, а й показує як з їх допомогою вирішити проблеми потенційного покупця. Отже, такі тексти - якийсь симбіоз психології і філології. Рекламні тексти завжди унікальні. Слова, структура і зміст підбираються під певну задачу і цільового покупця. Тому недостатньо мати вищу освіту і вміти складати з слів пропозиції. Важливо вміти розбиратися в потребах покупця, вникати в його бажання, страхи і знаходити цінності і вигоди, які придушуть всі побоювання, і задовольняти його потреби. Тільки в цьому випадку текст, стає ефективною рекламою і приносить прибуток внаслідок підвищеного трафіку.

Подібні тексти - універсальні. Вони використовуються там, де є мета продажу. Діапазон використання дуже широкий. Навіть в інформаційних статтях можуть бути присутніми продажні тригери і ви їх можете навіть не помічати, але підсвідомо сприймати їх, як мотивацію до дії наприклад, коли ви читаете статтю про будь-який товар і в ньому вказуються його переваги, які стають для вас вигодою. Однак, найчастіше, замовляють такі тексти для наступних рекламних кампаній.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		35

SEO

Ще 2-3 роки тому SEO-тексти писалися виключно для пошукових роботів з метою просування сайту та їх якнайшвидшого потрапляння в «популярні» видачі. Використовувалися нечитабельні ключі («купити диван Київ ціна». Сьогодні ж ситуація кардинально змінилася, пошукові роботи стали розумнішими, а інтернет-користувачі - витонченішими. Тому з'явилися нові вимоги: seo-тексти повинні бути не просто оптимізовані під просування, але і читабельні. А що може бути більш ефективним, ніж продає seo-оптимізований текст? Таким чином, почали використовувати відразу два потужних інструменти: seo-оптимізацію статті та включення продають тригерів.

Реклама

Якби реклама, яку ми щодня бачимо по телевізору або слухаємо по радіо, не була ефективною, вона б просто не існувала. А діюча вона лише тому що в ній присутній текст, що сприяє продажу. Ми чуємо переваги товару або послуги, ми візуально бачимо те, що отримуємо. І стаємо заручниками ситуації - ми хочемо купити те, що нам пропонують.

Насправді тексти використовуються всюди: в групах соціальних мереж, які створені для продажу, на афішах і білбордах - всюди, де є мета продати щось комусь.

Для початку слід зрозуміти хто ваш читач, які у нього інтереси, цілі, потреби. Створіть умовний портрет цільового покупця. Чого він хоче? Яка вигода «спрацює» на ньому? Яка буде мета у людини, коли він буде читати ваш текст? Дайте відповідь для себе на ці питання і створіть ядро - то, на що ви будете робити упор в тексті.

Дуже важливо розуміти свою цільову аудиторію. Не забувайте про те, що жінки і чоловіки сприймають інформацію абсолютно по-різному. Жінкам важливі емоції і приклади, вони чіпляються за слова-підсилювачі. Чоловікам, навпаки, важливі факти - сухі і у справі. Тому поставте себе на місце клієнта, думайте як він, судіть об'єктивно і завжди орієнтуйтеся на його бажання.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		36

Сформулируйте для себя цель, углубитесь в тематику, изучите рынок и конкурентов. Вы должны быть специалистом, понимать о чем вы пишете и что предлагаете. Знайте, если вы пишете информацию о том, чего не знаете, это видно невооруженным глазом. Такие тексты не вызывают доверие и даже способны сложить у читателя негативное восприятие компании, которая использует контент.

Складність тексту

Чим довше пропозиції, тим складніше сприймати їх посил і зміст. Всі пропозиції повинні бути не більше 12 слів - це середнє, найбільш оптимальне число, яке дозволяє читачеві винести для себе якусь користь. Сюди ж відносяться складні дієприслівникові обороти, які лише гублять текст.

Не рекомендую: До складу крему входять масла авокадо, насіння макадамії, ши, які відомі своїми омолоджують, захисними, протизапальними і зволожуючими властивостями, і підходять для використання на всі типи шкіри.

Рекомендую: До складу крему входять масла авокадо, насіння макадамії, ши. Має омолоджуючий, захисним, протизапальну і зволожуючим властивістю. Підходить для всіх типів шкіри.

Вихід: пишіть простою мовою, що не ускладнюйте статтю довгими пропозиціями. Якщо в результаті вийшло довге речення, прочитайте його ще раз і спробуйте розбити на кілька частин.

Надлишок слів-підсилювачів

Ми говорили про те, що, створюючи текст, для ЦА жінок, необхідно використовувати слова-підсилювачі: «найкращий», «чудовий», «прекрасний» і т.д. Але якщо подібних слів буде в надлишку, напрошується питання: «А чи не брешете ви?»

Не рекомендую: Суперклей чудово впорається з будь-яким завданням, допоможе навіть в найскладніших ситуаціях і вирішить вашу найбільшу проблему за дві секунди, якщо у вас щось зламалося або розбилося.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		37

Рекомендую: Суперклею за 2 хвилини склеїть улюблену вазу, яка була розбита.

Вихід: в залежності від цільової аудиторії контролюємо кількість входжень подібних слів. Не створюйте враження мильної бульбашки. Якщо говорите про те, що товар кращий, доведіть фактами.

Google - популярна пошукова система і основний канал трафіку для більшості сайтів російського та англomовного сегменту інтернет. Тому просування сайтів в Google є основним методом підвищити відвідуваність інтернет-ресурсу як в країнах СНД, так і за кордоном.

Просування сайту в Google – достатньо тяжкий процес, так як на видимість в пошуковій системі залежить від безлічі факторів. На багато з факторів сортування може впливати лише побічно, а тому потрібен чималий досвід і вміння, щоб забезпечити ефективну розкрутку.

З усіх каналів трафіку пошукова система Google дозволяє отримати на сайт найбільшу кількість відвідувачів. Чим вище будуть ваші позиції в пошуковій системі, тим більший відсоток користувачів ви зможете отримати. При цьому у них вже є потреба в послугах, товар або інформації, які ви надаєте.

Результат, отриманий завдяки якісній пошуковій оптимізації, зберігається надовго. Навіть після припинення будь-яких робіт по просуванню ви не почнете стрімко втрачати позиції. Рекомендації постійно «тримати сайт в формі», після завершення внутрішньої оптимізації регулярно проводити перевірку на технічні помилки і не припиняти зовнішню оптимізацію. Це дозволить постійно підвищувати власні позиції без значних витрат і об'ємних праць на сайті.

Існує два основних способи отримувати трафік з Google: з органічної видачі і з рекламних блоків. Розглянемо їх докладніше.

Пошукова реклама приносить результат набагато швидше, так як вам не потрібно чекати поступового зростання позицій. Крім того, на установлення та роботу рекламної кампанії йде куди менше часу і зусиль, ніж на оптимізацію сайту.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		38

Але у цього методу є свої мінуси, головний з них - платний трафік. Оплачується за кожен перехід на сайт з рекламної видачі, а після припинення рекламної акції, сайт зникає з рекламних блоків пошукової видачі, тому високий показник відвідуваності не зберігається.

Просування в обмеженому пошуку - більш трудомісткий метод, так як потрібно провести повну оптимізацію інтернет-ресурсу, створювати контент і мати регулярний трафік та кількість посилань. Однак трафік з пошуку ви отримуєте безкоштовно, а високі позиції зберігаються довгий час, навіть після повного припинення робіт по просуванню.

Тому SEO оптимізація вважається більш ефективним методом розкрутки в довгостроковій перспективі. Тому далі ми розповімо саме про просування в обмеженому пошуку.

Пошукова система враховує, наскільки ресурс пристосований до мобільних пристроїв. Це стосується не тільки структури сторінок, які повинні бути зручними для користувачів з меншим екранів, але і часу завантаження.

Оптимізація під мобільні пристрої – один із важливий етап пошукового просування, так як більша частина пошукових запитів в Google вводяться через смартфони. Якщо не враховувати інтереси мобільних користувачів, фактори поведінки сайту можуть сильно погіршитися, так як значна частка трафіку буде просто повертатися до пошуку після переходу на його сторінки. В результаті, це негативно позначиться на позиціях і ресурс втратить не тільки мобільний трафік, але і десктопний.

Щоб не допустити цього фахівці Google рекомендують керуватися при створенні дизайну принципом Mobile first - врахувати в першу чергу зручність сайту для користувачів з невеликим екраном. Для цього сайту необхідний адаптивний дизайн - дизайн автоматично підлаштовується під дозвіл екрану, або мобільна версія - окремий піддомен, куди перенаправляються користувачі смартфонів.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
						39
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		

При перегляді з мобільних пристроїв з невеликим екраном, важливо щоб сайт відповідав наступним критеріям:

- тільки вертикальна прокрутка;
- великий читається шрифт;
- великі кнопки, оптимальний розмір - 10 на 10 пікселів;
- відсутність елементів, які не підтримуються телефонами, наприклад,

Flash-анімації;

- велику відстань між посиланнями і кнопками, щоб вилучити ризик випадкового натискання.

Багато також мінімізувати «вагу» сторінки - використовувати стиснення для зображень, видалити зайві графічні елементи і анімації, підключити кешування та ін. Це необхідно для того, щоб не у всіх мобільних користувачів не завжди є хороший та швидкий інтернет, щоб сторінки сайту завантажувалися з такою ж швидкістю, як і при перегляді з ПК.

Також важливий фактор, який не тільки враховується при ранжируванні, а й впливає на поведінкові показники і конверсію. Нормальним вважається час завантаження не більш 2-3 секунд. На цей показник впливає вага сторінки (кількість анімацій, відео та зображень), розташування хостингу, швидкість передачі і обробки інформації на ньому, а також масштаб самого ресурсу і кількість активних користувачів.

