

### **Библиографическая ссылка на статью:**

Дашутина А.В., Кийкова Е.В. Разработка web-представительства ателье-мод "Эксклюзив" // Современные научные исследования и инновации. – Июнь 2014. - № 6 [Электронный ресурс]. URL:

<http://web.snauka.ru/issues/2014/06/36164> (дата обращения: 23.06.2014)

---

**УДК 004.05**

### **РАЗРАБОТКА WEB-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА АТЕЛЬЕ-МОД "ЭКСКЛЮЗИВ"**

Дашутина Анастасия Валерьевна<sup>1</sup>, Кийкова Елена Валерьевна<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, студент, 5 курс, институт информатики инноваций и бизнес систем

<sup>2</sup>Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, научный руководитель, информатики инноваций и бизнес систем, ст.

преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

### **Аннотация**

*В данной статье рассматривается обоснование структуры и информационного наполнения web-представительства ателье-мод, занимающегося реализацией пошивом и ремонтом одежды. А также преимущества создания такого web-представительства.*

**Ключевые слова:** *ателье мод, веб-представительство, информационное наполнение, клиенты, структура web-представительства*

---

### **DEVELOPMENT OF WEB-REPRESENTATION FASHION ATELIER "EXCLUSIVE"**

Dashutin Anastasia Valerievna<sup>1</sup>, Kiykova Elena Valerievna<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Vladivostok State University of Economics and Service, student, 5 year, Institute of Informatics innovation and business systems

<sup>2</sup>Vladivostok State University of Economics and Service, Research Manager,

## **Abstract**

*This article discusses the rationale for the structure and content web-studio modes of representation and offering sewing and repairing clothes. As well as the benefits of creating such web-representation.*

**Keywords:** *content, couture, customers, fashion, studio, the structure of web-representation, web-representation*

---

Одним из способов обеспечения конкуренции фирмы на текущий момент является продвижение услуг в Интернете. Наличие собственного web-представительства позволяет расширить область рекламной деятельности и привлечь новых клиентов. Web-представительство является, в первую очередь, информационным представительством фирмы, которое доступно круглосуточно, и сотни потенциальных клиентов могут ознакомиться с предоставляемыми услугами без непосредственного участия её сотрудников [4-7].

Целью данного исследования является обоснование и разработка структуры web-представительства ателье мод и его информационного наполнения.

Несмотря на обилие магазинов модной одежды практически в любом населенном пункте нашей страны, все еще остается огромный контингент людей, которые хотят носить только эксклюзивную, пошитую специально для них одежду. Ателье производит прием заказов и последующий пошив готовой модной одежды, а также дополнительно осуществляет реставрацию и ремонт одежды. На данный момент для первичного приема потенциальному клиенту необходимо прийти в ателье. Консультирование клиентов занимает много времени и не всегда оно заканчивается оформлением заказа.

Было принято решение о создании web-представительства ателье, с

целью информирования клиентов.

Для обоснования и разработки структуры и информационного наполнения web-представительства ателье мод был проведен анализ сайтов аналогичной тематики (ателье мод): "Швейное ателье-мод" [1], ателье мод "Вилора" [2], ателье мод "Богема" [3].

Для анализа web-представительств использовались следующие критерии оценки:

- простота;
- понятность;
- содержание;
- дружелюбие к пользователю.
- полезность.

К перечисленным выше критериям были добавлены еще несколько критериев: диапазон применения, структура и навигация, внешний вид, обратная связь.

В результате проведенного анализа web-представительство были выявлены общие разделы, которые есть на каждом web-представительстве:

- О компании;
- Контакты;
- Прайс-листы;
- Отзывы;
- Галереи.

Было принято решение, что на создаваемом web-представительстве также должен быть приём заявок на первичное консультирование или примерку и калькулятор для расчёта метража ткани.

Разработанная структура сайта web-представительства для ателье-мод "Эксклюзив" содержит следующие разделы:

- О нас;
- Каталоги;
- Прайс-листы;

- Отзывы;
- Прием заявок;
- Задать вопрос;
- Расчет метража ткани.

