

# 3. Уеб дизайн



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

# Тема 3

- Какво представлява УЕБ дизайна
- Етапи при проектиране на един сайт
- Типове сайтове
- Структура на Уеб страницата
- Какво представлява банера:
  - основни типове банери
  - основни размери
  - основни технологии за реализация



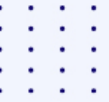
# Какво обхваща Уеб дизайнът?

- различни аспекти от процеса на проектиране;
- Уеб графичен дизайн;
- дизайн на интерфейса;
- създаване на текстово, графично, видео и аудио съдържание;
- използване на изпълняван при клиента код за динамично поведение на Уеб страницата;
- ориентация към крайния потребител;
- оптимизация за машините за търсене;
- Подобряване на интерфейса и др.



# УЕБ дизайн

- Уеб дизайнът е широко понятие и обхваща различни умения и дисциплини за производството и поддържането на интернет страници от клиентската част на Уеб приложенията



# Ключови думи на Уеб дизайна



# Характеристики на добрия УЕБ дизайн

- високо качество на предоставената информация;
- уникално и оригинално съдържание;
- поднасяне на съдържанието по подходящ, интуитивен и достъпен начин на определена публика;
- разполагане (Layout) на съдържанието в съответствие с добрите и съвременни дизайнерски практики в съчетание с удобна система за навигация на потребителите;
- подходящата цветова схема, според с темата на сайта;
- страниците да се зареждат бързо и напълно, така че потребителят да не изчаква повече от необходимото.

# Някои съвети

## Съдържанието

- Добрите текстове -съдържателни, ясни и изчерпателни са голямо предимство
- Писането на текстове трябва да бъде съобразено с ключовите думи, по които потребителите търсят
- Съдържанията трябва да бъдат написани:
  - Компетентно и професионално, ориентирани към потребителя
  - Кратко и ясно, за да задържите вниманието
  - Достатъчно изчерпателно, за да отговорите на всички евентуално възникнали въпроси
  - Въздействащо, за да събудите емоция и подтикнете към действие

# Някои съвети

## Навигацията

- Какви менюта и подменюта са необходими?
- Нека не забравяме, че както хората, така и търсещите машини обичат простата, линейна структура.
- Всяко съдържание е добре да бъде на не повече от 2 клика от началната страница.
- Така потребителят ще се ориентира бързо и лесно. Ако го затрудните - той ще загуби търпение и ще отиде при конкуренцията.



# Някои съвети

## Дизайнът

Тук ще трябва да се имат предвид доста неща:

- ✓ Стила и идентичността на организацията-лого, фирмени цветове.
- ✓ Новите тенденции в уеб дизайна

Техническите изисквания към един съвременен уеб сайт:

- ✓ респонсив дизайн, за да се чете добре и от мобилни устройства,
- ✓ липса на флаш, за да е видим за търсачките,
- ✓ олекотена графика за бързодействие и т.н

# Някои съвети

## Изображенията

- Умело илюстриране на текстовете.
- Снимките, графиките и видеото, оживяват уеб сайта и допринасят много за потребителското преживяване.
- Лошо впечатление оставят безцелните илюстрации, които нямат връзка с тематиката.
- Подгответе качествени файлове.
- Добра идея е да се използват собствени снимки, а не взети от интернет.
- Търсачките ценят високо авторското съдържание.

# Някои съвети

## Бързодействието

- 75% от потребителите не биха се върнали на страницата отново, ако зареждането и е отнело повече от 4 секунди.
- Преди 2006 границата е 8 секунди.
- Съвременните проучвания показват, че границата вече е около 2 секунди.
- Фирмите, които инвестират големи суми в Интернет приложения, вече поставят бързодействието като топ приоритет.

