

Реферат

Дипломная работа включает в себя: 114 с., 61 рис., 10 таблиц, 45 источников.

Целью работы является разработка веб сайта, для компании «Бастон». Исходя из поставленной цели, были определены Задачи:

- изучение существующей организации по осуществлению продаж и выявление ее недостатков;
- обоснование необходимости разработки веб сайта;
- проведение анализа и выбор Интернет-технологий для разработки веб сайта;
- разработка веб сайта;
- оценка эффективности выполненной разработки.

Результатом дипломной работы является работоспособный веб сайт.

Приведенные в работе расчеты показали, что осуществленная разработка веб сайта является экономически эффективной и оправданной.

Перечень условных обозначений, единиц и терминов

Web - всемирная Система, которая предоставляет доступ к связанным между собой документам, находящимся на разных компьютерах, подключенных к Интернету.

Сайт - место во всемирной сети (интернете), которое имеет свой адрес, собственного хозяина и состоит из отдельных веб-страниц, которые мы видим как одно целое.

ЭВМ - электронная вычислительная машина

HTML - язык разметки (маркировки) гипертекста

CMS – система управления содержимым

Joomla - система управления содержимым (CMS), написанная на языках PHP и JavaScript, использующая в качестве хранилища базы данных MySQL и MsSQL

БД – база данных

PHP - скриптовый язык общего назначения, интенсивно применяемый для разработки веб-приложений

MySQL - свободная система управления базами данных

Apache - свободный веб-сервер

JoomShopping – бесплатный интернет магазин для Joomla

PDF - переносимый формат документов

Login - Идентификатор, используемый для входа в систему

Оглавление

Реферат	1
Перечень условных обозначений, единиц и терминов	2
Введение.....	5
Глава 1. Характер и анализ производственно-хозяйственной деятельности компании ООО «Бастон».....	6
1.1 Краткая характеристика предприятия	7
1.2 Анализ производственно-хозяйственной деятельности компании ООО «Бастон»	8
1.3 Цель и возможности дипломного проекта.....	11
1.4 Обоснование создание дополнительной услуги на фирме.....	11
Глава 2. Планирование web-сайта малого предприятия.....	14
2.1 Цели, Задачи и требования к web-сайту для ООО «Бастон».....	14
2.2 Проект информационной системы.....	18
2.3 Выбор способа разработки и обоснование систем управления содержимым.....	19
2.4 Характеристики CMS Joomla.....	23
Глава 3 Практическая реализация сайта с использованием CMS Joomla	28
3.1 Подготовка к разработке сайта	28
3.2 Установка JoomlaShopping.....	32
3.3 Настройка параметров магазина	35
3.4 Настройка параметров сайта.....	42
Глава 4. Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение	Ошибка! Закладка не определена.
4.2 Обоснование необходимости и актуальности разработки	Ошибка! Закладка не определена.
4.2 SWOT-анализ	Ошибка! Закладка не определена.
4.3 Технология QuaD	Ошибка! Закладка не определена.
4.4. Разработка графика проведения научного исследования	Ошибка! Закладка не определена.
4.5 Затраты на материалы.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.5.1 Основная Заработная плата.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.5.2 Дополнительная Заработная плата	Ошибка! Закладка не определена.

4.5.3 Страховые взносы.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.5.4 Оборудование для выполнения работ.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.5.5 Прочие прямые расходы.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.5.6 Накладные расходы	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 5. Социальная ответственность	Ошибка! Закладка не определена.
5.1 Производственная безопасность.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.1.1 Опасные и вредные производственные факторы при работе на ПЭВМ	Ошибка! Закладка не определена.
5.1.2 Анализ опасных производственных факторов и мероприятия по их устранению	Ошибка! Закладка не определена.
5.2. Производственная санитария	Ошибка! Закладка не определена.
5.2.1 Микроклимат.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.2.2 Производственное освещение	Ошибка! Закладка не определена.
5.2.3 Производственный шум.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.2.4 Электромагнитные поля и ионизирующие излучения.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.2.5 Состояние воздушной среды.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.3 Экологическая безопасность	Ошибка! Закладка не определена.
5.4 Пожарная безопасность	Ошибка! Закладка не определена.
5.5 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности	Ошибка! Закладка не определена.
5.5.1 Эргономика.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.5.2 Факторы психофизиологического характера ...	Ошибка! Закладка не определена.
Заключение.....	Ошибка! Закладка не определена.
Список литературы	Ошибка! Закладка не определена.

Введение

В связи с ростом рынка товаров и услуг перед каждой компанией, занимающейся продажами продовольственных товаров стоит Задача – сохранить и увеличить число покупателей и быть лидером на рынке.

Так как в последние годы в России быстрыми темпами развивается Интернет, и большая доля населения имеет у себя дома или на работе выход к его ресурсам, возникает необходимость в осуществлении продаж с помощью Интернета.

Разработка сайтов для компаний является актуальной и востребованной сферой деятельности, т.к. сайт фирмы в сети Интернет представляет собой достаточно дешевый и массовый способ рекламы. Дает возможность потенциальным и существующим клиентам, легко получать информацию о товарах и услугах компании, ее деловых интересах, что может помочь найти новых Заказчиков и партнеров по бизнесу, а следовательно способствует увеличению объема продаж и рентабельности предприятия.

В связи с этим, тема данной выпускной квалификационной работы – «Проектирование и создание веб сайта для торговой компании» является актуальной.

Цель работы – разработка и создание веб сайта, который позволит увеличить количество клиентов компании и тем самым увеличить её доход.

Работа была выполнена для компании ООО «Бастон», которая на рынке продовольственных товаров является одной из динамично развивающихся компаний. Она занимается продажами продовольственных товаров, табачных изделий и слабоалкогольных напитков на территории Томской области.

В рамках данного проекта был разработан веб сайт.

Глава 1. Характер и анализ производственно-хозяйственной деятельности компании ООО «Бастон»

Важным элементом рекламной компании является корпоративный Web-сервер. На него ссылаются все остальные элементы, а значит, если сервер отсутствует, то компания практически лишена смысла. Этот канал распространения информации о товарах и услугах такой же важный и незаменимый для производителей, как и другие.

Пользователи сети Internet больше всего ценят информацию. Поэтому, содержание Web-страниц является одним из ключевых моментов, на который необходимо обратить внимание при разработке сайта, и которое даст большое преимущество фирме перед конкурентами в случае размещения необходимой пользователю информации. Содержание, представленное на Web-странице должно удовлетворять следующим условиям:

- информация должна быть разной, чтобы привлекать внимание посетителей, т.к. в Internet существует множество похожих Web-страниц и конкуренция между ними довольно большая;
- информация должна быть оперативной. Чтобы вызывать интерес к сайту, его необходимо постоянно обновлять и улучшать. Чем чаще будет происходить обновление информации на сервере, тем чаще его будут посещать;
- объективность и достоверность. Посетители, обнаружившие ошибочную или неверную информацию, вряд ли захотят повторно обратиться на эту страницу;
- отсутствие излишней рекламы.

Интерес пользователей Internet может быть к совсем другим сферам, не относящимся к Вашей фирме или товару[1]. Они не подозревают о

существовании информации, которая может оказаться им полезной. И очевидно, что публикуя информацию, не связанную с рынком сбыта, возможно обеспечить дополнительное внимание к своему продукту.

1.1 Краткая характеристика предприятия

Компания ООО "Бастон" была образована в 2006 года. За десять лет компания стала широко известной в Томской области.

Фирма осуществляет торговую деятельность в сфере продаж продуктов питания, табачных изделий и слабоалкогольных напитков.

Компания "Бастон" расположена по адресу г.Томск ул. Высоцкого 28 стр 6, имеет очень удобное расположение, что обеспечивает приток наиболее перспективных клиентов (это представители сетевых магазинов, ресторанов, различных розничных точек).

Компания расположена далеко от основных торговых центров города. Следовательно, большое количество потенциальных клиентов не знают о существовании данной компании. Чтобы клиенты узнавали о существовании компании, необходимо проводить рекламу, акции, (конкурсы или лотереи, временные скидки).

В местах торговли, необходимо периодически напоминать потенциальным клиентам о преимуществах компании «Бастон», специализированной по продаже известных марок кофе, чая, а также пивных напитков и т.д. Широкий ассортимент, высокое качество продукции, самые известные производители и марки - вот на что делался уклон при продажах клиентам. За годы работы на рынке Томской области приобрела репутацию опытного, надежного и добросовестного партнера. Успех компании заключается в качестве и выверенном ассортименте продукции, гибкие цены, профессионализм сотрудников и готовность к диалогу.

Одна из основных задач компании "Бастон" – сделать так, чтобы клиент был доволен и регулярно сотрудничал с компанией. Поэтому она постоянно принимает участие в различных конкурсах, презентациях и

дегустационных проектах. Среди клиентов – крупные супермаркеты, магазины шаговой доступности и развлекательные заведения города Томска.

1.2 Анализ производственно-хозяйственной деятельности компании ООО «Бастон»

Управление компанией происходит под руководством начальника отдела продаж и самого директора компании. Вся необходимую информацию для принятия решений предоставляют руководители функциональных подразделений[2].

Исходя из функций компании, можно выделить следующие отделы:

- Секретариат - Занимается вопросами руководителя по необходимой информации. В данном отделе работает секретарь, который отвечает за ведение документооборота (формирование приказов, писем и проч.), организацию переговоров и т.д.
- Финансовый отдел. Этот отдел занимается учётом денежных средств и валютных операций (платежи в бюджет, оплата за аренду помещений и т.д.). Основной задачей отдела является обеспечение сохранения денежных средств, рациональная организация расчетных операций. Также финансовый отдел отвечает за расчет заработной платы сотрудникам, следит за соблюдением норм выработки; а также расчётов по социальному страхованию. В функции данного отдела также входит оплата пособий по больничному листу, суточных при командировках, пенсий.
- Бухгалтерский отдел - Занимается учётом основных средств и фондов, составлением бухгалтерского баланса и отчётов по организации в целом. Бухгалтерия ведёт учёт доходов и расходов. В функции отдела также входит учёт и контроль доходов входящих магазинов на основании финансовых и бухгалтерских документов.

- Отдел кадров - готовит приказы по текущей работе организации, составляет и утверждает график отпусков, готовит приказы о приеме на работу и увольнение. Сотрудник отдела ведет личные карточки работающих. Отдел кадров предоставляет необходимую информацию финансовому отделу и бухгалтерии.
- Отдел поставок - Занимается организацией поставок товаров клиентам. Он отвечает за закупку товара с Завода производителя.
- Отдел сертификации - ведет работу по выдаче сертификатов на товар.
- Отдел маркетинга - В отделе маркетинга и рекламы разрабатываются рекламные материалы, способствующие увеличению продаж. Данная продукция поставляется в магазины, чтобы заинтересовать покупателей в предлагаемой продукции.
- Отдел сбыта - Занимается сбором Заявок на поставку продукции. Менеджеры данного отдела ведут работу в торговых точках города, в результате которой формируется свод Заявок на поставку. Все Заявки обрабатываются и соответствующие документы передаются в отдел розничной торговли.
- Отдел логистики - отвечает за оформление документов на распределение товаров по магазинам, организацию доставки, управление учетом склада. В отделе составляются маршруты развоза товара. В состав этого отдела входят следующие подразделения:

1) отдел выписки - обрабатывает Заявки, Занимается выпиской накладных на товары, а также оформлением сертификатов;

2) отдел складского учета - ведет учет товаров на складе, оформляет приход товаров в результате поставки, а также расход товаров со склада в результате отгрузки. По полученным от отдела выписки накладным,

комплектуется Заказ. Данный отдел формирует информацию о количестве товара на складе и передает ее отделу розничной торговли;

3) управление доставки - по разработанным ранее планам-маршрутам развоза товаров осуществляет доставку товаров в магазины. Содержит штат водителей, механиков, экспедиторов.

Общую структуру компании можно представить в виде схемы, приведенной на рисунке 1.

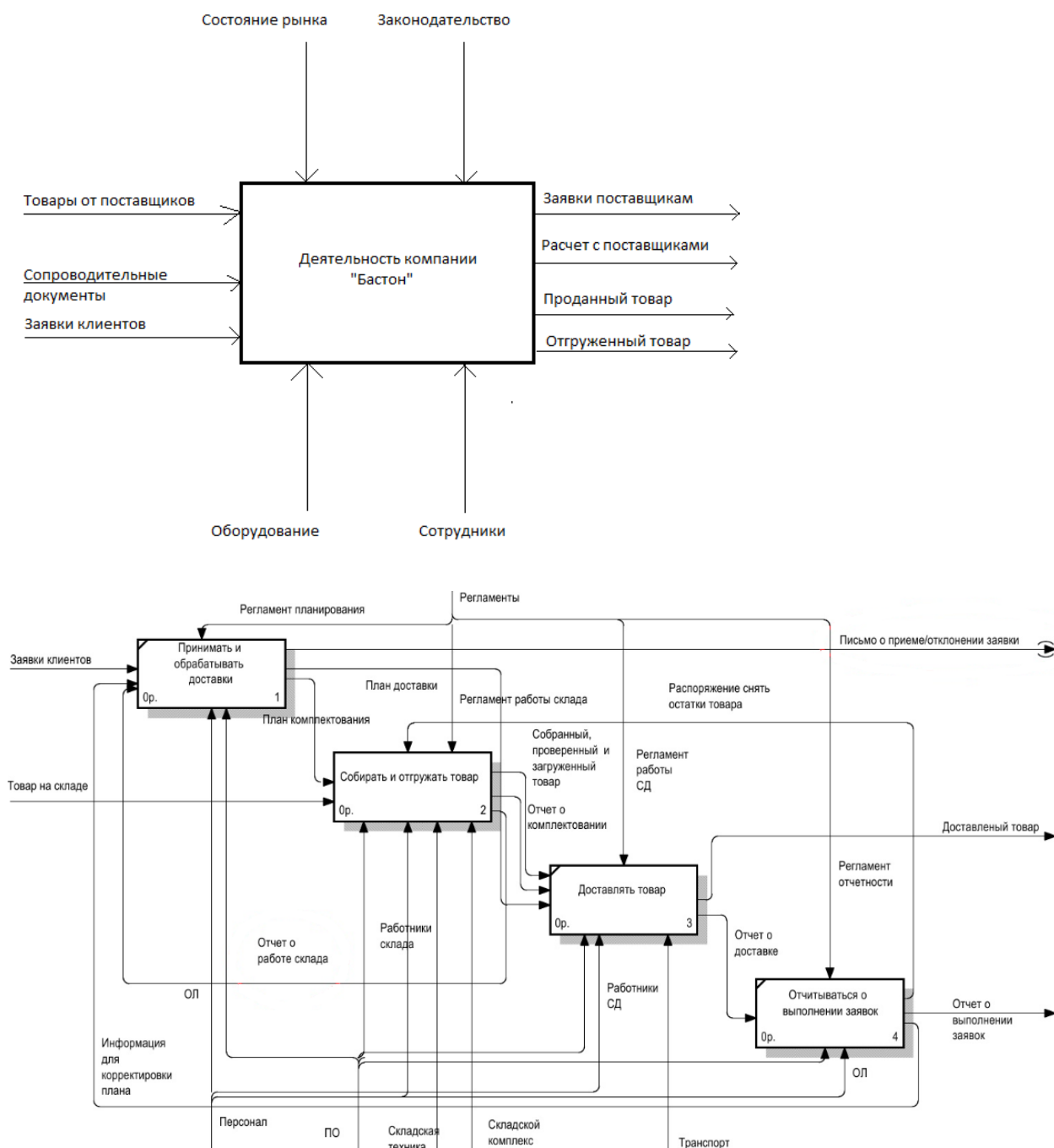


Рис1 Диаграмма IDF0 «Структура работы компании «Бастон»

1.3 Цель и возможности дипломного проекта

Целью данной работы является создание web сайта для торговой компании «Бастон». Данное приложение обеспечит:

- повышение престижа и имиджа компании
- информирование клиентов и поставщиков о своей деятельности
- получение необходимой информации от клиентов
- доступность внутренней информации сотрудникам компании
- привлечение новых клиентов
- продвижение товаров и услуг на новых и существующих рынках
- формирование новых каналов сбыта: продажа товаров и услуг непосредственно в Интернете
- поиск и общение с деловыми партнерами

Неважно, чем именно Занимается фирма: научными работами, торговой деятельностью, строительством, банковской деятельностью. Важно то, что при любой деятельности, сайт будет ежедневно поставлять новых покупателей, Заказчиков, деловых партнеров или инвесторов.

1.4 Обоснование создание дополнительной услуги на фирме

На данный момент в компании продажи осуществляются торговыми представителями и менеджерами. Потенциальных клиентов большое количество, но все же можно увеличить активную клиентскую базу, и соответственно объём продаж, с помощью web сайта компании.

Для удобства постоянных покупателей и привлечения потенциальных клиентов было решено разработать данное приложение.

Удобство для постоянных покупателей заключается в том, что узнать информацию о товаре, они смогут, просто Зайдя на сайт фирмы в Интернете. Там же они смогут больше узнать о компании, оставить Заявку на временно отсутствующий товар и др. Очень удобен тот факт, что на сайте Знакомится с товаром возможно круглосуточно.

Так же к преимуществам сайта можно отнести: Значительное снижение Затрат, связанных с обменом информацией за счет использования более дешевых средств коммуникаций, распространение прайс-листов, диспетчерскую службу и Значительное увеличение оперативности получения информации[3].

