

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ, МАРКЕТИНГА, ИНВЕСТИЦИЙ**

**РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ**  
**для лабораторных работ**  
**по дисциплине**  
**«Интернет-маркетинг и электронная коммерция»**  
*для студентов специальности*  
*1-28 01 02 «Электронный маркетинг»*

УДК 339.138:004.738.5

ББК 65.291.3 с 51

Рабочая тетрадь предназначена для использования при проведении лабораторных занятий, а также самостоятельной работы студентов специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг».

В тетради изложены на конкретных примерах основные теоретические положения, имеющие широкое применение в практике интернет-маркетинга. Материал сгруппирован по темам в соответствии с содержанием лабораторных занятий.

Представление материала в форме рабочей тетради оптимизирует использование времени аудиторных занятий и самостоятельной подготовки студентов.

Рабочая тетрадь составлена с целью закрепления необходимых теоретических знаний и развития практических компетенций по данной специальности.

Составители: Кисель Е. И., доцент, к. т. н.

Рецензенты: Коваленко Радана Валерьевна, УП «Санта Рест», специалист по маркетингу;

Козинец Максим Тимофеевич, доцент кафедры менеджмента БрГТУ, к.э.н., доцент

# ТЕМА 1 Веб-сайт. Классификация. Структура

## ЗАНЯТИЕ 1.1 Классификация сайтов по назначению

**Цель занятия:** закрепление теоретических знаний по теме, формирование навыков постановки целей создания коммерческого сайта, выбора его вида.

**Сайт** — это набор страниц в интернете, позволяющий пользователю получить определённую информацию, либо осуществить действие — например, заказать товар и услугу. Состоит из одной либо нескольких логически связанных между собой страниц, объединённых дизайном, общей тематикой и гиперссылками. Сайты можно классифицировать следующим образом.



**Рисунок 1 — Классификация сайтов**  
Примечание — Источник: [https://altblog.ru/vidy\\_sajtov/](https://altblog.ru/vidy_sajtov/)

### Задание для индивидуальной работы

Выполните анализ назначения коммерческих сайтов. Заполните таблицу, изучив примеры коммерческих сайтов.

**Таблица 1 — Результаты анализа сайтов по назначению**

Вид	Назначение, вид деятельности	Примеры (не менее 3-х, указать предприятие, адрес сайта)
1	2	3
Сайт-визитка		

Продолжение таблицы 1

Лендинг		
Портфолио		
Промо-сайт		
Сайт-витрина		
Интернет-магазин		
Сайт услуг		
Корпоративный портал		

**ЗАНЯТИЕ 1.2 Формирование структуры сайта в зависимости от назначения**


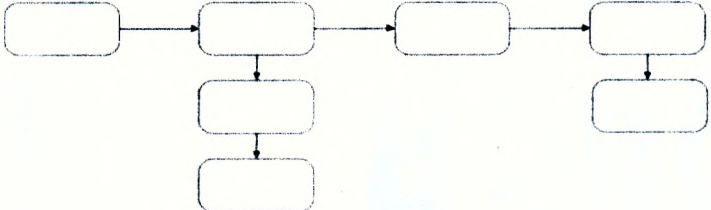
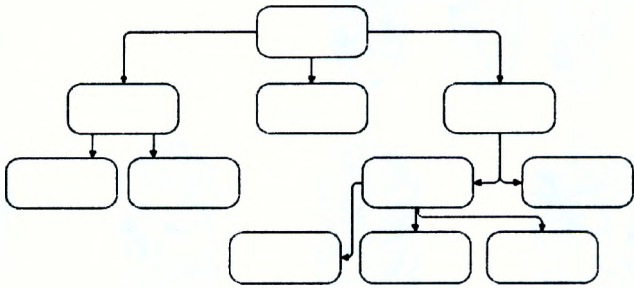
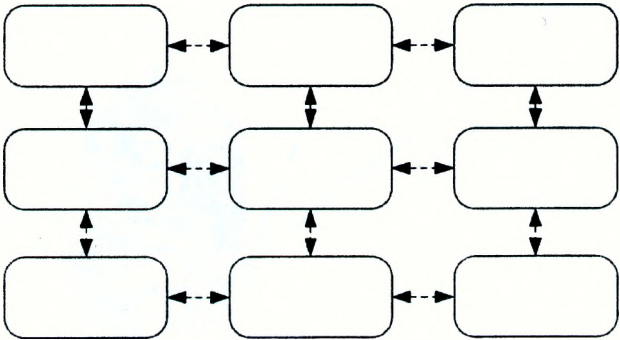
*Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме, формирование структуры сайта в зависимости от его назначения.*

**Структура сайта (карта сайта)** — это логическая схема распределения страниц сайта по категориям / разделам (папкам). С точки зрения пользователя, структура сайта — это навигация, путь к той или иной странице или категории.