В разделе «О нас» будет размещаться вся информация про ателье мод и новости. Раздел «Каталоги» будет содержать каталоги одежды. Раздел «Прайс-листы» – наименование услуг и их цены. В разделе «Фотогалерея» будут размещаться различные фотографии из жизни ателье мод. Раздел «Отзывы» – отзывы о ателье мод оставленные клиентами на web-представительстве. В разделе «Прием заявок» будет размещаться форма заявки для заполнения и отправки заявки на рассмотрение администратора. Раздел «Задать вопрос» – форма для отправки вопроса. Раздел "Калькулятор метража ткани" – форма для расчета метража ткани.

На главной странице содержатся информация об ателье мод и контактные данные.

Логическая схема web-представительства представлена на рис. 1.

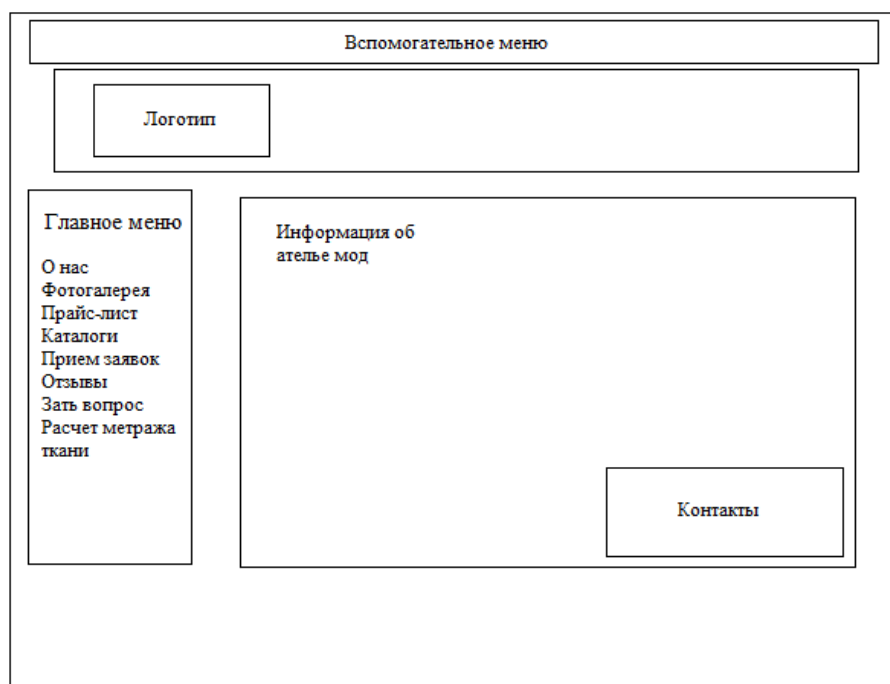


Рисунок 1 – Логическая схема главной страницы web-представительства ателье мод "Эксклюзив"

В центре главной страницы располагается информация о ателье мод. С права снизу располагаются контакты. Слева находится главное меню. Слева сверху логотип и в шапке располагается вспомогательное меню.

Также с помощью него любой потенциальный клиент сможет оформить заявку на первичный прием.

На web-представительстве предоставляется уникальная функция "Расчет метража ткани". С помощью данной функции любой потенциальный клиент сможет, рассчитать примерный метраж ткани, который будет ему необходим для пошива швейного изделия.

Разработана модель базы банных, которая используется для разделов «Отзывы», «Приём заявок» и «Расчёт метража ткани» (рис. 2).