Web-сайт сможет приносить дополнительный доход при продаже продукции через сеть Интернет, покупателям, находящимся в других городах. Заинтересовав клиента, невысокими ценами, широким ассортиментом, скоростью обработки Заказов и быстрой доставкой.

В собственности компании имеется вся необходимая оргтехника и доп. помещения, товарный Запас, поэтому введение сайта поднимет имидж фирмы, снизит Затраты на Закупку товаров, обеспечит увеличение продаж, за счет привлечения новых клиентов и обеспечит удобство постоянным и потенциальным покупателям.

Для солидной фирмы, эффективнее иметь собственный Web-сайт, с уникальным дизайном, подробным представлением, возможно и в виде электронного магазина. После создания сайта надо заставить его работать на себя, т.е. сделать его известным целевой аудитории. Иначе это будут выброшенные деньги. Коротко перечислим основные инструменты Internet-маркетинга, с помощью которых можно решать эту задачу:

- размещение (индексирование) сайта в поисковых системах, каталогах и рейтингах, таких как Yahoo, HotBot, Lycos, Yandex, Rambler, Апорт;
- реклама на сайтах тематических и посещаемых;
- контекстная реклама;

Дальше приведем меры, полезные не только фирмам, имеющим свой Web-сайт. Даже имея только выход в Internet можно помещать информацию о фирме и ее предложениях в онлайн-овые:

- каталоги;
- доски объявлений;

- прайс-листы и баЗы данных;
- новостные сайты;
- форумы;
- предоставлять информацию интересным изданиям и проектам.

Более того, Internet можно активно использовать для продвижения своих предложений и своего имени через Сеть даже имея только e-mail, используя, например:

- Direct-mail (не переходящий в спам).
- Телеконференции.

При этом пользователям открываются и возможности получения информации, например через подписку на рассылки (новостные, профессиональные, дискуссионные), новости серверов и др. Однако, чем выше уровень использования Internet у фирмы, тем больше у нее маркетинговых возможностей.

Создав корпоративный сайт, его полезно зарегистрировать в поисковых системах, рейтингах, каталогах. Это позволит легко обнаружить его пользователям Internet, интересующимся сайтами данной тематики а также позволит следить за посещаемостью сайта и иметь дополнительную статистическую информацию о его посетителях и посещениях.

Реклама на самых посещаемых сайтах (<http://www.google.com>, <http://www.yandex.ru>) - наиболее эффективна. А формы такой рекламы на сайте возможны самые разные: баннеры и кнопки на отдельных или на всех страницах, текстовая и баннерная реклама в рассылке, Web-страничка в Web-Каталоге (что позволяет иметь свое представительство в Internet на посещаемом сайте при минимальных финансовых затратах!), и др.

Выводы:

На сегодняшний день сайт необходим любой компании. Интернет не имеет границ ни в пространстве, ни во времени. Сайт работает 24 часа в сутки, предоставляя информацию множеству заинтересованных в ней людей, независимо от того, где они находятся. При грамотном подходе к созданию

сайта, он позволит увеличить объем продаж, а также позволит оказывать информационную и поддержку клиентов и партнеров.

Успешный сайт – это выгодная инвестиция в бизнес. Для повышения эффективности мало просто создать сайт. Необходимо сразу задуматься и о его качественном продвижении. Продвижение, раскрутка, внутренняя и внешняя оптимизация сайтов достаточно эффективны и обходятся дешевле всех других видов рекламы.

Чем лучше сайт выглядит и чем больше интереса он представляет для пользователя, тем лучше это для имиджа компании, на которую данный сайт работает. Быстро загружающиеся страницы, легкость и удобство использования, попадание на первые страницы поисковиков – все это необходимо для качественного и успешного Web-сайта.

Глава 2. Планирование web-сайта малого предприятия

2.1 Цели, Задачи и требования к web-сайту для ООО «Бастон»

Цель данной выпускной квалификационной работы состоит в разработке веб-сайта предприятия «Бастон» для повышения информированности клиентов компании о предоставляемых услугах, товаров, новинок, акций и др.

Задачи разработки веб-сайта малого предприятия «Бастон»:

- Провести анализ и обосновать выбор программных и инструментальных средств разработки.
- Провести проектирование веб-сайта малого предприятия «Бастон».
- Реализовать и описать процесс разработки веб-сайта малого предприятия «Бастон».

Для того чтобы достигнуть поставленную Задачу в дипломной работе, необходимо понимать какие требования ставятся перед Задачей разработки

веб-сайта «Бастон». Требования, предъявляемые к разработке, разделим на три группы:

- Социальные
- Экономические
- Технические

Теперь рассмотрим каждую из этих групп более подробно.

К социальным требованиям разрабатываемого веб-сайта относятся: практичность и применимость, пригодность, изучаемость, Защищённость информации.

Практичность - применимость - Значительно определяет функциональную пригодность и полезность в применении разрабатываемого веб-сайта компании «Бастон» для разных пользователей. В число пользователей данного сайта могут быть включены администраторы, разные пользователи, которые находятся под влиянием или Зависят от качества информации в проектируемой системе.

Некоторые субхарактеристики можно оценивать экономическими показателями - Затратами труда и времени специалистов на реализацию некоторых функций взаимодействия с данными. Практичность Зависит не только от собственных характеристик разрабатываемого веб-сайта компании «Бастон», но также от организации и адекватности документирования процессов его эксплуатации.

Функциональная пригодность разрабатываемого веб-сайта компании «Бастон» при системном проектировании может представлять сложную проблему для определения соответствия требований реальным Значениям необходимых атрибутов качества, при циркуляции разнообразной и сложной информации об анализируемых объектах. Мерой качества функциональной пригодности в данном программном продукте может быть степень покрытия целей, назначения и функций разрабатываемого веб-сайта компании «Бастон» доступной пользователям информацией.

Изучаемость разрабатываемого веб-сайта компании «Бастон» может

определяться требованиями ограниченной трудоемкости и длительности подготовки пользователя к полноценной эксплуатации информации.

Изучаемость веб-сайта компании Зависит от внутренних свойств и сложности структуры информации БД, а также от субъективных характеристик квалификации конкретных пользователей. Она может также характеризоваться объемом эксплуатационной документации.

Защита информации разрабатываемого веб-сайта компании «Бастон» будет реализована в основном программными средствами СУБД, однако в сочетании с поддерживающими их средствами организации и Защиты данных. Цели, назначение и функции Защиты тесно связаны с особенностями функциональной пригодности разрабатываемого веб-сайта компании.

Экономические требования, предъявляемые к разрабатываемому веб-сайту компании «Бастон» можно разделить на три группы:

- доступность процесса сопровождения по стоимости;
- эффективность использования ресурсов;
- производительность труда.

Сопровождаемость - информации в разрабатываемом сайте, может отражаться удобством исправления, усовершенствования или адаптации структуры и содержания описаний данных. В Зависимости от изменений, во внешней среде применения, а также в требованиях Заказчика.

Используемость ресурсов или ресурсная экономичность сайта, выражается Занятостью ресурсов центрального процессора, оперативной, внешней и виртуальной памяти, каналов ввода-вывода, терминалов и каналов сетей связи. Эта величина определяется структурой, функциями и объемом разрабатываемой системы, а также архитектурными особенностями и доступными ресурсами ЭВМ.

В Зависимости от конкретных Задач и особенностей сайта, ЭВМ при системном проектировании и выборе атрибутов качества, может доминировать либо абсолютная величина Занятости ресурсов различных

видов, либо относительная величина использования ресурсов каждого вида при нормальном функционировании проектируемой системы.

Таким образом, эффективность использования ресурсов в рамках сайта, будет определяться техническими возможностями ЭВМ и их использованию в системе.

Разрабатываемый сайт, должен повышать интерес к сотрудничеству с данной компанией у Заказчиков. Планируемое повышение производительности - экономия трети рабочего времени сотрудников предприятия, также улучшения качества обслуживания и увеличения клиентской базы компании.

Все технические требования, предъявляемые к проекту, разобьем на три группы:

- Простота
- Понятность
- Завершенность.

Простота использования сайта - возможность удобно и комфортно его эксплуатировать и управлять данными. Для этого должны быть обеспечены: достаточный объем параметров управления, реализуемых по умолчанию, информативность сообщений пользователям, наглядность, унифицированность управления экраном, а также доступность изменений функций сайта, в соответствии с квалификацией пользователей и минимум операций, необходимых для реализации определенного задания и анализа результатов.

Некоторые атрибуты этой субхарактеристики доступны при установлении количественных требований путем указания трудоемкости длительности соответствующих процессов подготовки и обучения квалифицированных пользователей к эффективной эксплуатации сайта.

Понятность - Зависит от качества документации и субъективных впечатлений потенциальных пользователей, от функций и характеристик сайта.

Завершенность - свойство, состоящее в способности не попадать в состояния отказов, вследствие потерь, искажений, ошибок и дефектов в данных. Они могут быть обусловлены неполным тестовым покрытием при испытаниях компонентов в целом, а также недостаточной Завершенностью их тестирования и Защищенностью от искажений.

2.2 Проект информационной системы

В связи с резким возрастанием объемов контентов веб-сайтов, возникла необходимость в разработке удобных систем управления сайтами. Первоначальные технологии «ручного» создания и поддержки сайтов, при которых сайт создавался в виде отдельных статических страниц и специальных скриптов стали не удовлетворять современным быстроменяющимся условиям. Для наполнения таких сайтов, по меньшей мере требовалось знание таких технологий верстки, как HTML/CSS, а чтобы внести изменения на такие сайты, приходилось вручную вносить изменения во взаимосвязанные страницы.

Применение различных автоматизированных механизмов, таких как гостевые книги и ленты новостей, требовало внедрять на сайт отдельные скрипты, которые были написаны разными разработчиками. Такой подход не удовлетворял требованиям системы безопасности. Часто на одном и том же сайте приходилось использовать различные подходы и технологии. В связи с этим возникла необходимость не только унифицировать программные решения, но и отделить дизайн сайта от его контента.

Именно CMS (Content Management System – системы управления содержимым) позволяют выделить в любом сайте две составляющие: дизайн, к которому относится внешний вид сайта в целом, отдельных страниц и блоков информации, а также смысловое содержимое (контент, тексты). Как правило, дизайн разрабатывается при создании шаблона и изменяется довольно редко по сравнению с контентом. Вводом контента может заниматься даже человек, не имеющий специальных знаний, для этого используются приемы, аналогичные Microsoft Office.

Системами управления контентом решаются следующие Задачи: 1) пользователь получает инструмент, который дает возможность размещать новости, новые страницы и изменять существующие с использованием удобного интерфейса, пользователю не требуется Знать технологии разработки сайтов и его устройство; 2) для создателя сайта предоставляются такие возможности, как ускорения создания сложных сайтов, позволяя использовать готовые блоки, для которых можно в ограниченных пределах вносить изменения в логику работы и оформление.

Под аббревиатурой CMS – Content Management Software – программное обеспечение для управления содержимым, понимается программа для разработки сайтов[8]. В российском варианте это расшифровывается как «система управления контентом», иногда называемое «движком сайта». Современные CMS находят применение при создании Интернет–проектов различного уровня и сложности. В последнее время стали широко применяться бесплатные CMS, которые по функциональным возможностям мало отличаются от платных, что повышает их популярность у разработчиков сайтов.

2.3 Выбор способа разработки и обоснование систем управления содержимым

Существует несколько способов создания сайта: использовать средства стандартной версии, вести разработку с применением готовых модулей или же использовать системы управления содержимым (CMS).

Первый метод разработки слишком сложен и не рационален для типовых проектов. Разработка с применением готовых модулей - более рациональный способ, но также не гарантирующий полную стабильность конечного программного продукта.

Использование систем управления содержимым - общепринятый подход в современной веб-разработке. Готовая CMS может быть как платной, так и бесплатной (которая ничем не уступает коммерческой версии). Некоторые имеют открытый код, который можно изменять на свое

усмотрение. По умолчанию обеспечивается базовый уровень Защиты контента. С помощью плагинов и модулей, система хорошо расширяется и способна выполнить практически любые требования, а интерфейс создан с расчетом на пользователя, не имеющего каких-либо познаний в web-разработке. Таким образом, организации «Бастон» не нужно тратить дополнительные средства на обучение персонала программированию.

Система управления содержимым (контентом) (англ. Content management system, CMS) - компьютерная программа или система, используемая для обеспечения и организации совместного процесса создания, редактирования и управления текстовыми и мультимедиа документами (содержимым или контентом).

Система управления контентом - это программный комплекс, который позволяет автоматизировать процесс управления как сайтом в целом, так и сущностями в рамках сайта: макетами страниц, шаблонами вывода данных, структурой, информационным наполнением, пользователями и правами доступа. По возможности предоставляет дополнительные сервисы: списки рассылки, ведения статистики, поиск, средства взаимодействия, с пользователями и так далее.

Необходимость систем управления появилась в тот момент, когда количество материалов на веб-сайтах стали стремительно расти. Это привело к тому, что традиционные «ручные» технологии создания и поддержки сайтов, когда сайт состоял из статических страниц и набора дополнительных специализированных скриптов, стали не успевать по быстро переменчивым условиям бизнеса.

Введение данных на сайт требует знания технологий HTML / CSS верстки, изменения структуры сайтов были связаны с каскадным изменением большого количества связанных страниц. Разные автоматизированные механизмы, например гостевые книги и ленты новостей, внедренные на сайтах как отдельные скрипты, как правило, написанные разными специалистами, перестали удовлетворять требованиям

безопасности. Поэтому возникла потребность с одной стороны в унификации программных решений, а из другого в разделении дизайна и содержимого на две независимых составляющей.

Широко используются при создании веб-сайтов и разработке дизайна сайтов, и представляют собой набор специализированных программ, предназначенных для управления контентом сайта. Основная функция CMS заключается в возможности размещения и хранения разнообразной информации самых разных форматов.

До изобретения настолько удобной системы при разработке сайта, все вносимые изменения необходимо было собственноручно вписывать в код страницы, а теперь просто можно внести все актуальные изменения в специальную форму - и они при помощи скриптов уже появляются на сайте. Деление CMS по функциям подразумевает тип содержимого (контента). В современное время в сети Интернет получили наибольшее распространение интернет-магазины и каталоги, блоги (различные интернет-дневники, журналы), порталы.

Существуют и универсальные системы - их можно наладить для работы с любой разновидностью контента сайта. Разделяют сайт на две составляющие: дизайн (внешний вид сайта в целом) и содержимое (контент). Дизайн сайта содержится в шаблонах и изменяется значительно реже, чем контент.

Системы управления контентом решают две основные задачи. С точки зрения пользователей - это инструмент, который позволяет публиковать новости, размещать новые страницы на сайте и выполнять другие операции над содержанием, через удобный интерфейс. При этом пользователь может не владеть технологиями создания сайта, но он обязательно должен понимать, как устроен сайт. С точки зрения разработчиков - это инструмент, который убыстряет создание сложных сайтов, позволяя компоновать решение из готовых блоков, изменяя в определенных пределах логику работы и оформления.

Вся изменяемая информация сайта хранится в базе данных в виде рисунков, текста, таблиц и т.д. Когда посетитель просматривает страницы сайта, веб-сервер запрашивает необходимую информацию на сервере базы данных и генерирует требуемую веб-страницу. Таким образом, чтобы изменять информацию на сайте, необходимо изменять информацию в базе данных. Пользователь, ответственный за содержание сайта, через стандартный браузер заходит на сервер системы и, используя простой веб-интерфейс, редактирует информацию в базе данных как изображено на рисунке 2.

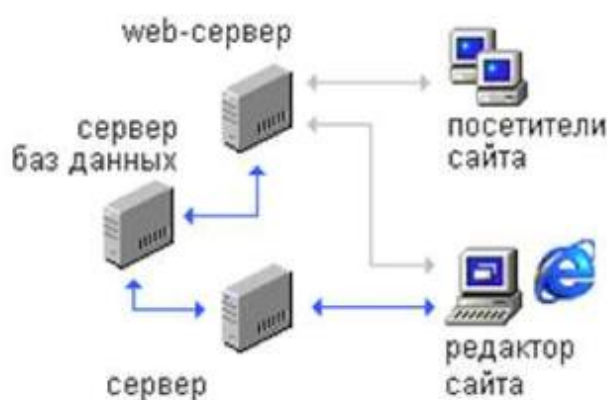


Рис.2 Принцип работы CMS

Основные Задачи, которые ставит перед собой CMS:

- собрать в единое целое и объединить на основе ролей и Задач все разнотипные источники Знаний и информации, доступные как внутри организации, так и за ее пределами;
- обеспечить взаимодействие сотрудников, рабочих групп и проектов с созданными ими базами Знаний, информацией и данными так, чтобы их легко можно было найти, извлечь и повторно использовать привычным для пользователя образом. CMS-система имеет ряд преимуществ перед статичным сайтом. Такая система позволяет оперативно изменять информацию на сайте, с ее помощью можно управлять не только сайтом, но и координировать работу сотрудников. В большинстве CMS-систем можно создавать так называемые «личные кабинеты» - веб-пространство для

каждого клиента или сотрудника.

На сегодняшний день существует большое количество разнообразных CMS. При выборе CMS будем руководствоваться следующими критериями: их полная или относительная функциональность, бесплатность, возможность доработки и тестирования.

Все CMS, пригодные для разработки веб-сайта «Бастон» можно условно разделить на 2 большие группы: бесплатные и коммерческие.

Таким образом, в качестве способа разработки веб-сайта «Бастон» был выбран метод программирования с помощью CMS.

В настоящее время наиболее популярные бесплатные системы управления контентом можно представить следующим образом: Wordpress, Joomla, Drupal.