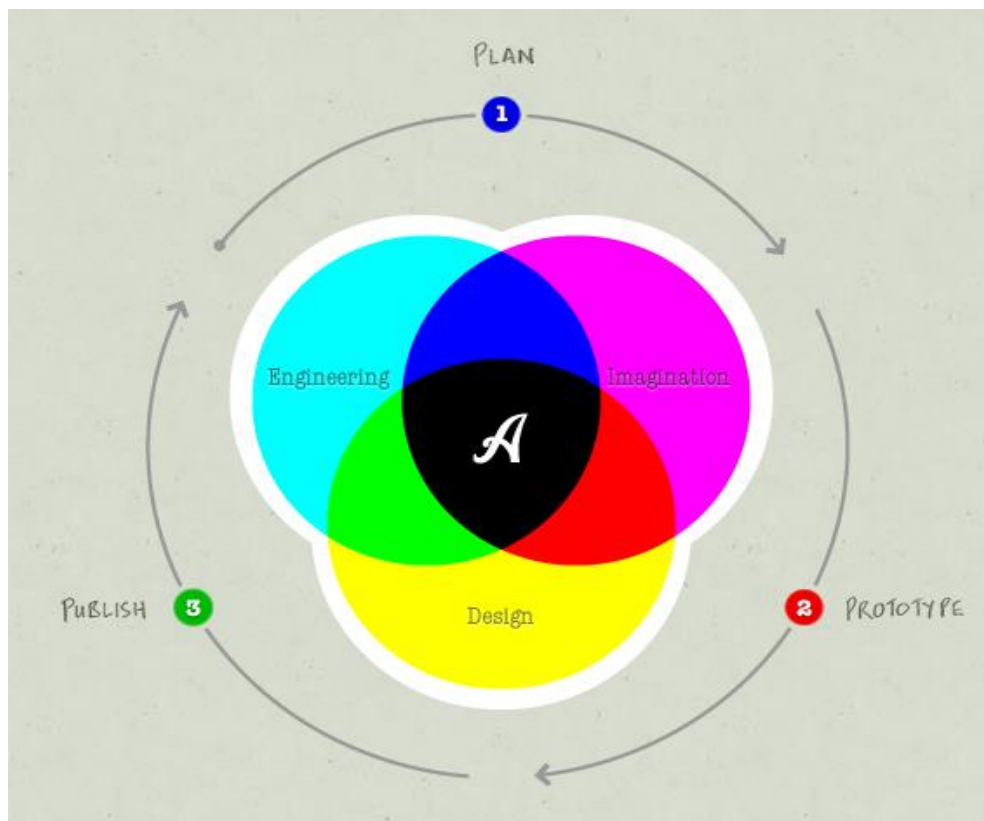
# Някои съвети

## Индексирането на търсачките

- През 2009 средно 36,9% от целия поток от потребители и 69% от потока, пристигнал от търсещи машини е от Google.
- През 2010 44.2% от целия трафик и 74.3% от трафика през търсещи машини е от Google.
- Днес Google продължава да е безспорен лидер, следван от Facebook, YouTube, Yahoo и Bing.



# Етапи при разработката на един сайт



# Етапи при проектиране на един сайт

1. Задайте целите на дизайна
2. Уточнете първостепенните цели на проекта
3. Разучете кой от фирмата-клиент може да ви помогне при разучаването на поставените пред проекта бизнес-изисквания.
4. Установете най-добрите методи за обединяване потребителските проучвания.
5. Задайте си въпросите кои системи и технологии ще се използват за реализацията.

Вашият сайт най-вероятно ще принадлежи на някои от следните 4 основни типа:

# Типове сайт – първи тип

**Представяне на търговската марка / компания/ фирма** - постоянно присъстваща онлайн платформа, която улеснява взаимодействието между компанията и потребителите

## **Примери:**

1. Основният сайт на компанията (company.com, company.org, company.net, т.н.)
2. Сайт за някое основно подразделение на компанията (често уникален сайт за определена индустрия, регион или широка гама продукти)
3. Сайтове за важни свързани търговски марки или помалки такива в рамките на компанията.

# Типове сайт – втори тип

**Маркетинг кампания** - целеви сайт или приложение, предназначени да удовлетворят специфична потребност на определена част от потребителите за краен период от време. Целта е генериране на интерес.

## Примери:

1. Landing page, която промотира специфична услуга. Страницата се достига чрез банер или от друга страница.
2. Малък сайт (или микросайт) промотиращ определено събитие.
3. Игра или инструмент, който се създава за генериране на трафик, популярност.
4. Сателитни сайтове.



# Типове сайт – втори тип

## Цели на дизайна:

- Създаване на фокусирано съдържание с цел оптимизация на определена група метрики.
- Генериране на интерес, привличане вниманието на потребителите (наблягане на атрактивността на продукта или услугата, която презентираме).
- Привличане на потребителски групи чрез определено действие като: кликане на определена област или бутон към основния сайт, абониране за новини, или друго. Когато това е изпълнено се нарича конверсия (*превръщане, преминаване, осъществяване на връзка*)

# Типове сайт – трети тип

**Източник на информация** - съхранява информация, потенциално създадена като няколко типа медия (статия, документи, видео, снимки, ръководства). Нейната цел е да информира, привлича, забавлява потребителите.

## Примери:

1. Фирмен Интранет
2. Онлайн библиотека или ресурси за членовете на дадена организация.
3. Сайтове или група сайтове, фокусирани върху осигуряването на новини или често променяща се информация
4. Център за поддръжка на клиенти

# Типове сайт – трети тип

## Цели на дизайна:

- Представяне на основното съдържание при първо посещение в системата и това, което се проверява всеки път (*добре е да се изнесе още на първа страница или да има бърз достъп до него*).
- Показване на възможностите, които предоставя дадена компания.
- Поддръжка на важните решения и обсъждания в потребителската база.
- Поддръжка на потребителите, които търсят повече информация чрез предоставяне на различни опции за търсене (*разширени и обикновени опции за търсене*).