Швидкість завантаження безпосередньо впливає на показник відмов сайту в Google. З кожною новою секундою йде все більше відвідувачів. Крім того, якщо відвідувачеві доведеться довго чекати завантаження першої сторінки, він швидше за все вже не захоче переходити на інші, а це також відмова і втрата потенційного клієнта.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		40

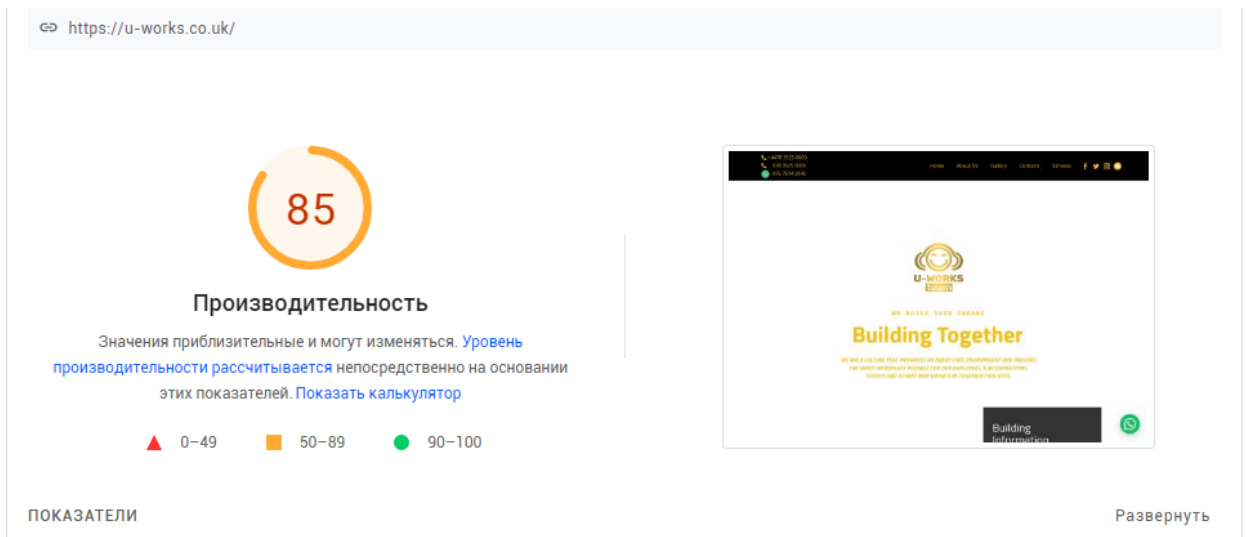


Рисунок 2.38 – Перевірка швидкості завантаження сайту.

Щоб перевірити швидкість сайту в Google, можна використовувати сервіс Google PageSpeed, який, за словами співробітників пошукової системи, оцінює всі фактори, що впливають на час завантаження, крім швидкості інтернет-з'єднання самого користувача.

Щоб скоротити час очікування для ваших відвідувачів, оптимізатори проводять такі роботи:

оптимізують «важкий» контент - стиснення зображень, різні дозволи фото при попередньому перегляді і детальному, відкладена завантаження тощо;

оптимізують код - скорочення числа запитів між сервером і призначеним для користувача браузером, видалення зайвих елементів в коді CSS і JS-елементів, настройка пріоритету завантаження контенту: спочатку CSS а в кінці JS;

підключають кешування - частина даних зберігається в кеш-пам'ять браузерів користувачів, які вже переходили на сайт раніше;

Також на швидкість впливає вибір хостингу. Наприклад, чим далі сервер з сайтом розташований регіону, в якому проживає ваша аудиторія, тим більше часу потрібно на передачу даних. Якщо у вас стрімко зростає відвідуваність, то є ризик, що сервер не впорається з обробкою забагато запитів, тому краще заздалегідь вибирати хостинг, який здатний надати досить обчислювальних потужностей.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		41

Ще однією причиною повільного завантаження може бути шкідливий код на сайті - результат злому або зараження вірусами. Щоб уникнути цього, використовуйте тільки ліцензійні ПО, наприклад, плагіни і шаблони дизайну для CMS.

Швидкість загрузки сайту можна перевірити за допомогою даного сайту – PageSpeed Insights.

Це технічний тест на перевірку якості сайту по даним критеріям швидкості відгуку сайту на відображуваного контенту для використання клієнта, який є на сайті. Чим вищий результат тестування – тим вищий пріоритет розміщення в пошуковій системі Google на певному місці на сторінці в пошуку.

Якщо ваш результат тестування – низький, то є ризик опинитися в тіньовому бані в просторах Google, то ваші ключові запити працювати не будуть, а сам сайт можна знайти самостійно за допомогою назви самого сайту або посилання, навіть дуже майстерно написаних текст продажу вам не зможе допомогти в даній ситуації.

В пошуковій системі Google в пріоритеті швидке відображення сайту.

Що таке Google AdWords?

Я хотів би почати з того, що Google AdWords і Google Ads - це одна і та ж платформа,

Google AdWords - це спеціально розроблений рекламний сервіс від Google. Ця послуга дозволяє розміщувати контекстну рекламу на перших сторінках

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		42

пошукової системи (банери вгорі, внизу та збоку сторінки пошуку).

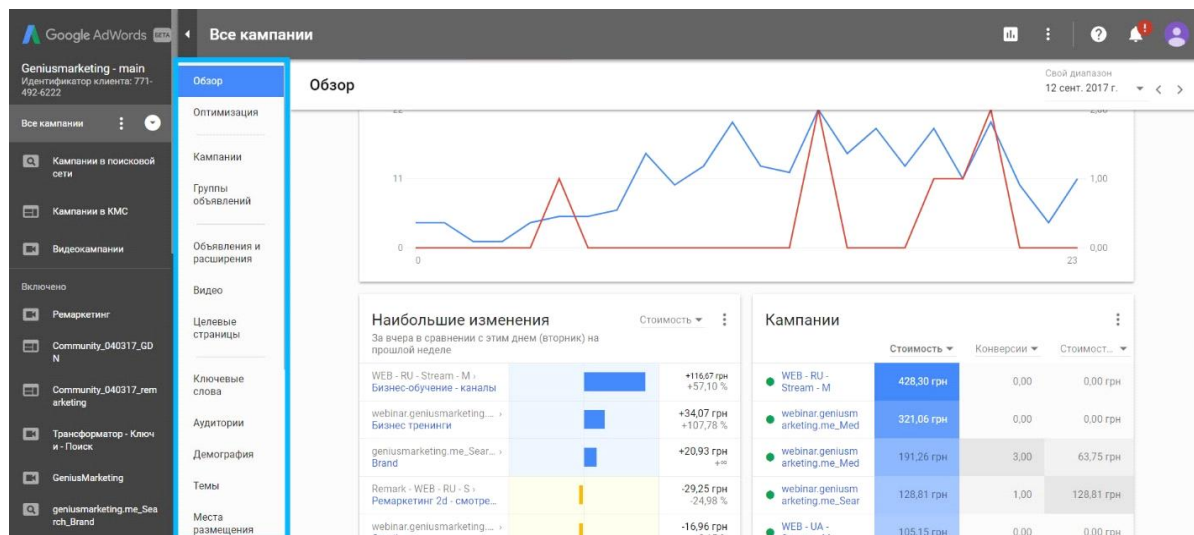


Рисунок 2.39 – Обзор ціни на Google AdWords

Забігаючи вперед, хочу сказати, що цей вид реклами:

ефективний - якщо у вас є стратегія просування і правильно налаштована реклама;

недешево - хоч ви і встановлюєте бюджет, але хороших результатів можна досягти тільки при достатніх вкладеннях;

універсальний - підходить для 90% брендів і сайтів; добре прийнятий Google. Оскільки Ads є всесвітньо відомою пошуковою системою, ви можете бути впевнені, що ваші оголошення матимуть високий рейтинг і відобразитися стільки разів, скільки ви заплатили.

проста в налаштуванні - не потрібно наймати фахівця з реклами, якщо є бажання і час самостійно розібратися з рекламним аккаунтом.

Зараз я поясню плюси та мінуси використання Google AdWords

Плюси використання оголошень Google AdWords

Зручність

За допомогою простого інтерфейсу та детальних інструкцій показ оголошень через Google AdWords такий же простий. Все доступно і зрозуміло.

Орієнтованість на клієнта

Ви обираєте аудиторію, якій буде розповсюджена реклама. Ви можете націлювати оголошення на людей у певних країнах, містах, районах і навіть на вулицях; виберіть людей, які відвідують певні сайти.

Бюджет

Ви і тільки ви вирішуєте, скільки грошей витратити на рекламу і на який період. У випадку обмежених коштів самокоригування бюджету економить.

Різноманітність рекламних площ

Контекстну рекламу можна відображати не тільки на сторінці Google, але і на так званому ССМ - сайтах-партнерах контекстної медіамережі. Простіше кажучи, У Google є партнерські сайти та ваша реклама може відображатися на них, якщо цільової аудиторії більше. ССМ включає таких гігантів, як YouTube, Blogger, Gmail тощо.

Мала конкуренція

Якщо порівняти кількість оголошень Google AdWords та іншу програму для просування сайтів, відразу стає зрозумілим, чому вартість кліку в Google у кілька разів нижча - все через меншу кількість рекламодавців.

Статистика

Ваші рекламні дані доступні у вашому особистому кабінеті. Використовуючи та аналізуючи загальну ефективність реклами, ви можете планувати майбутні рекламні кампанії на основі наявних даних.

Швидкість запуску

Оголошення Google AdWords з'являються протягом декількох хвилин після налаштування. Це дозволяє не витратити час даремно, що призводить к підвищенню трафіку та більшого охоплення споживачів.

Оплата за результат

У налаштуваннях рекламного рахунку ви можете заплатити за кількість конверсій, яку ви встановили самі: наприклад: використання посилання клієнтами.

Мінуси використання реклами Google AdWords

Тривалий період просування.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		44

Контекстна реклама почне приносити відчутні результати мінімум через 3-6 місяців - саме за цей час ваша сторінка буде поступово з'являтися в ТОПі результатів пошуку. Якщо вам потрібні результати прямо зараз, контекстна реклама не для вас.

Обмежена кількість реклами

Оскільки місце для платної реклами в Google невелика, відповідно і кількість рекламних оголошень дуже мало. Вам знадобиться помітна назва та професійний опис, щоб виділитися серед конкурентів.

