**ВИБІРКОВИЙ МОДУЛЬ:** Вебтехнології

**НАЗВА ТЕМИ:** Напрямки та інструменти вебдизайну

**ТЕМА УРОКУ: Види сайтів та цільова аудиторія**

**Мета уроку:**

* ***формування предметних компетентностей***: забезпечити засвоєння знань про основні класифікації типів сайтів; формувати вміння визначати вид сайту та його цільову аудиторію;
* ***формування ключових компетентностей:***
	+ спілкування рідною мовою: уміння обговорювати проблемні питання;
	+ спілкування іноземними мовами: уміння користуватися іноземними сайтами;
	+ уміння вчитися: навички конструювати власну освітню траєкторію;
	+ ініціативність і підприємливість: уміння самостійно приймати рішення і нести за них відповідальність.

**Очікувані результати:** здобувачі освіти знають основні класифікації типів сайтів, визначають тип сайту і прогнозують його цільову аудиторію.

**Обладнання:** комп’ютери з доступом в мережу Інтернет, інтерактивна дошка.

**Тип уроку**: Комбінований.

**Методи проведення:**

* **Словесні:** розповідь з елементам бесіди, пояснення.
* **Наочні:** презентація**,** ілюстрації.
* **Практичні:** робота за комп’ютером.

**Методична мета:** застосування технології критичного мислення на уроках професійної підготовки.

**Хід уроку**

**І. Організаційний етап**

* привітання
* перевірка присутніх
* перевірка готовності учнів до уроку

Створення атмосфери психологічного комфорту.

**ІІ. Актуалізація опорних знань і життєвого досвіду**

***Прийом «Мої сподівання»***

Викладач пропонує здобувачам освіти розповісти про свої сподівання від вивчення навчального модуля «Вебтехнології»

***Прийом «Мій досвід»***

Учні розповідають про свій досвід використання вебсайтів:

Мені відомо...

Я розуміюся...

Я вмію...

**ІІІ. Повідомлення теми. Організація спільного з учнями формулювання мети й завдань уроку**

Викладач пропонує учням уважно прочитати тему уроку та визначити, що від них очікується, яких знань їм слід набути, що навчитися робити.

**Завдання уроку:** зрозуміти, які бувають типи сайтів; навчитися розрізняти типи сайтів; навчитися визначати види сайтів.

**IV. Мотивація навчальної діяльності**

***Мотиваційні запитання***

Чому для мене важливо знати види сайтів?

Як я зможу використовувати знання про типи сайтів?

Що треба роботи на уроці, щоб навчитися визначати типи сайтів?

**V. Вивчення нового матеріалу**

**Пояснення викладача з елементами демонстрації презентації**

*(використовуються можливості локальної мережі кабінету або проектор)*

* **Розглянемо види і типи сайтів:**

**Сайт,** або **вебсайт** *(від англ. web — мережа, site — місце; місце в мережі)* — це сукупність вебсторінок, пов’язаних спільною темою й доступних під одним доменним іменем.

На відміну від звичайного тексту, що має лінійну структуру, веб-сторінки містять посилання на інші документи, утворюючи мережеву структуру — **гіпертекст**. Цей термін увів в інформатику в 1963 році американець Теодор Нельсон.

1. ВИДИ САЙТІВ ЗА ВЛАСНИКОМ

|  |  |
| --- | --- |
| **Види сайтів** | **Інформація** |
| **Персональні** | Власником є приватна особа. Сайт містить дані про автора і його інтереси, професійні й творчі досягнення |
| **Сайти комерційних****організацій** | Призначені для сприяння бізнесу з використанням засобів інформаційно-комунікаційних технологій |
| **Сайти некомерційних організацій** | Сайти освітніх установ, урядових організацій, засобів масової інформації |

1. ВИДИ САЙТІВ ЗА ПРИЗНАЧЕННЯМ

|  |
| --- |
| **Види сайтів** |
| * Сайти, що надають інформаційні матеріали
 |
| * Сайти для онлайн-контактів і спілкування
 |
| * Сайти для проведення комерційних операцій
 |
| * Сайти онлайн-сервісів
 |

**ТИПИ САЙТІВ**

* Landing Page (односторінковий сайт)
* Сайт-візитка
* Корпоративний сайт
* Промо-сайт
* Інтернет-магазин
* Іміджевий сайт
* Сайт-портал
* Online сервіс
* Сайт-каталог
* Сайт-форум
* Сайт-блог

Це далеко не повний список. Існують ще такі види: дошки оголошень, сайт новин, файлообмінники, портали і багато інших. Є ще й специфічні типи, такі як сателіти, MFA і MFS-сайти.