# Типове сайт – четвърти тип

**Ориентирано към изпълнението на определени задачи приложение** - инструмент или колекция от инструменти, предназначени за изпълнението на поредица операции или процеси, в помощ на определена група потребители.

*Тези приложения варират от прости калкулатори към сайтове за недвижими имоти до сложни инструменти, управляващи множество операции и подпомагащи работата на потребителите.*

## **Примери:**

- Уеб инструмент или приложение, което поддържа съществените операции в дадена фирма (като тикет-система за IT поддръжка или приложение за call център със записваща система).
- Уеб сайт, който позволява достъп до или управление на данни

# Типове сайт – четвърти тип

## Цели на дизайна:

- Да позволим на потребителите да правят нещо, което не биха могли без това приложение или биха, но с него биха се справили по-ефективно.
- Оказване помощ на новите потребители чрез лесно достъпни инструкции за работа.
- Предоставяне на достъп до бутни/икони за бърз достъп за най-често използваните функции
- Редуциране на дублицирана информация за по-бързо зареждане и използване на системата.
- Когато работим по дизайна, винаги да имаме предвид бъдещо добавяне на нови функционалности.

# Смесен тип

- **E-learning** - кръстоска между система за съдържание и ориентирано към изпълнението на определени задачи приложение
- Осигурете разбираемо съдържание и стартирайте курс, за който е ясна целевата му група.
- Споделяйте изпълнението и прогреса в дадено направление и ако е възможно, предложете следващата стъпка в процеса на обучение като кусове за напреднали.

**Пример: social networking (социални мрежи)**

# Умения и техники, нужни за уеб дизайн

- ✓ Типография
- ✓ Шаблон на страницата
- ✓ Качествен код
- ✓ Визуален дизайн
- ✓ Дизайн, ориентиран към потребителя

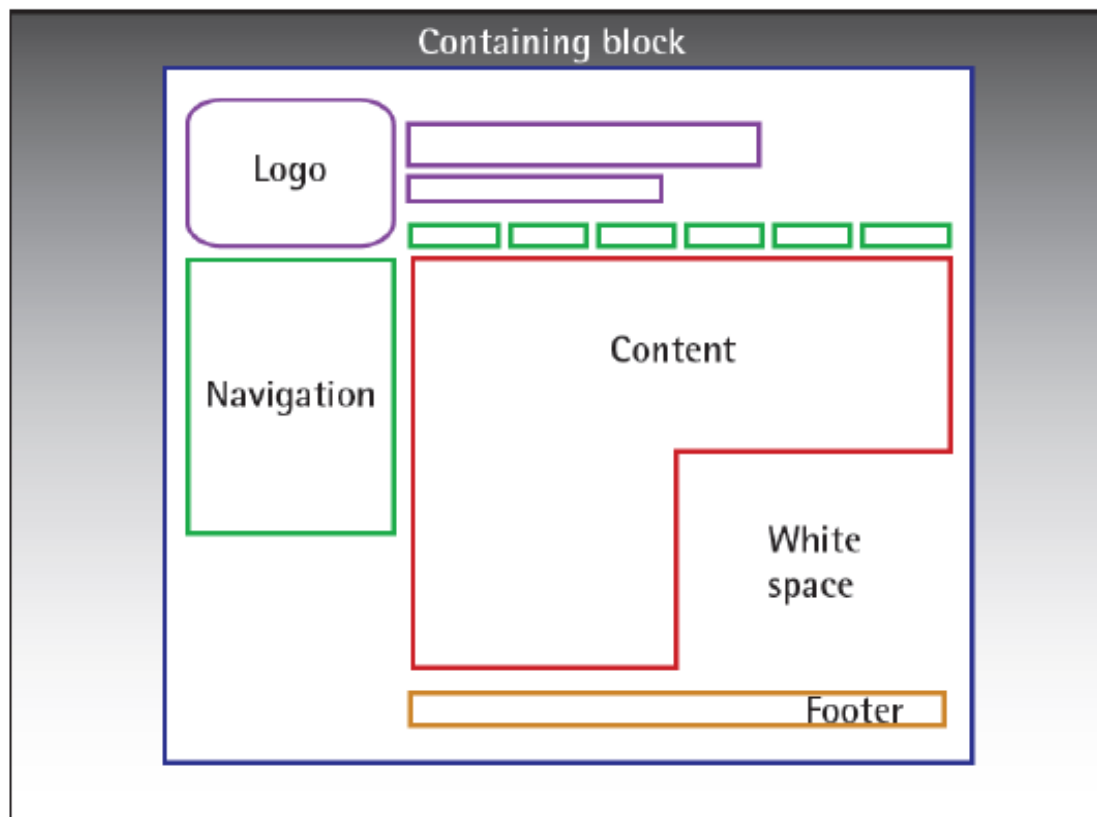
# Структура на Уеб страницата

- Съществува голямо разнообразие на позициониране на елементите на сайта. Колкото е по-добър един дизайн, толкова «по-невидим» става.
- Когато елементите в дизайна са правилно подредени, ние не им обръщаме внимание.
- Ние забелязваме само нещата, които ни притесняват или дразнят.