**Частые ошибки в структуре сайтов:**

- Непонятное название категорий.
- Недостаточная классификация.
- Дубликаты страниц.
- Неактуальные данные.

**Таблица 2 — Виды структур [2]**

Структура	Краткое описание	Схема
Линейная	Структура выглядит в виде цепочки. Подходит для одностраничных сайтов (якорного меню) и визиток	
Линейно-разветвленная	Представляет из себя цепочку переходов, иногда с правом выбора. Подходит для небольших сайтов — в основном визиток	
Древовидная	Состоит из множества уровней и разделов (имеет много ветвлений). Самая распространенная, популярная и оптимальная для многостраничных сайтов	
Решето, сеть	Создается по принципу древовидной, но при этом все проектируется так, чтобы посетитель мог перескочить со страницы глубокого уровня вложенности на любой другой, к примеру, на 1-й или второй уровень. При разработке такой структуры важно тщательно продумывать ее, чтобы не запутать посетителей	

**Задание для индивидуальной работы**

Выполнить анализ структуры сайта (по выбору или заданию преподавателя). Составить схему структуры сайта, определить ее вид. Выполнить анализ структуры с точки зрения удобства для пользователя. Сформировать рекомендации по изменению структуры сайта (страницы). Пример структуры сайта.



Рисунок 2 — Пример представления структуры сайта

**Название и адрес сайта**

**Вид структуры**

**Достоинства**

**Недостатки**

**Рекомендации по изменению структуры**

**Предполагаемые эффекты**



## ЗАНЯТИЕ 1.3 Семантическое ядро сайта

**Цель занятия:** формирование понимания значимости семантики как маркетингового инструмента.

**Семантическое ядро сайта** — это упорядоченный набор слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом. Запросы в семантическом ядре разделяются по частотности, конкуренции и коммерческой составляющей, семантика позволяет понять распределение поискового спроса и сформировать правильную для продвижения структуру сайта.

**Ключевые слова** — это отдельные слова либо их сочетания, которые пользователи Интернета вводят в поисковую строку, чтобы найти товар, услугу или информацию. Корректно подобранные ключевые слова (фразы) способны обеспечить сайту большой приток целевой аудитории.

Ключевые фразы в семантическом ядре сегментируются по частотности [3]:

1. **Высокочастотные** (от 10 000 показов в мес.) — одно или два слова, которые определяют тематику страницы. Пример: «наушники» — алгоритмы определяют предмет поиска и предложат смесь информационных и коммерческих страниц в выдаче.

2. **Среднечастотные** (500–10 000 показов в мес.) — включают несколько слов и приставки и используются для уточнения задачи поиска. Пример: «купить наушники водостойкие» — в браузере будут отображаться только коммерческие страницы, цель которых продать наушники, устойчивые к влаге.

3. **Низкочастотные** (до 500 показов в мес.) — состоят из нескольких слов и конкретизируют саму потребность пользователя. Пример: «где купить водостойчивые наушники в Москве» — поиск выведет топ лучших интернет-магазинов в черте города, реализующих наушники для спорта, которые можно погружать в воду.

Процесс подбора ключевых слов:

- Анализ сайтов конкурентов.
- Сбор базовых ключевых слов.
- Сбор семантического ядра.
- Расширение семантического ядра.
- Удаление нецелевых запросов.
- Проверка запросов.

### Задание для индивидуальной работы

Изучить возможности работы с сервисами «Google Trends» и/или «Яндекс Вордстат» на примере запросов по выбору или заданию преподавателя.

Определить несколько ключевых словосочетаний, сравнить и оценить статистику запросов с целью формирования наиболее эффективных ключевых слов. Оценить их по частотности. Выполнить анализ по регионам, оценить историю запросов. Результаты работы оформить в виде скриншотов.