Тепер докладніше розглянемо список основних видів сайтів і їх призначення

**LANDING PAGE**

**Landing Page -** (*з англ. – «посадкова сторінка»)* – це цільова сторінка, яка спонукає відвідувача виконати певну дію. Такою дією може бути покупка товару, замовлення послуги, запис на якесь міроприємство, підписка на розсилку і т. д.

Це вебсторінка, яка відкривається при натисканні на рекламне оголошення чи ланку (лінк). «Цільова сторінка» є логічним продовженням рекламного оголошення або посилання. Часто «лендінги» пов'язані з соціальними медіа, розсилками електронною поштою або маркетинговими кампаніями з метою підвищення ефективності реклами.

 «Лендінг» може бути будь-якою сторінкою сайту або спеціально створеною окремою сторінкою. Загальна мета «лендінгу» перетворення відвідувачів сайту в потенційних покупців, тому її ще часто називають «приманка для клієнтів».

 В залежності від маркетингової стратегії, процес перетворення, передбачає виконання користувачем певних дій, як-от:

* оформити замовлення на покупку
* продати конкретний продукт в конкретній ситуації (розпродаж, промоакція)
* залишити контактну інформацію (зазвичай: адреса електронної пошти або номера телефону)
* підписатися на розсилку
* реєстрація на сайті
* інформація для інших користувачів / оголошення про цільову сторінку
* дивитися фільми, читати листівки
* завантажити або встановити якусь програму

**САЙТ-ВІЗИТКА**

Сайт-візитка найчастіше складається з декількох сторінок:

* інформація про фахівця;
* сторінка з послугами та цінами;
* сторінка з відгуками про роботу і портфоліо;
* контактна інформація для зв'язку.

Зараз даний вид сайтів менш популярний, так як майже кожен може створити собі повноцінний сайт для кращої пошукової оптимізації, а фахівці, які запускають свій сайт або представляють новий проект, часто використовують Landing Page.

**КОРПОРАТИВНИЙ САЙТ**

Сайт для середніх і великих компаній.

Створюється для публікації такої інформації:

* Про компанію;
* Про вакансії;
* Про товари, послуги;
* Про партнерів;
* Про контактної інформації.

Досить часто на корпоративних сайтах присутній каталог продукції з актуальними цінами і новини компанії. На деяких сайтах присутні додаткові сервіси для клієнтів, закриті розділи сайту, в які можна потрапити тільки після реєстрації. Наприклад: сайти дистриб'юторів, де можна здійснювати замовлення продукції за оптовими цінами.

**ПРОМО-САЙТ**

**Промо-сайт** — це сайт, націлений на просування певного товару або бренду. Промо-сайти схожі на звичайні корпоративні сайти, але промо-сайти більш сфокусовані на цілі.

Основна його мета в тому, щоб піднести певний товар, послугу, подію або бренд і схилити покупця саме до його вибору. У цьому й полягає головна відмінність від сайту-візитки чи порталу, в яких подається загальна інформація про всі продукти без акценту на якому-небудь одному. Як правило, промо-сайти використовуються для залучення уваги під час невеликих по тривалості рекламних кампаній або ж формування іміджевої складової діяльності фірми. Зазвичай один промо-сайт присвячується виходу одному новому продукту і максимально фокусується на взаємодії з користувачами.

**ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНИ**

Інтернет-магазин (онлайн-магазин) – це платформа, де розміщується різноманітний товар, а відвідувачі купують його, оформляючи замовлення і оплачуючи покупку в режимі онлайн. Завдяки інтернет-магазину, спрощуються процеси покупки, оплати і отримання замовлень.

**ІМІДЖЕВИЙ САЙТ**

**Іміджевий сайт** призначений для ознайомлення відвідувачів з основними напрямками діяльності організації, продукцією і технологіями.

Відмінною рисою іміджевого сайта є строго витриманий стиль дизайну відповідно до колірної гами логотипа та інших атрибутів фірми.

**САЙТ-ПОРТАЛИ**

**Сайт-портал** – тип сайту, який містить різні блоки, сервіси, новини і корисні матеріали. Найбільш популярний формат порталів – міські портали. Міські портали надають різну інформацію про те чи інше в місті чи області: новини, прогноз погоди, вакансії, каталоги компаній, оголошення та ін.