# Структура на Уеб страницата

Голяма част от web сайтовете имат компонентите показани на следната фигура:



# Структура на Уеб страницата

## Елементи на структурата на web станица:

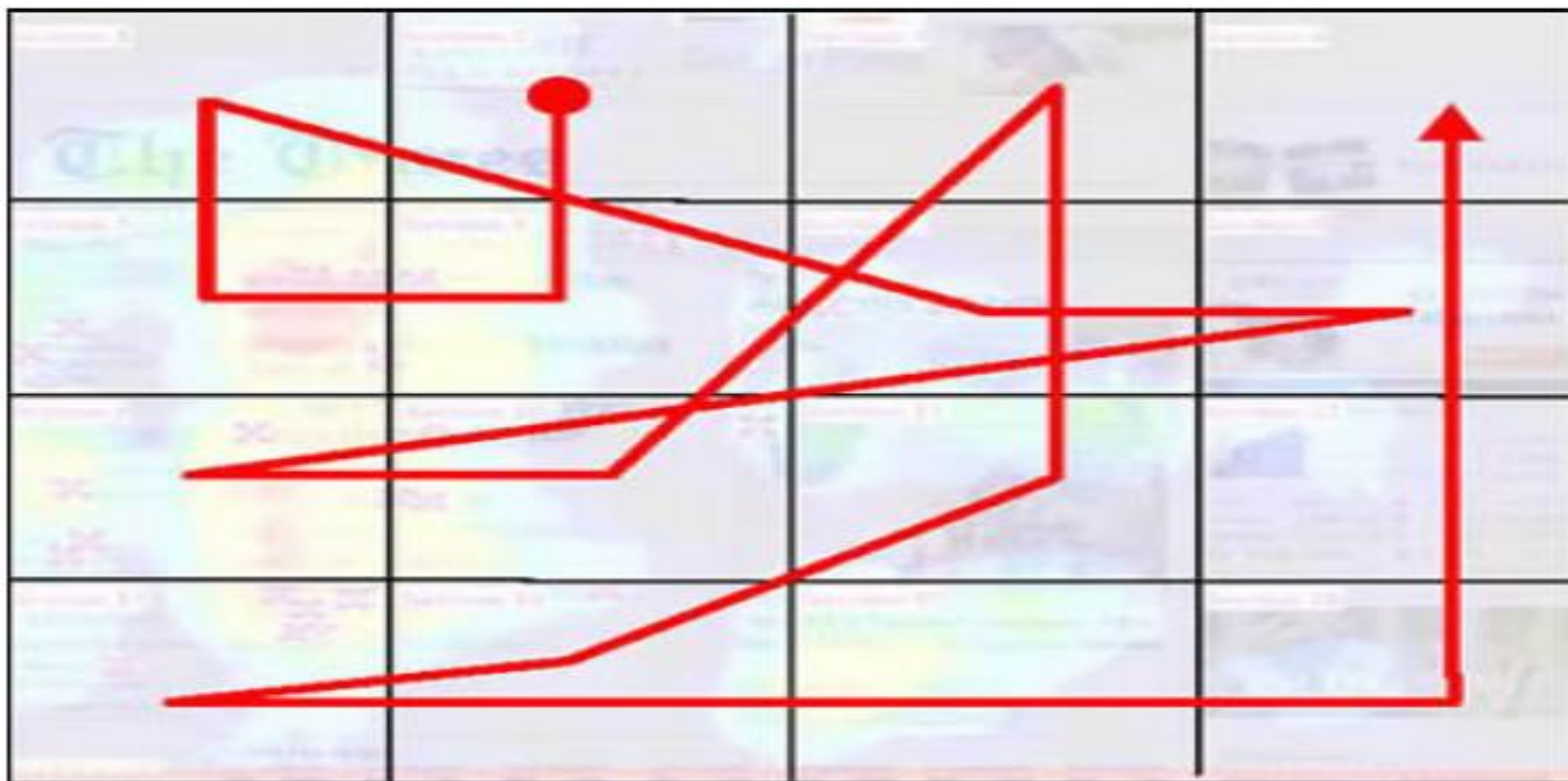
- **Containing Block** (обхващащ блок-контейнер) – може да бъде форма от body-таг на страницата, div-таг обхващащ всички елементи или таблица. Ширината на контейнера (width) може да бъде течна (liquid) – разширява се и запълва прозореца на браузъра или фиксирана (fixed) – има фиксирана ширина.
- **Logo** (Блок с лого) – може да съдържа логото на компанията или нейното име.
- **Navigation** (Блок с навигация-меню) – трябва да е възможно по-близо до горните елементи.