## ТЕМА 2 Анализ сайтов конкурентов на соответствие основным требованиям юзабилити

**Цель занятия:** изучение основных параметров, определение степени их важности для различных сайтов.

Юзабилити сайта — это организация структуры данных сайта, позволяющая посетителю без особых усилий находить нужную информацию, не утруждая себя излишним поиском.

### ЗАНЯТИЕ 2.1 Изучение и анализ характеристик юзабилити Задание для индивидуальной работы

Выполнить анализ юзабилити сайтов-конкурентов по выбору или заданию преподавателя. Заполнить таблицу анализа и сделать выводы.

**Таблица 2 — Анализ юзабилити**

Показатели	Баллы (1–10)	Баллы (1–10)
	<b>Основные параметры</b>	
Скорость загрузки		
Подстройка под географию		
Удобство переключения языка		
Адаптация под вид устройства		
Наличие адаптивной верстки		
Скрытие ненужных полос скролла		
Быстрый доступ к кнопкам СТА		
Наличие интуитивно понятных иконок		
Единообразие интерфейса		
Однозначность и понятность		
Предсказуемое местонахождение ключевых элементов		
Минимально необходимое количество контактов		
Удобство взаимодействия с лого сайта		
Карта сайта		
Уникальный фавикон		
Заметные СТА		
Самый заметный СТА		
Ясная терминология		
Возможность увидеть лица компании		
Проработанный функционал страницы 404		
Принцип ненасилия		
Мгновенный скроллинг		
Минимум трудностей для пользования		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Дизайн и элементы сайта</b>		
Умеренность		
Учет особенностей восприятия цвета		

**Продолжение таблицы 2**

Отсутствие лишней анимации		
Отсутствие нагромождения элементов		
Оптимальный размер кликабельных элементов		
Подстройка курсора под «кликабельное или некликабельное»		
Деактивация лишних элементов		
Пояснения для деактивированных элементов		
Подстройка под паттерны сканирования		
Соблюдение F-паттерна сканирования		
Продуманное расположение блоков		
Отсутствие широких горизонтальных полос в дизайне		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Кнопки</b>		
«Честные» кнопки		
Удобство клика по кнопке		
Четкий однозначный СТА		
Продуманные кнопки удаления и очистки форм		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Ссылки</b>		
«Честные» ссылки		
Стандартизация взаимодействия		
Заметные отличия «особых» ссылок		
Анкорная или хотя бы человекопонятная ссылка		
Удобство клика по ссылке		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Навигация и поиск</b>		
Поиск на сайте		
Кликабельные «хлебные крошки»		
Понятный и релевантный H1		
Кнопка возврата		
Раздел «Недавно вы смотрели»		
Продуманная сеть внутренних ссылок		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Главное меню</b>		
Сквозное главное меню сайта		
Доступность главного меню		
Стандартизация		
Выделение пункта, где находится пользователь		
Простая структура главного меню		
Заметность подуровней		
<b>Итого баллов</b>		

**Продолжение таблицы 2**

<b>Поиск</b>		
Стандартизация		
Единственное поле поиска		
Удобное взаимодействие с поиском		
Использование «живого» поиска		
Подробная информация о результатах поиска		
Помощь при отсутствии результатов		
Расширенный поиск (опционально)		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Коммуникация с клиентом на сайте, контакты, обратная связь</b>		
Текстовый формат		
Отсутствие защиты от копирования		
Закрепление места за контактами		
Форма обратной связи		
Возможность сделать быстрый заказ		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Страница контактов</b>		
Отдельное отображение контактов для каждой точки		
Выбор точки и из списка, и на карте		
Расширенный фильтр		
Полная информация о каждой точке		
Отправка данных на принтер		
Контакты конкретных лиц		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Онлайн-консультант</b>		
Удобство расположения иконки онлайн-консультанта		
Круглосуточный прием вопросов		
Информация о времени ожидания ответа		
Обратная связь		
Живой сотрудник		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Страницы категорий товара (разделы каталога)</b>		
Оптимальное количество товара на странице		
Удобство представления		
Полная информация о товаре		
Расширенный список характеристик		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Фильтры</b>		
Заметная кнопка применения		
Необходимый минимум значений		