В качестве разработки нашего сайта была выбрана CMS Joomla.

Joomla — одна из самых используемых и популярных CMS. С ней процесс создания сайта становится гораздо легче. Благодаря возможностям Joomla любой человек, даже не сильно владеющий знаниями языка PHP, сможет делать сложные динамические сайты.

2.4 Характеристики CMS Joomla

CMS Joomla – это бесплатная система управления контентом с открытым исходным кодом[9].

Это означает свободу использования этой программы для любых целей (её можно изменять, копировать и распространять).

В разработке Джумла приняли участие программисты со всего мира, на сегодняшний день их насчитывается более 400000 человек.

Такая ситуация позволяет разработчикам совершенствовать систему, а пользователям быстро решать возникшие вопросы. Джумла постоянно усовершенствуется, все обновления программы доступны для бесплатного скачивания.

CMS Joomla появилась в 2005 году и моментально стала очень популярной во всем мире. С её помощью можно создавать проекты любой сложности - от создания простых сайтов до огромных интернет-порталов [9].

Также для Джумла существует около 5000 бесплатных и платных расширений, которые позволяют придать сайту любую функциональность. Каждый день для Joomla создается несколько новых расширений, и все они с подробным описанием доступны на официальном сайте системы!

В Интернете миллионы сайтов работают именно на Joomla, и количество таких сайтов стремительно растет.

Преимущества CMS Joomla. Несмотря на наличие на рынке многих других CMS, Joomla остаётся самой востребованной, самой популярной и самой обширной системой с открытым исходным кодом.

Этой CMS пользуются не только частные лица, но и крупные корпорации, частные организации. Причиной такой популярности служит лёгкое использование и обслуживание сайта. К тому же у Joomla имеются почти неограниченные возможности по созданию сайта любой сложности благодаря многочисленным расширениям, которые разрабатываются каждый день частными лицами, разработчиками и известными компаниями.

С помощью этих расширений, на сайте можно создать форум, галерею картинок или фотографий, интернет - магазин, аукцион, чат и многое другое. Но главным преимуществом CMS Joomla всё же остаётся её бесплатность и лёгкость в управлении. Даже начинающий пользователь (Заказчик), который первый раз сталкивается с CMS, сможет разобраться в управлении и самостоятельно обслуживать сайт [13].

Характеристики Joomla!:

- полностью основанный на БД движок с использованием PHP/MySQL;
- модуль безопасности для многоуровневой аутентификации пользователей/администраторов;

- секции новостей, продукции или услуг легко редактируемы и управляемы;
- разделы тем могут быть добавлены авторами;
- полностью настраиваемые схемы расположения элементов, включая левый, правый и центральный блоки меню;
- Закачка изображений при помощи браузера в собственную библиотеку – для последующего использования с любого места сайта;
- Форум/Опросы/Голосования для эффективной обратной связи;
- работа под Linux, FreeBSD, MacOSX, Solaris, AIX, SCO, WinNT, Win2K.

Возможности администрирования [15]:

- возможность создавать неограниченное количество страниц;
- четкая организация структуры сайта;
- для каждой динамической страницы можно создать свое описание и ключевые слова в целях повышения рейтинга в поисковых системах;
- начало и окончание публикации любых материалов можно запрограммировать по календарю;
- возможность ограничить доступ к определенным разделам сайта только для зарегистрированных пользователей;
- секции новостей, продукции или услуг легко редактируемы и управляемы;
- полностью настраиваемые схемы расположения элементов по 5 областям, что позволяет сделать оригинальный дизайн;
- Закачка изображений при помощи браузера в собственную библиотеку - для последующего использования с любого места сайта;
- опросы и голосования для эффективной обратной связи;
- различные модули – такие как последние новости, счетчик посещений, подробная статистика посещений, гостевая книга, форум и т.д. Причем можно самостоятельно выбрать, будут ли показаны эти модули и на каких страницах;

- возможность создания не одной, а нескольких форм обратной связи для каждого контакта;
- изменение порядка объектов, включая новости, вопросы, статьи и т.д.;
- генератор показа случайной новости;
- модуль приёма от удалённых авторов новостей, статей и ссылок;
- иерархия объектов – количество секций, разделов, подразделов и страниц, Зависит от вашего желания;
- библиотека изображений позволяет хранить все GIF- и JPEG-файлы под рукой для лёгкого доступа;
- менеджер рассылки новостей позволяет выбрать из более чем 360 служб рассылки новостей по всему миру;
- менеджер архива позволяет переместить старые статьи в архив, не удаляя их;
- возможность распечатать или отправить другу на e-mail любую статью с сайта;
- выбор из 3 визуальных редакторов, что упрощает редактирование материалов до уровня редактирования текста в программе Word;
- предварительный просмотр перед окончательным размещением;
- возможность легкой смены дизайна;
- экономное использование места на сервере за счет использования базы данных MySQL;
- возможность использования адресов страниц адаптированных для лучшей индексации всеми поисковыми системами;

На сегодня можно найти более 700 модулей и компонентов, которые удовлетворяют требования любого автора сайта. Система подходит как для небольшого, так и для крупного корпоративного сайта или информационного проекта.

Таким образом, установив эту систему на свой веб-сайт, можно получить полный контроль над обновлением информации и развитием веб-сайта. И для этого совсем не нужно иметь никаких специальных Знаний.

Системные требования:

- PHP 4.2.x или выше – <http://www.php.net>;
- MySQL 3.23.x или выше – <http://www.mysql.com>;
- Apache 1.13.19 или выше – <http://www.apache.org>;

В качестве Web-сервера может использоваться так же MS IIS (Internet Information Server) версии 5.0 и выше.

Необходимо удостовериться, что используемая версия PHP имеет встроенную поддержку MySQL, XML и Zlib.

Joomla может использоваться совместно со всеми наиболее известными браузерами, а именно: Internet Explorer (версия 5.5+), Netscape, и Mozilla. Именно с ними секция администрирования наиболее совместима. Некоторые WYSIWYG-редакторы, например, htmlArea, работают только с Internet Explorer.

Выводы:

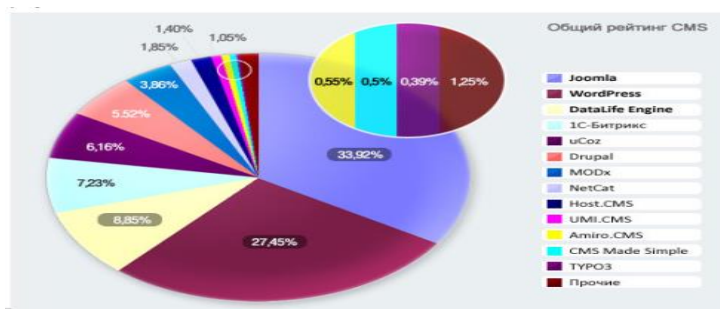


Рис. 3 Общий рейтинг CMS

Как видно из скриншота, первое место с большим отрывом занимает система управления содержимым с открытым исходным кодом под названием Joomla.

Глава 3 Практическая реализация сайта с использованием CMS Joomla

3.1 Подготовка к разработке сайта

Скачаем дистрибутив Joomla 3.5.1 с сайта <http://joomla.ru/downloads/joomla>.

На сервере (папка C:\OpenServer\domains\) создадим папку baston, в которую распакуем скаченный дистрибутив Joomla.

ПереЗапустим локальный сервер и откроем страницу <http://baston/>, Заполним название сайта и данные администратора, как показано на рисунке 4 (пароль – admin).

Рисунок 4 – Задание параметров сайта

Зададим параметры базы данных, как показано на рисунке 5.

Конфигурация базы данных

Тип базы данных * Это обычно "MySQL".

Имя сервера базы данных * Это обычно "localhost".

Имя пользователя * Введите имя пользователя базы данных, выданное хостером. На локальном сервере обычно используется учетная запись "root" без пароля.

Пароль Введите пароль пользователя базы данных. Не рекомендуется применять учетную запись без пароля.

Имя базы данных * На некоторых хостингах присутствует ограничение по количеству используемых баз данных. Использование префиксов таблиц позволяет установить несколько сайтов на Joomla! в одну базу данных.

Префикс таблиц * Укажите префикс таблиц или используйте **автоматически сгенерированный**. Рекомендуемая длина префикса: 3-4 символа (латинские буквы и цифры) и символ подчеркивания в конце. Убедитесь, что выбранный префикс не используется в именах существующих таблиц базы данных.

Действия с уже имеющимися таблицами * Существующая резервная копия таблиц от предыдущей установки Joomla! будет заменена.

[< Назад](#) [Далее >](#)

Рисунок 5 – Настройка параметров баЗы данных

На третьем шаге отменим установку демо–данных, как показано на рисунке 6.

Завершение установки

Установка демо-данных ☒ Нет
☐ Блог English (GB) демо-данные
☐ Визитка English (GB) демо-данные
☐ Стандартные English (GB) демо-данные
☐ Изучаем Joomla! English (GB) демо-данные
☐ Тестовые English (GB) демо-данные
Начинающим пользователям рекомендуется установить демо-данные, они помогут легче освоить основные функции системы.

Отправить конфигурацию сайта на e-mail Позволяет после завершения установки отправить параметры конфигурации на e-mail: 000_Baston@list.ru

Конфигурация сайта

Название сайта	000 "Бастон"
Описание	Продажа продуктов питания, сигарет, напитков
Выключить сайт	<input checked="" type="button" value="Нет"/>
E-mail	000_Baston@list.ru

Конфигурация базы данных

Тип базы данных	mysql
Имя сервера базы данных	localhost
Имя пользователя	root
Пароль	
Имя базы данных	Baston

[< Назад](#) [Установка >](#)

Рисунок 6 – Отмена установки демо–данных

Нажмем кнопку Установка.

После выполнения установки, откроется страница с информацией об успешной установке Joomla, показанная на рисунке 7.

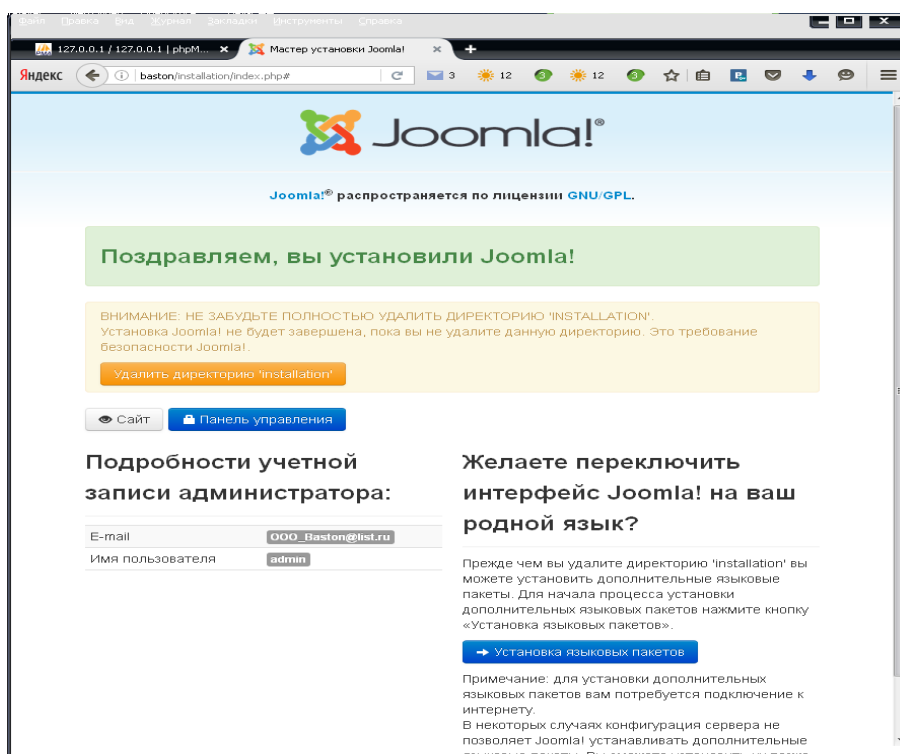


Рисунок 7 – Сообщение об успешной установке Joomla

Нажмем кнопку Удалить директорию 'Installation'.

Введем адрес <http://baston/>, откроется начальная страница сайта, показанная на рисунке 8.

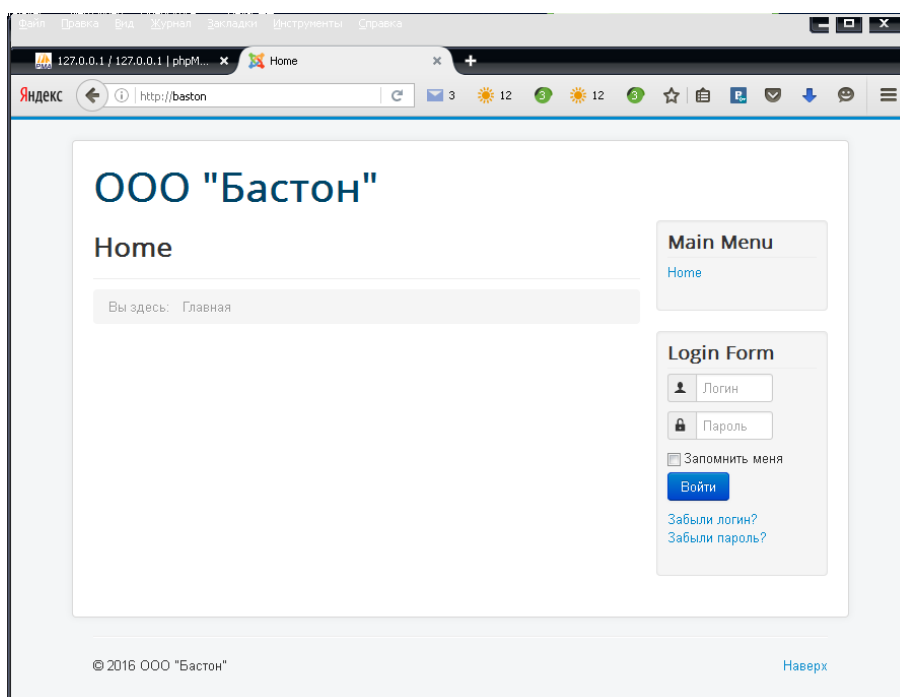


Рисунок 8 – Начальная страница сайта после установки

Для перехода на административную панель перейдем по адресу <http://vector/administrator/>, введем логин и пароль (admin), как показано на рисунке 9.



Рисунок 9 – Форма авторизации для входа в административную панель

Откроется административная панель, показанная на рисунке 10.

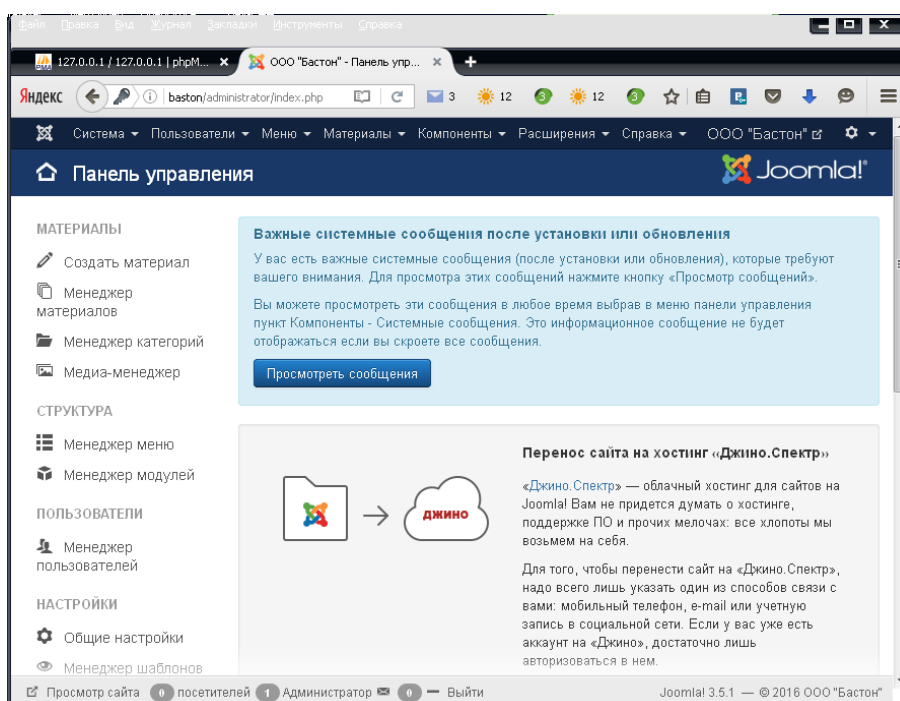


Рисунок 10 – Административная панель управления сайтом

3.2 Установка JoomShopping

Скачаем JoomShopping с официального сайта <https://joomshopping.pro/download.html>, показанного на рисунке 11.

