

1. Уеб дизайн



доц. д-р Тодорка Глушкова
гл. ас. д-р Мая Стоева

Съдържание на курса

- Въведение в Уеб дизайна
- Семантичен WEB.
- Проектиране на уеб сайт.
- Уеб типография.
- Цветови и файлови формати за Уеб.
- Интерактивна графика – принципи и терминология.
- HTML 5. Javascript. jQuery.
- CSS 3. Свойства на блоковете. Визуално оформление със CSS. Позициониране.
- Фреймове. Формуляри с текстови полета.
- SEO оптимизация.

Организация на курса

Оценяване: Курсът завършва с текуща оценка.

Дефиниране на компонентите на оценката:

- 50% – тест
- 50% - курсов проект
- допълнителни впечатления от упражнения и лекции
- бонуси от домашни задания

Курсовият проект:

- Разработва се през целия период на курса.
- Представява информационен Уеб сайт или макет на клиентския интерфейс на Уеб бизнес приложение за управление услугите на дадена бизнес организация.

Курсовият проект

- Уеб сайтът трябва да бъде планиран и проектиран специално за нуждите на бизнес организацията (клиента), след анализ и оценка на тези нужди.
- Той трябва да съдържа авторско графично съдържание, специално разработено за целта и поне една анимация.
- Представянето на съдържанието в браузера трябва да се осъществи с HTML5 и CSS3.
- Изисква се представянето на таблични данни и включване на банер.

Курсовият проект

- За динамично управление на поведението на страниците, да се използват скриптове на Javascript.
- Опционално, сайтът може да бъде интегриран със система за управление на съдържанието.
- Да се предложи оптимизация на сайта с цел по-добро индексирание в машините за търсене.

Забележка:

- Всички документи по проекта се предават в електронен вид.
- Един курсов проект се разработва от двама студенти.

Координати на преподавателския екип

Доц. д-р Тодорка Глушкова

E-mail: glushkova@uni-plovdiv.bg

Тел.: (087) 821 29 50

Гл.ас. д-р Мая Стоева

E-mail: may_vast@yahoo.com

Сайт: <http://edesign-bg.com/>

Тел.: (088) 771 65 56

Цели на курса

- Целта на курса е да запознае студентите с основните принципи на уебдизайна, както и с технологията на проектиране, създаване, редактиране и публикуване на страници в Интернет.
- Акцентираща се върху изграждане на умения за работа с HTML и CSS за контролиране на външния вид на уебстраници.
- Разглеждат се възможности за ефективно използване на изображенията, типографията, цветовете и навигацията с цел разработване на преносими и достъпни уебсайтове.
- Разглеждат се изискванията към разработваните сайтове, свързани с тяхната SEO-оптимизация.

Тема 1. Въведение

Уеб дизайнът е широко понятие, което покрива различни умения и дисциплини, използвани при изготвянето на уеб сайтовете като:

- Уеб графичен дизайн;
- дизайн на интерфейса;
- оригинално авторско мислене;
- стандартизиран код,
- оптимизация на търсачките и др.

Обикновено терминът уеб дизайн се използва за описването на процеса, свързан с визуалния дизайн на (front-end design) сайта, включващ и кодирането му с HTML. Последното се припокрива отчасти с уеб разработката.

Интернет и УЕБ

- Роля на World Wide Web (Световна паяжина), съкр. WWW, Уеб или Световната мрежа
- Нов начин на общуване между хората, общностите и дори начините за комуникация между електронните устройства.
- Услуги за е-бизнес, електронна търговия, е-икономика, електронно правителство, електронна демокрация, електронно обучение, ...
- Информационен обмен и взаимодействие между различни актьори – лица, организации, Уеб приложения, интелигентни агенти и др.

Интернет и УЕБ

- World Wide Web често се счита за синоним на Интернет, но това не е така
- Интернет е електронната съобщителна мрежа и структура, на която се базира WWW
- WEB е част на Интернет, достъпна посредством графичен потребителски интерфейс и съдържаща приложения, услуги и документи, които често са свързани чрез хипервръзки.

Развитие на Уеб през годините

Тим Бърнърс-Лий, Церн, 1991 г. - разработва основите на Уеб.

- Проектира прости средства за пренос на взаимосвързани документи със структурирана информация до всякакви компютри, свързани в Интернет и работещи с различни операционни системи:
 - ✓ език за маркиране на хипертекст (HTML) и
 - ✓ протокол за трансфер на хипертекст (Hyper Text Transfer Protocol или съкр. HTTP)
- По-късно се създава спецификация на URI (Uniform Resource Identifier) като нотация за уникално идентифициране на обекти в целия Интернет.

Развитие на Уеб през годините

В последните години уеб дизайнът включва все повече допълнителни елементи, които преди не са се използвали преди, като например:

- интерактивни анимации,
- използване на стилове (CSS),
- оптимизиране на кода за интернет търсачките;
- динамично съдържание;
- самонастройващ се дизайн и други.

Развитието на УЕБ преминава към семантичен УЕБ.

Исторически възход. Факти

- 1992 год. - повече от един милион компютъра вече са свързани към Интернет;
- 1993 год. - свободна експлоатация на първия браузър NCSA Mosaic;
- 1994 г. - Tim Berners Lee основава World Wide Web Consortium (W3C) в Massachusetts Institute of Technology, Laboratory for Computer Science (MIT/LCS) с поддръжка от Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA), чиято ARPANET е основата на съвременния Internet
- 1994 год. - Netscape Navigator - "well on its way to becoming the world's standard interface", според Gary Wolfe в статия в сп. Wired

Война на браузърите

- 1995 год. - Microsoft лицензира Mosaic като Internet Explorer 1.0, пуснат на пазара като част от Microsoft Windows 95 (август 1995)
- Ноември 1995 г. - Microsoft Internet Explorer 2.0 е пуснат за свободна употреба
- 1996 г. - Netscape 3.0 с първа в света поддръжка на стилове - Cascading Style Sheets (CSS)
- 1997 г. - Internet Explorer 4 е интегриран в Microsoft Windows
- Нови видове браузъри с поддръжка на разширени (макар често несъвместими) версии на HTML заливат пазарата – ВИЖ

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/74/Timeline_of_web_browsers.svg

Войната на браузърите

- ✓ Февруари 2011 г. - Internet Explorer 45%, Firefox 30%, Chrome 17%, Safari 5%, Opera 2%, други браузъри - около 1%
- ✓ Декември 2012 г. - Internet Explorer 54,70%, Firefox 19,82%, Chrome 18,04%, Safari 5,24%, други браузъри - около 1%
- ✓ Февруари 2014-Chrome-43,85%; IE 22,58%; Firefox-18,75%; Safari-9,91%
- ✓ Февруари 2015-Chrome-48,75%; IE-22,58%; Firefox-16,53%, Safari-10,21%
- ✓ Февруари 2016- Chrome-55,33%; IE- 13,38%; Firefox-14,67; Safari-9,46%
- ✓ **Януари 2022 – Chrome-64.4%; Safari-18.9%; Firefox-3.62%; Edge-3.59%; IE-0.62%**

източник: StatCounter global market

Война на браузърите

Тази война води до:

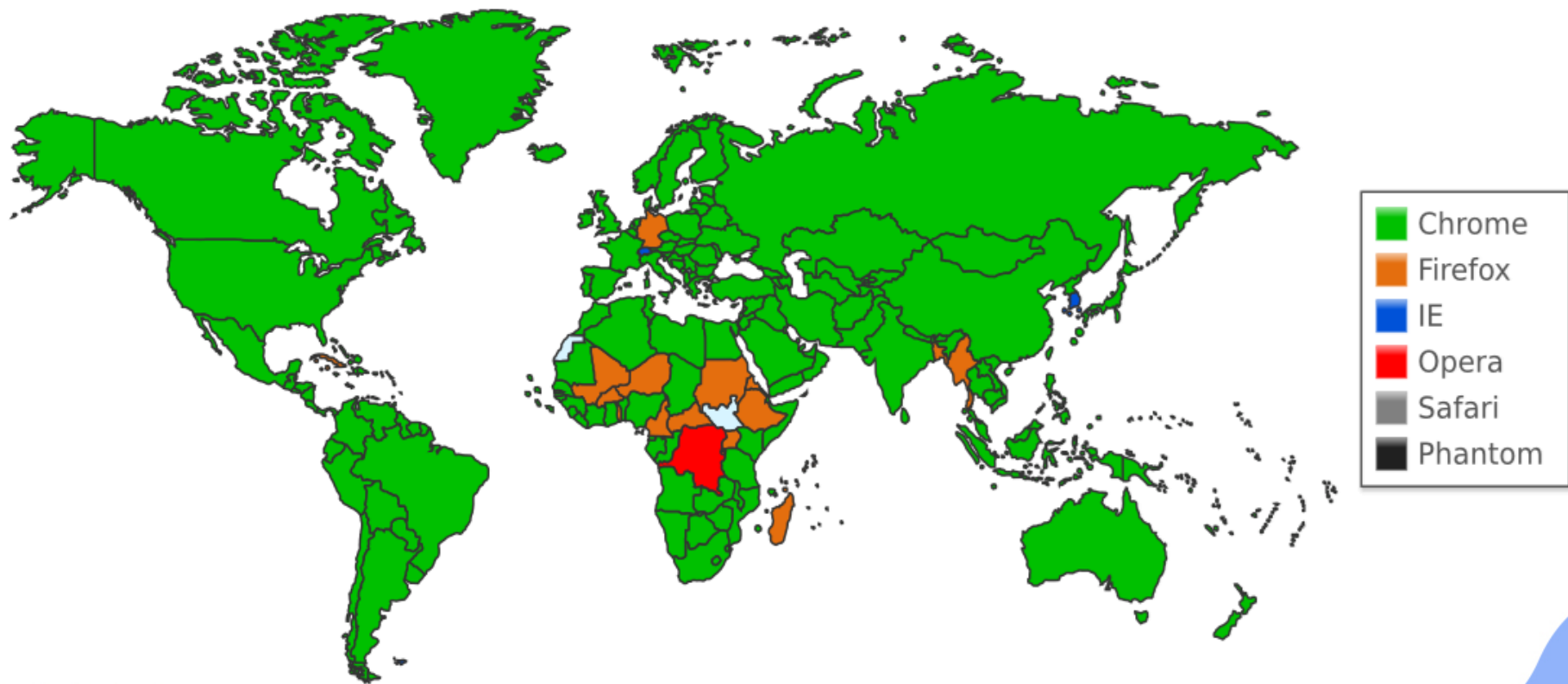
- ✓ надпреварата в предлагането на нови функционалности
- ✓ Добавяне на уникални за браузъра нови маркери (тагове) на съдържание вместо придържане към стандартите – напр. `<marquee>` в Microsoft's Internet Explorer и `<blink>` в Netscape.
- ✓ Изоставане в развитието на стандарта HTML, поддържан от W3C. Проблеми със сигурността – зареждане на вируси при зареждане на документи с активно съдържание (документи-приложения) и др.

Источник: <http://gs.statcounter.com>

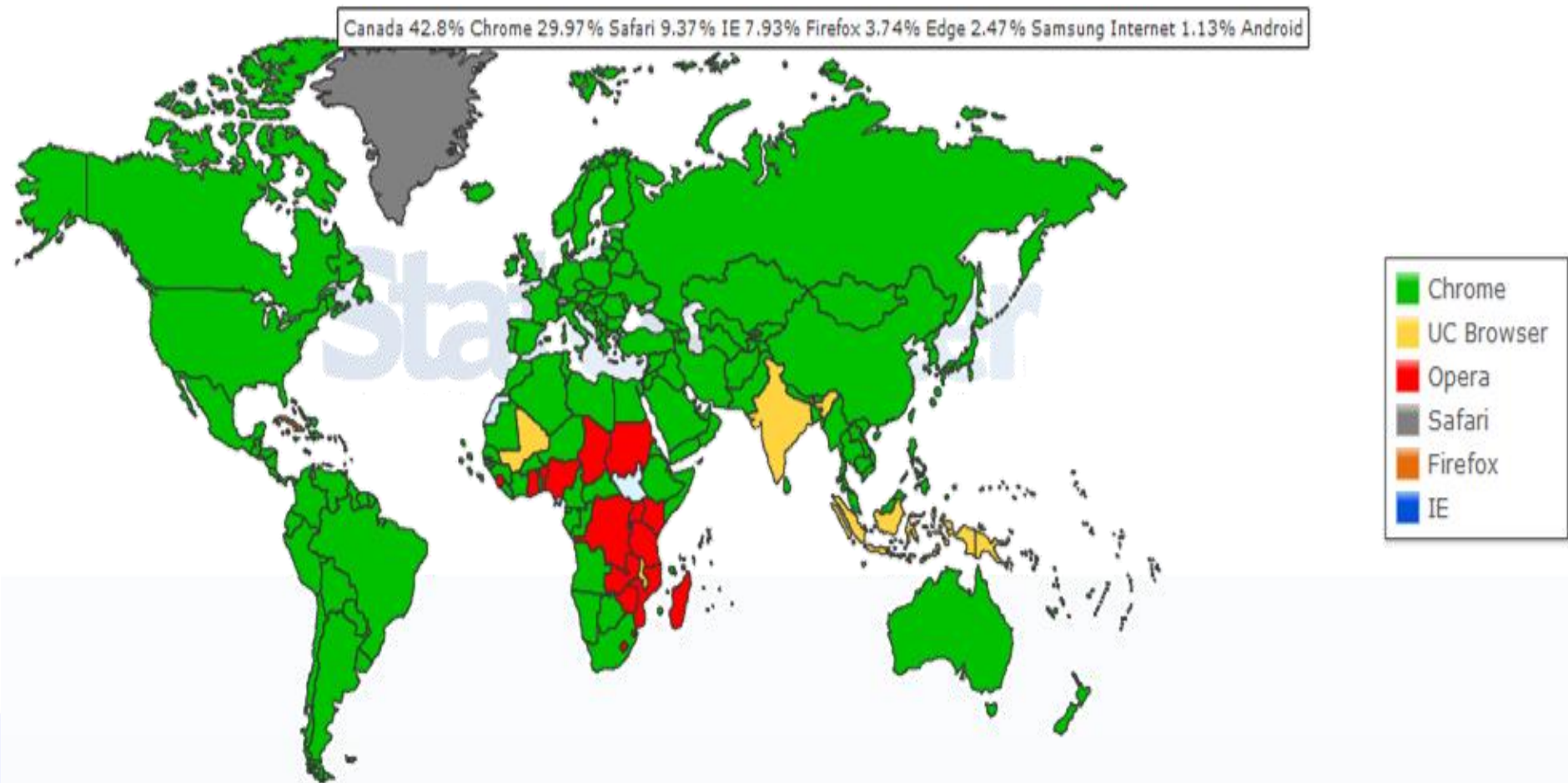
2016г

StatCounter Global Stats

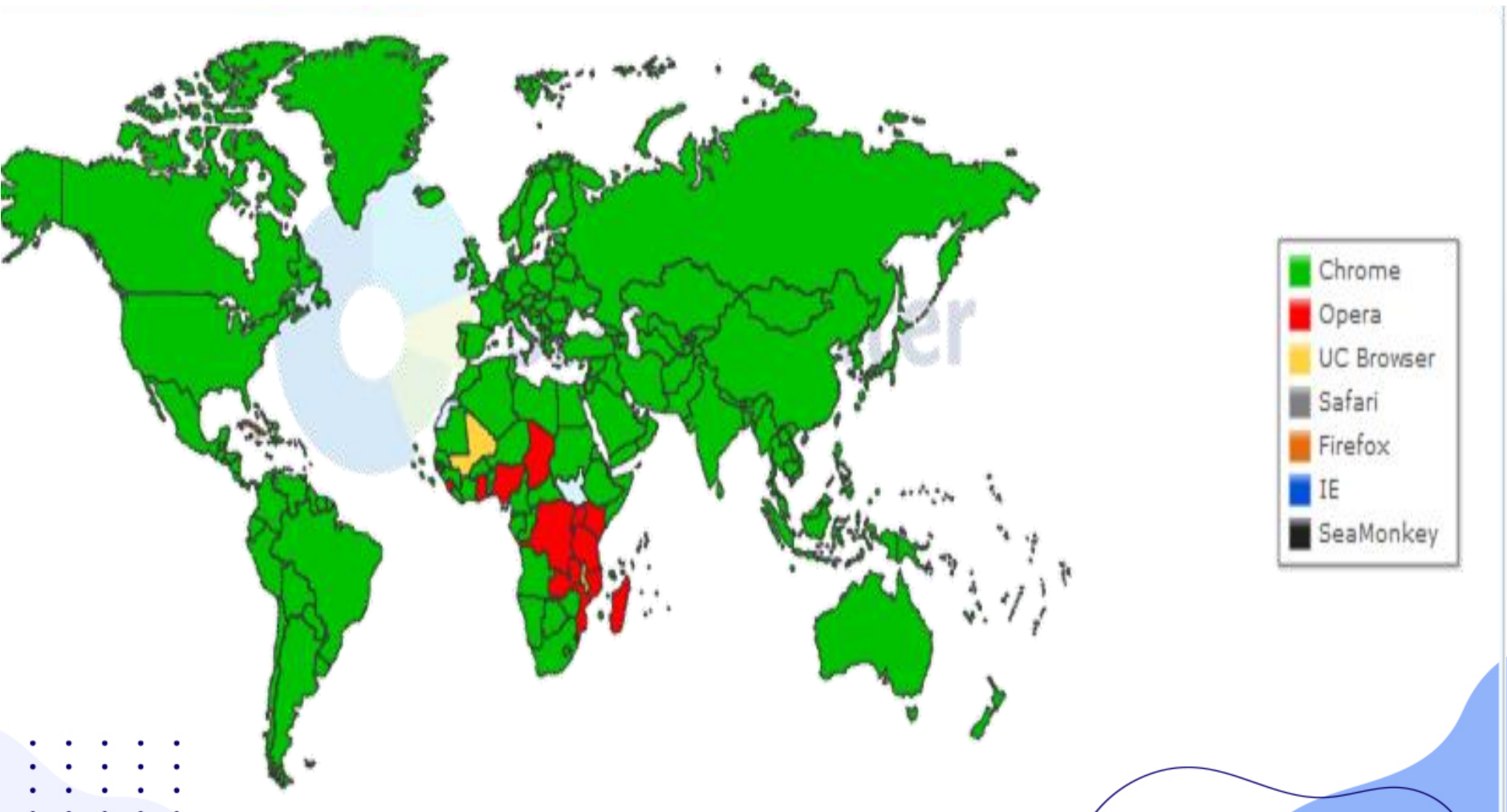
Top Desktop, Tablet & Console Browsers Per Country from Dec 2015 to Feb 2016