Галузева популярність

Якщо у вашій галузі багато конкурентів і є практично монополісти, то не варто навіть витратитися на контекстну рекламу - краще побудувати бренд. Наочний приклад, коли Google AdWords не допоможе: припустимо новий бренд мобільних телефонів, припустимо «Букон», і творці цього бренду вирішили відразу перейти на контекстну рекламу. Але скільки б реклами не було в Google, такий слабкий і невідомий бренд не зможе скласти конкуренцію Apple, Samsung і іншим.

Робота конкурентів

Якщо конкуренція дуже велика, то вам потрібно потрудитися. Іноді великі компанії наймають людей, завдання яких - усувати конкурентів. Люди створюють видимість конверсій - вони переглядають вашу платну рекламу, іноді навіть телефонують, щоб ви витратили свій рекламний бюджет і зникли з результатів пошуку.

Як і всі служби, Google AdWords далекий від досконалості, але він має ряд переваг, які при правильному використанні перекривають всі недоліки. Якщо ви правильно націлити контекстну рекламу на свою цільову аудиторію, ви зможете отримати великий обхват за відносно невеликі гроші. Потрібно лише правильно налаштувати програму та запустити рекламу.

Налаштування програми:

- Вказуємо бажаний бюджет за день.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		45

- Вказуємо цільову аудиторію.
- Вказуємо мережі для реклами.
- Вказуємо ставку.
- Заповнюємо текст оголошення.

Налаштування реклами:

- Створюємо аккаунт
- Переходимо на сайт Google AdWords
- Вводимо посилання на сайт, який рекламуємо
- Оплачуємо рекламу

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
<i>Ізм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		46

Завантажую останню версію движка за посиланням

<https://wordpress.org/latest.zip>.

Розпаковую завантажений zip-архів на жорсткий диск ПК.

Підключаюсь за допомогою FileZilla до сайту. У правому нижньому вікні захожу у кореневу директорию сайту, а в лівому нижньому – у каталог з файлами та папками розпакованого архіву движка. Виділяю усі файли та каталоги (Ctrl + A), нажимаю по них правою кнопкою миші та вибираю «Завантажити на сервер». З'явилось повідомлення "Файл існує", вибираю кнопку "Перезаписати", позначаю чекбокс "Завжди використовувати цю дію" та натискаю ОК.

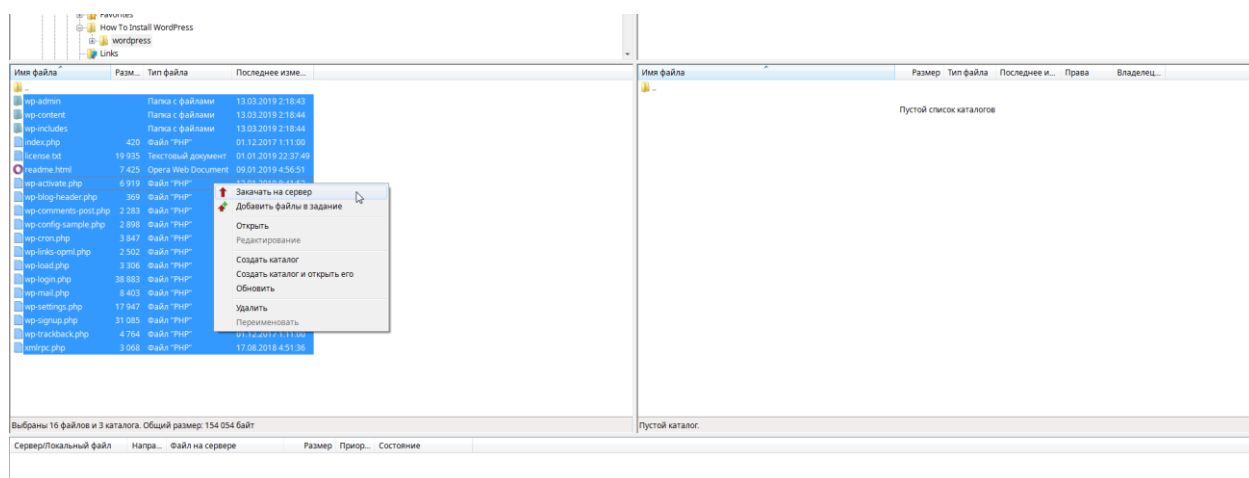


Рисунок 3.1 – Інтерфейс програми FileZilla

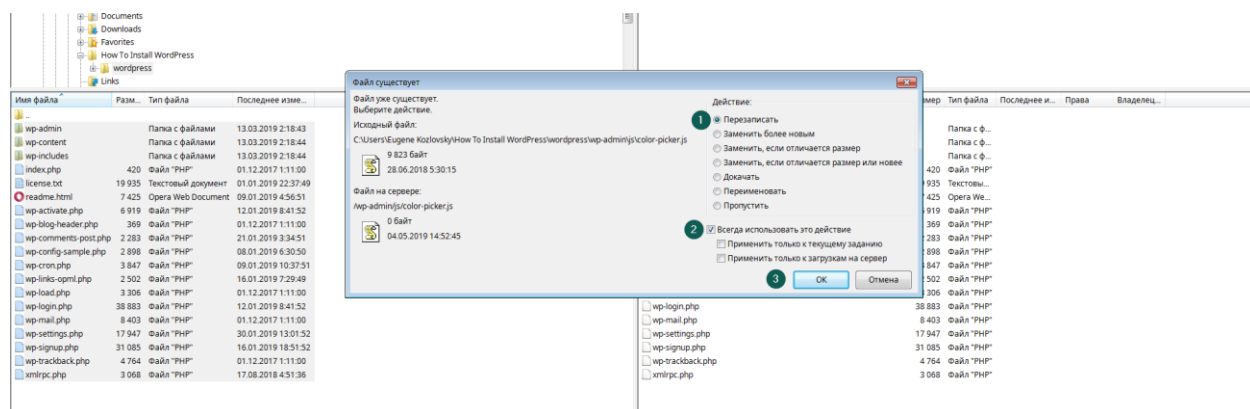


Рисунок 3.2 – Інтерфейс програми FileZilla

Поки файли копіюються, створюю базу даних. Перехожу на вкладку MySQL і натискаю кнопку «Створити базу даних». Далі придумую ім'я та пароль

користувача бази даних, а також ім'я БД, вкажу їх у відповідних полях, вибираю кодування utf8, натискаю кнопку «Створити».

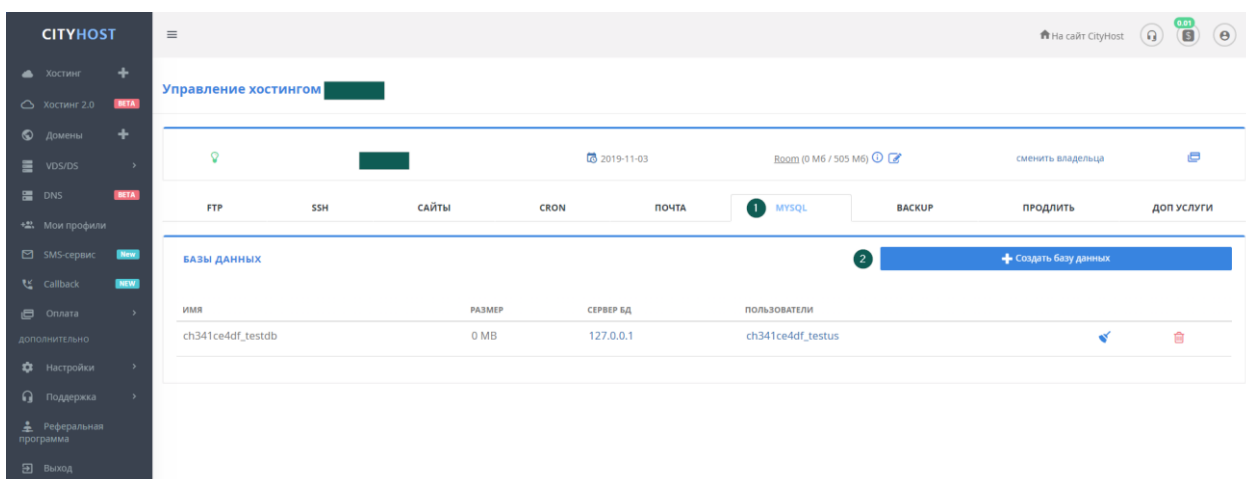


Рисунок 3.3 – Інтерфейс хостингу CITYHOST

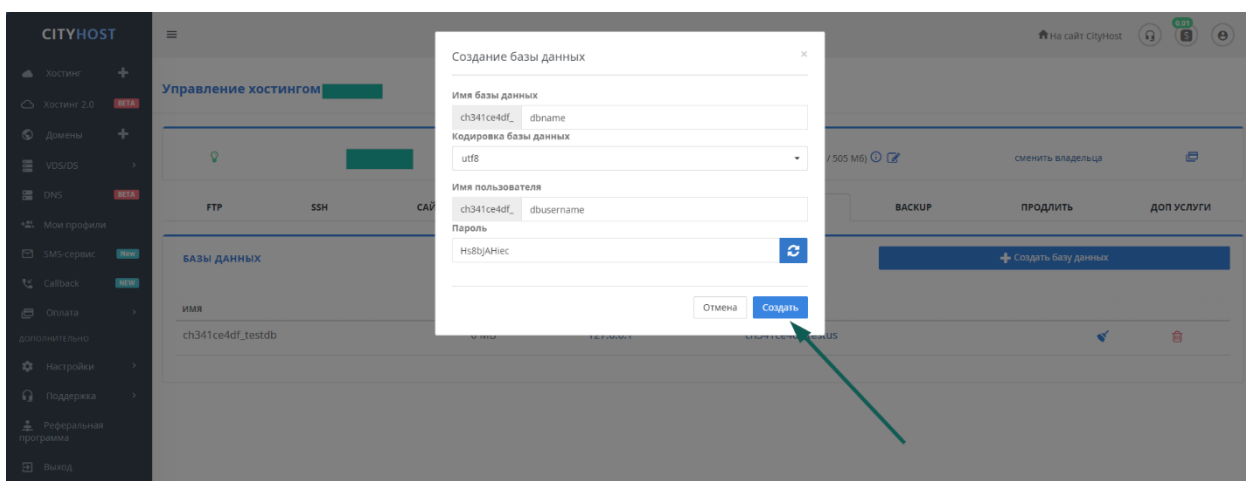


Рисунок 3.4 – Інтерфейс хостингу CITYHOST

Після того, як файли та каталоги движка скопійовані на сервер, приступаю до установки WordPress. Для цього відкрив домен сайту у браузері, вибрав мову та натискаю «Продовжити».