**Продолжение таблицы 2**

Количество отфильтрованных позиций		
Быстрая очистка фильтра		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Сортировка товара</b>		
Фокус на популярные товары		
Пользовательская сортировка		
Выделение примененных фильтров		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Страница товара (карточка товара)</b>		
Цена		
Фото и видео		
Характеристики и их полнота		
Другое		
Сопутствующие товары		
Сигнал о товаре в корзине		
Информация об оплате		
Информация о доставке		
Переход к оформлению заказа		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Регистрация на сайте</b>		
Необходимый минимум полей		
Заметность обязательных к заполнению полей		
Возможность видеть вводимые символы пароля		
Простота заполнения		
Использование подсказок и автозаполнения		
Простейшие проверки правильности ввода данных		
Помощь при введении телефона		
Поощрение пользователя		
Сообщение об ошибке		
Удобная корректировка информации		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Тексты на сайте</b>		
Читабельный текст		
Лаконичные и короткие тексты		
Фокус на целевой аудитории		
Форматирование текста, облегчающее чтение		
Заголовки и подзаголовки		
<b>Итого баллов</b>		
<b>Итого баллов по всем разделам</b>		



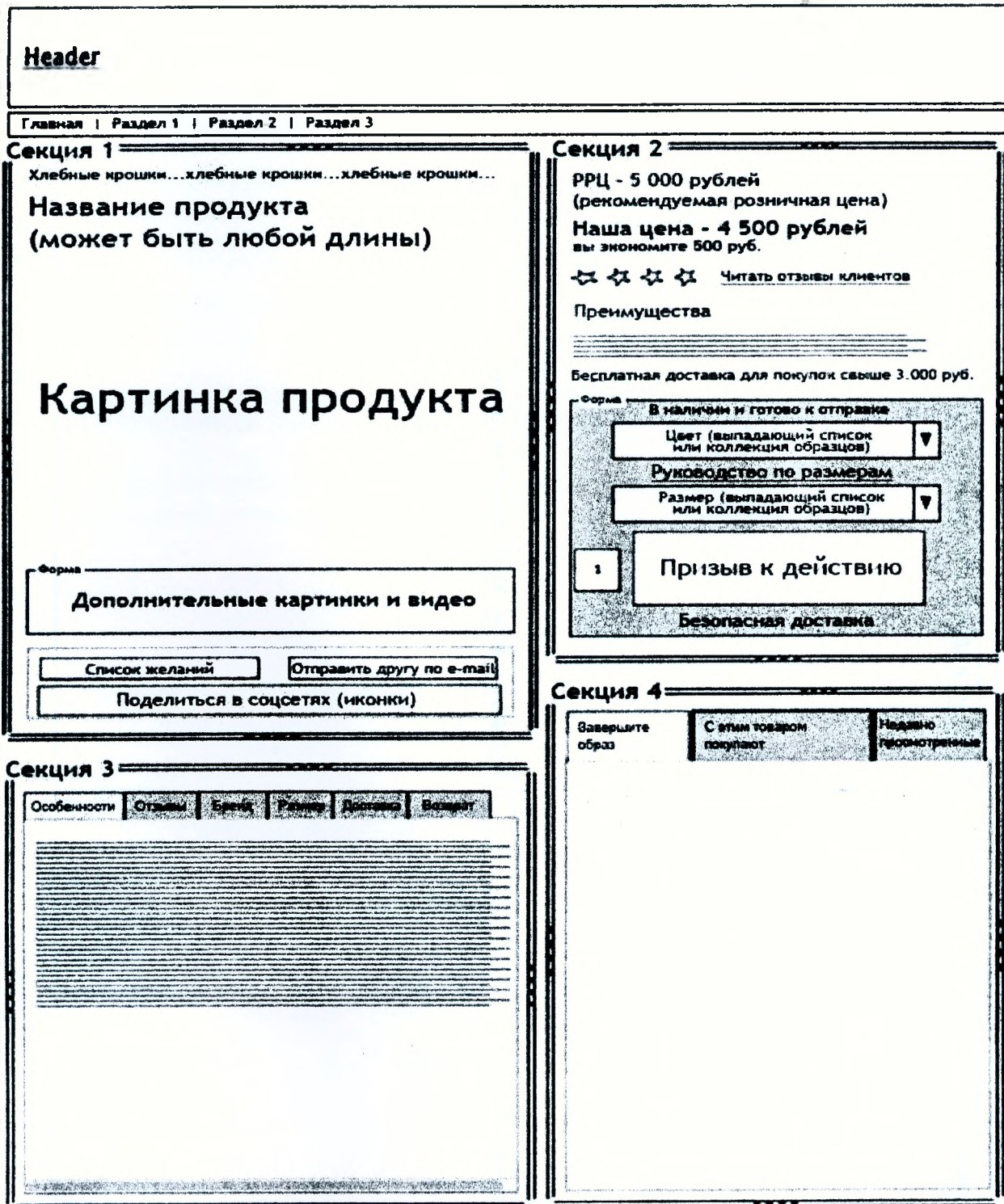


Рисунок 3 — Макет карточки товара

Примечание — Источник: <https://beseller.by/blog/prodayushchaya-kartochka-tovara-internet-magazina/>

**Задание для индивидуальной работы**

Изучить карточки товаров различных интернет-магазинов (не менее 4-х). Разработать макет карточки товара интернет-магазина по выбору или заданию преподавателя.