# Структура на Уеб страницата

## Елементи на структурата на web страница:

- **Content** (Блок със съдържание) – важен елемент оказващ влияние за времето на пребиваване в сайта.
- **Footer** (завършващ блок) – съдържа copyright, контакт, информация за легализиране, линкове към основните секции на сайта.
- **Whitespace** (Бяло пространство) – блок не запълнен с текст или илюстрации.

A 5x4 grid of dots, consisting of 5 rows and 4 columns of small black dots.



# Приоритетни зони



Priority 1

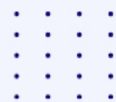
Priority 2

Priority 3

# Решетка или "Grid"

Решетката (grid) в web дизайна се използва за пропорционалност на елементите.

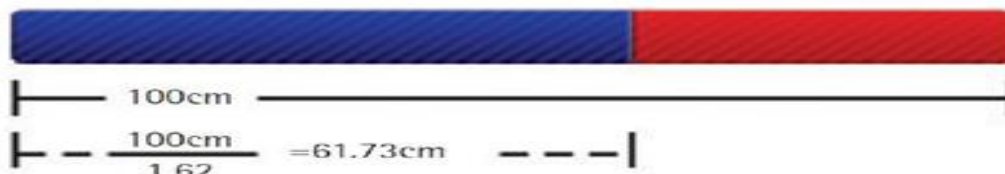




# Структура на Уеб страницата

## Златното сечение

Златна пропорция (**golden ratio**) –  $\Phi=1.6180339$  (ирационално число в математиката, което изразява отношение на части, за които по-голямата част се отнася към по-малката така, както цялото към по-голямата.)



Златното сечение е не само математическо понятие, но и символ за красота, хармония и съвършенство в изкуството, науката и природата. Терминът "**златно сечение**" е въведен от Леонардо да Винчи като пропорция за "**идеалното човешко тяло**". То е било познато на египтяните и древните гърци още в античността.

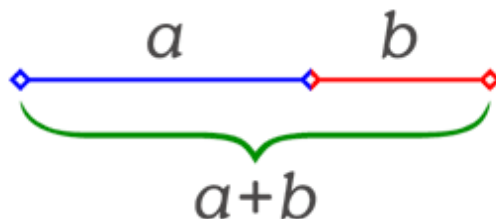




# Структура на Уеб страницата

## Златното сечение

- Представата за хармония и отношение е в основата на философските идеи на Питагор. Египетските пирамиди и Партедонът са пример за използването на пропорцията  $\phi$  в архитектурата.
- Две числа  $a$  и  $b$  са в зависимост, наречена златно сечение, ако отношението на по-малкото към по-голямото е равно на отношението на по-голямото към сбора им, което записано математически дава следната формула:



$$\frac{a+b}{a} = \frac{a}{b}$$





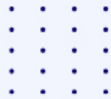


# Структура на Уеб страницата

## Златното сечение

- В достигналата до нас антична литература златното сечение се среща за първи път в "Елементи" на Евклид. След Евклид с изучаване на това отношение са се занимавали и други древногръцки философи.
- В средновековна Европа златното сечение достига чрез преводите на "Елементи" на Евклид, а преводачът Дж. Кампано от Навара (III в.) прави първите коментари към преводите. По това време тайните на златното отношение се пазели ревностно и били известни единствено на посветените.
- Златното сечение се отбелязва с гръцката буква от  $\phi$  - първата буква от името на древногръцкия скулптор Фидий.

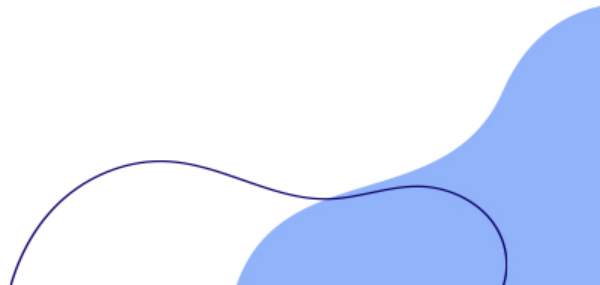




# Структура на Уеб страницата

## Златното сечение

- В епохата на Ренесанса интересът на учените и художниците към това число се засилил във връзка с неговото приложение в геометрията, в изкуството и най-вече в архитектурата.
- През 1509 г. във Венеция била издадена книгата на монаха Лука Пачоли "Божествена пропорция" с илюстрации, които се предполага, че са дело на Леонардо да Винчи