2017г



2018г



2019г



2020г

Browser Market Share Worldwide

Dec 2020

[Edit Chart Data](#)

2021г

Browser Market Share Worldwide

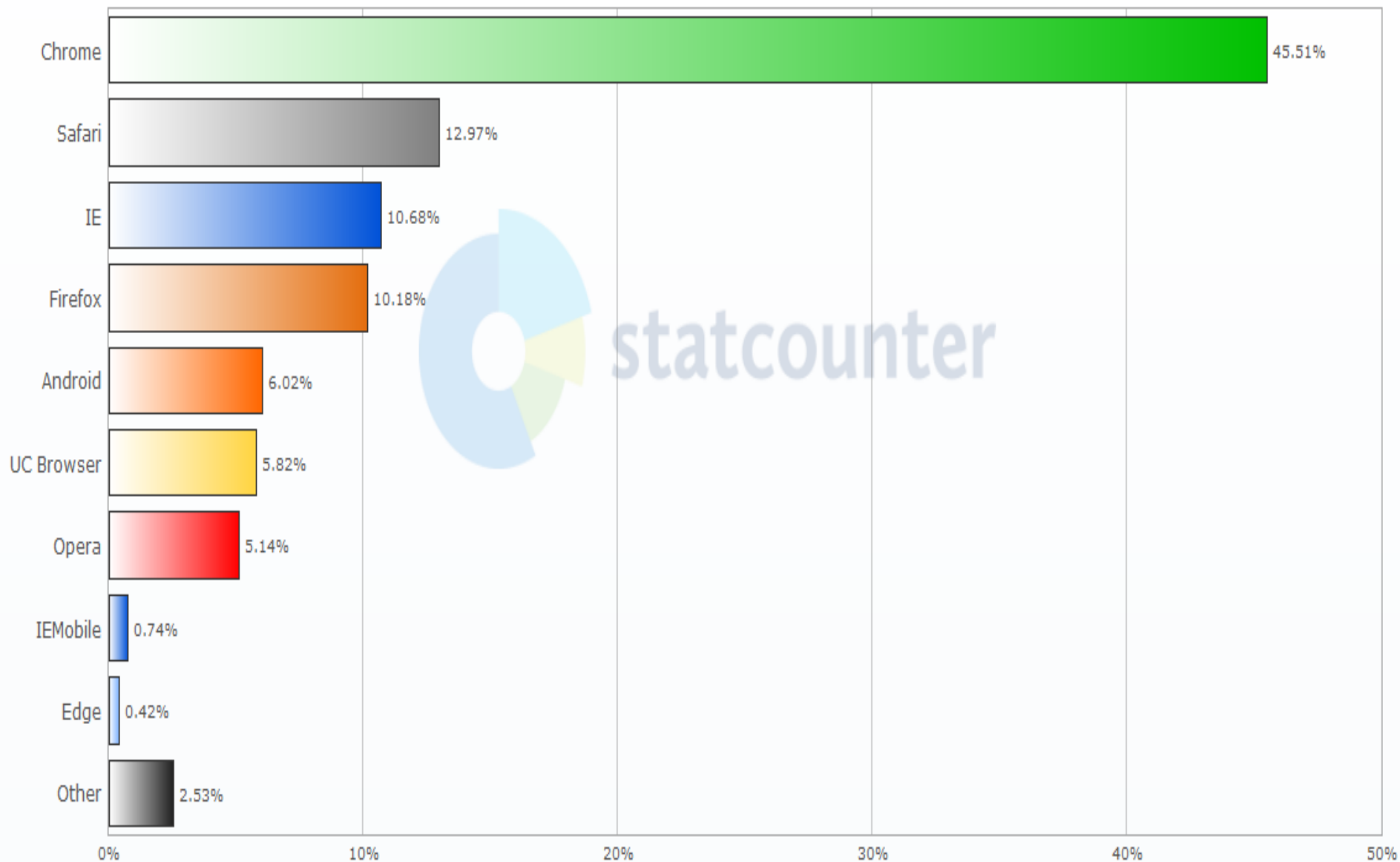
Oct - Dec 2021

[Edit Chart Data](#)

Browser Market Share Worldwide

Feb 2015 - Feb 2016

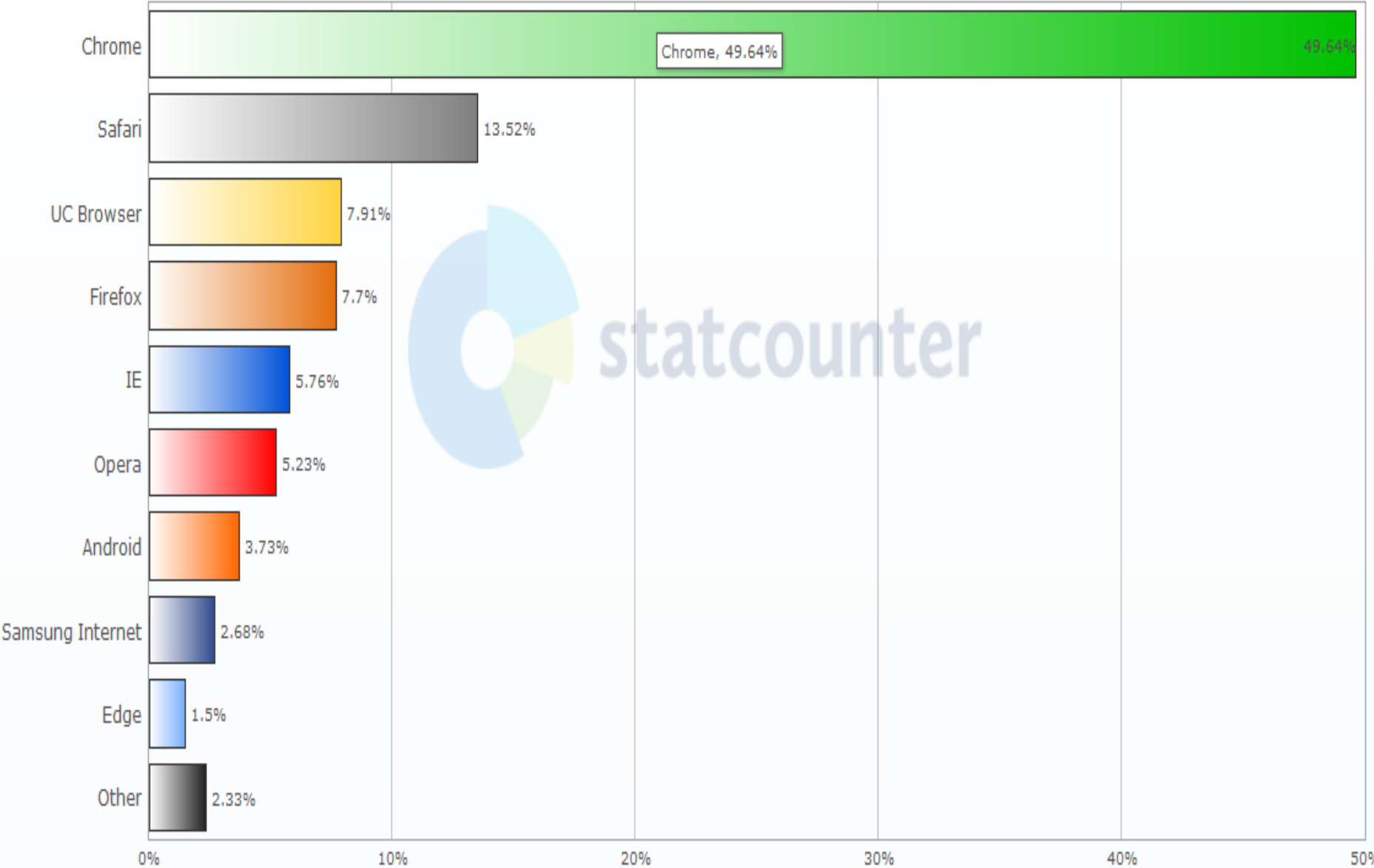
[Edit Chart Data](#)