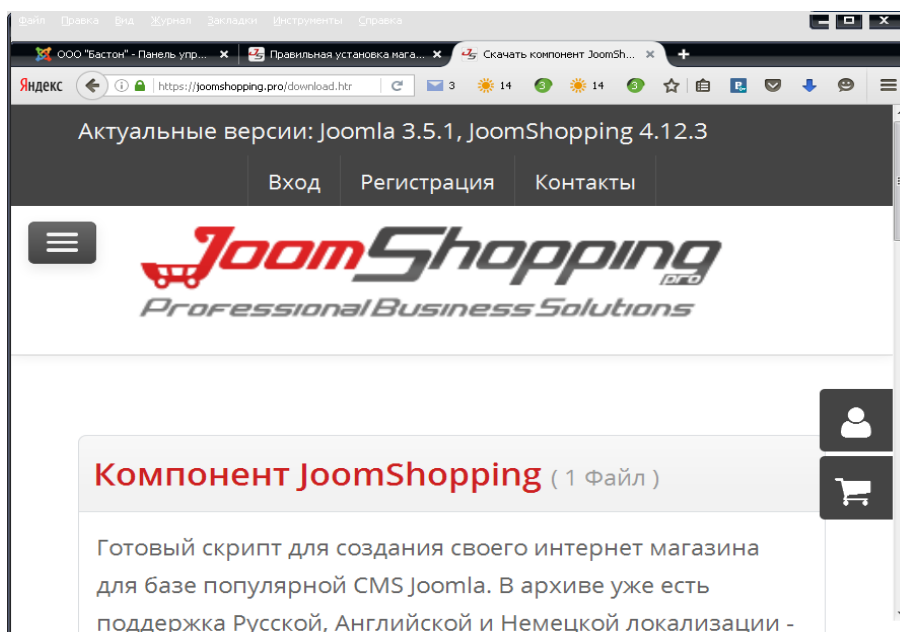


Рисунок 11 – Страница Загрузки JoomShopping

Войдем в административную панель своего сайта и выберем пункт Расширения → Менеджер расширений и выберем скаченный архив JoomShopping, как показано на рисунке 12.

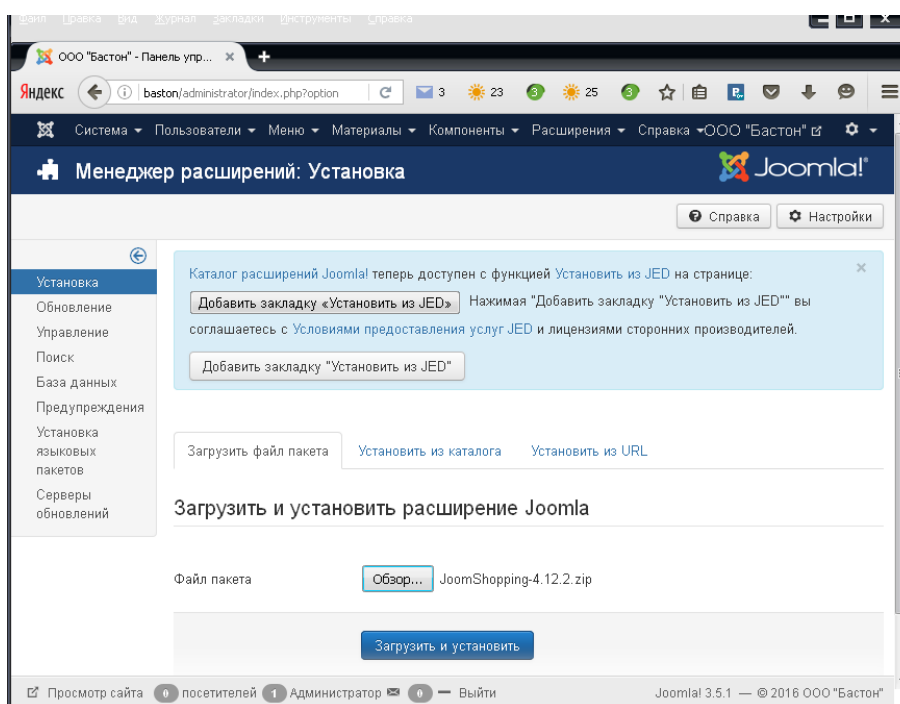


Рисунок 12 – Выбор файла-архива JoomShopping

Нажмем кнопку Загрузить и установить. Будет выдано сообщение об успешной установке компонента, показанное на рисунке 13.

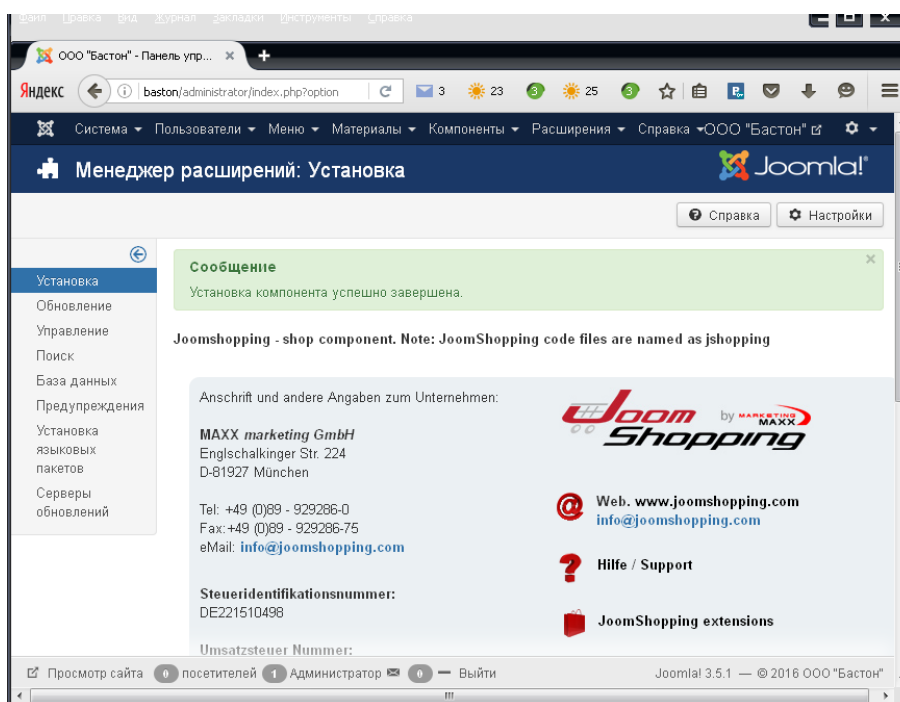


Рисунок 13 – Сообщение об успешной установке JoomShopping

Выберем в главном меню Joomla пункт Компоненты → JoomShopping, откроется панель управления магазином, показанная на рисунке 14.

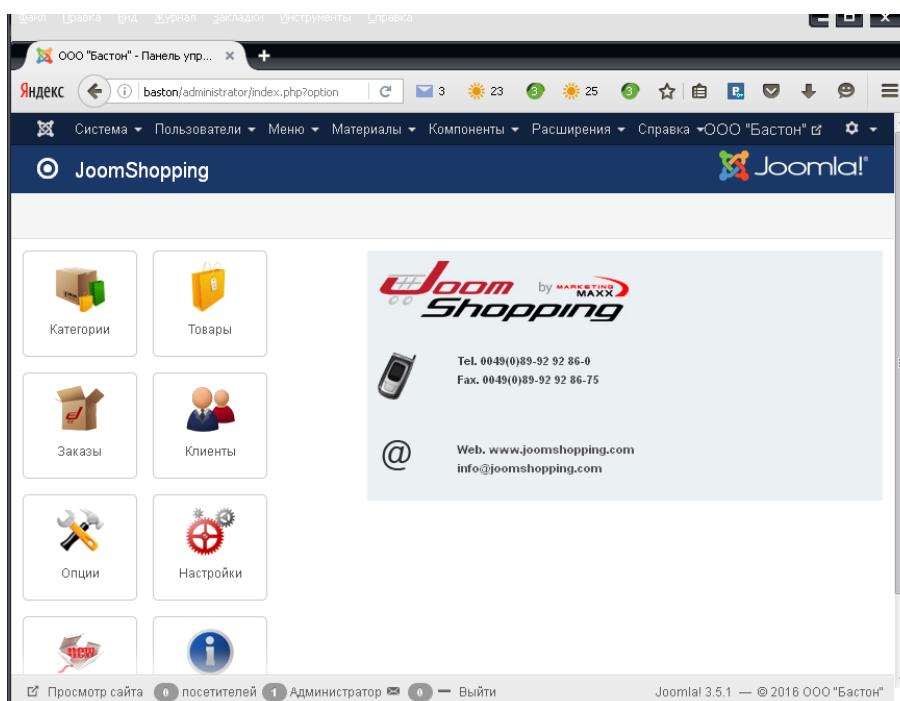


Рисунок 14 – Панель управления JoomShopping

Настройка шаблона JoomShopping

Скачаем выбранный бесплатный шаблон для JoomShopping со страницы <https://www.webdesigner-profi.de/joomla-webdesign/shop/templates/template-defaultdiv.html?lang=en>, показанной на рисунке 15.

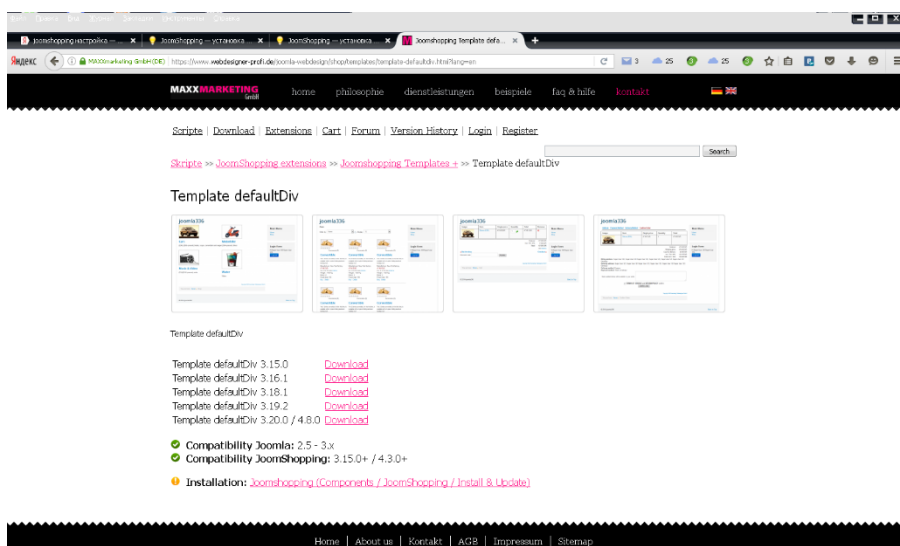


Рисунок 15 – Страница Загрузки шаблона для JoomShopping

В главном меню выберем Компоненты → JoomShopping → Установка и удаление и выберем нужный шаблон для установки, как показано на рисунке 16

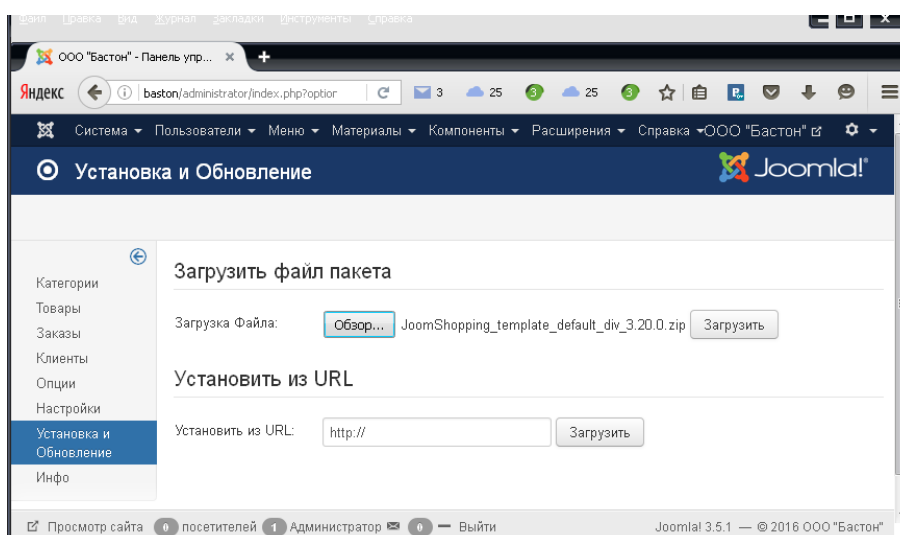


Рисунок 16 – Выбор шаблона для установки

Для применения Загруженного шаблона выберем пункт меню Компоненты → JoomShopping → Настройки и выберем Загруженный шаблон в качестве шаблона по умолчанию, как показано на рисунке 17.

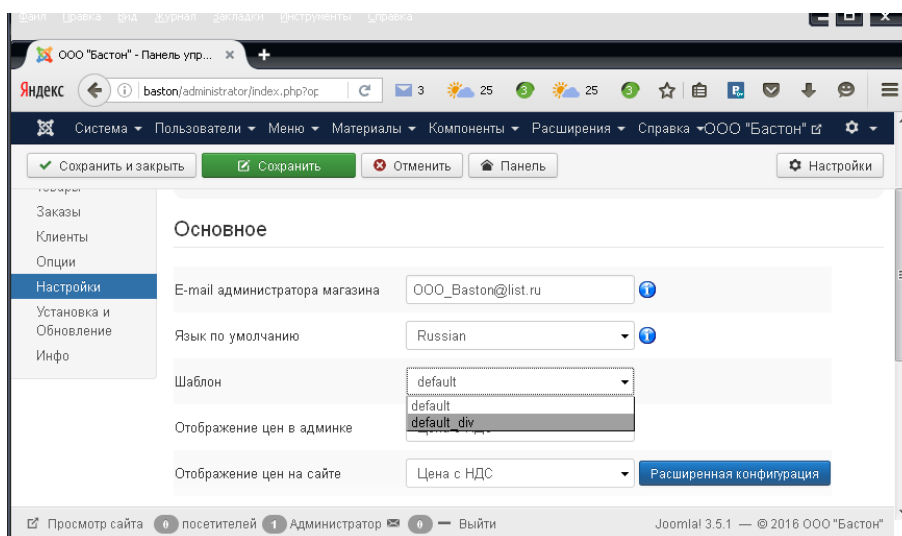


Рисунок 17 – Выбор установленного шаблона

Нажмем кнопку Сохранить и Заккрыть.

3.3 Настройка параметров магазина

Запретим покупку в магазине без предварительной регистрации, как показано на рисунке 18.

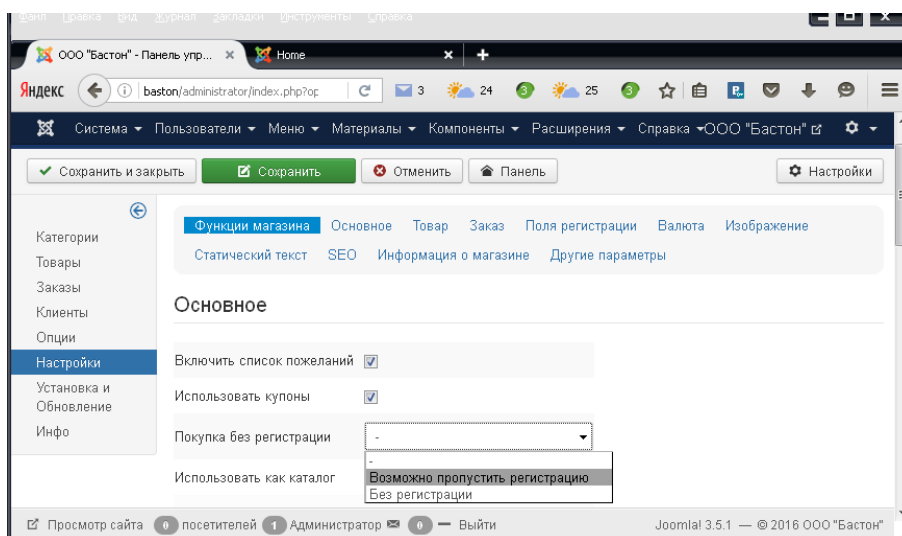


Рисунок 18 – Запрет покупки без регистрации

На вкладке Товар настроим отображение товаров (параметры списка товаров, наиболее просматриваемых товаров, меченных продуктов, бестселлеров, случайных и последних продуктов), как показано на рисунке 19.

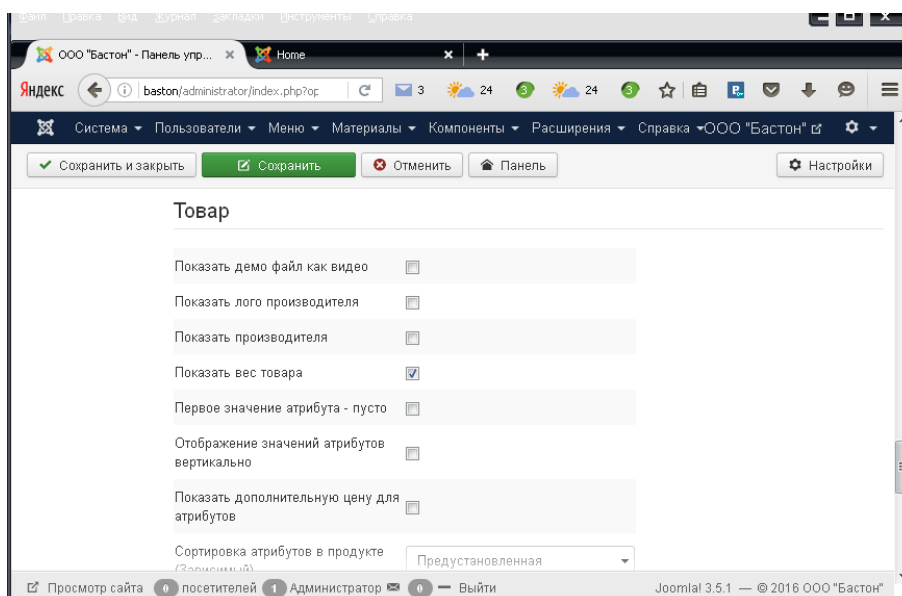


Рисунок 19 – Настройка параметров вывода товаров

На вкладке **Заказ** можно настроить параметры Заказа (например, статус, параметры PDF-счета и т.д.), как показано на рисунке 20.