# Структура на Уеб страницата

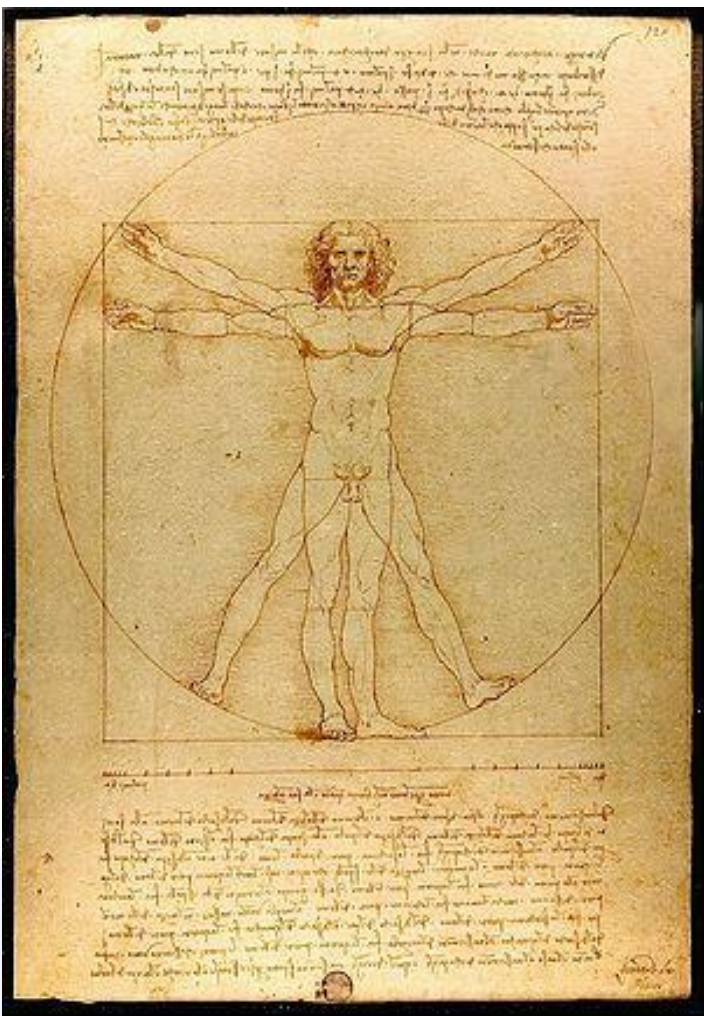
## Златното сечение

- Леонардо да Винчи също отделя голямо внимание на изучаването на златното отношение.
- Той го използва като пропорция за "идеалното човешко тяло".
- Именно той въвежда понятието "златно сечение" в резултат на множеството опити, които прави със сечения на стереометрично тяло, образувано от правилни петъгълници, като достига до извода, че получените фигури са правоъгълници с отношение на страните, равно на златното отношение.



# Структура на Уеб страницата

## Златното сечение



- "Витрувиански човек" е известна скица, придружена с бележки от Леонардо да Винчи, нарисувана около 1490 г. в един от неговите дневници.
- Картината изобразява гола мъжка фигура в две насложени едно върху друго положения с разперени ръце и крака, едновременно вписани в кръг и квадрат. Картината и текстът често са наричани "Закон за пропорциите" (Canon of Proportions)
- Картината е изложена в Gallerie dell'Accademia във Венеция, Италия.

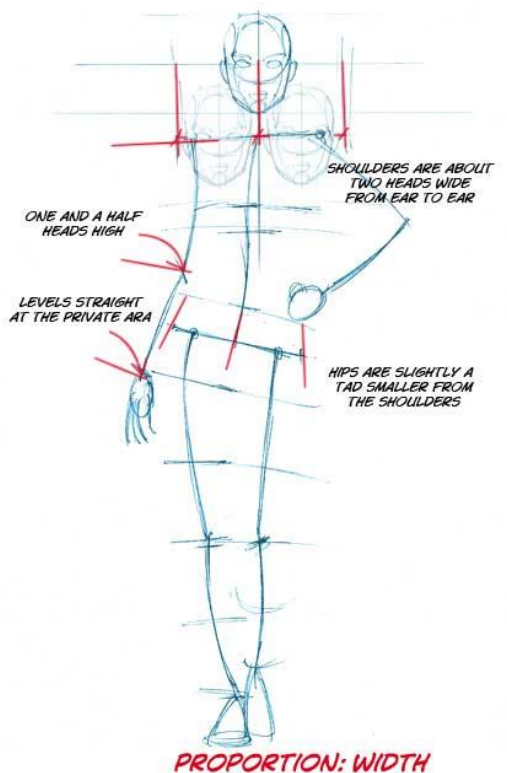
# Структура на Уеб страницата

## Златното сечение

- Колкото и невероятно да звучи това, оказва се, че нашите вкусове са някакси предопределени.
- Числото Фи, точно както Пи (*съотношението между обиколката и диаметъра на окръжност*) е изключително комплексно.
- Изчислено е, че Фи съдържа в себе си повече от трилион знака след десетичната запетая, като продължава и след това.
- Скритата причина зад този код, който като че ли управлява хармонията и красотата, е нещо, което омайва учените векове наред.
- Дори и днес продължава да е енигма.