Browser Market Share Worldwide

Feb 2016 - Feb 2017

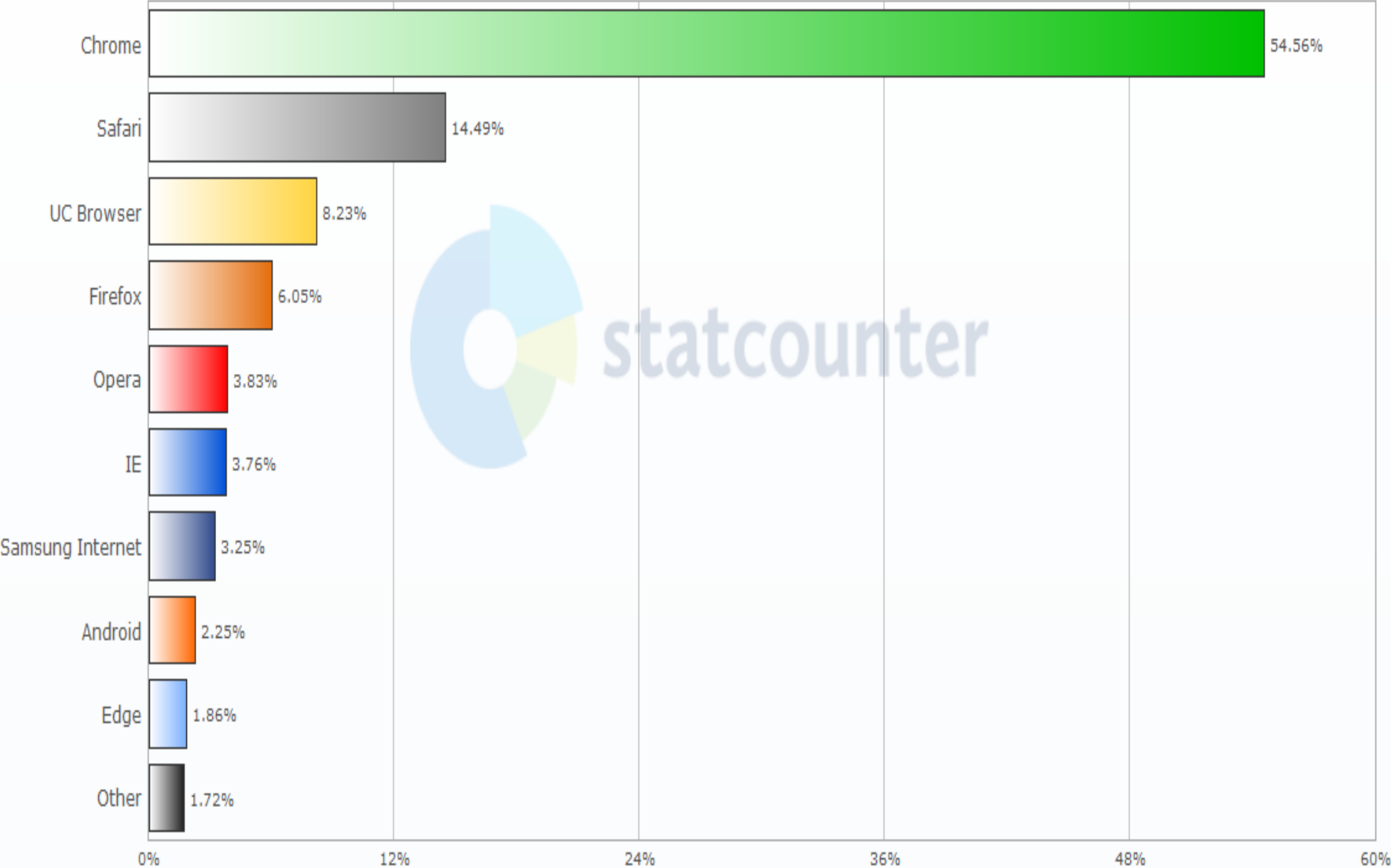
Edit Chart Data



Browser Market Share Worldwide

Feb 2017 - Feb 2018

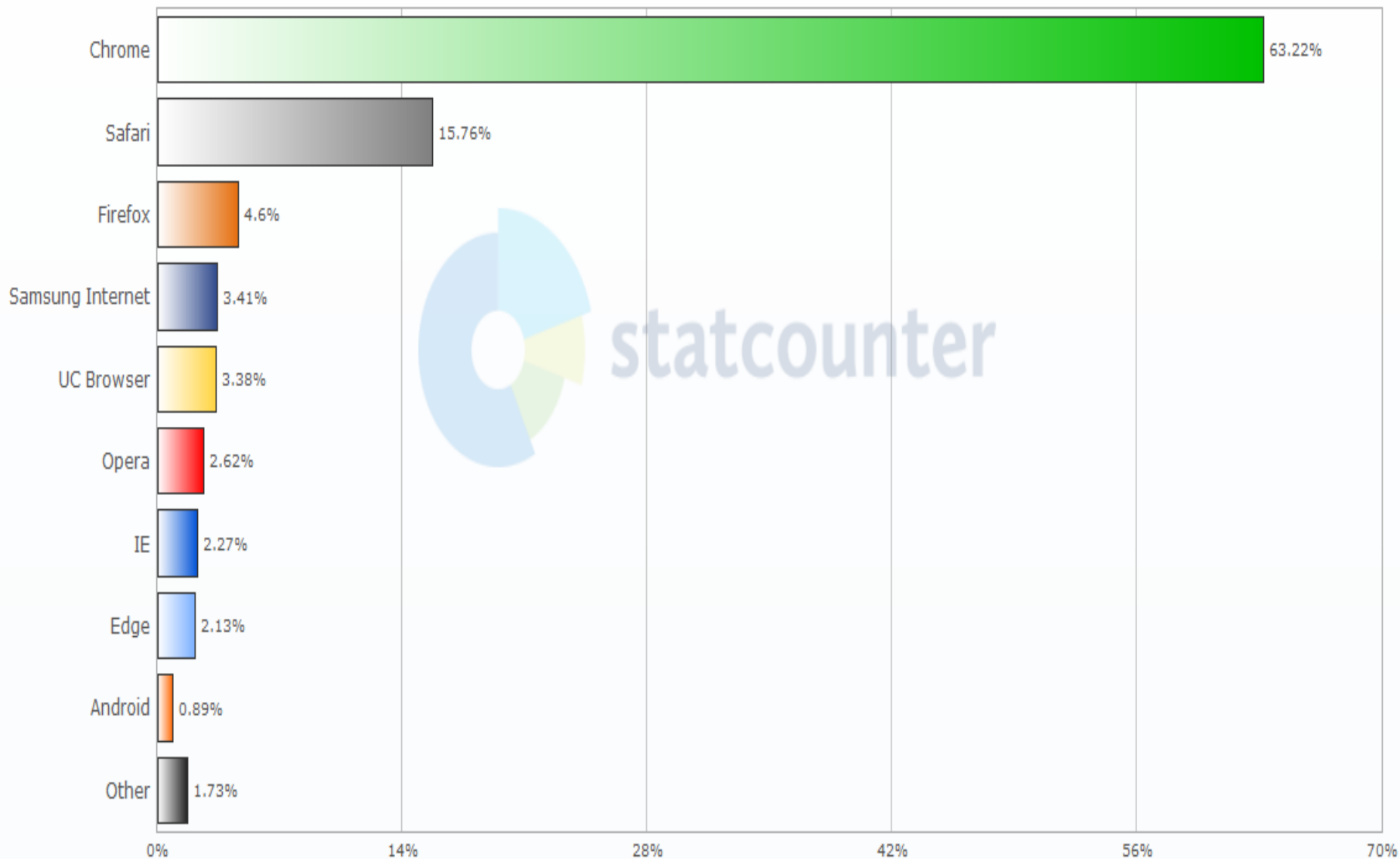
Edit Chart Data