## Анализ карточек товаров

Наименование товара	
Название и адрес электронного магазина	Название и адрес электронного магазина
Название и адрес электронного магазина	Название и адрес электронного магазина





## ЗАНЯТИЕ 2.3 Визуальные приемы при проектировании веб-страниц

**Цель занятия:** изучение визуальных приемов при проектировании сайтов и определение их значимости для достижения маркетинговых целей.

**Визуальная иерархия на сайте** — это организация и оформление информации таким образом, чтобы посетитель мог быстро разобраться с интерфейсом и отличить главное от второстепенного.

**Приемы создания визуальной иерархии:**

1. Размер элемента (чем весомее информация, тем размер больше).

2. Несколько уровней информации (уровень отличается размером, типом, цветом шрифта).

Первый уровень: здесь располагается самый приоритетный контент; заголовки на этом уровне бросаются в глаза и считываются прежде остальных.

Второй уровень: на этом уровне находятся подзаголовки, названия вкладок — все то, что обозначает главные «темы». Именно на этом уровне располагаются элементы, по которым пользователь попадает в разделы сайта.

Третий уровень: к этому уровню можно отнести текстовые блоки, описания изображений, короткие заметки — все то, что раскрывает тему, но не служит ее названием. Именно здесь вы можете подробно рассказать о всех деталях вашего проекта.

3. Композиция на странице.

4. Повторения.

5. Цвет.

6. Использование белого (пустого) пространства.

Наиболее типичными моделями для создания композиции являются паттерны и диаграмма Гутенберга:

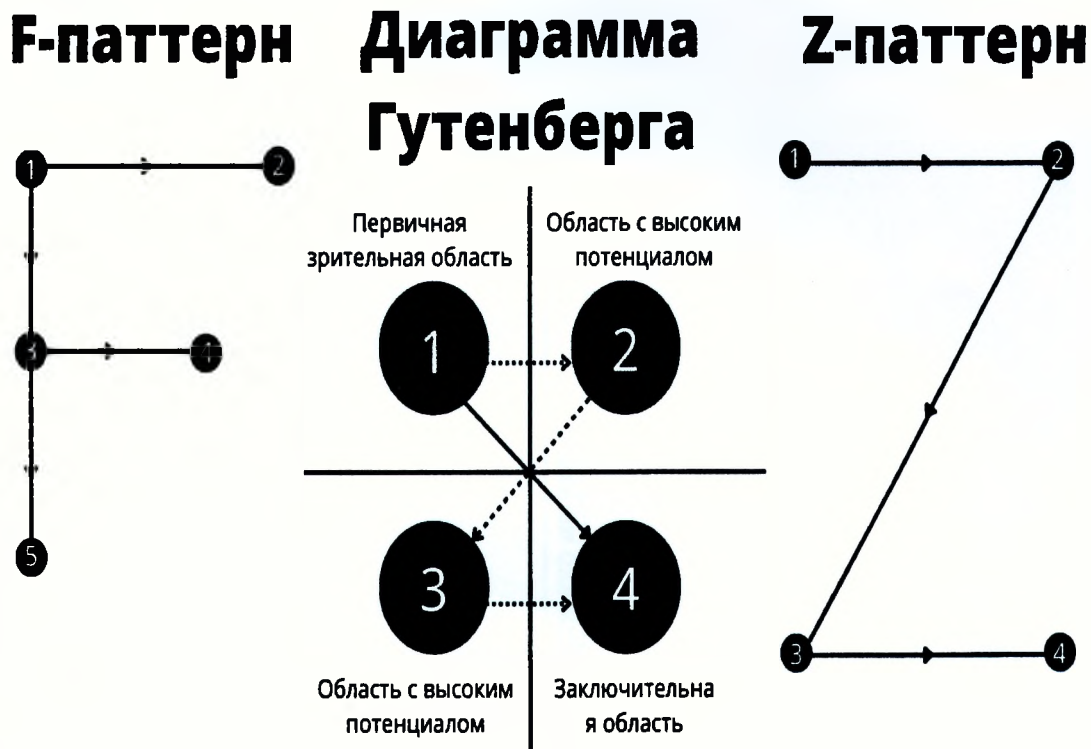


Рисунок 4 — Элементы создания композиции страницы

### Задание для индивидуальной работы 1

Изучите визуальные приемы, используемые на сайтах предприятий разных сфер деятельности. Опишите эти приемы. Дайте им оценку. По результатам заполните таблицу.

**Таблица 3 — Анализ визуальных приемов сайтов услуг различного назначения**

Отрасль	Название предприятия (организации), адрес сайта	Композиция на странице	Структурирование текста и его иерархия	Применение графических изображений
Банковские услуги				
Транспортные услуги				
Розничная торговля				

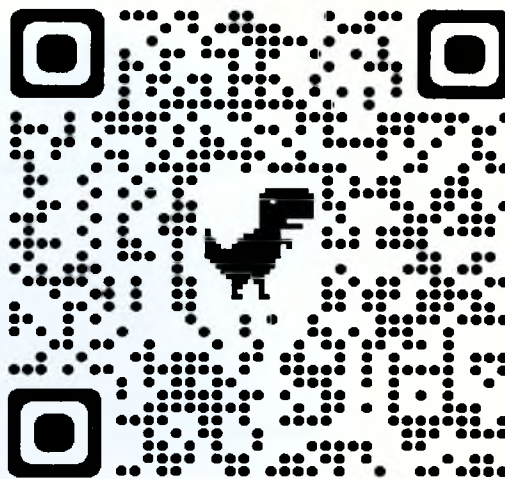
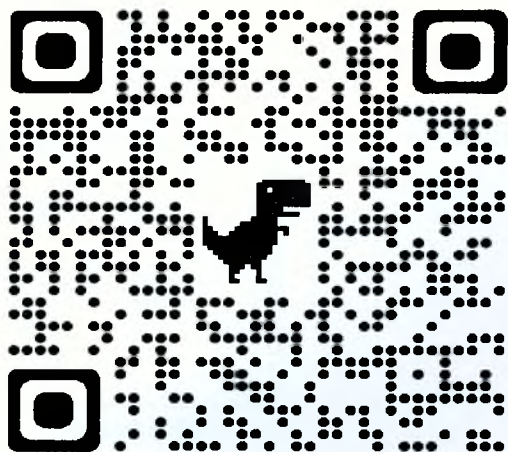
**Продолжение таблицы 3**

Высшее образование				
Общественное питание				
Гостиничный бизнес				

**Вывод:**


## Задание для индивидуальной работы 2

Изучите материалы по использованию цвета в интернет-маркетинге



Изучите цветовые приемы, используемые на сайтах предприятий разных сфер деятельности (не менее 3-х на сферу деятельности). Дайте им оценку. По результатам заполните таблицу.

Таблица 4 — Исследование цветовых приемов сайтов

Отрасль	Название предприятия (организации), адрес сайта	Цвет (цвета) главной страницы	Цвет (цвета) второстепенных страниц
Медицинские услуги			

**Продолжение таблицы 4**

Страховые услуги			
Банковские услуги			
Услуги сферы красоты			

Окончание таблицы 4

Туристические услуги			

Вывод:


### ТЕМА 3 Составление технического задания на разработку сайта

*Цель занятия: изучение назначения, структуры и содержания технического задания.*

ТЗ (техническое задание) на разработку сайта — это специальный документ, регламентирующий технические, функциональные и контентные составляющие будущего сайта.