# Структура на Уеб страницата

## Златното сечение



# Структура на Уеб страницата

## Правилото на третините

- Правило в изобразителното изкуство, фотографията и дизайна, за създаване на ефектни динамични композиции:
  - изображението или фотографският кадър трябва да се разделят на 9 равни части от двойка успоредни вертикални и хоризонтални линии
  - важните за композицията елементи трябва да бъдат разположени по протежението на тези линии или в точките, където те се пресичат.
- Техниката е приложима както при хоризонтално (пейзажно), така и при вертикално (портретно) кадриране.
- Тя придава на изображението много повече енергия и драматизъм, отколкото ако то е разположено в центъра или симетрично по линиите, които го разполовяват.

# Структура на Уеб страницата

## Правилото на третините

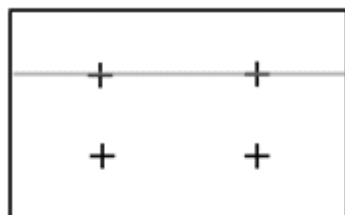
- "Правилото на третините" на практика е опростяване на "Златното сечение".
- В основата на философията на това правило е избягване на симетричната композиция, която е твърде скучна.
- Връзката със "Златното сечение" са четирите възможни пресичания на разделящите линии
- За да се противопоставим на симетрията с "Правилото на третините" може да се следваме две концепции:

Първо може да разделим изгледа на части, които покриват 1:3 и 2:3 от размера на кадъра.



# Структура на Уеб страницата

## Правилото на третините



# Структура на Уеб страницата

## Правилото на третините

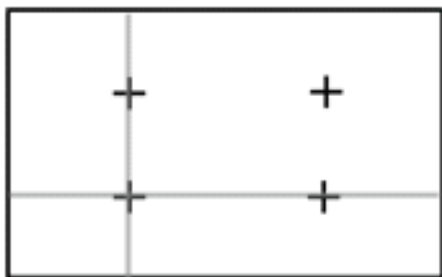
**Второ** да се опрем директно на пресечните точки на "Златното сечение".

*Например, нека предположим, че пред нас е пейзаж, който е доста симпатичен, но му липсва главен обект или интересна геометрична структура. В резултат на това снимката ще се получи скучна.*

И така, какво може да направим? Опитайте да откриете обект, който осигурява контраст с иначе "монотонното" обкръжение и го поставете в една от тези четири пресечни точки. Този обект ще бъде като котва, която привлича първия поглед и подтиква едно бъдещо разглеждане на снимката.

# Структура на Уеб страницата

## Правилото на третините



### Правило на третините (определение)

Едно от най-важните правила е това на третините, при което кадъра мислено се разделя на девет еднакви правоъгълника. Най-добре ще се възприеме обекта, който попадне в зоната на пресичане на хоризонталните и вертикалните линии.

# Структура на Уеб страницата

- Златното сечение изразява отношение на части, за които по-голямата част се отнася към по-малката така, както цялото към по-голямата.
- Приблизително това отговаря на съотношение  $1.62 : 1$ . Тъй като това е само абстрактно математическо определение, нека разгледаме някои негови приложения, свързани с уеб и графичния дизайн.

## Типография

При текстове това съотношение може да бъде “вградено” като съотношение между големината на шрифта и междуредовото пространство.

# Структура на Уеб страницата

Текст с твърде малко междуредово пространство става трудно четим. При голямо междуредово пространство пък се губи контактът между отделните редове в текста, и той става твърде “разпилян” и заема твърде много място. При златното съотношение (*в средата*) текстът изглежда приятен и комфортен за четене.

Lorem ipsum dolor sit amet, con  
in dolor nec metus vulputate or  
pellentesque sit amet scelerisc  
tempor iaculis velit, at ullamco  
ultrices sed volutpat augue.

Fusce luctus turpis quis nulla  
faucibus semper. Fusce ac nisi  
enim sapien, mollis vitae mattis  
dui arcu. Etiam eget justo nulla,  
Aenean venenatis risus vitae ni