Browser Market Share Worldwide

Dec 2018 - Dec 2019

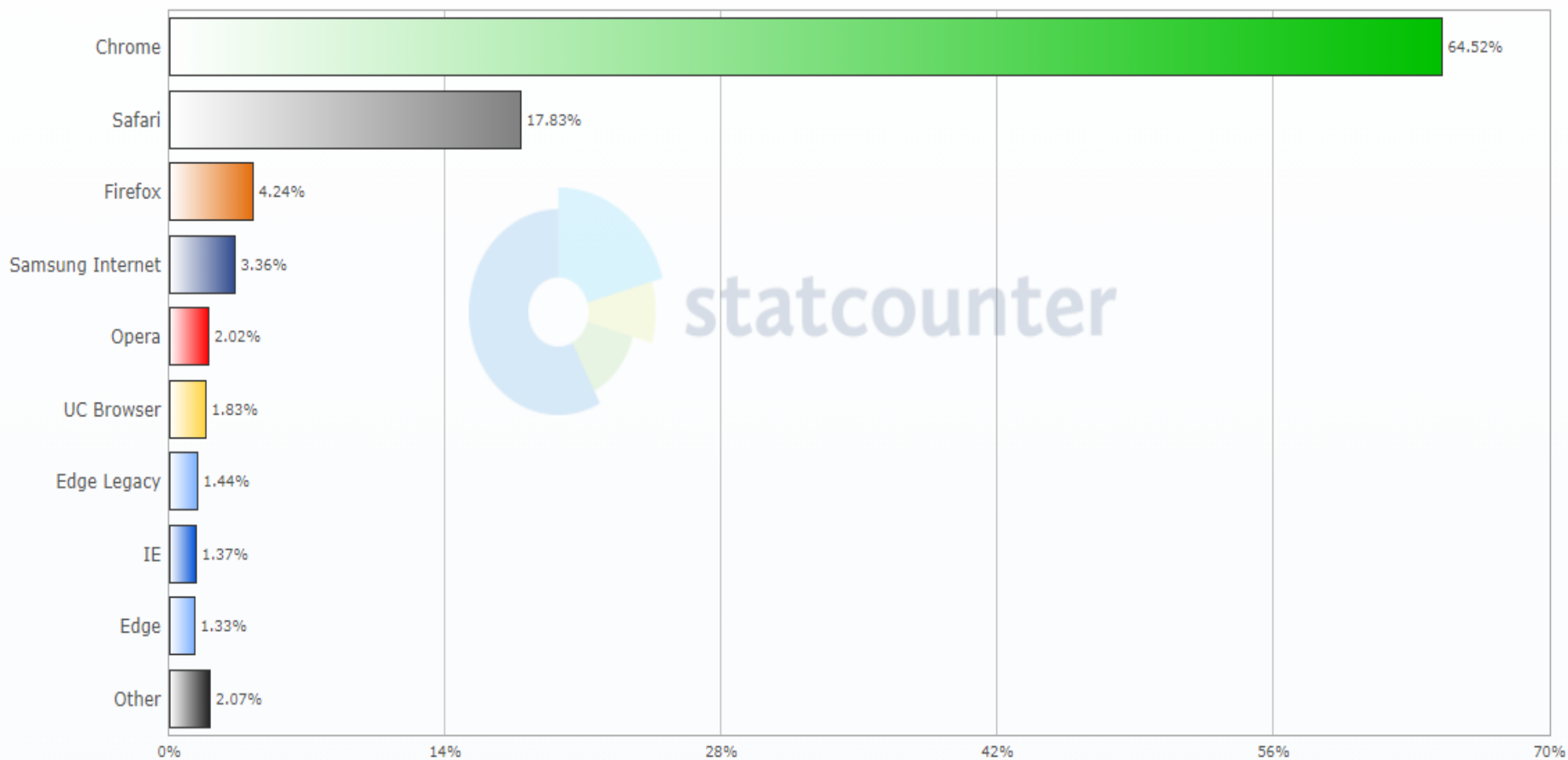
[Edit Chart Data](#)



Browser Market Share Worldwide

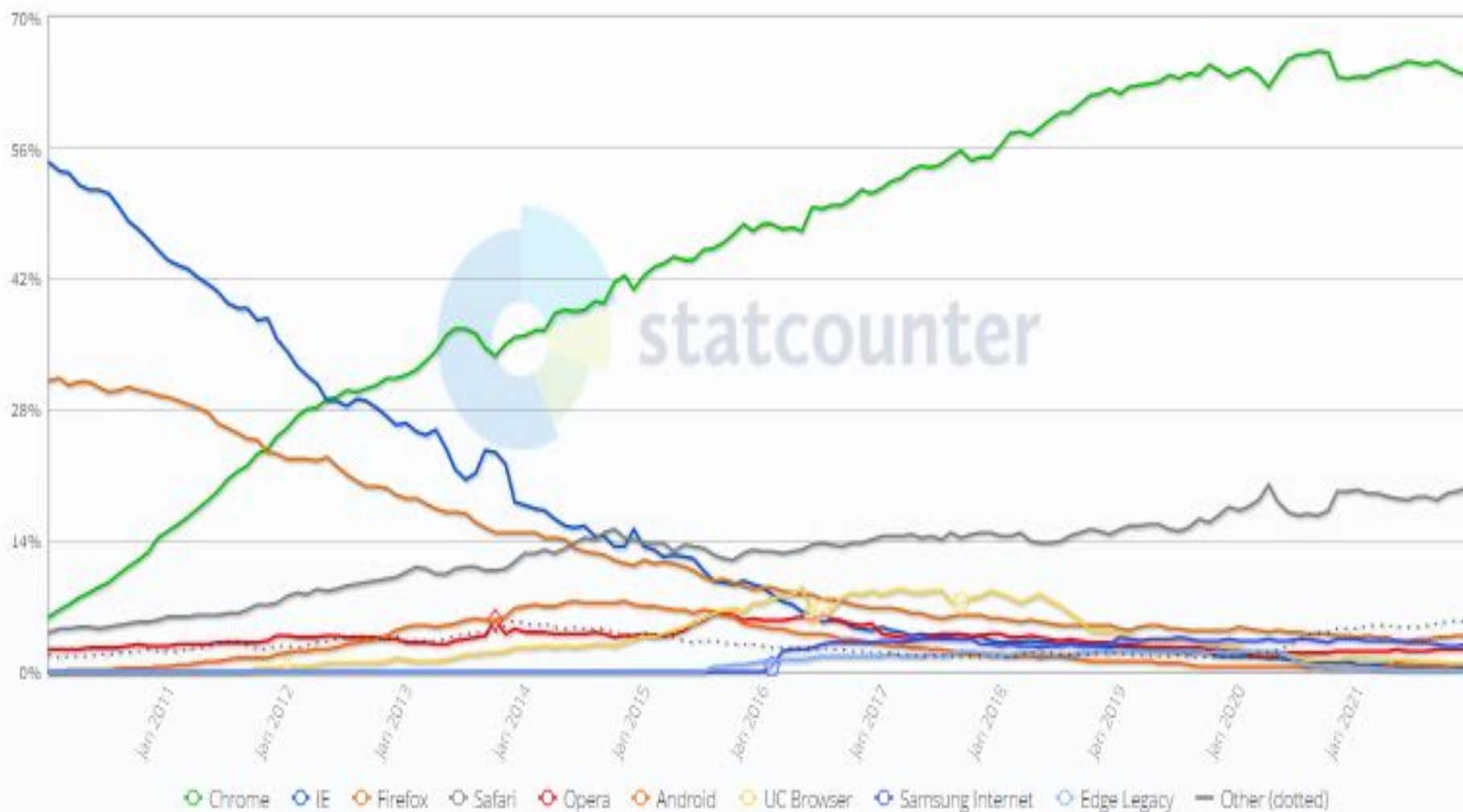
Dec 2019 - Dec 2020

[Edit Chart Data](#)