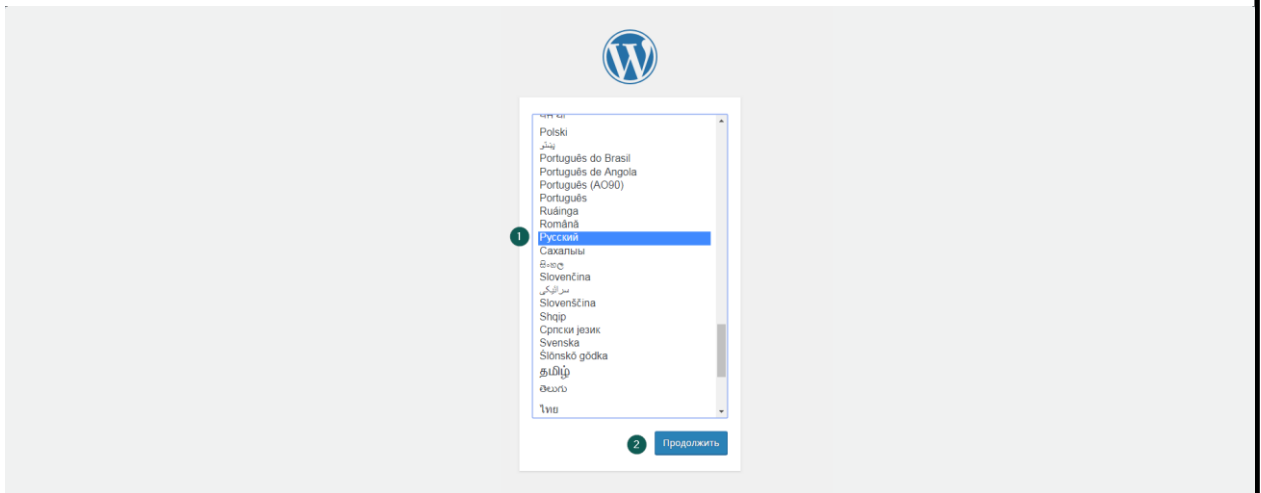


Рисунок 3.5 – Налаштування WordPress

Натискаю кнопку "Вперед!", вписую дані раніше створеної БД, вписую IP сервера, і натискаю "Надіслати". Для безпеки змінюю стандартний префікс таблиць БД wp_ на рандомний набір латинських літер. На сторінці, яка підтверджує підключення до бази даних, натискаю кнопку «Запустити інсталяцію».

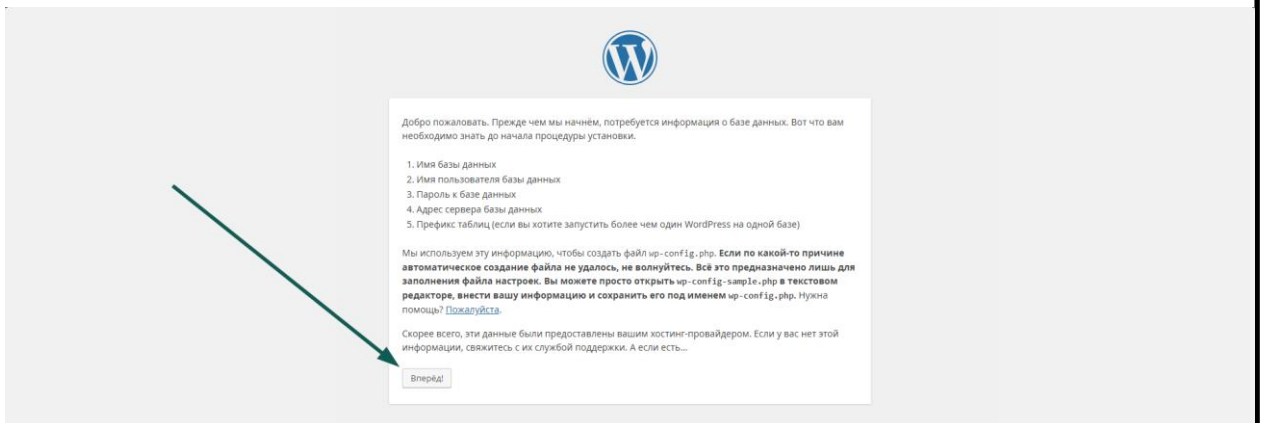


Рисунок 3.6 – Налаштування WordPress

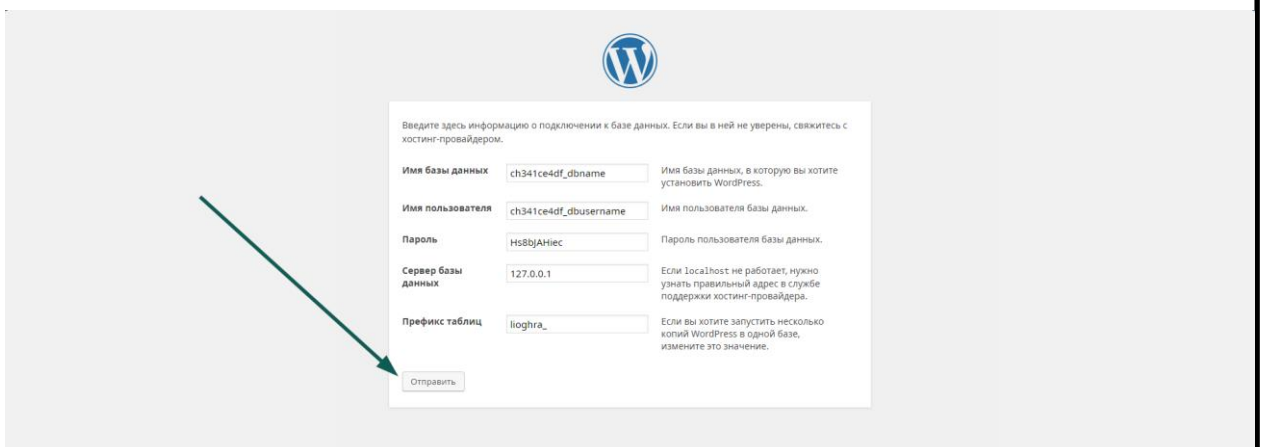


Рисунок 3.7 – Налаштування WordPress

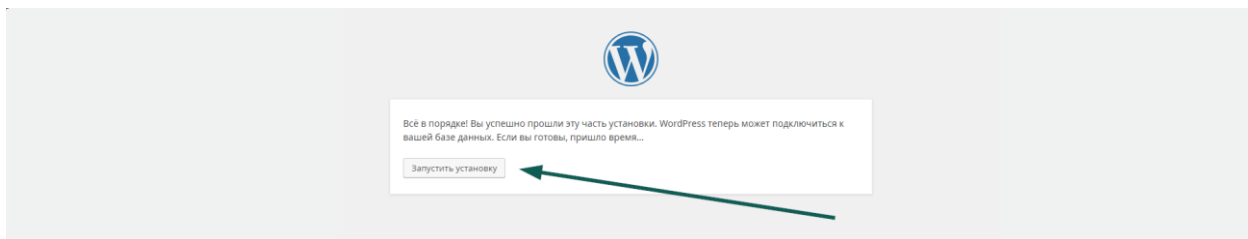


Рисунок 3.8 – Налаштування WordPress

Вказую назву сайту, ім'я, пароль для входу в адмінку Вордпрес, імейл та натискаю кнопку «Встановити WordPress».

Через 5-10 секунд з'явилося повідомлення про те, що двигун встановлений, а на вказану адресу електронної пошти прийшов лист із посиланням на сторінку входу в адмінпанель CMS.

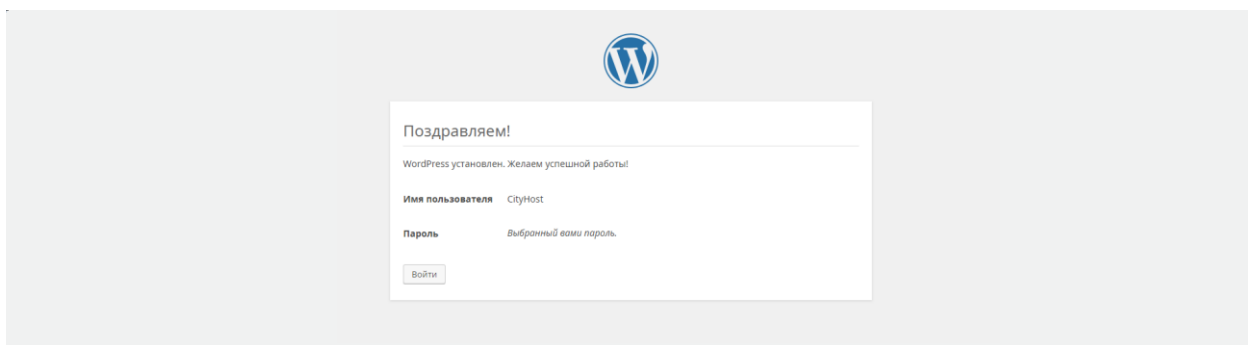


Рисунок 3.9 – Налаштування WordPress

Ваш новый сайт на WordPress успешно создан по адресу:
 [Redacted]
 Вы можете войти в панель управления со следующими координатами:
 Имя пользователя: CityHost
 Пароль: Пароль, выбранный вами при установке.
 Адрес для входа: [http://\[Redacted\]/wp-login.php](http://[Redacted]/wp-login.php)
 Мы надеемся, что вам понравится новый сайт. Спасибо!
 --Команда WordPress
<https://wordpress.org/>

Рисунок 3.10 – Повідомлення на пошту Gmail

На цьому питання про встановлення WordPress закрито.