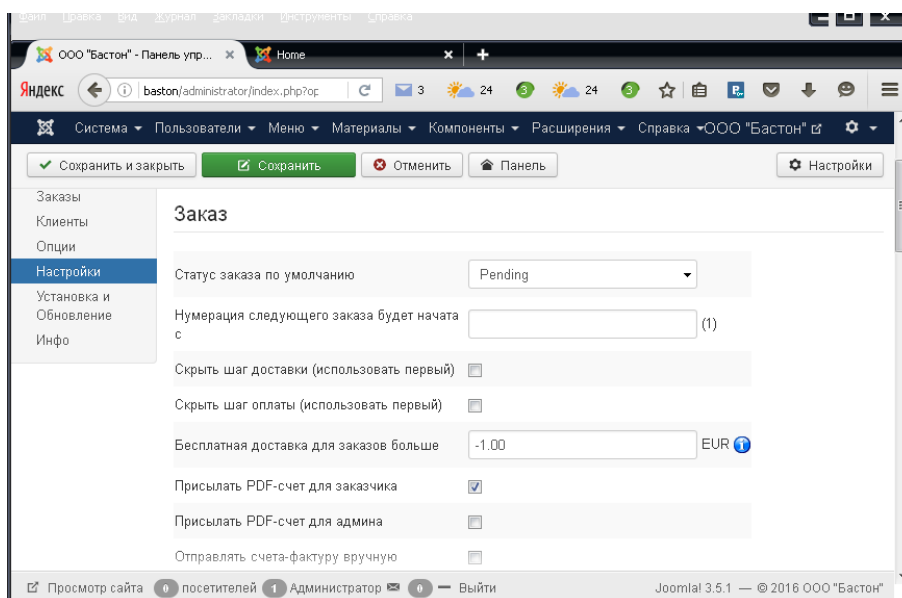


Рисунок 20 – Настройка параметров Заказа

Выберем поля, обязательные для регистрации нового покупателя, как показано на рисунке 21.

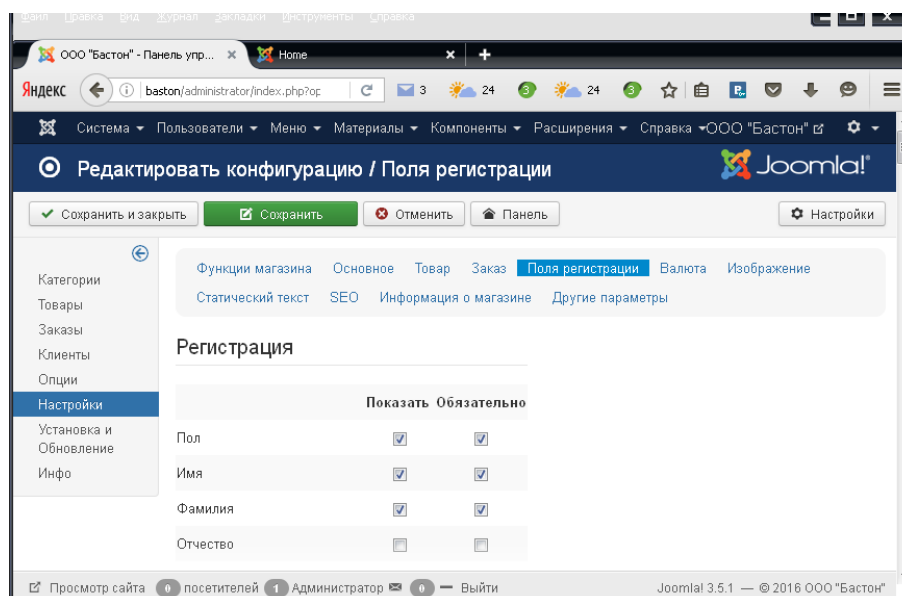


Рисунок 21 – Выбор полей, обязательных для Заполнения при регистрации покупателя

Добавим необходимую валюту (рубли), как показано на рисунке 22.

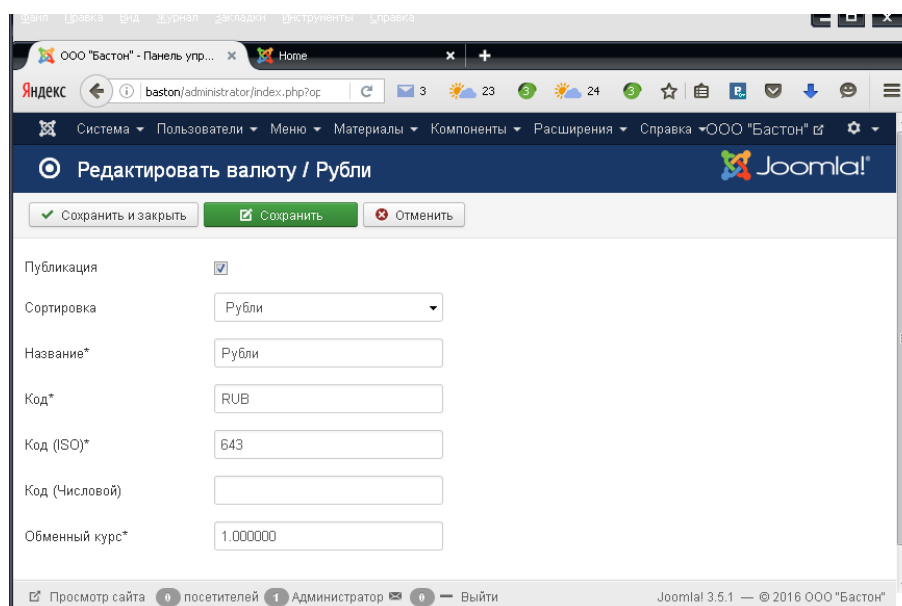


Рисунок 21 – Добавление валюты

Список Зарегистрированных валют показан на рисунке 23.

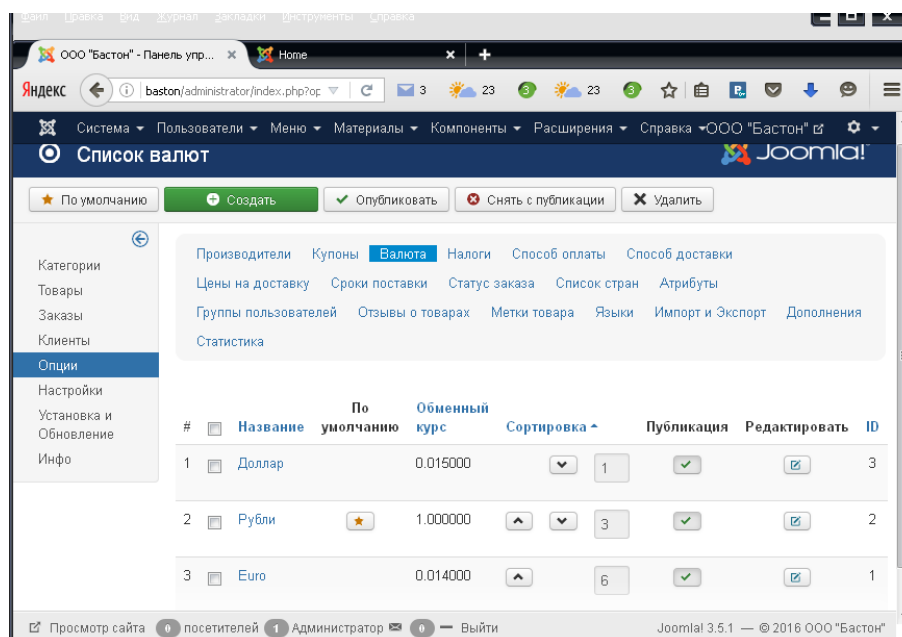


Рисунок 23 – Список Зарегистрированных валют

Изменим параметры шаблона (Заголовок и логотип), как показано на рисунке 24

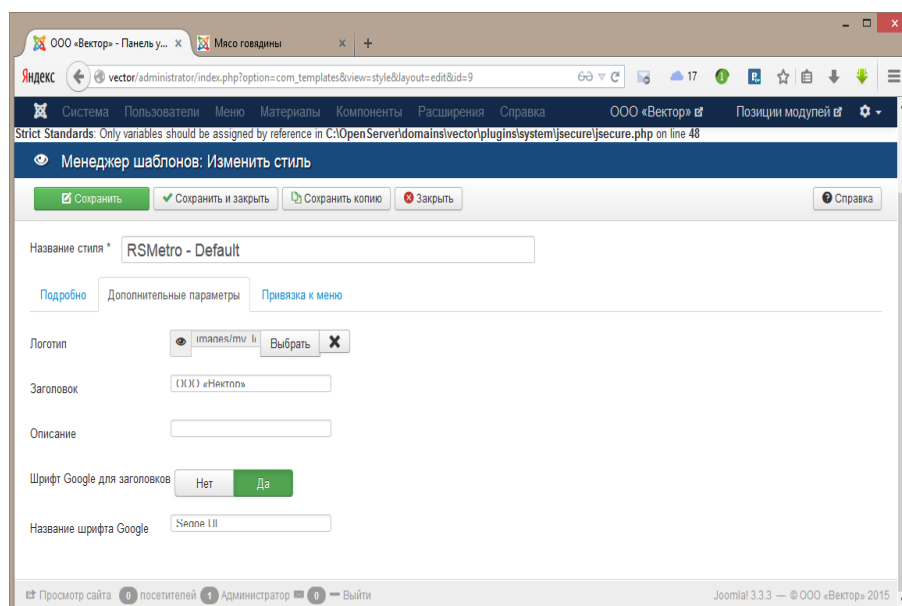


Рисунок 24 – Изменение Заголовка и логотипа сайта

С помощью онлайн-сервиса <https://www.logaster.ru/create/logo/> создадим логотип. На первом шаге введем название и выберем тип деятельности, как показано на рисунке 25.

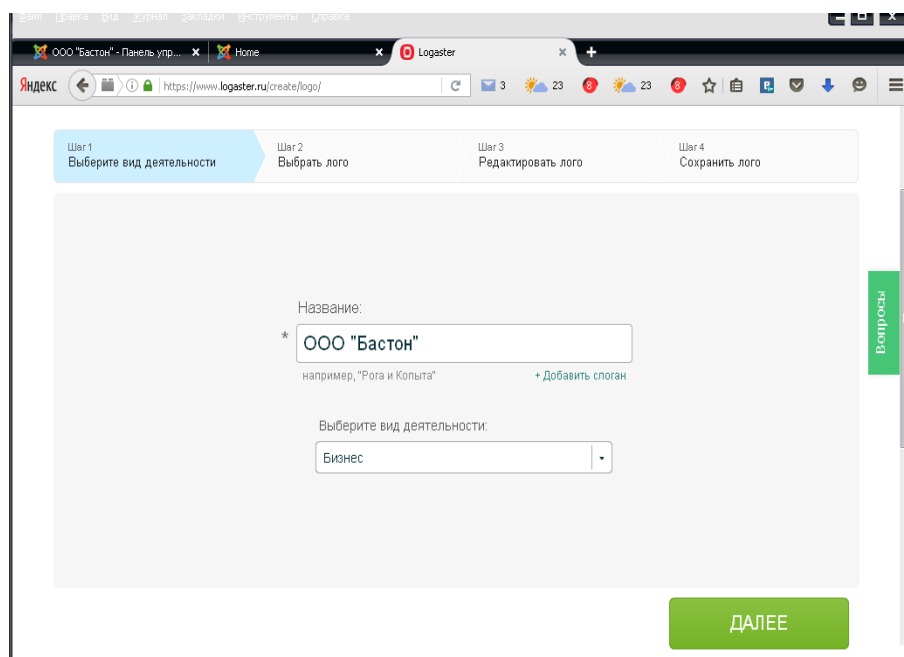


Рисунок 25 – Ввод названия и выбор вида деятельности

Выберем один из предлагаемых логотипов, как показано на рисунке 26.

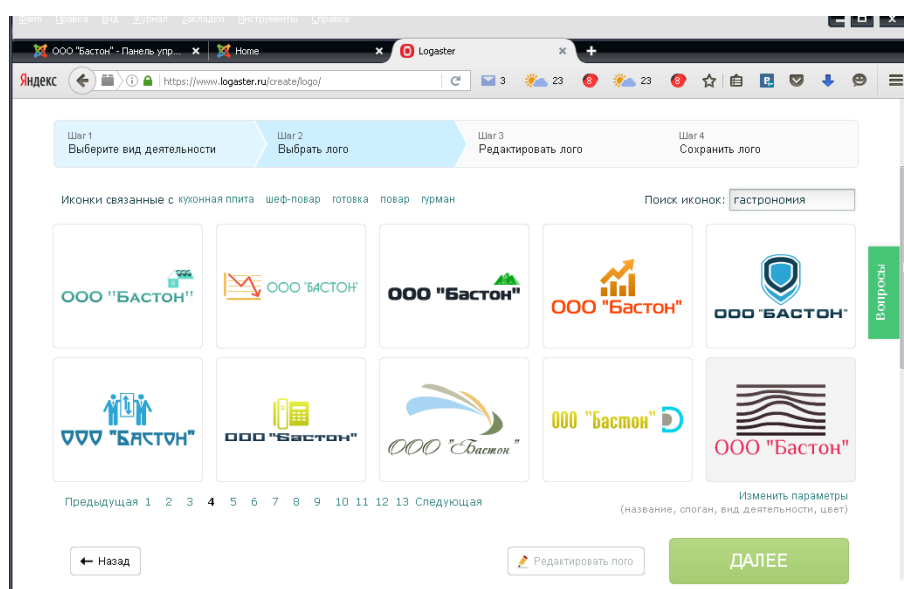


Рисунок 26 – Выбор одного из предлагаемых логотипов

Скачаем полученный логотип, как показано на рисунке 27.

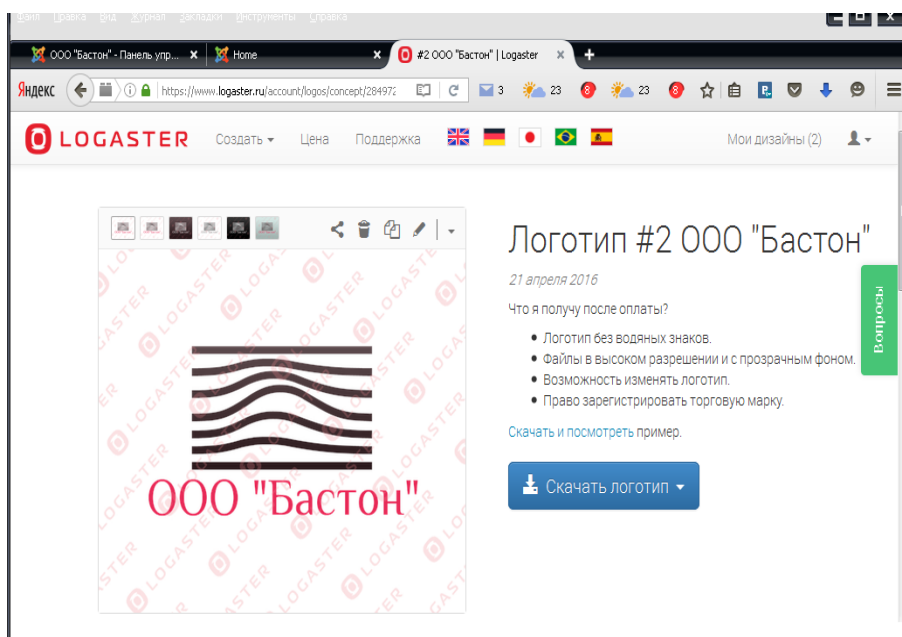


Рисунок 27 – Скачивание логотипа

Скопируем полученный файл с логотипом в папку c:\OpenServer\domains\baston\images. Добавим логотип в информацию о магазине, как показано на рисунке 28.

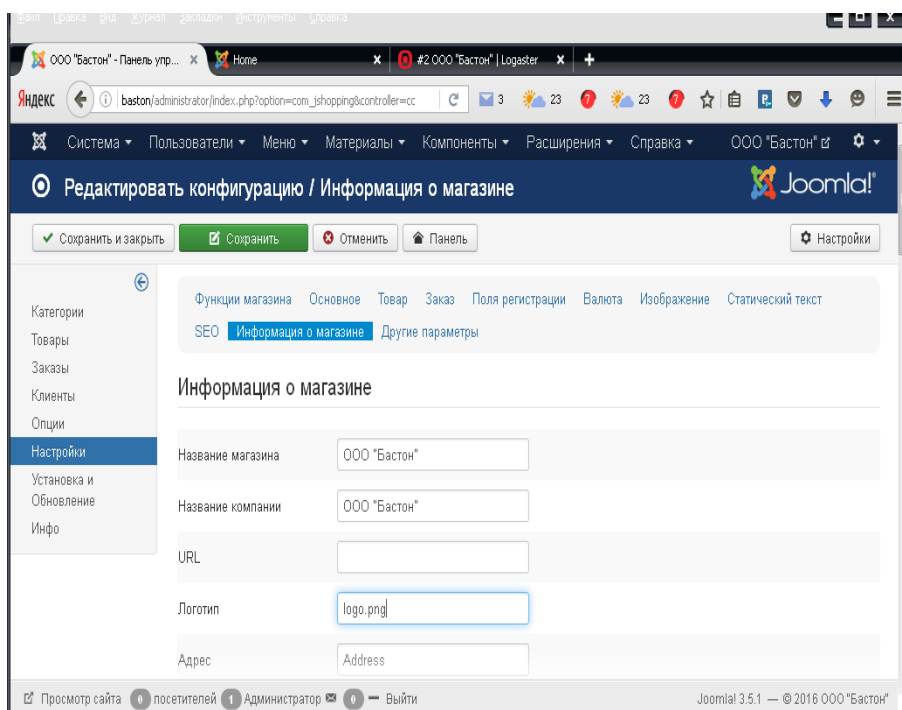


Рисунок 28 – Настройка информации о магазине и логотипа

В левом меню выберем пункт Опции, откроется страница, показанная на рисунке 29.