Browser Market Share Worldwide

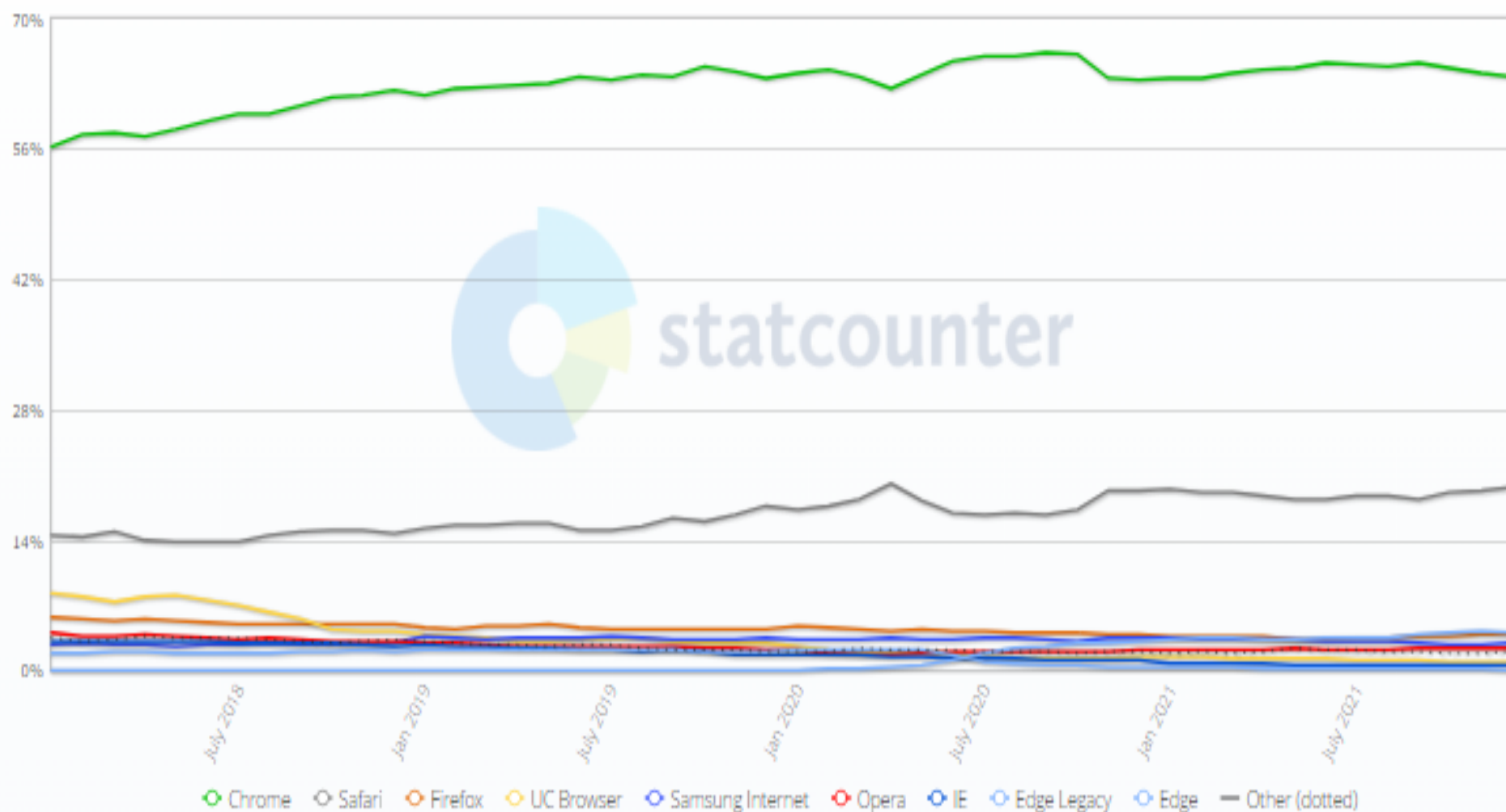
Jan 2010 - Dec 2021

[Edit Chart Data](#)[Save Chart Image \(.png\)](#)[Download Data \(.csv\)](#)[Embed HTML](#)

```
<div id="all-browser-ww-monthly-201001-202112" width="600" height="4
```

Browser Market Share Worldwide

Jan 2018 - Dec 2021

[Edit Chart Data](#)[Save Chart Image \(.png\)](#)[Download Data \(.csv\)](#)[Embed HTML](#)

```
<div id="all-browser-ww-monthly-201801-202112" width="600" height="400">
```

Първо поколение WEB дизайн

Направете го и те ще дойдат!

- 1991-1994
- Сайтовете са статични.
- Технологииите:
 - Малки черно-бели монитори
 - Бавна интернет връзка (телефонни модеми)
 - Неспазване на стандартите от WEB-браузерите
 - Съдържание, линкове и книга за гости

Второ поколение WEB дизайн

Рекламирай и те ще дойдат

- 1995-2001
- Фокусът е върху съдържанието
- Онлайн магазини
- Проблеми- липса на стандартизация
- Технологии:
 - Интуитивна навигация
 - Рамки, бутони, цветове, банери, броячи, бягащ или митащ текст
 - Книга за гости

Трето поколение WEB дизайн

Дизайн с мисъл за клиентите

- Фокусът е върху дизайна и структурата
- Честа употреба на Flash
- Портални технологии
- Технологиите:
 - Насоченост към определена аудитория
 - Интуитивна и лесна навигационна система
 - Използват се колони и формуляри
 - CSS(каскадни стилкови таблици)

Четвърто поколение WEB дизайн

- ✓ WEB 2.0: Уикита, блогове и пр.
- ✓ Интерактивни персонализирани сайтове
- ✓ Потребителите създават динамично съдържанието
- ✓ Социални мрежи
- ✓ Характерни елементи
 - Съобразяване с УЕБ стандартите
 - Заоблени ъгли, 3D ефекти
 - УЕБ услуги
 - Споделяне на файлове
 - CSS(каскадни стилови таблици)

Mobile WEB

- ❖ Безжичен достъп
- ❖ Ограничения от малкия размер на екрана и минималните хардуерни ресурси.
- ❖ Mobile WEB Best Practice:
 - Общ дизайн за много устройства
 - Уебстандарт
 - Без изскачащи прозорци, без рамки и таблици
 - Оптимизиране на навигацията
 - Пестеливо използване на ресурсите
 - Зависимост от местоположението на потребителя

Уеб 1.0 (традиционен Уеб)

Първо поколение - сайтовете са предимно текстови, линейни, напомнящи доста на страници от книга, в най-добрия случай с илюстрации. Те включват таблици, хоризонтални разделители, евентуално фон.

Web 1.0 - етап от еволюцията на World Wide Web от 1993 до 2001г.

Бизнес моделът е:

- ✓ top-down подход за изграждане и използване на WWW - статични страници с хипертекст
- ✓ страници на малцина автори на съдържание (webmasters), зареждани от голям брой потребители с глобален достъп;
- ✓ фокус върху презентацията, а не върху създаването на съдържание;
- ✓ печалби от броя посещения (most visited webpages)

Уеб 1.0 (традиционен Уеб)

Още технически характеристики:

- използване на таблици (<table>) за подравняване на съдържанието на страницата
- отделяне на съдържание с прозрачни изображения в GIF format
- патентовани нестандартни HTML елементи като <blink> и <marquee>
- онлайн книги за гости
- изпращане на HTML форми като електронна поща от статичен хипертекст
- сървърни технологии като PHP, Ruby, Perl, Python, JSP, and ASP.NET

Уеб 1.0 (традиционен Уеб)

Технически характеристики:

- статичен хипертекст – без динамика в брауъра
- липса на редактиране на страниците от външни потребители
- използване на Framesets - рамката (frame) е начин за представяне на няколко Уеб страници и/или медия елементи в един прозорец (или таб) на брауъра:
 - характерен за HTML 3 и 4;
 - липса на поддръжка от много брауъри, лоша индексация от търсачките, трудни връзки и bookmark към рамкираните страници, лошо скролиране при ниска резолюция;
- Framesets са изключени от HTML 5

Уеб 2.0 (социален Уеб)

Второто поколение в дизайна на сайтове преминава към частични графични решения. Сайтовете преживяват бум в употребата на бутони, заместващи текстовите линкове в менютата. Навлизат в употреба фреймовете и ярките фонове, както и анимираните елементи с монотонно повтарящо се действие. Информацията следва строга йерархия.

Web 2.0:

- термин за втория етап от еволюцията на World Wide Web;
- въведен от Tim O'Reilly на Web 2.0 conference през 2004

Уеб 2.0 (социален Уеб)

Бизнес модел:

- top-down + bottom-up подход за изграждане и използване на WWW - динамични хипертекст и страници с авторско съдържание и на самите потребители;
- добавена стойност от споделянето на информация и сътрудничеството между организации и хора;
- фокус върху създаването на съдържание и персонализираното и представяне.