1.1.9 СТВОРЕННЯ САЙТУ ЗА ДОПОМОГОЮ NISERPAGE

Сьогодні, щоб створити сучасний та красивий сайт, можна обійтися без програмістів та дизайнерів. На спеціальних майданчиках продаються тисячі шаблонів, а візуальні редактори дозволяють створити сайт без знання коду.

Niserpage- Кросплатформовий візуальний редактор сайтів для Joomla та WordPress.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		51

При цьому, як і у фоторедакторах, є можливість прив'язки до напрямних. Елементи можна розподіляти по шарах, виставляти відступи, вказувати якорі, CSS-код та інші HTML-атрибути.

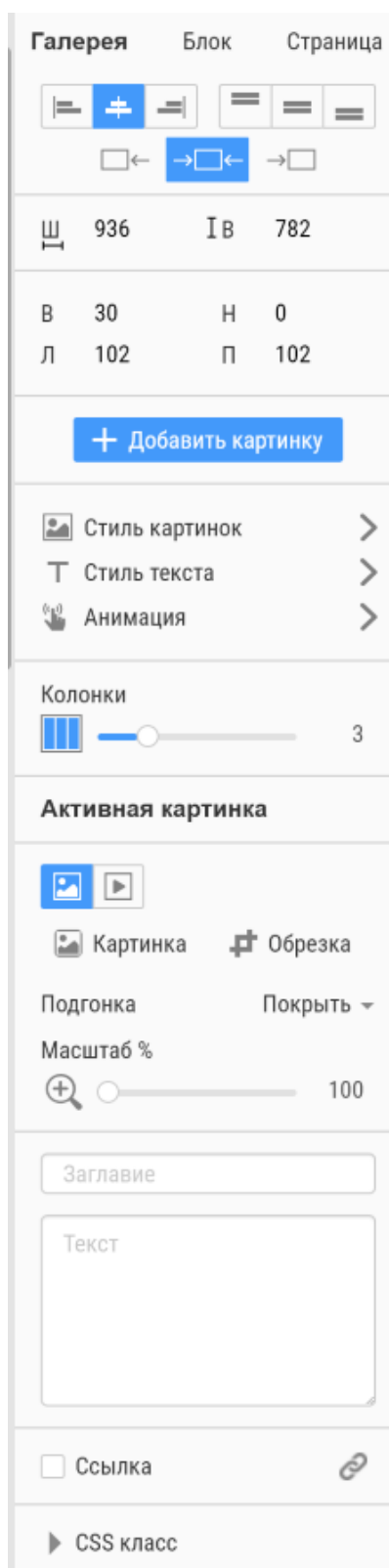


Рисунок 3.12 – Интерфейс програми Nicepage

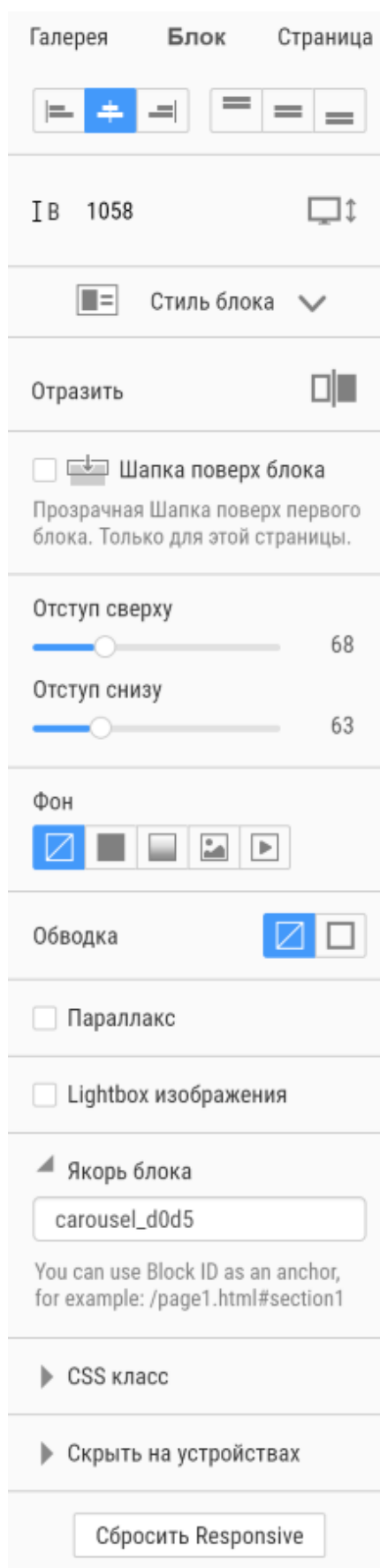


Рисунок 3.13 – Интерфейс програми Nicepage

Галерея Блок **Страница**

Имя

SEO и заголовки

Скрыть Шапку
 Скрыть Подвал

Заливка страницы
 Из темы [Изменить](#)
 Собственная

В начало [Изменить](#)

Рисунок 3.14 – Интерфейс программы Nicepage

Наявний інструмент залежить від вибраного елемента або типу сторінки.

Взагалі, редактор настільки схожий на той же Photoshop, що я не розповідатиму про кожну його можливість. Просто уявіть, що можна робити із зображеннями в подібних інструментах - все це буде доступно і тут. З поправкою на HTML, звичайно.

Самих елементів у Nicerpage кілька десятків, з можливістю вибору більш тонких налаштувань для кожного.

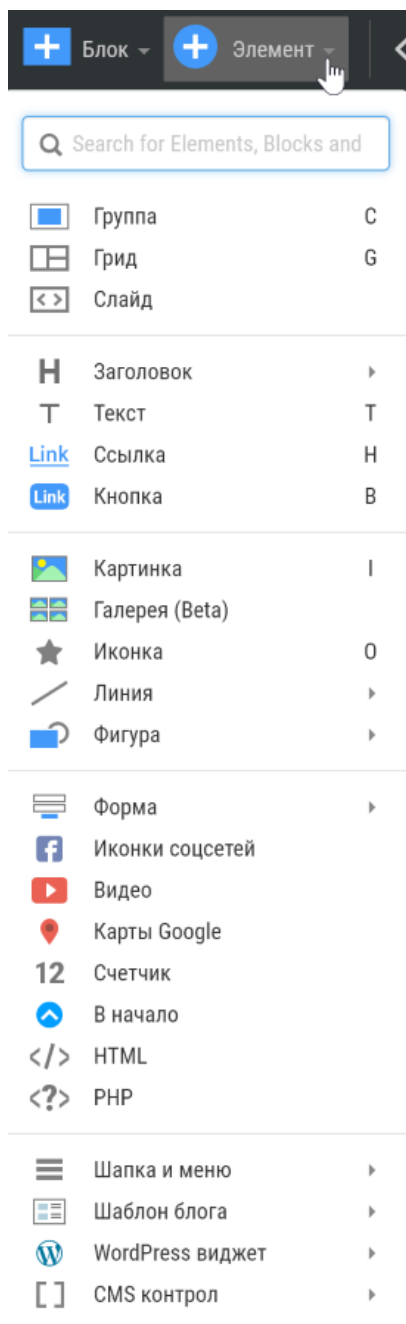


Рисунок 3.15 – Интерфейс программы Nicerpage

Будь-який елемент сучасної веб-сторінки тут доступний для вибору та повного налаштування.

Щоб не налаштовувати кожен елемент окремо, можна встановити налаштування теми. Тут можна зазначити колірну схему, шрифти, типографіку, заголовки, структуру сторінок.

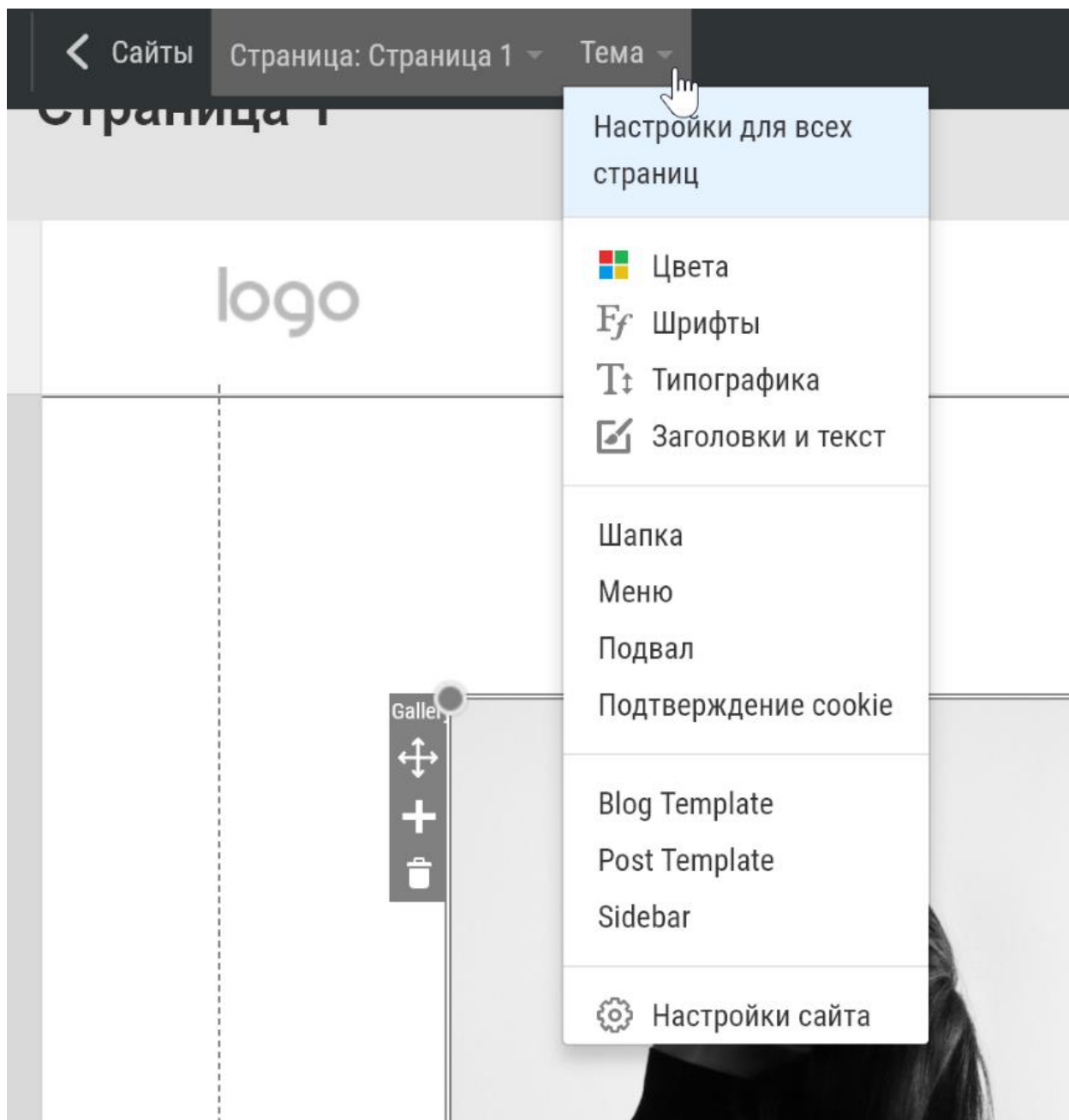


Рисунок 3.16 – Интерфейс программы Nicepage

Тут можна налаштувати SEO вашого майбутнього сайту. Також можна вказати теги аналітики, реклами, капчі, угоду про обробку даних та багато іншого.