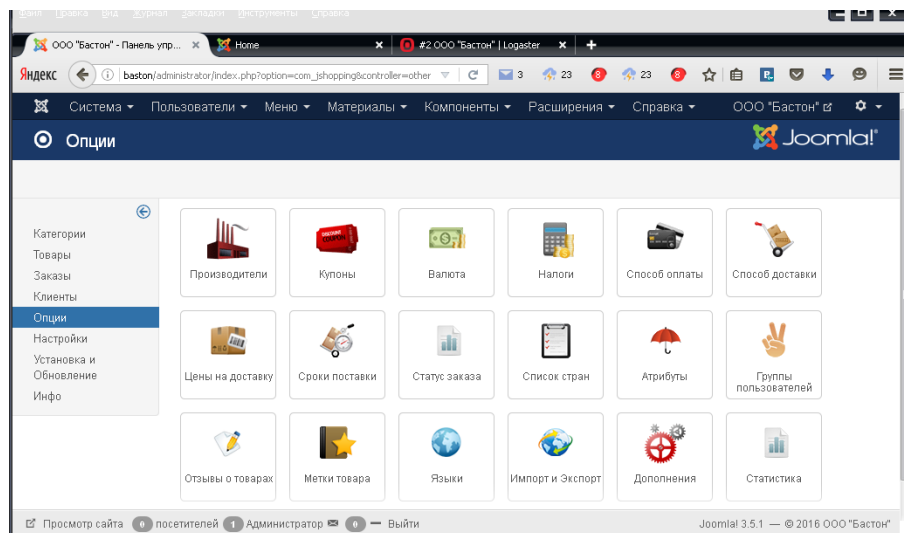


Рисунок 29 – Страница настройки опций

Отредактируем группы пользователей, как показано на рисунке 30.

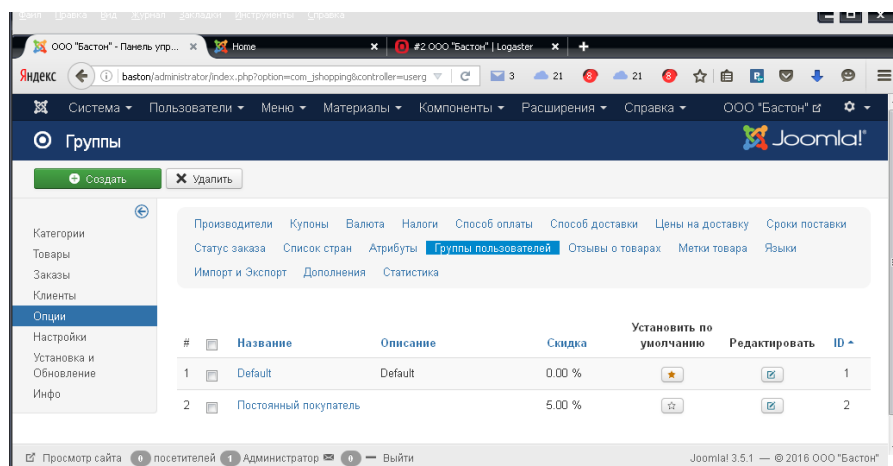


Рисунок 30 – Настройка групп пользователей

На вкладке ЯЗЫКИ отключим английский, как показано на рисунке 31.

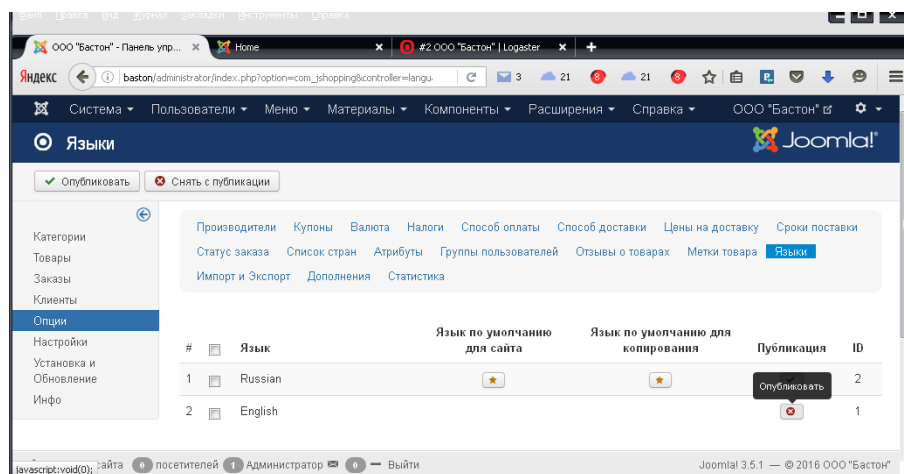


Рисунок 31 – Отключение английского языка

Выберем в Система → Общие настройки и отключим SEO, как показано на рисунке 32.

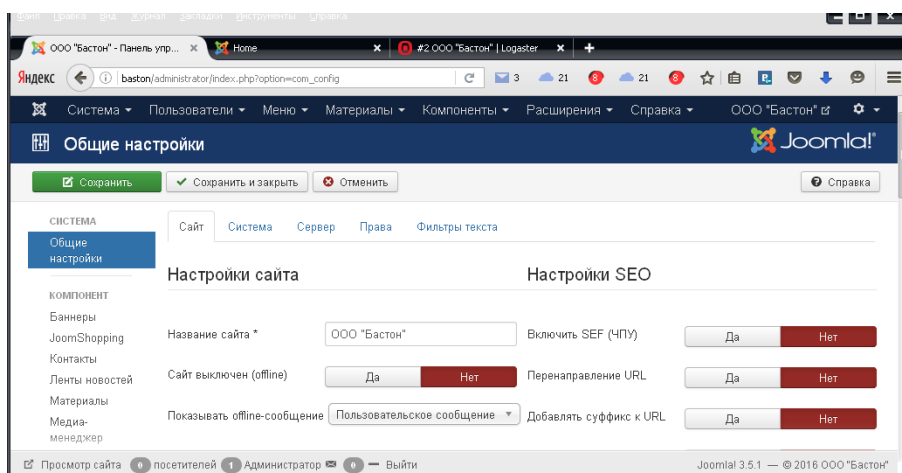


Рисунок 32 – Настройка SEO

3.4 Настройка параметров сайта

- Заполнение сайта контентом
- Создание категорий

В главном меню выберем Компоненты → JoomShopping → Категории и Заполним название категории товара, например, как показано на рисунке 33.

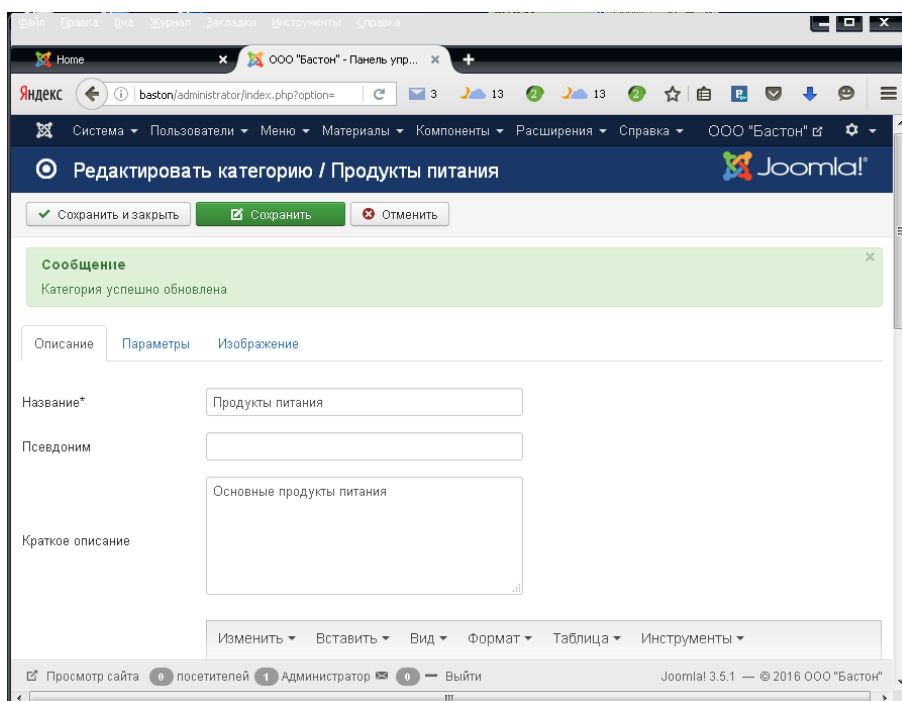


Рисунок 33 – Ввод название категории товаров

На вкладке Изображение нажмем кнопку Обзор и выберем файл с изображением, как показано на рисунке 33.

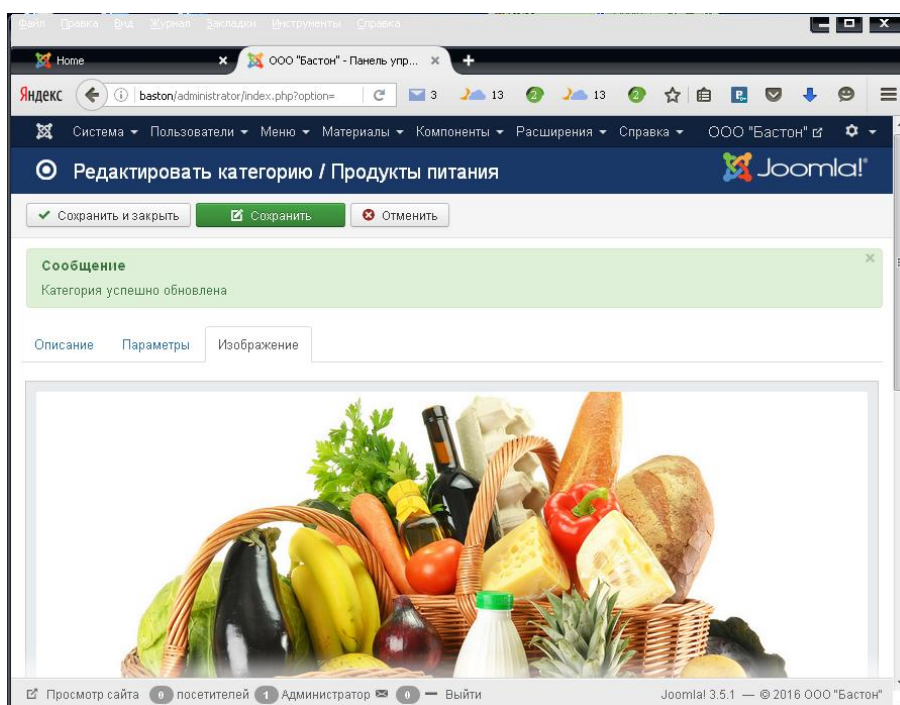


Рисунок 34 – Выбор изображения для категории товара

Если требуется создать подкатеорию товара, то нужно выбрать соответствующую родительскую категорию, например, как показано на рисунке 35.

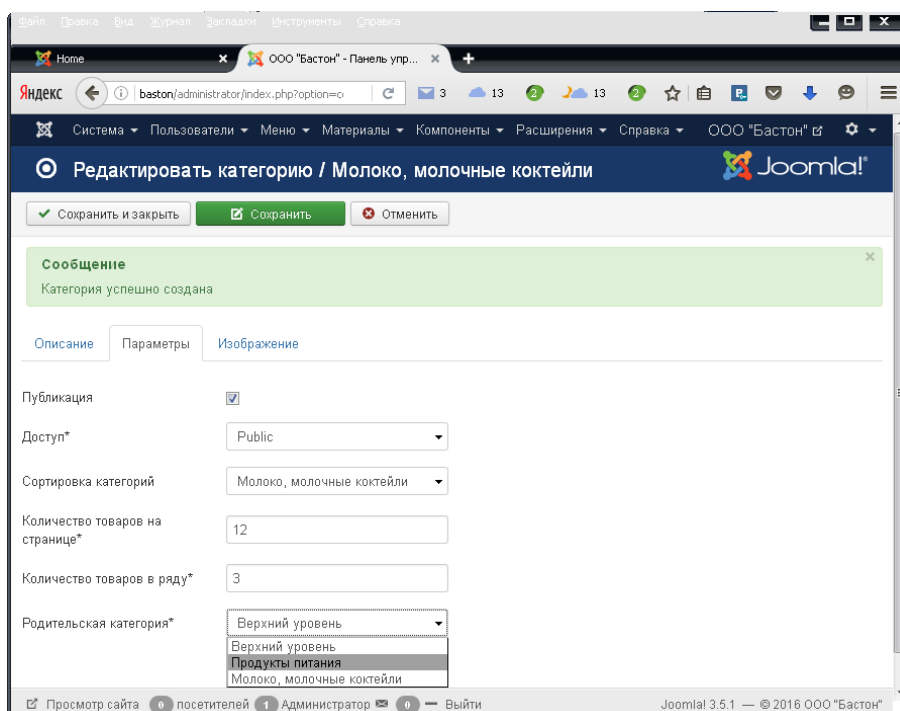


Рисунок 35 – Выбор родительской категории для создания подкатегории

Начальные строки полученного дерева категорий товаров показаны на рисунке 36.

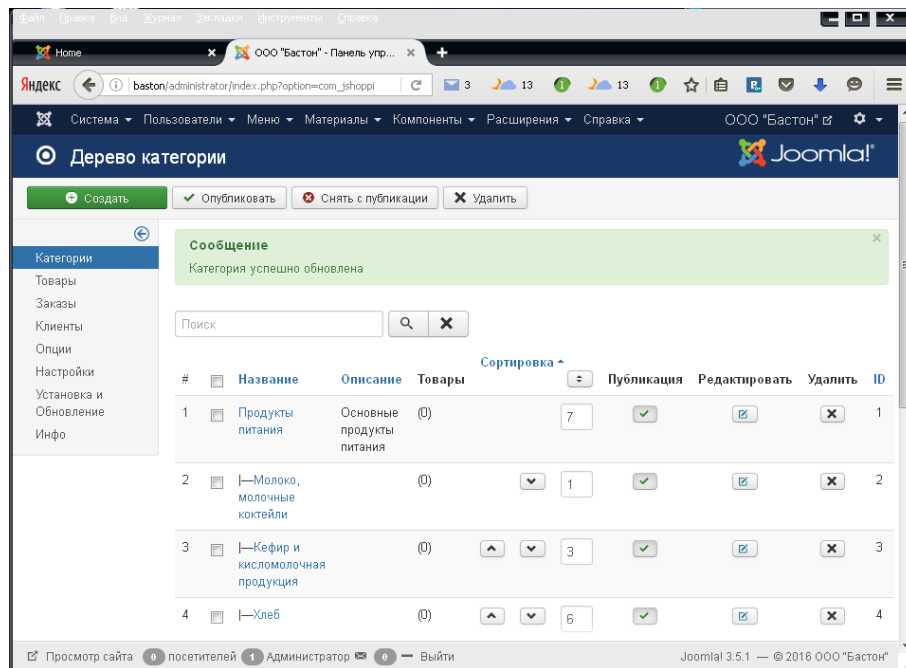


Рисунок 36 – Начальные строки полученного дерева категорий товаров

Создание товаров

В главном меню выберем Компоненты → JoomShopping → Товары, нажмем кнопку Создать и Заполним параметры категории товара.

Введем название и краткое описание товара, как показано на рисунке 37

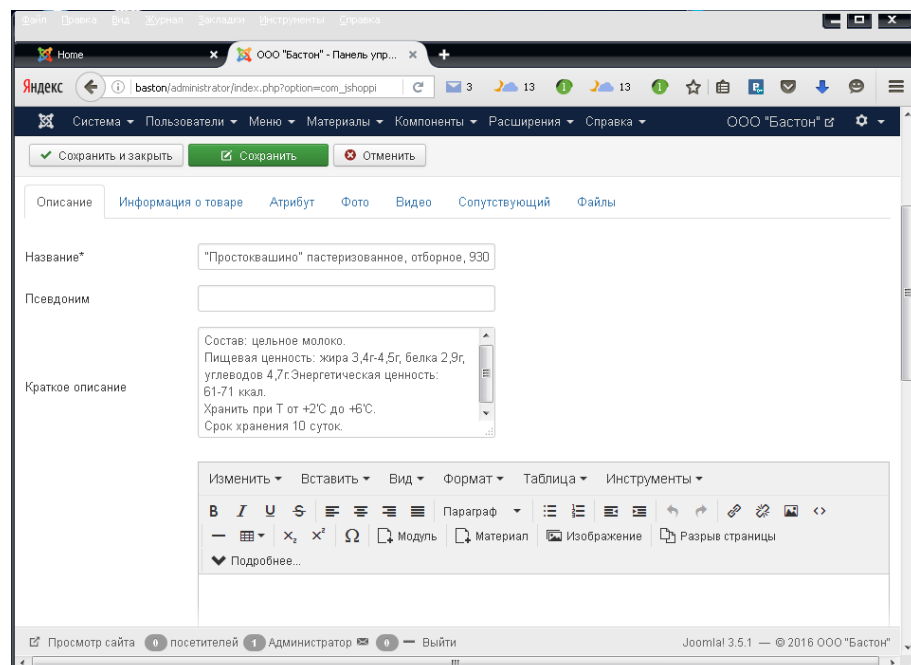


Рисунок 37 – Ввод названия и краткого описания товара

На вкладке Информация о товаре введем цену и выберем категорию товара, как показано на рисунке 38.