Уеб 2.0 (социален Уеб)

Нови технологии:

Клиентски (client-side/web browser):

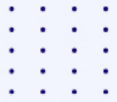
- XML или JSON (JavaScript Object Notation)
- asynchronous JavaScript (Ajax)
- Adobe Flash и Adobe Flex
- JavaScript/Ajax frameworks като jQuery
- HTML5 - изисква по-малко изчислителни ресурси отколкото Adobe Flash; по-малко ел. мощност (батерия при мобилни устройства); замразяване на публичните мобилни Adobe's Flash приставки (plugins)

Сървърни

Уеб 2.0 (социален Уеб)

Социални феномени в Уеб 2.0

- **Podcasting** - от broadcast и (i)Pod - сваляне на онлайн видео или аудио съдържание от настолни или мобилни компютри
- **Blogging** - web log - поддържане на личен журнал, публикуван в Уеб на дискретни порции (т.нар. posts), показвани в ред, обратен на хронологичния
- **Tagging** - добавяне на метаданни (описания с ключови думи и термини) към съдържание или части от него, с цел да се ползват при търсене и разглеждане (browsing)
- **Social bookmarking** - социални отметки - организиране, поддръжка и търсене на отметки към онлайн ресурси
- **Social networking** - сътрудничество в Уеб



AJAX (Asynchronous JavaScript and XML)

- съкращение на Asynchronous JavaScript and XML
- Подобрява УЕБ дизайна
- Посредством асинхронен обмен на малки порции данни „зад кадър“ могат да се променят само частично информации на уеб страницата. По този начин се намалява количеството информация, която се трансферира между сървъра и клиента.
- Информацията се обработва без презареждане на страницата.
- Съдържанието се актуализира веднага след като потребителят извърши действието.



Уеб 3.0 (семантичен Уеб) в настоящия момент

Тим Бърнърс-Лий, откривател на Web и директор на World Wide Web Consortium (W3C):

- Предлага Web 3.0 да се разглежда като развитие на семантична мрежа.
- Концепцията «семантична мрежа» се намира в напреднал стадий на разработка, като са разработени основните описателни механизми (RDF, DAML, OIL, OWL),

Тим О'Рейли, автор на термина «Web 2.0»:

- Предлага да се определи Web 3.0, като «взаимодействие на интернет с физическия свят». Смята за грешка приравняване на Web 3.0 със семантичния Web.

Характеристики на на Web 3.0

- **Всеобща свързаност**
 - Използване на широколентови комуникационни канали;
 - Мобилен достъп до Интернет;
 - Мобилни устройства;
- **Мрежов компютинг**
 - Бизнес модел Софтуер-като-услуга (SaaS, Software-as-a-Service);
 - Web услуги за оперативна съвместимост;
 - Разпределени изчисления (облачен компютинг)
- **Отворени технологии**
 - Отворени формати за данни;
 - Софтуер с отворен код;
 - Отворени данни (Creative Commons, Open License данни и др.).
 - Отворени API и протоколи

Характеристики на на Web 3.0

- **Отворена идентичност** -Преносима самоличност и лични данни
- **Интелигентен Web**
 - Семантични Web технологии (семантични приложения, както и хранилища за данни и бази знания);
 - Разпределени бази данни (разпределена база данни за оперативната съвместимост, активирана от семантични Web технологии);
 - Интелигентни приложения за обработка на естествен език, машинно обучение, автономни агенти.
- **Web базиран виртуален свят**
- **Навсякъде присъстващ Web 3.0 – Интернет на нещата**

Уеб 3.0 (семантичен Уеб) в настоящия момент

- Характеризира се с това, че дизайнерите започват да мислят за хората, които четат информацията, а не за самата информация.
- Търси се такова структуриране, което да отговаря на нуждите и интересите на потребителя, като това се съчетава с един лек и в същото време изискан графичен дизайн.
- Внимателно се определя позицията и връзката между всички елементи в страниците, като се използват много визуални ефекти и метафори, които да направят посещението на сайта приятно преживяване от първата до последната прочетена страница.

Уеб 3.0 (семантичен Уеб) в настоящия момент

- Дизайнът при трето поколение Уеб е стилизиран, не е дразнещ, с преобладаваща графика.
- Навигацията е интуитивна и лесна.
- Бутоните съществуват, но не се натрапват. Те се сливат и допълват графичния дизайн на сайта, реагират с промяна на цвета, или появата на кратко обяснение за линка, накъдето водят.
- Баланс между съдържание и представяне, структура и дизайн.
- Използваните метафори и визуални теми съпровождат посетителя при всяка негова стъпка в сайта.
- Създаването на подобни сайтове е трудно, изисква време и чувство, обвързване не с технологията, а с усещането.

Съвременните тенденции

- Голяма част от работата на графичните дизайнери е да намерят начин техния дизайн да отговаря на тенденциите на пазара.
- Живеем в свят със силна „визуална култура“ и особено в рекламната индустрия е предизвикателство да грабнеш и задържиш вниманието на потребителя.
- Посланието, което се предава чрез рекламите трябва да е ясно и да бъде възприето бързо от потребителя.
- Основният инструмент на дизайна - типографията, илюстрациите, фотографията и цялостната композиция и цветовете, логично търси и следва промените в новите условия.

Съвременните тенденции

- **Типографията** или печатният текст е в основата на графичния дизайн. В печатната реклама отдавна има голяма свобода и избор за използване на шрифтове.
- При Web дизайна в миналото е бил използван ограничен набор от шрифтове. Сега и тук има промяна на стандартите.
- Дизайнерите вече не са ограничени от шрифтове като Georgia, Verdana и Tahoma. Те могат да включат богата типография с помощта на онлайн източници, като Google уеб шрифтове, които дават възможност за създаване на уникален Web дизайн.
- За съжаление повечето интересни Web шрифтове са все още предимно на латиница.

Съвременните тенденции

- В печатната реклама очакванията на специалистите от бранша е грънч и ретро типографията да продължат да бъдат популярни. Ръкописните шрифтове също се завръщат и предлагат разнообразие от свобода и четимост, с елементи на забавното – класическа естетика.



Съвременните тенденции

Илюстрация

Много графични дизайнери вече избягват използването на така наречените „stock graphics”, които могат да бъдат купени в интернет и използват ръчно рисувани графики в своите проекти. Такъв вид графики правят всеки дизайн много по-различен и уникален. Ръчно рисуваните елементи от дизайна помагат на дизайна и на посланието в него да се забелязва и отличава.



Съвременните тенденции

Фотография

Преекспонираните кадри се използват все повече в дизайна, който виждаме днес. За много хора такива снимки са грешка на фотографа или дизайнера, но всъщност това са кадри, които са част от посланието и много добре премерена доза естетика. Тяхното ретро внушение е един чудесен начин за създаване на усещане за носталгия и копнеж.



Съвременните тенденции

Минималистичен дизайн - Докато минимализма не е нищо ново за графичния дизайн, наблюдаваме тенденция към минимализъм и в обема текстово съдържание в полза на по-големи изображения и използване на удебелени букви с по-голям кегел. Очевидно повечето дизайнери са съгласни, че изчистеният графичен стил предава по-силно цялостното послание.



Съвременните тенденции

Цветовете

Смелите и ярки цветове с интензивни нюанси са още една тенденция на дизайна. Използването на големи прозрачни цветни подложки с контрастиращи привличащи очите нюанси, също е очаквана тенденция в графичния дизайн.

Текстури

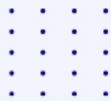
Добавянето на текстури привлича вниманието и е и начин да се създаде обемност в двумерното пространство.

Грънч текстурите, зърнистите текстури, ръчно изработените текстури и детайли, добавят дълбочина в проекта и често се използват за постигане на релеф, осезаемост и артистичност.

Съвременните тенденции



// по данни от водещи компании като <http://edesign.bg>



Съвременните тенденции. Реклама

- Бизнесът все по-често търси алтернативни социални канали за реклама.
- Мобилният маркетинг във все по-голяма степен ще се свързва с местоположението на потребителите, а фокусът е върху качествената графика и съдържание.
- Това са някои от тенденциите за развитието на един от най-динамичните технологични сегменти, в който нови играчи и платформи се появяват на практика всеки месец и променят възможностите за маркетинг в него.



