

Студ. Д.В. Малашко

Науч. рук. доц. Д. М. Романенко

(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПОИСКА И БРОНИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ ДОСУГА

В связи с возрастанием роли сети Интернет в жизни современного общества увеличивается потребность в создании уникальных сайтов для предприятий, компаний, частных лиц. Стремительное развитие мобильных технологий делает возможным создавать их удобные и компактные аналоги - мобильные приложения, значительно упрощающие доступ пользователей вне зависимости от их местонахождения.

Наличие большого количества разнообразных сайтов, неудобный интерфейс, навязчивая реклама, устаревшая и недостоверная информация, низкая наполняемость сайта - всё это делает затруднительным поиск необходимого предприятия или заведения среди обилия остальных. Правильным решением этой проблемы будет создание универсального сайта-каталога, в котором будет размещен список всех заведений.

В данном дипломном проекте будет разработан сайт и веб-приложение для мобильных устройств под управлением операционной системы Android.

На главной странице сайта будут размещаться наиболее популярные категории, а также новые заведения в каталоге. Внешний вид представлен на рисунке 1.

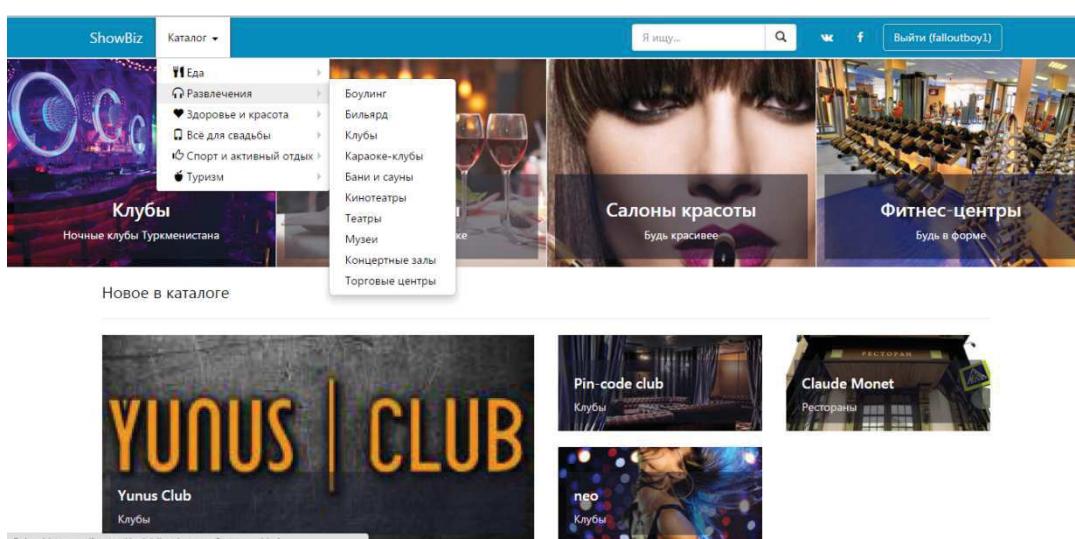


Рисунок 1 – Главная страница сайта

Секция информационных технологий

На внутренней странице каталога будут размещаться заведения, карта с маркерами, которые соответствуют их геолокации и фильтры, соответствующие выбранной категории. Пример страницы показан на рисунке 2.

The screenshot shows a search bar at the top with fields for 'Я ищу...' and a magnifying glass icon, along with social media links for VK and Facebook, and a 'Выйти (falloutboy1)' button. Below the header is a navigation menu with categories: БОУЛИНГ, БИЛЬЯРД, КЛУБЫ, КАРАОКЕ-КЛУБЫ, БАНИ И САУНЫ, КИНОТЕАТРЫ, ТЕАТРЫ, МУЗЕИ, КОНЦЕРТНЫЕ ЗАЛЫ, and ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ. The main content area displays three club entries: 'neo' (Клубы), 'Pin-code club' (Клубы), and 'Yunus Club' (Клубы). Each entry includes a thumbnail image, a name, a category, a short description, a 'Бронировать' (Book) button, and a map showing its location in Ashgabat, Turkmenistan. On the right side, there are filters for categories like 'Развлечения' (Entertainment), 'Организационные возможности' (Organizational opportunities), and checkboxes for amenities like 'Фейс-контроль' (Face control) and 'Банкетное обслуживание' (Banquet service).

Рисунок 2 – Внутренняя страница категории

Страница заведения включает в себя галерею, статические страницы, контактные данные, время работы, отзывы. Пример показан на рисунке 3.