The screenshot shows a settings window titled 'Настройки сайта' (Website Settings) with a 'Готово' (Done) button in the top right corner. The 'Google' tab is active, and the following fields are visible:

- Google Analytics ID:
- Google Tag Manager:
- Google Optimize Container:
- reCaptcha Site Key:
- reCaptcha Secret Key:

Below the fields is a link: [Learn more about reCaptcha](#)

Рисунок 3.17 – Інтерфейс програми Nicerage

Якщо ви хочете додати інтерактивності, то для елементів доступні різні ефекти анімації та паралаксу. Для будь-якого типу анімації можна вказати свої тригери на кшталт завантаження або прокручування сторінки.

Як фони можна використовувати не тільки зображення, а й відео.

Шаблони

Якщо ви не хочете створювати сайт з нуля, у Nicerage є понад 4000 шаблонів для Wordpress, Joomla та HTML-сайту.

Причому шаблони є не тільки готових тем, але й окремих елементів сайту. Тому якщо ви не можете вигадати дизайн кнопки, його можна взяти з готового набору. Після чого настроїти під себе.

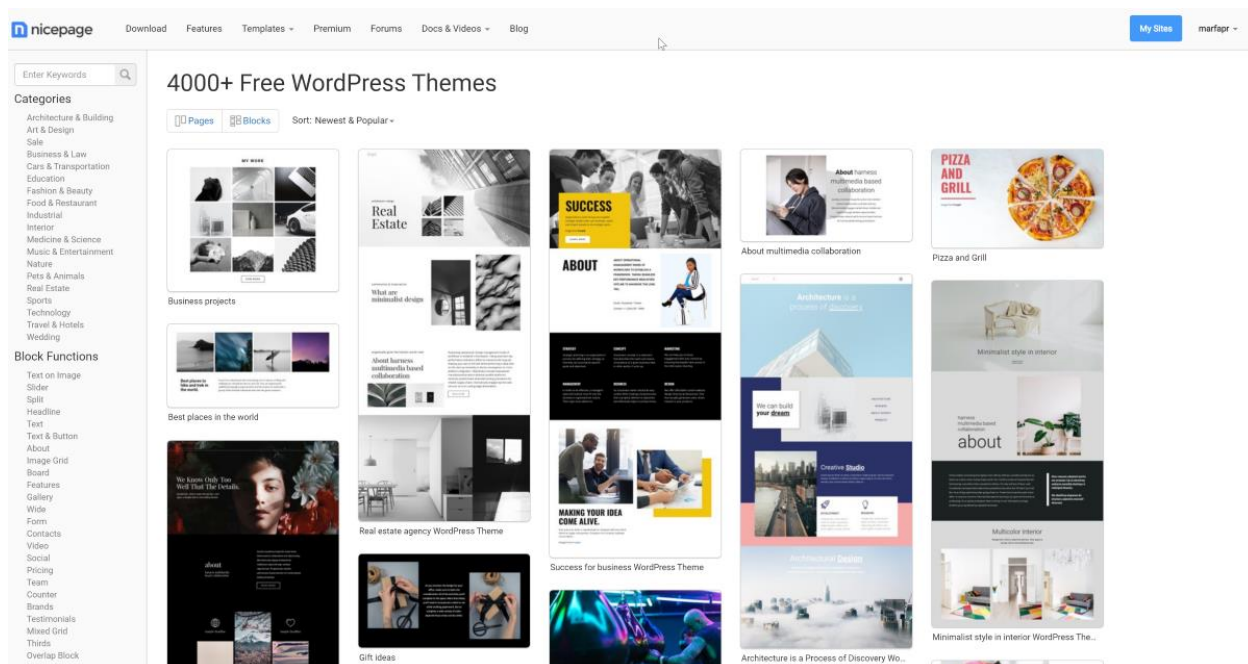


Рисунок 3.18 – Інтерфейс програми Nicepage

Сайти, створені за допомогою шаблонів або нуля, автоматично оптимізовані під різні пристрої.

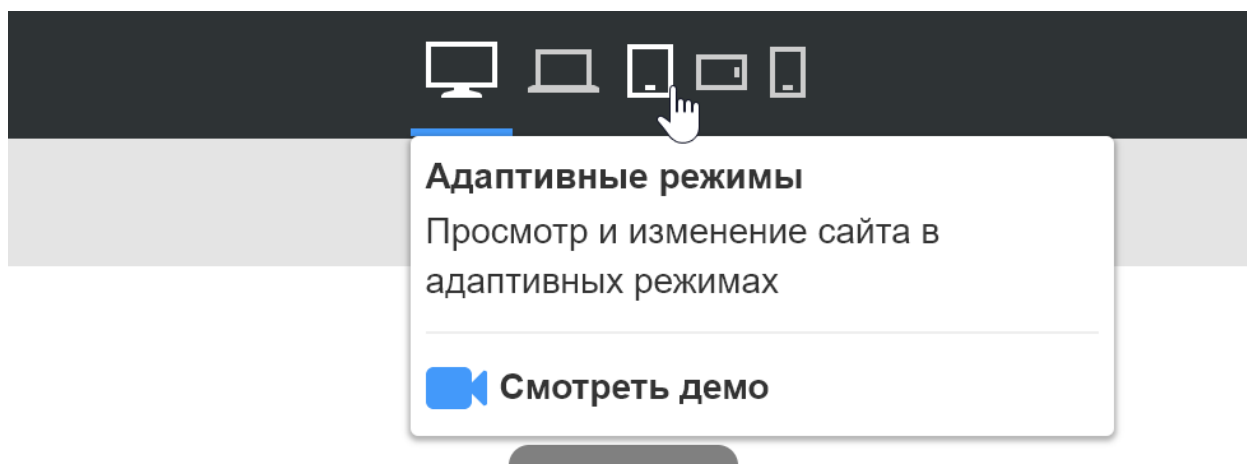


Рисунок 3.19 – Інтерфейс програми Nicepage

У шапці Nicepage вам потрібно просто перейти на потрібний тип пристрою, і ви відразу побачите, як ваш сайт виглядатиме на ньому.

1.1.10 ЕКСПОРТ САЙТУ В WORDPRESS

робимо експорт.

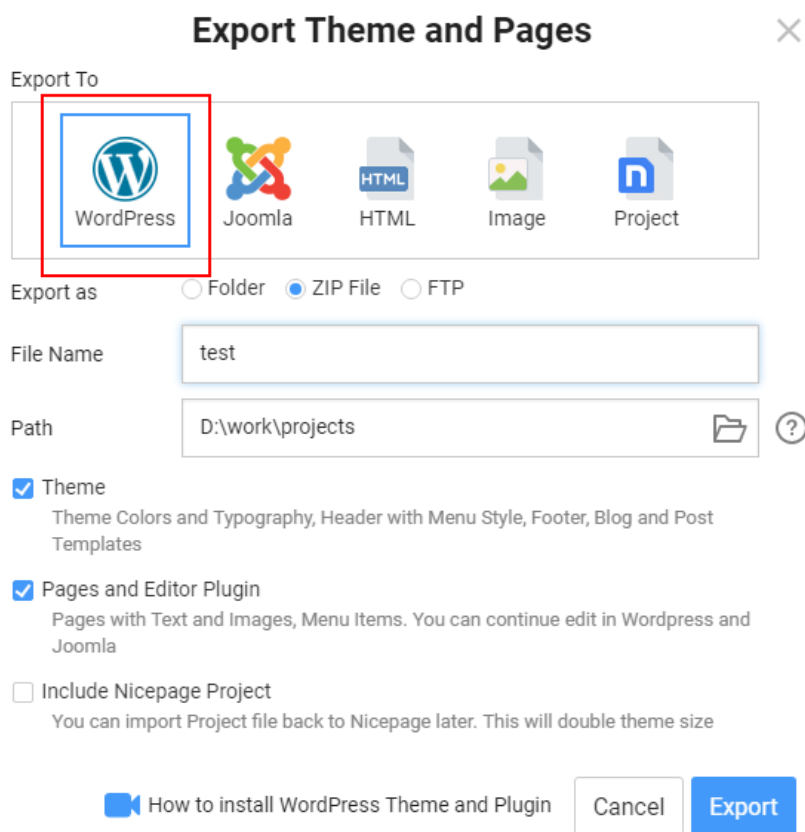


Рисунок 3.20 – Інтерфейс програми Nicepage

Він є і у free версії:

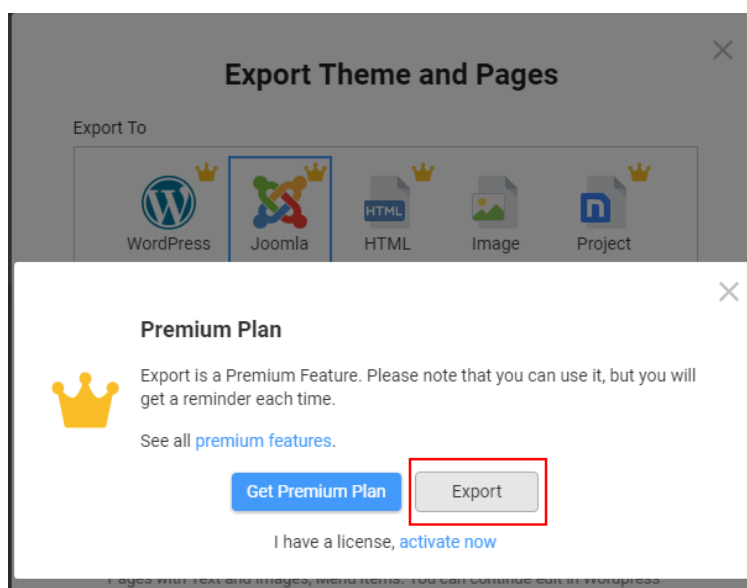


Рисунок 3.21 – Інтерфейс програми Nicepage

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		60

Ви отримуєте архів з темою та контентом. Ідіть у свій Wordpress >> Appearance >> Themes та ставте нову тему. Далі визард вас поведе через встановлення плагіна та контенту.