Съвременните тенденции. Реклама

❑ Facebook

- Факт е, че ако преди няколко години, инвестирането във Facebook - кампании изглеждаше перспективно, днес този канал е твърде експлоатиран и все по-малко интересен.
- Самата социална мрежа наложи нова политика на платени постове, ограничавайки възможностите за достигане до целевата аудитория и много от компаниите, инвестирани в натрупването на голяма маса "фенове", са разочаровани.

Съвременните тенденции. Реклама

- Статистическите резултати, показват все по-ниска конвергенция на платената реклама в социалната мрежа и това неминуемо ще доведе до търсене на алтернативни канали.
- Такива според специалистите биха могли да бъдат:
 - нишови социални мрежи като Pinterest, YouTube, FoodSpotting, FourSquare, Instagram* и др.;
 - агрегатори и сайтове сравняващи цени;
 - pay per click рекламни платформи;
 - различни канали за мобилен маркетинг и др.
- Въпреки това пренебрегването на Facebook като маркетингов канал надали би било добра идея.

Съвременните тенденции

☐ **mobile, Mobile, MOBILE!**

- От началото на 2017г. Интернет съдържанието в България вече се достъпва повече през мобилни устройства, отколкото през настолни такива. Тенденцията към засилване на мобилното потребление на Интернет услуги, променя правилата, както на маркетингането в Мрежата, така и на изграждането на уеб страници и създаването на съдържание за тях.
- Мобилните устройства пренасят виртуалното в реалния свят, което ги прави невероятно мощен маркетингов инструмент.

Съвременните тенденции



Съвременните тенденции

- По отношение на технологиите за разработка, все по търсени ще бъдат възможностите за изграждане на Интернет страници, които са лесно достъпни и четими на мобилни устройства или мобилните страници.
- Все по-актуално става разработването на така наречените "отзивчиви" (responsive) уеб страници, което в някои случаи ще бъде по-доброто решение за достъпност на информацията през мобилни устройства.

Съвременните тенденции

- Важно е също, че фокусът ще бъде изместен от изграждането на мобилни приложения, към изграждането на мобилни сайтове.
- В проектирането на интерфейса и структурата на сайтовете, определящи са изискванията за независимост спрямо различните екранни резолюции, както и възможността за лесна и удобна touch - навигация
- Услугите, базирани на локализация (LBS – Location Based Services), както и на стандарта за безжичен пренос на малки разстояния NFC (Near Field Communications) също набират скорост и у нас.

Съвременните тенденции

❑ Фокус върху съдържанието

- Пренастищането с информация, агресивните рекламни послания, копи / пейст културата на изграждане на съдържание заляха информационната среда с огромни количества излишно, повтарящо се или дори направо измамно съдържание (текстове, видео и снимки).
- Тенденцията днес е към отърсване от бремето на некачественото съдържание, смятат в eDesign. Това е бавен процес, който ще отнеме много време, но високите изисквания на все по-информирания и визуално, и съдържателно узрял Интернет потребител правят този процес необратим.

Съвременните тенденции

❑ Корпоративни и продуктови уеб страници от нов тип

- Все по-тясна интеграция със социални мрежи, уебсайтове от типа „Single page“, при които цялото съдържание е достъпно чрез вертикално скролиране, както и все по-изчистен и „дишащ“ дизайн, с фокусирано и ясно съдържание – това са основните тенденции, които ще наблюдаваме при корпоративните страници.

Съвременните тенденции

❑ Подем на електронната търговия -

- Всяка година след 2015-та броят на онлайн магазините се увеличава в пъти и очакванията са, тази тенденция да се запази и през следващите години.
- Предимствата на електронната търговия (достъп до значително по-голяма аудитория, в сравнение с традиционните търговски обекти, по-ниски разходи за поддръжка и персонал, повече възможности за интерактивен маркетинг, по-голямо удобство за потребителя) вече са видни за всички традиционни играчи, а подтикват и все повече нови фирми да стартират своята дейност, използвайки само този канал.

Съвременните тенденции

❑ Отдръпване от агресивните методи за реклама

- Агресивната реклама в интернет става все по- неефективна.
- Потенциалът на Интернет рекламата е огромен и той многократно надхвърля този на традиционните медии, но некоректните практики лесно отблъскват потребителите.
- След първоначалния период на неконтролирано използване на всякакви агресивни методи, пазарът вече преминава в своята зряла фаза, в която се търсят онези инструменти, които осигуряват дългосрочен успех.
- Тенденцията в маркетинга ще е към предлагане на контекстуална реклама, а агресивните практики стават все по- непопулярни и носят на рекламодателите повече негатив, отколкото позитив.

Съвременните тенденции

□ Повече свързани джаджи

- Ерата на умните телефони промени живота ни изцяло.
- Вече използваме умни телевизори, печки, хладилници, медицински апарати, часовници, прахосмукачки...
- Този процес става популярен с названието „Интернет на нещата" (Internet Of Things) и включва свързването на все повече устройства в дома, офиса и обществената среда.
- Все още не е ясно, кой ще е следващият клас устройства, който ще спечели популярност, сравнима с тази на смартфоните и таблетите, но със сигурност е въпрос на време дигитализацията и услугите, свързани с анализ на състояния и опериращи или управлявани през интернет да навлизат все по активно в ежедневието ни.

Съвременните тенденции

❑ Завръщане към комплексните решения

- Обещанията за бърза печалба чрез нестандартни и евтини решения, партизански маркетинг и вирусни реклами промениха изцяло правилата за водене на интернет кампании.
- Бизнесът се луташе между десетки решения за онлайн успех: социални мрежи, оптимизация за търсачки, мобилен маркетинг, корпоративни блогове, онлайн продажби и др.
- Истината е, че успехите онлайн се постигат с постоянство, добро планиране и разбиране както на аудиторията, така и на технологията.

Очертава се тенденцията за използване на класическите форми на дигитална комуникация, съчетани с модерни технологии и работещи маркетингови канали.

Литература

- ✓ Patrick Carey, New Perspectives on HTML, CSS, and Dynamic HTML, 5th Edition, Course Technology, Boston, USA, ISBN-13: 978-1-111-52643-6 ISBN-10: 1-111-52643-5, 2017
- ✓ Склар, Д., Принципи на уебдизайна. Четвърто издание, Дуо Дизайн, 2010, ISBN: 9789548396343.
- ✓ Crowder, Ph., D. Crowder. Creating Web Sites. Bible, Third Edition, Wiley Publishing, Inc., 2008, ISBN: 978-0-4702-2363-5.
- ✓ Frain, B., Responsive Web Design with HTML5 and CSS3, Packt Publishing Ltd., 2012, ISBN: 978-1-84969-318-9.
- ✓ Duckett, J. HTML and CSS: Design and Build Websites, John Wiley & Sons, Inc., 2011, ISBN-10: 1118008189, ISBN-13: 978-1118008188.
- ✓ Лиса Лопук, УЕБ дизайн for Dummies, Алекс Софт, Wiley Publishing, Inc. 2020, ISBN 9546563536

Литература

- ✓ Freeman, A. The Definitive Guide for HTML5. Apress, 2011, ISBN-10: 1430239603.
- ✓ McIntire, P. Visual Design for the Modern Web, New Riders, 2011, ISBN: 978-0-321-51538-4.
- ✓ Osborn, J., Adobe Dreamweaver CS6 Digital Classroom, John Wiley & Sons, Inc., 2012, ISBN-10:111812409X, ISBN-13:978-1118124093.
- ✓ Robbins, J., Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics, Fourth Edition, 2012, O'Reilly, ISBN-10: 1449319270, ISBN-13: 978-1449319274.
- ✓ The Definitive Guide for HTML5, by Adam Freeman, Apress, 2011
- ✓ JavaScript Essentials, by Sven Lennartz and Vitaly Friedman, Smashing Media GmbH, Freiburg, Germany, Dec. 2011

Литература

- ✓ Pro jQuery, by Adam Freeman, Apress, Feb. 2012
- ✓ Patrick Carey, New Perspectives on HTML5 and CSS3, 7th Edition, Comprehensive, ISBN: 978-1-305-50393-9, Cengage Learning, Boston, MA 02210 USA, 2018
- ✓ Programming the Semantic Web, by Toby Segaran; Colin Evans; Jamie Taylor, O'Reilly Media, Inc., July 14, 2009
- ✓ Mobile Design for iPhone and iPad, Sven Lennartz, Vitaly Friedman, Adobe Flash Professional CS5, Katherine Ulrich, 2010
- ✓ Professional Workflow for Web designers, Luke Reimer, 2011
- ✓ Flexible Web Design: Creating Liquid and Elastic Layouts with CSS, Zoe Mickley Gillenwater, 2009
- ✓ <http://www.wowebook.com/>
- ✓ <http://www.w3schools.com/>