Портали досить складний в розробці вид сайту, тому що вимагає великої команди фахівців.

**ONLINE СЕРВІС**

Онлайн-сервіси дещо відрізняються від інших видів сайтів. Головне завдання такого сайту – здійснення певних процесів онлайн.

Найбільш популярні і, ті що мають великий попит онлайн-сервіси:

* Фріланс-біржі;
* Органайзери та календарі;
* Кредитні калькулятори;
* Редактори документів;
* Онлайн-бухгалтерія;
* Хмарні файлові сховища

Онлайн-сервіси можуть бути як самостійними, так і бути частиною масштабних проектів (Google Disk, Google Docs і т.п.).

**САЙТ-КАТАЛОГ**

**Сайт-каталог** – це сайт із великою кількістю сторінок, розділів та підрозділів. Основним завданням сайту-каталогу є представлення переліку товарів або послуг. Розробка сайту-каталогу дозволить зекономити час менеджерів на розмови з клієнтами, зекономити гроші на друк прайс-листів та фото каталогів**.**

За своєю структурою сайт-каталог певною мірою схожий на інтернет-магазин. Але в порівнянні з більш масштабним проектом, каталог більш простий в обслуговуванні, адже він не передбачає обробки інтернет-замовлень. Також у ньому немає функції обробки платежу, адже він надає право на вибір. На сайті-каталозі клієнт самостійно вивчає та вибирає потрібну товарну позицію, ціну, а потім зв'язується з менеджером для уточнення нюансів з оплати та доставки. Купівля відбувається лише після спілкування з менеджером. Це досить зручно для певних товарів, у підборі яких варто враховувати багато нюансів.

**САЙТ-ФОРУМ**

**Форум** – це сайт для спілкування, тут створюють теми і допомагають один одному в рамках однієї загальної тематики.

Найчастіше форуми створюють на наступні, в основному, вузькі теми:

* сім'я та діти;
* відносини;
* стиль;
* гри;
* фінанси;

**БЛОГ**

**Блог** можна охарактеризувати як онлайн-щоденник і спосіб ділитися корисною інформацією (контентом). Хтось пише про своє життя, хтось ділиться життєвим досвідом і навчає свою аудиторію. Блог це ще й діалог між автором і читачами.

Фахівці створюють блог, щоб ділитися своїм професійним досвідом з читачами. Такий блог служить хорошим інструментом для самопіару і реклами своїх послуг (не тільки для компаній, але і для приватних фахівців).

Блоги створюються для:

* самовираження;
* самопіару і залучення уваги;
* заробітку прямими або непрямими методами.

На блозі можна заробляти продаючи рекламу і публікуючи рекламні пости або продавати товари і послуги.

**САЙТИ НОВИН**

**Сайти-новин -** Інтернет-ресурс, на якому можна ознайомитися з актуальними подіями зі всього світу. Тут розміщуються новини зі світу політики, культури, спорту, науки та інших сфер життя. Залежно від охоплення і масштабу можна поділити на міські, обласні новинні сайти, новинні сайти в масштабах держави і світу.

**ІНФОРМАЦІЙНІ САЙТИ**

**Інформаційні сайти** (ще називають SEO-сайти) мають дуже схожий вигляд на сайт новин, але мають ряд відмінностей. SEO-сайти створюються для надання відвідувачам того, що цікавить їх.

Основне завдання SEO-сайту – вихід в ТОП пошукової видачі за певними запитами. З цією метою пишуться і оптимізуються статті, складається ядро сайту, проводиться аналіз і моніторинг для поліпшення ресурсу і контенту.

* **Цільова аудиторія сайту**

**Цільова аудиторія сайту** («цільові відвідувачі», «цільовий трафік», «цільова відвідуваність») – так називаються відвідувачі певного сайту, для яких призначений зміст інтернет-ресурсу.

**Класифікація цільових аудиторій сайту**

У зв'язку з цілями відвідування сайту серед цільових аудиторій виділяються наступні типи:

1. Аудиторія, яка зацікавлена в інформації, наявної на сайті;
2. Коло користувачів, яким цікаві товари і послуги, представлені на сайті;
3. Відвідувачі, зацікавлені в тому, щоб придбати товари та послуги, представлені на сайті.

Відповідно до термінології з теорії перекладу, аудиторія може бути відкритою і закритою. Якщо говорити про відвідувачів сайту, то це означає наступне:

* *Закрита аудиторія* - користувачі без зворотного зв'язку;
* *Відкрита аудиторія* - користувачі, що володіють якоюсь організацією і можливістю зворотного зв'язку (форуми, відгуки, коментарі).