Скриншот административной панели Joomla! для редактирования товара. Вкладки: Система, Пользователи, Меню, Материалы, Компоненты, Расширения, Справка. Заголовок: ООО "Бастон".

Кнопки: Сохранить и закрыть, Сохранить, Отменить.

Поля для ввода:

- Цена без НДС: 51.26
- Дополнительная цена: ☐
- Старая цена: 0.0000
- Вес: 0.0000 Kg
- Код товара:
- Количество*: 1
- Неограничено: ☐
- URL:
- Налог*: Normal (19.00%)
- Название производителя: Нет
- Категория:
 - Продукты питания
 - Молоко, молочные коктейли
 - Кефир и кисломолочная прод.
 - Хлеб

Статус: Просмотр сайта, 0 посетителей, 1 Администратор, 0 Выход. Joomla! 3.5.1 — © 2016 ООО "Бастон".

Рисунок 38 – Ввод цены и выбор категории товара

Вставка изображения товара

На вкладке Фото выберем одно или несколько (до 10) изображений товара, как показано на рисунке 39.

Скриншот административной панели Joomla! для редактирования товара. Вкладки: Описание, Информация о товаре, Атрибут, Фото, Видео, Сопутствующий, Файлы. Заголовок: Редактировать товар "Простоквашино" пастеризованное, отборное, 930 мл".

Кнопки: Сохранить и закрыть, Сохранить, Отменить.

Сортировка: 1

Установить основное изображение: ☐ Удалить изображение:

Загрузка изображений: Файл не выбран

Размер превью: ☐ Размер по умолчанию ☐ Оригинальный размер

Статус: Просмотр сайта, 0 посетителей, 1 Администратор, 0 Выход. Joomla! 3.5.1 — © 2016 ООО "Бастон".

Рисунок 39 – Добавление изображений товара

Создание меню

Предварительно определим позицию для вывода меню. Для разрешения показа позиций, доступных в установленном шаблоне, выберем в главном меню Joomla пункт Расширения → Менеджер шаблонов и нажмем кнопку Настройки. Для пункта Просмотр позиций модулей нажмем кнопку Включено, как показано на рисунке 40.

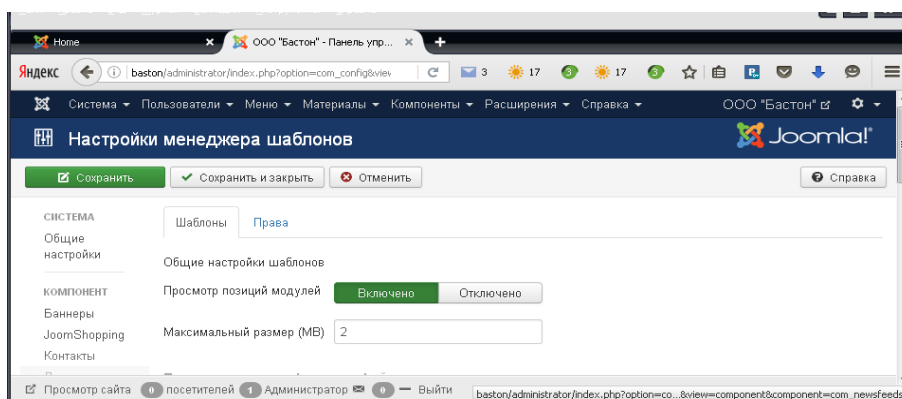


Рисунок 40 – Разрешение просмотра позиций модулей

Для просмотра позиций модулей в адресную строку введем <http://baston/?tp=1>, будут отображены доступные позиции, как показано на рисунке 41.

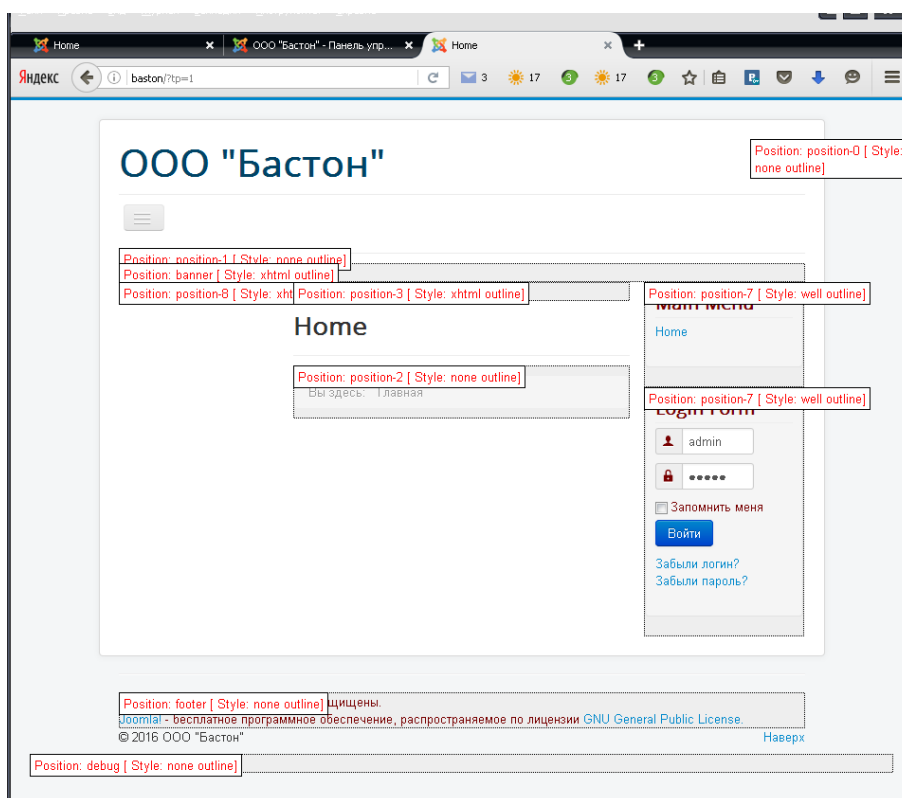


Рисунок 41 – Просмотр доступных позиций шаблона

В меню Joomla! выберем пункт Меню → Менеджер меню, нажмем кнопку Создать и введем Заголовок и тип меню, как показано на рисунке 42.

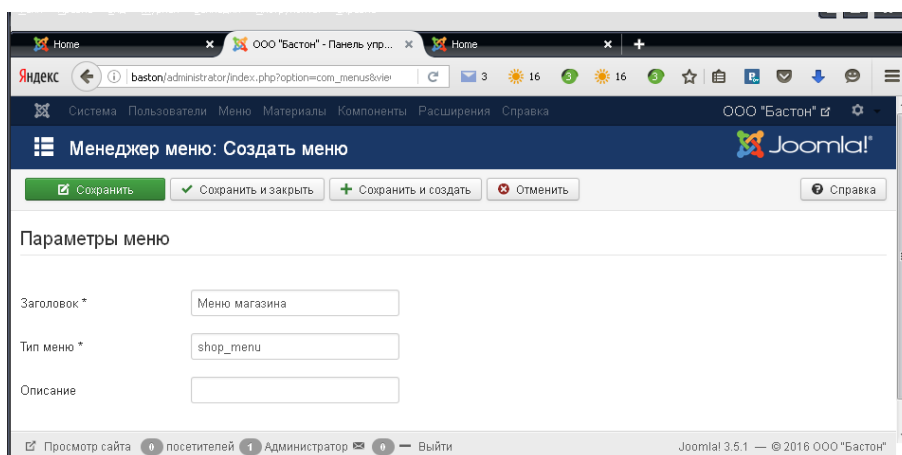


Рисунок 43 – Ввод Заголовка и типа меню

В списке Зарегистрированных меню для только что созданного меню кликнем по ссылке Добавить модуль для данного типа меню, выберем позицию для вывода меню, как показано на рисунке 43.

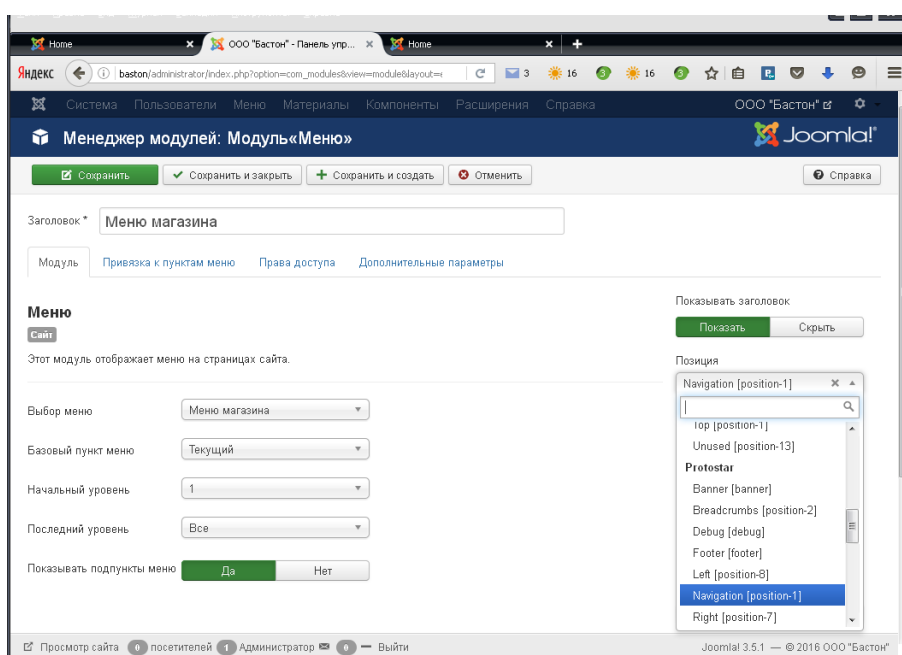


Рисунок 43 – Выбор позиции для меню

В меню Joomla! выберем пункт Меню → Меню магазина → Создать пункт меню, введем Заголовок корневого пункта меню, как показано на рисунке 44.

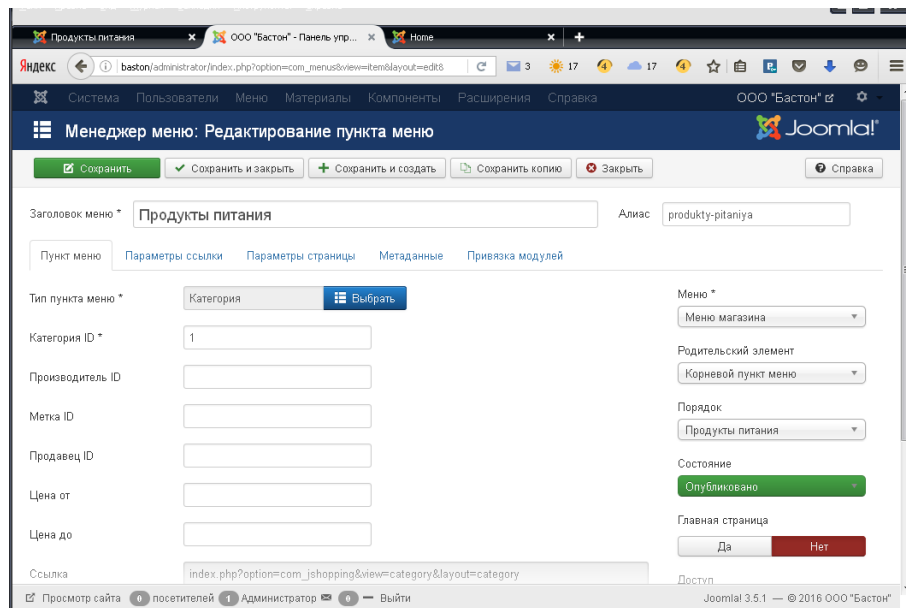


Рисунок 44 – Создание корневого пункта меню

Затем создадим подпункт меню для подкатегории, как показано на рисунке 45.

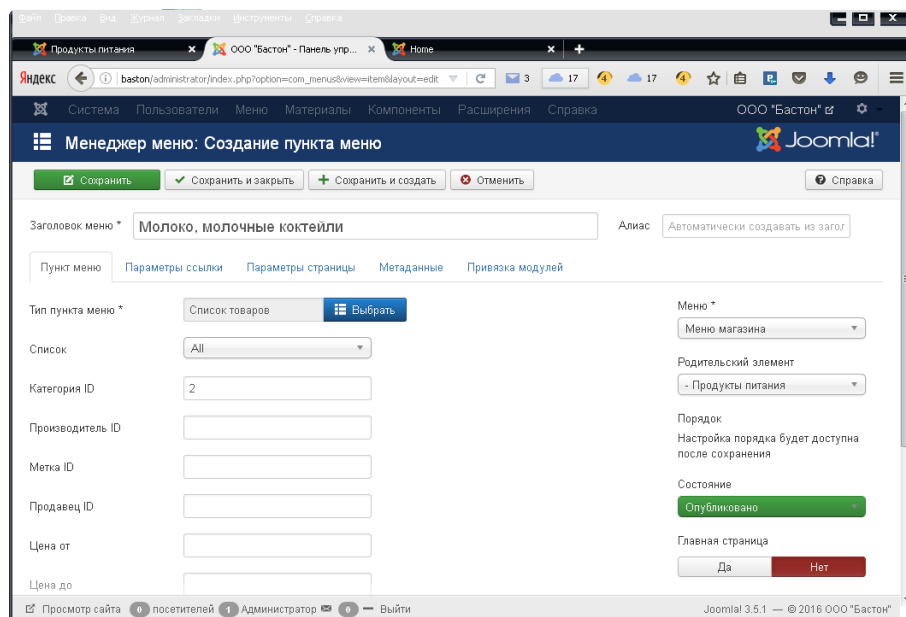


Рисунок 45 – Создание подпункта меню для категории

Для созданного меню нажмем кнопку Модули → Меню магазина и Зададим суффикс класса меню nav nav-pills, как показано на рисунке 46.

Изменить настройки модуля

Заголовок *

Модуль Привязка к пунктам меню Права доступа **Дополнительные параметры**

ID Меню

Суффикс класса меню

Позиция назначения

Альтернативный макет

Рисунок 46 – Задание суффикса класса меню

В меню Joomla выберем пункт Компоненты → JoomShopping → Категории. Откроется список ранее добавленных категорий товаров, показанный на рисунке 47.

#	☐	Название	Описание	Товары	Сортировка	Публикация	Редактировать	Удалить	ID
1	☐	Мясные полуфабрикаты	Мясные полуфабрикаты	(3) →	1	☒			1
2	☐	Мясо баранины	Мясо баранины	(2) →	5	☒			2
3	☐	Мясо говядины	Мясо говядины	(2) →	7	☒			3
4	☐	Мясо для шашлыка	Мясо для шашлыка	(2) →	4	☒			4
5	☐	Мясо кур	Мясо кур	(2) →	1	☒			5

Рисунок 47 – Список имеющих категорий

В панели управления Joomla выберем пункт Меню → Главное меню. Нажмем кнопку Создать и выберем тип меню JoomShopping → Категория, как показано на рисунке 48.

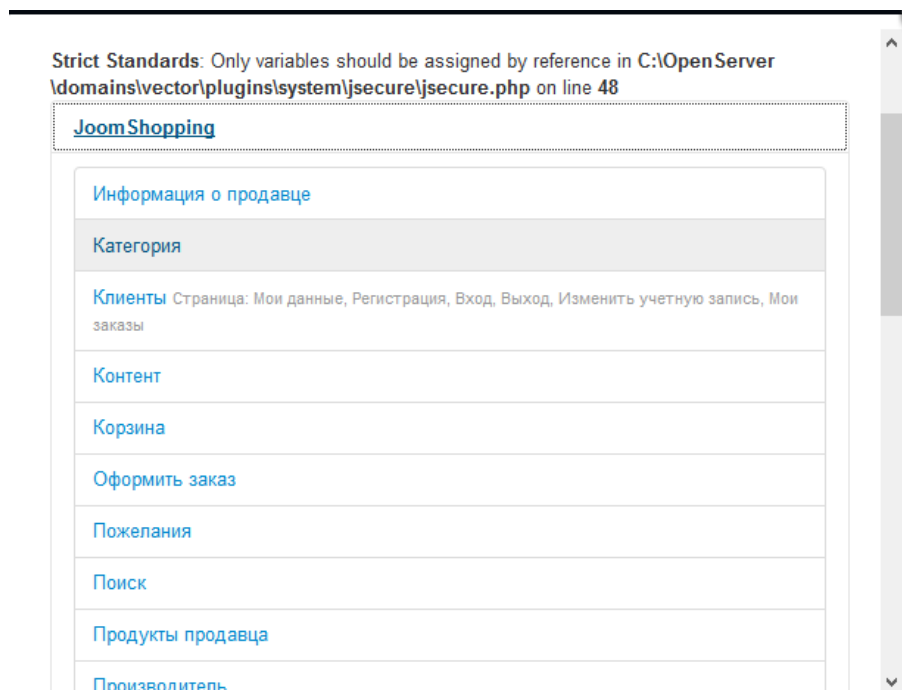


Рисунок 48 – Выбор типа меню

Затем укажем ID категории в соответствии со списком категорий, показанных на рисунке 49.