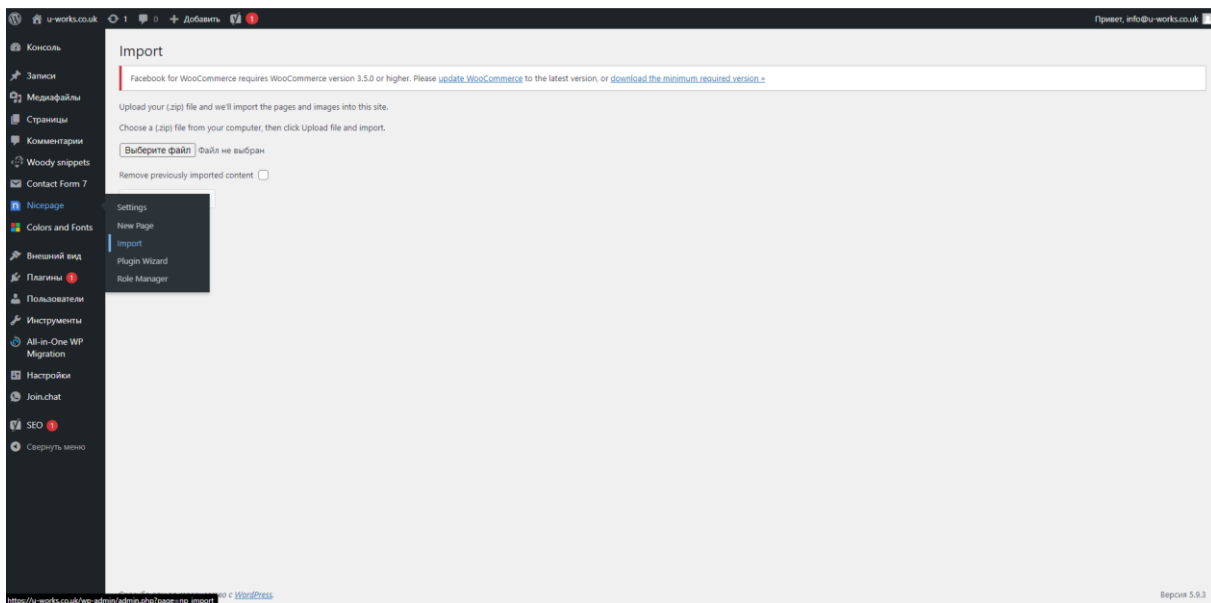


Рисунок 3.22 – Інтерфейс програми Nicepage

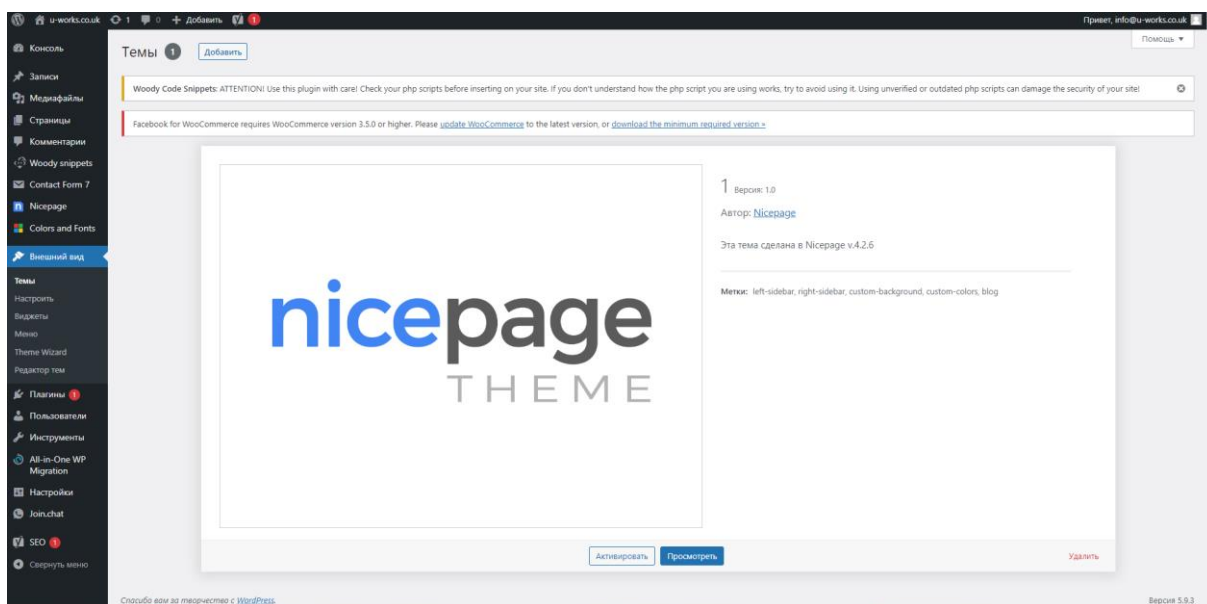


Рисунок 3.23 – Інтерфейс програми Nicepage

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		61

2. ОХОРОНА ПРАЦІ

2.1 ВСТУП

В даному розділі розглядаються питання забезпечення безпеки при виконання основних видів робіт на об'єкті дипломного проектування, пожежної безпеки, охорони навколишнього середовища та значення охорони праці у формуванні комфортного виробничого середовища.

Охорона праці є важливою системою норм і заходів, дотримання яких дозволяє зберегти як життя, так і здоров'я працівників під час виконання ними своїх обов'язків. Охорона праці в офісі, де працюють програмісти та спеціалісти з комп'ютерної графіки, складається з юридичних норм і правил безпеки, частина з яких диктується державою, а частина розробляється безпосередньо на підприємстві.

2.2 Аналіз умов праці й забезпечення безпеки при виконання основних видів робіт на об'єкті проектування

На здоров'я людей в офісному приміщенні можуть впливати різні шкідливі і небезпечні фактори:

1. Найпоширеніший небезпечний фактор – електричний струм. Він небезпечний своєю всюдисутністю і неможливістю його ідентифікації до моменту отримання травми.

2. Важливим є питання освітленості робочого місця. Особливо – для персоналу, який проводить більшу частину свого робочого часу біля комп'ютера.

3. Не менш важливим питанням для забезпечення безпеки в офісі є дотримання правил пожежної безпеки. Потрібно не тільки навчити персонал грамотно поводитися з побутовою та офісною електротехнікою, а й організувати тренінги з протипожежної евакуації з включенням систем оповіщення про початок пожежі. Володіючи всіма цими знаннями і навичками, можна за короткий термін виявити джерело пожежі і перешкодити його подальшому розповсюдженню.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		62

4. Евакуаційні тренінги, досконале знання шляхів для аварійного виходу в непередбачених складних ситуаціях – запорука протипожежної безпеки офісу. Найбільший відсоток смертей під час пожежі пов'язаний з панікою і отруєнням чадним газом через неможливість знайти вихід з офісу.

У комплексі всі ці заходи і є нічим іншим як – охорона праці офісним персоналом.

Виробниче середовище.

Приміщення для розміщення робочих місць з ВДТ ЕОМ і ПЕОМ не можуть знаходитись у підвальних приміщеннях та на цокольних поверхах. Площа на одне робоче місце становить не менше ніж 6,0 м², а об'єм – не менше ніж 20,0м³.

Виробниче середовище характеризується такими параметрами як параметри мікроклімату, освітлення, шуму і вібрації, рівнів електромагнітного та іонізуючого випромінювання.

У виробничих приміщеннях на робочих місцях мають забезпечуватись оптимальні значення параметрів мікроклімату, враховуючи характер роботи працівника – сидячи, без фізичного напруження. Ці значення параметрів повинні становити: температура повітря, не більше 22-24⁰С; відносна вологість 40-60%; швидкість руху повітря 0,1 м/с. Для досягнення вказаних параметрів у приміщенні встановлені системи опалення та вентиляції. Вентиляція – припливно-витяжна та кондиціонер. Встановлені вимоги до параметрів мікроклімату виконанні.

Освітлення.

Відповідно до Правил в приміщенні з ПК використовується природне та штучне освітлення. Штучне освітлення здійснюється системою загального рівномірного освітлення. Значення освітленості на поверхні робочого столу в зоні розміщення документів становить 300-500 лк. Як джерела світла для штучного освітлення застосовані люмінесцентні лампи типу ЛБ.

Вимоги до організації та обладнання робочих місць.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		63

Обладнання і організація робочого місця з ВДТ забезпечують відповідність конструкції всіх елементів робочого місця та їх взаємного розташування ергономічним вимогам з урахуванням характеру і особливостей трудової діяльності (ГОСТ 12.2.032-78, ГОСТ 22.269-76, ГОСТ 21.889-76).

Конструкція робочого місця користувача ВДТ має забезпечити підтримання оптимальної робочої пози. Робочі місця слід розташовувати відносно світлових прорізів, щоб природне освітлення падало збоку, переважно зліва.

