

ДИЗАЙН ВИЗУАЛЬНОЙ СРЕДЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Отрасль веб-дизайна каждый день расширяет свои границы, и если раньше основной задачей дизайнера являлись дизайн и разработка веб-сайта, то теперь, в digital-эпоху, в обязанности веб-дизайнеров могут входить такие задачи как разработка пользовательских интерфейсов мобильных приложений, дизайн и прототипирование интерактивных рекламных макетов и HTML-баннеров, разработка визуально-привлекательного контента для социальных сетей.

Социальные сети давно перестали быть развлекательной средой. Они перешли и освоились в бизнес-сфере и продажах. С увеличением количества таких бизнес-инициатив появилось новое направление в дизайне – дизайн визуала блогов. Задачами такого специалиста являются: составление сетки публикаций, оформление и обработка фото и видеоматериалов, создание качественного векторного графического контента, разработка макетов и рекламных постеров. При правильном подходе к визуалу блог-магазина и грамотной проработке деталей и концепции, хороший профиль в инстаграмме может заменить полноценный привычный интернет-магазин, так как он способен выполнять все основные функции: информировать о товаре, давать оценку / отзывы, осуществлять заказ и выходить на связь с менеджером не покидая зону комфорта. Кроме того, современные возможности инстаграмма, благодаря его алгоритмам, позволяют добиться быстрого распространения информации, а значит, продвигать блог-магазин проще, дешевле. Легко настраивать таргетированную рекламу, устраивать розыгрыши и акции, использовать гибкие лояльные системы.

Дизайнер визуального контента при создании общей концепции блога должен обращать внимание на следующие факторы: целевая аудитория блога, цель и задачи блога, имеющиеся охваты пользователей и рейтинг аккаунта. Учитывая вышеперечисленные факторы, дизайнер подбирает цветовую гамму профиля, разрабатывает дополнение к контенту, насыщает его графическими элементами. Далее выбранная цветовая гамма и стиль профиля поддерживается в рекламных макетах, айдентике аккаунта – применяются все стандартные способы создания фирменного стиля компании.

Статистический опрос показал, что 93% пользователей лояльнее и благосклоннее к качественно оформленным инстаграмм-аккаунтам,

по сравнению с типичными для интернета магазинами. Пользователи считают, что такие блог-магазины хорошо подходят для начинающих компаний, зарождающегося бренда, узко специализирующимся специалистам. Примерами таких блог-магазинов могут стать изготовление hand-made изделий, услуги массажного или косметологического кабинета, продажа собственной выпечки и кондитерских изделий.

Дизайнер не только может оформить внешний вид правильно и эстетично, но также прогрессировать рост продаж, рост репутации и укрепление на конкурентном рынке.

УДК 004.5; 766

Студ. К.С. Марченко
Науч. рук. ассист. С.А. Осоко
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

АУТЕНТИФИКАЦИЯ И АВТОРИЗАЦИЯ НА САЙТАХ СРЕДСТВАМИ PHP

Аутентификация необходима для подтверждения личности зарегистрированного пользователя. Авторизация – для проверки его прав на доступ к определенным ресурсам. Аутентификация осуществляется по: паролю; одноразовому паролю; токену.

При *аутентификация по паролю* пользователь вводит username и password для идентификации и аутентификации в системе, по одному из стандартных протоколов например, HyperText Transfer Protocol, который использует механизмы: Basicaccessauthentication, FormsAuthentication и др.).

Аутентификация по одноразовым паролям обычно применяется как дополнительный уровень защиты. При этом пользователь должен предоставить данные двух типов: что-то, что он знает, и что-то, чем он владеет.

Аудентификация по токену использует один из распространенных форматов токенов для веб-приложений: SAML, JWT, SWT и др.

JSON Web Token (JWT) – содержит три блока, разделенных точками: заголовок, набор полей и подпись. Первые два блока представлены в JSON-формате и дополнительно закодированы в формат base64.

Основная идея JWT в использовании access token – маложивущего токена, выдаваемого сервером и хранящему информацию о пользователе и о самом токене. Refresh token – долгоживущий, выдается вместе с accesstoken в момент аутентификации и используется для его обновления после истечения срока его жизни.

Токены генерируются на сервере. Access token – основывается на секретном ключе, хранящемся на сервере, что позволяет защитить его от подмены. Refresh token хранится на сервере для учета доступа и инвалидации краденых токенов.