**Таблица 5 — Эффекты от составления технического задания на проектирование сайта**

Эффекты для подрядчика	Эффекты для заказчика
Ускоряет разработку проекта	Позволяет узнать предварительную стоимость разработки сайта
Дает четкое понимание главной задачи	Ускоряет согласование базовых вопросов
Минимизирует риски выполнения несогласованных задач	Уточняет, как именно должен работать и выглядеть будущий сайт
	Позволяет собрать все пожелания и требования по проекту в одном документе
	Дает возможность сверять промежуточные этапы исходя из первоначального плана и вносить изменения в любой компонент сайта
	Позволяет узнать предварительную стоимость разработки сайта
Повышает эффективность совместной работы	

**Таблица 6 — Примерная структура технического задания**

Название раздела	Требования к содержанию
Введение	Название сайта, бренда, особенностей бизнеса, рыночная позиция и т. п.
Назначение	Цели работы сайта
Структура	Указывается количество разделов и название каждого из них, дополнительно — короткое описание. Составляется схема
Содержание разделов и страниц	Подробное описание каждой страницы будущего сайта. Конкретные требования к дизайну страниц
Технические требования	Перечень технических требований
Требования к хостингу-провайдеру	Например: Тип хостинга: виртуальный, VPS, серверы, возможность быстрой установки CMS, поддержка необходимых технологий: доступ по SSH, защита от DDoS-атак, возможность бекапов, минимальная дисковая квота, планируемая статическая нагрузка в аккаунте, планируемый трафик (ориентировочное количество пользователей на вашем сайте за одни сутки)
Сценарии использования	Кто, как и зачем будет заходить на сайт. Список предполагаемых пользователей и сценарии для них
Контент	Кто и когда будет заниматься наполнением страниц
Календарный план, с указанием окончательного запуска	Указываются сроки подготовки и сдачи проекта, в том числе продолжительность данного этапа. Порядок контроля и приемки



## Задание для индивидуальной работы

Изучите сайт по выбору или заданию преподавателя. Сформируйте пользовательские сценарии для трех видов потребителей: «быстрый тип», «нерешительный тип», «педантичный тип».

Пример:

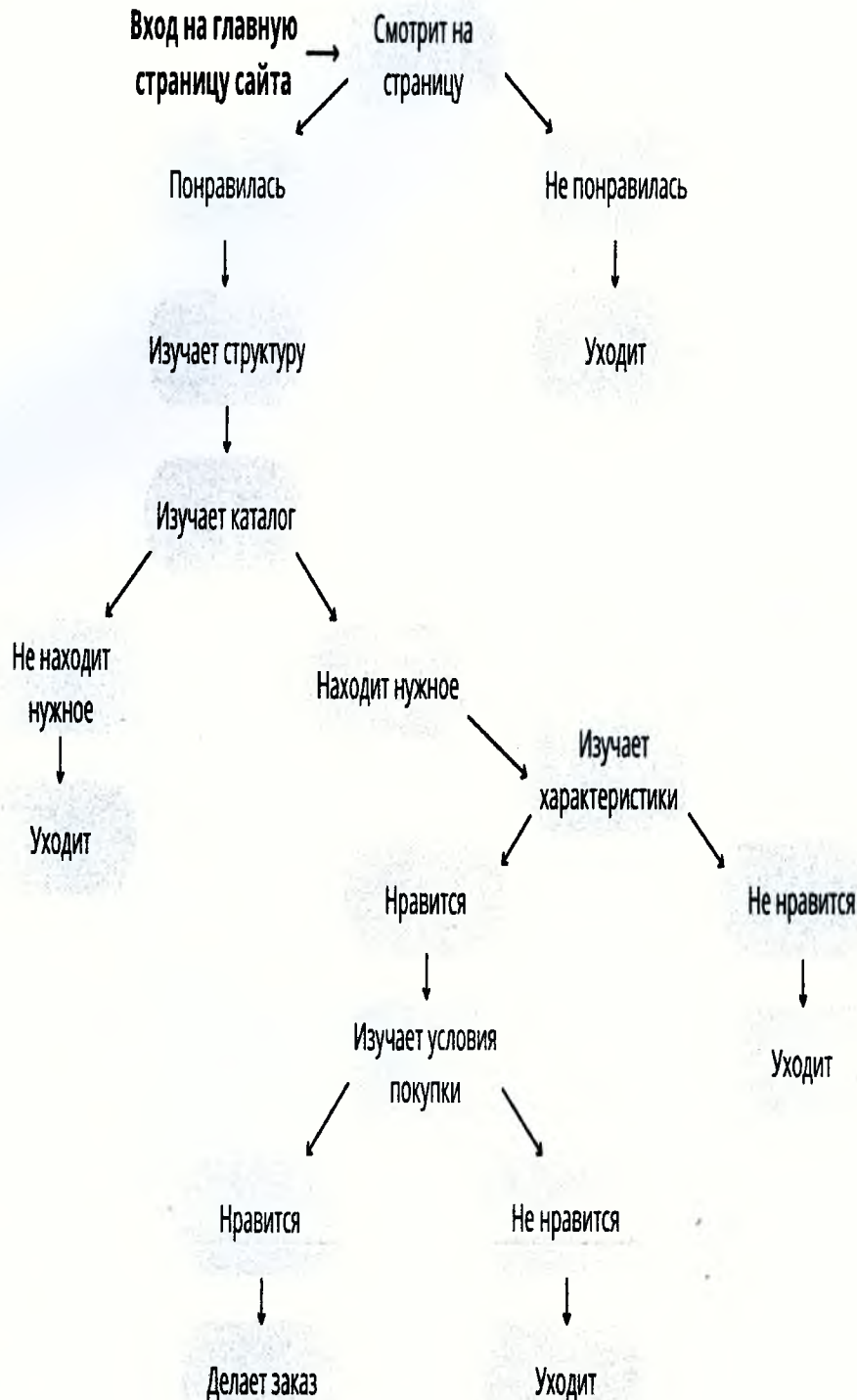


Рисунок 5 — Сценарий пользовательского поведения

Сценарий для «быстрого типа»:

Сценарий для «нерешительного типа»:

Сценарий для «педантичного типа»:

Изучите структуру технического задания. На примере (по выбору или заданию преподавателя) составьте описание следующих разделов сайта: введение, назначение, календарный план.

**Таблица 5 — Формирование разделов технического задания**

Введение	
Назначение	
Календарный план	

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Авторский блог Кирилла Рамираса [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://altblog.ru>.
2. Блог о Web-разработке и интернет-маркетингу [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://web-revenue.ru/>.
3. Что такое семантическое ядро и как его составить [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-semanticeskoe-yadro-i-kak-ego-sostavit/>.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ТЕМА 1 Веб-сайт. Классификация. Структура	3
ЗАНЯТИЕ 1.1 Классификация сайтов по назначению	3
ЗАНЯТИЕ 1.2 Формирование структуры сайта в зависимости от назначения	4
ЗАНЯТИЕ 1.3 Семантическое ядро сайта	9
ТЕМА 2 Анализ сайтов конкурентов на соответствие основным требованиям юзабилити	10
ЗАНЯТИЕ 2.1 Изучение и анализ характеристик юзабилити	10
ЗАНЯТИЕ 2.2 Разработка карточки товара	14
ЗАНЯТИЕ 2.3 Визуальные приемы при проектировании веб-страниц	18
ТЕМА 3 Составление технического задания на разработку сайта	24
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	29

Учебное издание

**Составитель:**  
*Кисель Елена Ивановна*

**РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ**  
**для лабораторных работ**  
**по дисциплине**  
**«Интернет-маркетинг и электронная коммерция»**  
*для студентов специальности*  
*1-28 01 02 «Электронный маркетинг»*

Ответственный за выпуск: Кисель Е. И.  
Редактор: Митлошук М. А.  
Компьютерная вёрстка: Соколюк А. П.  
Корректор: Дударук С. А.

---

Подписано в печать 15.08.2022 г. Формат 60x84 1/8. Бумага «Performer».  
Гарнитура «Arial Narrow». Усл. печ. л. 3,72. Уч. изд. л. 4,0. Заказ № 862. Тираж 18 экз.  
Отпечатано на ризографе учреждения образования «Брестский государственный  
технический университет». 224017, г. Брест; ул. Московская, 267.  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 1/235 от 24.03.2014 г.