При розміщуванні робочих столів з ВДТ слід дотримуватись таких відстаней: між бічними поверхнями ВДТ – 1,2м; від тильної поверхні одного ВДТ до екрана іншого – 2,5м.

Екран ВДТ має розташовуватися на оптимальній відстані від очей користувача, що становить 600...700 мм, але не ближче ніж за 600 мм з урахуванням розміру літерно-цифрових знаків і символів.

Розташування екрана ВДТ має забезпечувати зручність зорового спостереження у вертикальній площині під кутом $+30^{\circ}$ до нормальної лінії погляду працюючого.

Клавіатуру слід розташовувати на поверхні столу на відстані 100...300 мм від краю, звернутого до працюючого. У конструкції клавіатури має передбачатися опорний пристрій, який дає змогу змінювати кут нахилу поверхні клавіатури в межах $5...15^{\circ}$.

Умови організації робочого місця користувача ВДТ в дипломній роботі виконані.

Електробезпека.

Використання електричної енергії на виробництві повезене з небезпекою дії електроструму на організм людини.

Ураження струмом може виникнути при роботі під напругою і при несправному стані електроустановок, а саме при дотику до оголених проводів, незаземлених металевих корпусів електричного обладнання, при відкритих рубильниках і других струмоведучих частинах.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		64

Відповідно до ГОСТ 12.1.019-79 «Электробезопасность. Общие требования» електробезпечність людини повинна забезпечуватися конструкцією електроустановок, технічними засобами і засобами захисту, організаційними і технічними заходами. Для захисту працюючих від ураження електричним струмом передбачені наступні заходи:

- недоступність струмоведучих частин;
- захисне заземлення (занулення) корпусів електрообладнання;
- передбачені рубильники закритого типу;
- блокування, надписи, плакати, засоби індивідуального захисту (калоші і боти діелектричні (ГОСТ 13385-78), рукавиці резинові діелектричні, коврики резинові діелектричні (ГОСТ 4997-75).

Заземлені конструкції, що знаходяться в приміщеннях, де розміщені робочі місця операторів (батареї опалення, водопровідні труби, кабелі із заземленим відкритим екраном) мають бути надійно захищені діелектричними щитками або сітками з метою недопущення потрапляння працівника під напругу.

У приміщенні, де одночасно експлуатуються понад п'ять ЕОМ, на помітному та доступному місці встановлюється аварійний резервний вимикач, який може повністю вимкнути електричне живлення приміщення, крім освітлення.

ЕОМ з ВДТ і ПК повинні підключатися до електромережі тільки за допомогою справних штепсельних з'єднань і електророзеток заводського виготовлення. У штепсельних з'єднаннях та електророзетках, крім контактів фазового та нульового робочого провідників, мають бути спеціальні контакти для підключення нульового захисного провідника. Їхня конструкція має бути такою, щоб приєднання нульового захисного провідника відбувалося раніше, ніж приєднання фазового та нульового робочого провідників. Порядок роз'єднання при відключенні має бути зворотнім.

Не допускається підключати ЕОМ з ВДТ і ПК до звичайної двопровідної електромережі, в тому числі – з використанням перехідних пристроїв.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		65

Штепсельні з'єднання та електророзетки для напруги 12В та 42В за своєю конструкцією та візуально (за кольором) мають відрізнятися від штепсельних з'єднань для напруги 127В та 220В.

При організації робочих місць операторів електромережу штепсельних розеток для живлення ЕОМ з ВДТ і ПК у центрі приміщення прокладають у каналах або під знімною підлогою в металевих трубах або гнучких металевих рукавах. При цьому не допускається застосовувати провід і кабель в ізоляції з вулканізованої гуми та інші матеріали, які містять сірку.

ЕОМ з ВДТ та ПК закордонного виробництва повинні відповідати вимогам національних стандартів держав-виробників і мати відповідну позначку на корпусі, в паспорті або в іншій експлуатаційній документації.

Електромережі, електроприлади та апаратура повинні експлуатуватися тільки у справному стані з урахуванням вказівок і рекомендацій заводів-виробників. У разі пошкоджень електромереж, вимикачів, розеток та інших електроприладів слід негайно вимкнути їх і вжити необхідних заходів щодо приведення до пожежобезпечного стану.

2.3 Пожежна безпека.

Основними причинами пожежі є: необережне поводження з вогнем, незадовільний стан електротехнічних установок і невиконання правил їх експлуатації, несправність виробничого обладнання і порушення режимів технологічних процесів, порушення правил пожежної безпеки.

До засобів гасіння пожежі відносяться внутрішні пожежні водопроводи (крани - ПК), вогнегасники (вуглекислотні та порошкові), сухий пісок тощо.

В будівлях пожежні крани встановлюють в коридорах, на майданчиках сходових кліток. Кожний пожежний кран укомплектований пожежним рукавом і розміщений у відповідних ящиках, які знаходяться на висоті 1,35 м від полу.

Для гасіння пожеж на початкових стадіях широко застосовуються вогнегасники. У виробничих приміщеннях це головним чином вуглекислотні вогнегасники, достоїнством яких є висока ефективність гасіння пожежі, збереження електричного

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		66

устаткування. Розташовують вогнегасники на видних місцях, на висоті не більше як 1,5 м від полу. Виробничі приміщення мають запасні виходи. Двері повинні мати освітлений надпис «Запасний вихід». План евакуації вивішується на видному місці у основного виходу із приміщення.

Меблі та устаткування мають розміщатися так, щоб забезпечити вільний евакуаційний прохід до виходу з приміщення (завширшки не менше 1,0 м). Евакуаційні шляхи та виходи слід завжди утримувати вільними, нічим не захарашченими. В міру накопичення горючих відходів (використаного паперу тощо), а також після закінчення роботи їх слід прибирати у спеціально

Шляхи евакуації, що не мають природного освітлення, у разі наявності людей повинні постійно освітлюватись електричним світлом.

У службових приміщеннях (офісах) забороняється:

- улаштовувати тимчасові електромережі, застосовувати саморобні некалібровані плавкі вставки в запобіжниках і саморобні подовжувачі, які не відповідають вимогам Правил улаштування електроустановок, експлуатувати світильники зі знятими ковпаками (розсіювачами);

- використовувати вимикачі та штепсельні розетки для розвішування на них одягу або інших предметів, обгортати електролампи й світильники папером, заклеювати ділянки електропроводки горючою тканиною, папером;

- користуватися електрочайниками, мікрохвильовими печами та ін. (окрім спеціально відведених та обладнаних місць), залишати без нагляду ввімкнені в електромережу кондиціонери, комп'ютери, інше електроустаткування тощо, порушувати правила експлуатації електроприладів;

- захарашувати підходи до засобів пожежогасіння, використовувати пожежні кран-комплекти і пожежний інвентар не за призначенням;

- використовувати для зберігання документів, різних матеріалів, предметів та інвентарю шафи (ніші) інженерних комунікацій;

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		67

- курити (крім спеціально відведених місць, позначених написом "Місце для куріння" та обладнаних урною або попільничками з негорючого матеріалу), проводити зварювальні та інші вогневі роботи без оформлення відповідного дозволу (наряду-допуску), застосовувати ЛЗР.

У разі виявлення пожежі (ознак горіння) кожен працівник зобов'язаний:

- негайно повідомити про це пожежну охорону (номер телефону для виклику –101. При цьому необхідно назвати адресу об'єкта, вказати кількість поверхів будівлі, місце виникнення пожежі, обстановку на пожежі, наявність людей, а також повідомити своє прізвище;

- повідомити про пожежу відповідальну особу та керівника підрозділу (дільниці);

- у разі необхідності викликати інші аварійно-рятувальні служби (медичну, газорятувальну тощо);

- вжити (по можливості) заходів до евакуації людей та збереження матеріальних цінностей, гасіння пожежі з використанням вогнегасників та інших наявних засобів пожежогасіння.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		68

ВИСНОВОК

В дипломному проекті розроблено сайт будівельної компанії U-Works Services LTD. Web-сайти дозволяють швидше знайти клієнтів з подальшим продажем послуг. Особливо актуальними вони являються для приватних підприємців. У користувача Web-сайту з'являється можливість зручно та швидко без жодного тиску та обмежень у часі дізнатися детальну інформацію про послугу.

WEB-сайт зручно допомагає розповісти про послугу за допомогою оголошень.

Створений Web-сайт відповідає технічному завданню на проектування і може використовуватися за призначенням та може використовуватися, як реклама послуг. Для використання Web-сайту необхідно розмістити на хостингу.

Під час роботи над даним проектом було використано багато навчальних матеріалів, спеціалізованих програм та інструментів з якими раніше не доводилось стикатися. Ознайомився із системою створення Web-сайту, проаналізував можливі методи реалізації та відображення веб-сторінки.

В процесі виконання дипломного проекту навчився правильно розробляти макет графічного дизайну, виставляти оптимальні налаштування. Також навчився правильно використовувати Web-конструктори, а саме Web-сервіс Nicerpage .

Також у пояснювальній записці до дипломного проекту, розглянуті питання охорони праці та приведений перелік використаних джерел.

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		69

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <https://whatis.techtarget.com/definition/Web-site>
2. <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/website-definition-meaning/>
3. <https://www.zoho.com/sites/articles/10-essential-components-for-a-successful-website.html>
4. <https://drumcreative.com/web-design/7-key-components-of-a-great-website/>
5. <https://webcase.studio/components-website/>
6. <https://www.clearart.com/what-is-the-purpose-of-a-website.html>
7. <https://99designs.com/blog/web-digital/types-of-websites/>
8. <https://www.w-polis.ru/blog/articles/что-такое-веб-сайт/>
9. <http://www.webtec.com.ua/articles/index/view/2011-03-31/web-site>
10. <https://m.seonews.ru/glossary/veb-sajt/>
11. <https://souldesign.gr/careers/photoshop-expert>
12. <https://elfsight.com/ru/whatsapp-chat-widget/create/>
13. <https://cetera.ru/about/articles/the-relevance-of-creating-the-website/>
14. <https://seosky.su/portfolio/remont-kvartir/>

					БКС.26.17.000.КРБ ПЗ	Арк.
Ізм.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата		70