Аудиторія другого типу має ряд переваг:

1. Користувачі проводять значно більшу кількість часу на сайті при спілкуванні між собою і адміністраторами;
2. Відвідувачі більше довіряють ресурсу, отримуючи відповіді на питання від власників, адміністрації або сторонніх користувачів;
3. З'являється бажання з'являтися на сайті знову для того, щоб продовжити спілкування, або отримати інформацію в індивідуальному порядку.

Популярність соціальних мереж давно поза всякими сумнівами. Принципи побудови їх застосовні до будь-яких ресурсів для залучення аудиторії. Це незмінно дасть позитивні результати.

**Як визначається цільова аудиторія сайту? Портрет цільового відвідувача**

Для визначення цільової аудиторії конкретного сайту, спочатку слід скласти приблизний портрет цільового відвідувача. В якості основних характеристик відвідувачів виступають:

* Веббраузери;
* Вік;
* Місце проживання;
* Стать;
* Соціальний статус;
* Статистика поведінки на сайті;
* Сфера зайнятості;
* Тип мережевого підключення;
* Рівень освіти;
* Фінансове положення;
* Характеристики відповідно до специфіки конкретного сайту;
* Частота використання інтернету.

Орієнтування на портрет цільових відвідувачів сайту слід проводити в момент розробки дизайну сайту з наповненням його контентом.

**VІ. Закріплення вивченого матеріалу**

***Прийом «Конкурс на найкраще запитання»***

Учням пропонується скласти запитання до вивченого матеріалу, на які буде відповідати вся група. Визначається найкраще запитання.

***Прийом «Самоперевірка»***

Учні дають відповіді на запитання:

* Дайте визначенням поняттям сайт та вебсайт
* Назвіть основні класифікації типів сайтів
* Назвіть основні класифікації типів сайтів
* Які ви знаєте види сайтів за призначенням?
* Назвіть типи сайтів
* Як визначається цільова аудиторія сайту?
* Поясніть як ви розумієте поняття «Цільова аудиторія сайту»

***Прийом «Практикум»***

1. **Визначення типів сайтів**

Послідовність виконання роботи

* Викладач пропонує учням перелік сайтів:

<http://www.okeanelzy.com/>

<http://www.nbuv.gov.ua/>

<https://www.facebook.com/>

<https://korrespondent.net/>

<http://bdpu.org/>

<https://rozetka.com.ua/>

* Учні визначають, до якого типу відноситься кожен сайт
* Визначають цільову аудиторію сайту
* Заповнюють таблицю

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назва сайту** | **Тип сайту** | **Цільова аудиторія сайту** |
|  |  |  |

1. **Виконання інтерактивних вправ**

<https://learningapps.org/view9199227>

<https://learningapps.org/view7760636>

<https://learningapps.org/view23434315>

**V. Підбиття підсумків уроку.**

**Рефлексія**

*Комплекс вправ для зняття втоми з очей:*

1. Подивитися праворуч, не повертаючи голови, і зафіксувати погляд на кілька секунд, потім ліворуч на кілька секунд і подивитися прямо. Підняти очі вгору на кілька секунд і опустити їх униз, розслабивши м’язи очей, подивитися прямо. Повторити 4–5 разів. компʼютером

2. Подивитися кілька секунд на кінчик пальця, віддаленого на 30 см від очей, потім перевести погляд удалечінь і затримати на 3–5 с. Вправу повторити 4–6 разів.

3. Заплющити очі на 5–10 с, розслабивши очні м’язи, і розплющити їх на 5–10 с. Повторити 4–5 разів.

4. Виконати декілька колових рухів очима (по 4–5 рухів) в один і інший бік.

5. Покліпати кілька разів очима, не напружуючи очні м’язи.

***Запитання для рефлексії***

Чи можна сказати, що я навчився визначати тип сайтів?

З якими труднощами я зустрівся, досліджуючи типи сайтів?

Чи отримав я задоволення від роботи на уроці?

*Поміркуйте*. Які нюанси потрібно врахувати при створені сайту, щоб він підходив для всіх поколінь?

**IV. Домашнє завдання**

Зробіть міні-опитування, серед знайомих і друзів:

* які сайти користуються найбільшою популярністю серед ваших друзів?
* якими соціальними мережами користуються ваші друзі?

**V. Оцінювання роботи учнів**