The screenshot shows the 'Yunus Club' page. At the top, it says 'Yunus Club' and 'Ночной клуб.' Below that are buttons for 'Забронировать' (Book), 'Телефоны' (Phones), 'Адрес' (Address), and 'Время работы' (Working time). Underneath are tabs for 'О нас' (About us) and 'Отзывы' (Reviews). A horizontal banner features five images: a woman in a blue dress, a man in a white t-shirt, a fire performance, and two groups of people dancing. To the right of the banner are sections for amenities: 'Фейс-контроль' (Face control), 'Банкетное обслуживание' (Banquet service), 'Развлечения' (Entertainment), and 'Организационные возможности' (Organizational opportunities), each with a checkbox indicating availability.

Рисунок 3 – Внутренняя страница заведения

Перейдя на страницу отзывов можно посмотреть мнения посетителей данного заведения. Пример показан на рисунке 4.

Если пользователя заинтересовало заведение он может забронировать столик, заполнив форму. Когда владелец примет заявление ему будет отправлено на почтовый ящик сообщение с подтверждением.

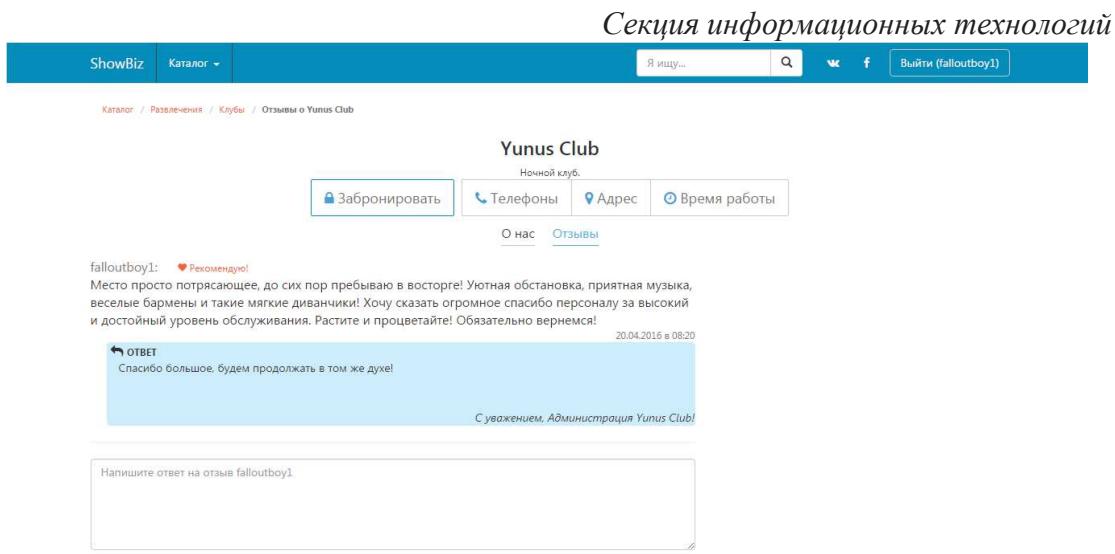


Рисунок 4 – Отзывы о заведении

Таким образом, разработка и внедрение подобных веб-приложений позволит поднять сервис в сфере досуга на качественный новый уровень.

УДК 74.01/.09

Студ. М. А. Новиков

Науч. рук. ассист. Т. П. Брусенцова
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ЛОГОТИПА ДЛЯ ВЕБ-ИЗДАНИЯ

Какой сегодня самый популярный тренд в дизайне? Ответите ли Вы, что это “плоский дизайн” или нечто подобное, не имеет большого значения. Факт в том, что все мы знаем каковы эти тенденции в настоящее время, и у нас есть мнения о них. Суть в том, что каждый дизайнер, в той или иной степени, следует общепринятым, актуальным на сегодняшний день трендам. Данный факт у некоторых проявляется в более очевидной форме, нежели у других, но культурные тенденции дизайна проникают в наше сознание, хотим мы того или нет.

Всем известно, что люди не любят читать в Интернете. Основная причина такой тенденции кроется в том, что изображения воздействуют прямо на наши эмоции. Изображения идут прямо в наше сознание, в то время как текстовые символы нуждаются в «расшифровке».

Исходя из этого можно понять, что логотипы с каким-либо изображением, а не просто текстом, намного лучше запоминаются и откладываются в головах людей.

Разработка бренда включает в себя как один из этапов создание дизайна логотипа. *Логотип* – основной графический идентификатор