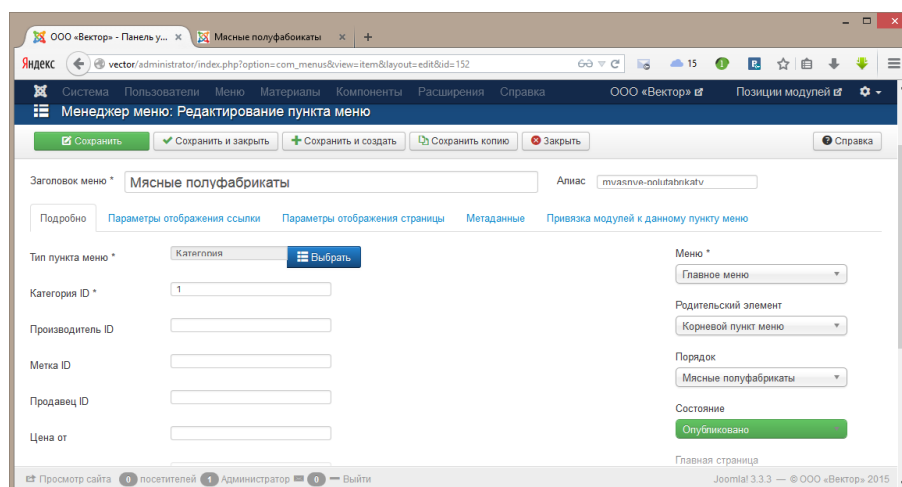
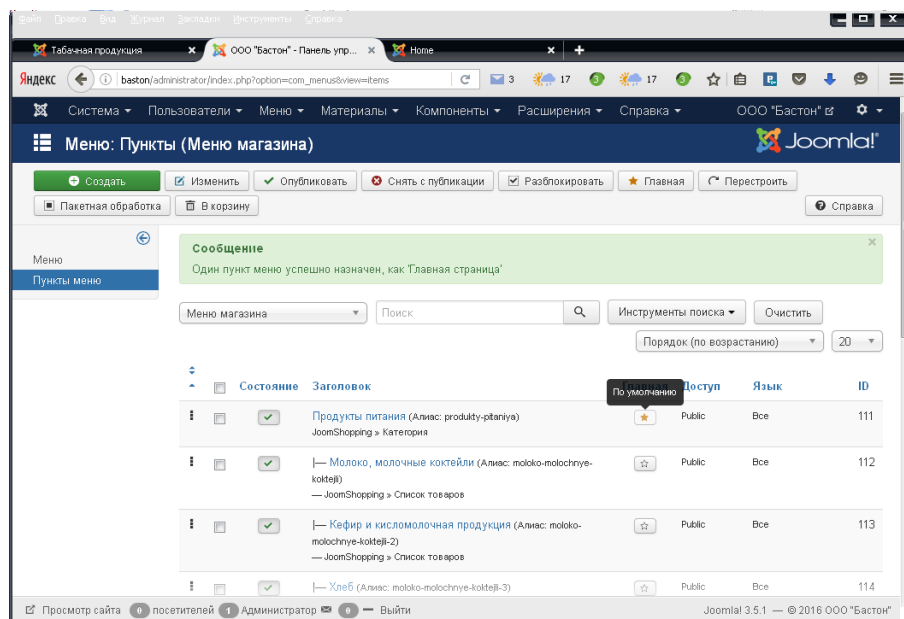


Рисунок 49 – Задание параметров меню

Вывод магазина на главной странице

Для того, чтобы магазин отображался на стартовой странице сайта, необходимо для одного из пунктов меню установить параметр Главная, как показано на рисунке 50.



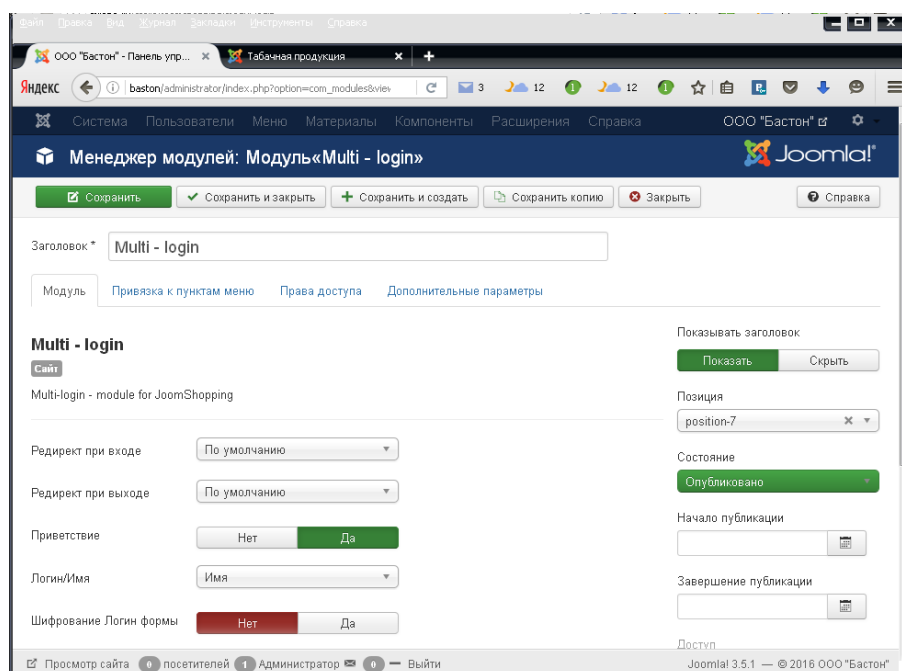


Рисунок 52 – Настройка параметров модуля

Руководство пользователя

При переходе по адресу интернет-магазина открывается стартовая страница, показанная на рисунке 53.

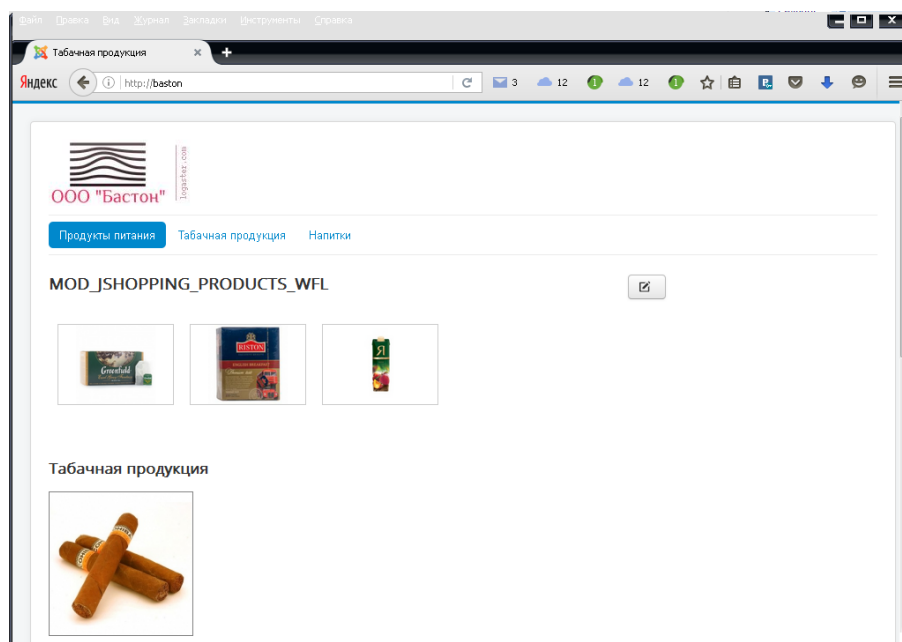


Рисунок 53 – Стартовая страница магазина

При выборе одного из товаров, будет открыта страница с описанием товара, пример которой показан на рисунке 54.

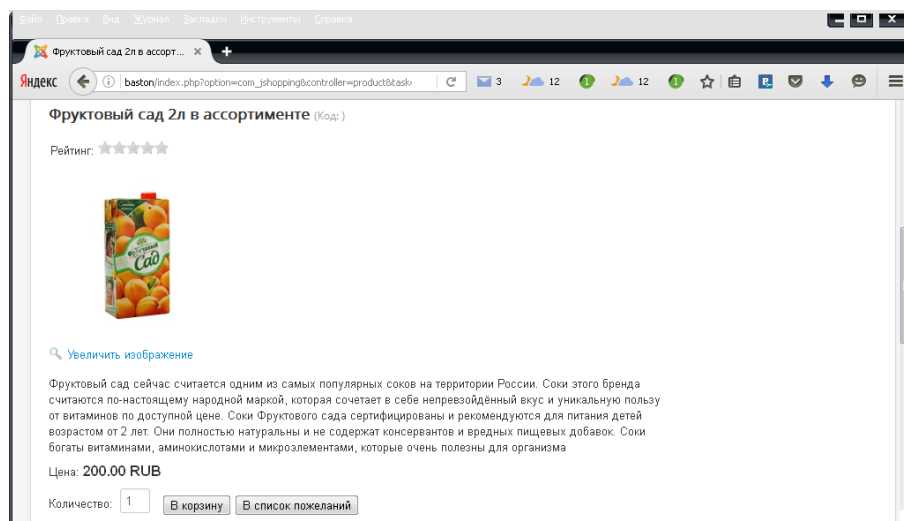


Рисунок 54 – Пример страницы с информацией о товаре

Для добавления товара в корзину, необходимо ввести нужное количество товара и нажать кнопку В корзину. После добавления всех необходимых товаров, корзина примет вид, показанный на рисунке 55.

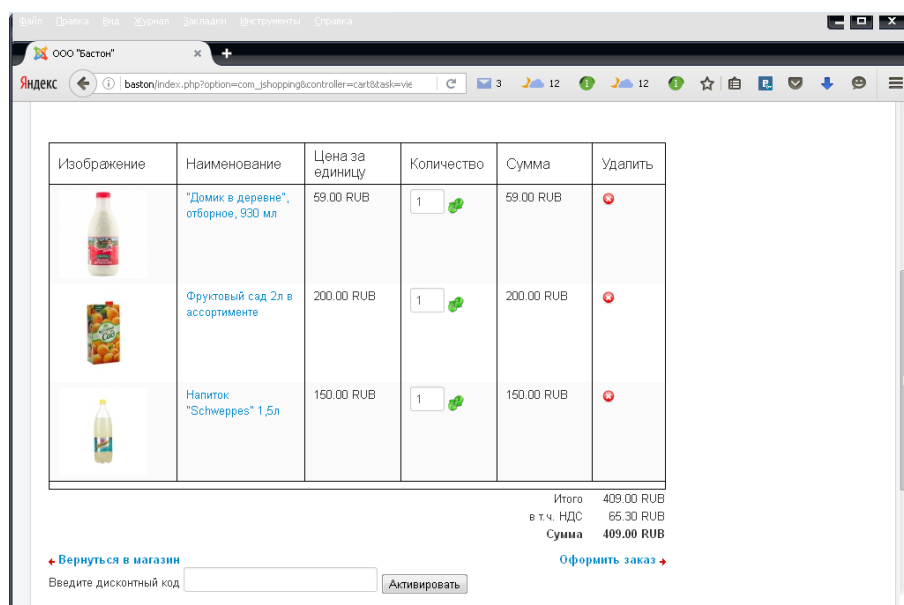


Рисунок 55 – Корзина с товарами

Затем нужно кликнуть по ссылке Оформить Заказ и Заполнить все обязательные поля адреса доставки, как показано на рисунке 56.

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "baston/index.php?option=com_jshopping&controller=checkout&task=" and the Yandex search engine logo. The page has a navigation bar with links: "Адрес", "Способ оплаты", "Способ доставки", and "Подтвердить заказ". The "Адрес" link is highlighted. Below the navigation bar is a form for address completion. The form contains the following fields: "Пол *" (Gender) with a dropdown menu showing "Муж" (Male); "Имя *" (Name) with a text input field containing "Иван"; "Фамилия *" (Surname) with a text input field containing "Иванов"; "Фирма" (Company) with an empty text input field; "E-mail *" with a text input field containing "zhantos@mail.ru"; "Улица/Номер дома *" (Street/House number) with a text input field containing "Романова, дом 2, кв. 43"; "Почтовый индекс *" (Postal index) with a text input field containing "630105"; "Город *" (City) with a text input field containing "Новосибирск"; "Область" (Region) with an empty text input field; "Страна *" (Country) with a dropdown menu showing "Russian Federation"; "Телефон *" (Phone) with a text input field containing "+7(912)125-85-74"; and "Факс" (Fax) with an empty text input field. Below the form is a question "Адрес доставки другой?" (Delivery address different?) with radio buttons for "Нет" (No) and "Да" (Yes). The "Нет" button is selected. At the bottom of the form is a red asterisk indicating a required field and a "Далее" (Next) button.

Рисунок 56 – Заполнение адреса

Затем нужно выбрать способ оплаты, как показано на рисунке 57.

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "baston/index.php?option=com_jshopping&controller=checkout&task=" and the Yandex search engine logo. The page has a navigation bar with links: "Адрес", "Способ оплаты", "Способ доставки", and "Подтвердить заказ". The "Способ оплаты" link is highlighted. Below the navigation bar is a form for payment method selection. The form contains the following options: "Cash on delivery (+4.00 RUB)" with a radio button; "Advance payment" with a radio button; "Paypal" with a radio button; and "Debit" with a radio button. The "Cash on delivery (+4.00 RUB)" option is selected. Below the form is a "Далее" (Next) button. At the bottom of the page is a copyright notice "Copyright M40Marketing GmbH" and a footer bar with the text "Вы здесь: Главная > Оплата".

Рисунок 57 – Выбор способа оплаты

Далее нужно выбрать способ доставки, как показано на рисунке 58.

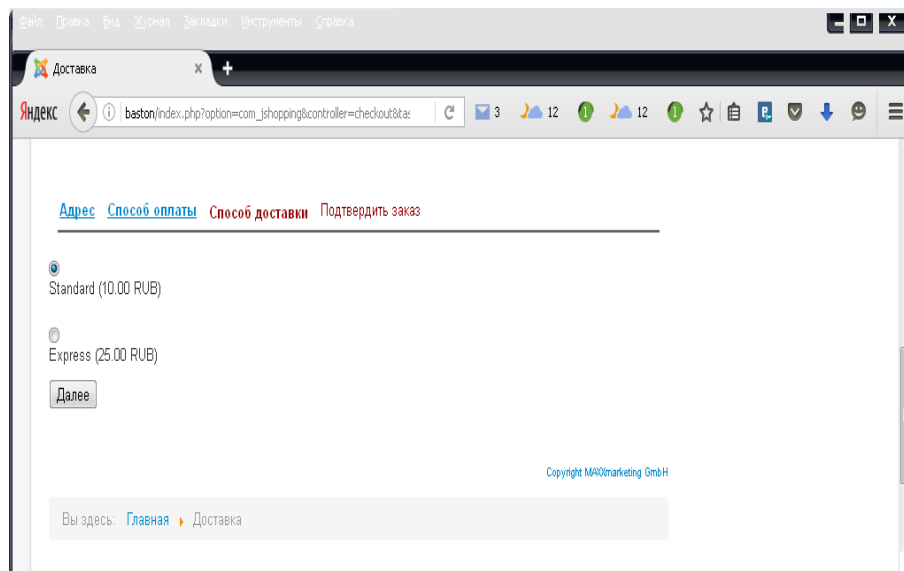


Рисунок 58 – Выбор способа доставки

На Заключительном шаге необходимо подтвердить Заказ,
как показано
на рисунке 59

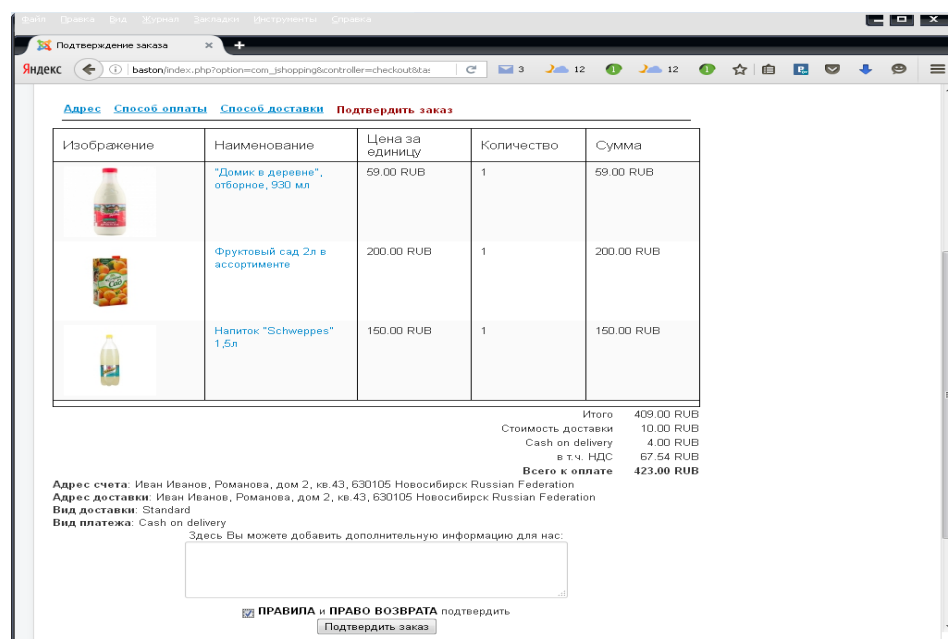


Рисунок 59 – Подтверждение Заказа

На указанный электронный адрес будет отправлено письмо с информацией о Заказе.

В результате, на локальном сервере получен работоспособный сайт.

Полученный сайт доступен по адресу <http://oobaston.esy.es/>.