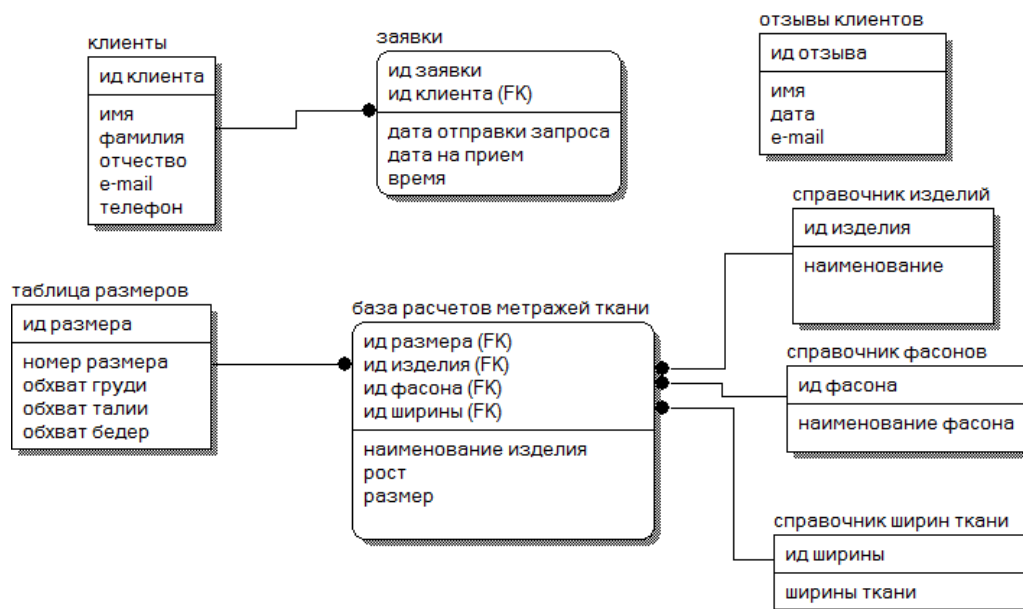


Рисунок 2 – Инфологическая модель базы данных «Ателье мод»

Для того чтобы разрабатываемое web-представительство было эффективным, ещё на стадии проектирования должно быть предусмотрено [8, 9]:

- актуальность и уникальность предоставляемой информации;
- возможность оперативного изменения информации;
- возможность обратной связи на сайте;
- комфортность использования ресурса;

- логичность и продуманность ресурса;
- применение бесплатных технологий.

Так как разработанная структура web-представительства ателье мод и его информационное наполнение соответствуют перечисленным выше требованиям, то в совокупности с применением бесплатных технологий будет обеспечена его эффективность.

Библиографический список:

1. Web-представительство [Электронный ресурс] / Швейное ателье-мод. – 2009. – Режим доступа: <http://spb-mod.ru/>
2. Web-представительство [Электронный ресурс] / Ателье-мод Богема. – 2009. – Режим доступа: <http://fashionbogema.ru/>
3. Web-представительство [Электронный ресурс] / Ателье-мод Вилор. – 2014. – Режим доступа: <http://wilor.ru/>
4. Слугина Н.Л., Панюта Д.Ю. Web-представительство компании, занимающейся продажей сельскохозяйственной продукции как средство повышения эффективности ее работы/ Сборник научных трудов Sworld. 2012. Т. 23. № 3. С. 5-11.
5. Слугина Н.Л., Трофимов М.В. Повышение уровня подготовки специалистов в области Web-программирования с учетом потребностей рынка труда/ Современные проблемы науки и образования. 2013. № 3. С. 224.
6. Баженов Р.И., Корнилков А.П., Лопатин Д.К. Проектирование web-ориентированной информационной системы университета на основе клиент-серверных технологий // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. - №4. - С. 68-71.
7. Баженов Р.И., Мохно Д.Е. О разработке информационной системы по учету оценочных средств в университете // Современные научные исследования и инновации. – 2014. - №5. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/05/34815> (дата обращения: 26.05.2014).

8. Цикл жизни веб-сайта. [Электронный ресурс]. URL: <http://popel-studio.com/blog/article/cykl-zhizni-web-sajta.html>

9. Лямин М.И. Понятие эффективности сайта // Современные научные исследования и инновации. – Июнь 2014. - № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/06/34663> (дата обращения: 04.06.2014).