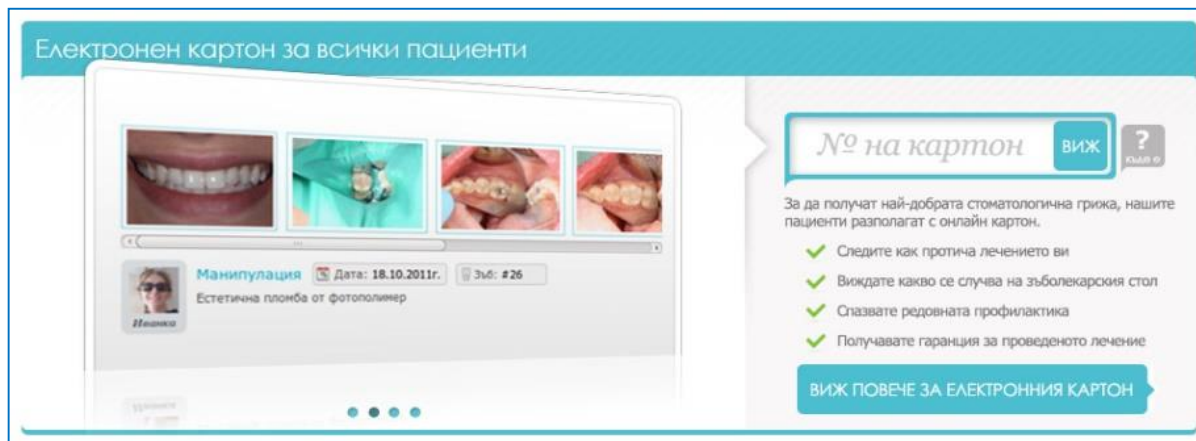
Donec luctus, tellus sed vestit

Lorem ipsum dolor sit amet, con  
in dolor nec metus vulputate or  
pellentesque sit amet scelerisc  
tempor iaculis velit, at ullamco  
ultrices sed volutpat augue.

Fusce luctus turpis quis nulla  
faucibus semper. Fusce ac nisi  
enim sapien, mollis vitae mattis

Lorem ipsum dolor sit amet, con  
in dolor nec metus vulputate or  
pellentesque sit amet scelerisc  
tempor iaculis velit, at ullamco  
ultrices sed volutpat augue.

# Структура на Уеб страницата



## Разположение на елементите

Независимо дали става дума за дизайн на основни елементи от дадена уебстраница (заглавна част, навигационна колона, основна колона със съдържание, и т.н.), или дизайн на части от уебсайт, принципът намира приложение.

Това е пример, при който съотношението между двете колони с информация – лявата с прелистващите се снимки, и дясната, съдържаща същинската информация и интерактивни елементи, е 1.62:1.



# Структура на Уеб страницата

Аналогично принципът може да бъде пренесен и за съотношение между основното съдържание и навигационната колона на даден уебсайт. За по-голяма простота тук обикновено се използва правилото на третините – ширината се разделя на три равни части, като една се използва за колона, и останалите две – за основното съдържание (2:1).

**Пример за това е сайтът на Дневник** – тук логото заема  $\frac{1}{3}$  от ширината на заглавната част, а по-надолу в сайта статията заема  $\frac{2}{3}$  от общата ширина, и има колона с допълнителна информация вдясно с ширина  $\frac{1}{3}$ .



НОВИНИ | БИЗНЕС | ЕВРОПА | АНАЛИЗИ | СПОРТ | ЗЕЛЕН | LIVE | СТЕД |

БЛОГОВОРА | Я СВЕРА | СВЕРА

ВЪЛГАРИЯ | СЪРТ | ТЕХНОЛОГИИ | РАЗСЪЛЧЕНИЕ | МОРОКИ | ДЕТОКИ | НА ПЪТ | ГОЛЕМАТА СИНКИЯ |

КОМИКС | ГАЛЕРИИ | ВОИНОКО ОТ ДНЕС (78) | ОТ СВЕРА (85)

Топ теми | Изборите във Франция | Региони | Код Зелено | Фестивалът SM&RT | Форум 1

Площад 29°16' GBP/BGN 2.409 BGD 104.990 +

Тема на деня: Изборите в Гърция | Гърция трябва да се придържа към съкращенията, заявява от ЕС и МВФ

Показване

РАЗСЪЛЧЕНИЕ 05 май 2012, 11:40

Тази статия е част от темата "Фестивалът SM&RT".

## Свири, снимай, отиди на концерт с "Дневник"

Препоръчване (20) | Facebook | Twitter | LinkedIn | Google+ | Like | 4

От Дневник: Винаги статия на автора

Последна промяна в 12:18 на 05 май 2012, 1927 прочитания, 4 коментара



Пианото, разположено на входа на Южния парк оттам бул. "Витоша"

Фотограф: Ангелия Николова

ДНЕВНИК

БЕЗ ПЛАНИ

Новият живот на 11-годишния пиано - 04 май

SM&RT - фестивалът, в който музикантите музиката идва със субтитри - 02 май

Да посвирим на улицата - 26 април

Нов живот за старото пиано - на улицата - 16 март

София има нова красива атракция - 11 пиана, нестандартно "преоблечени" от художници, очакват денонощно любителите на музиката в популярни градини в центъра на столицата.

Преобразените пиана, които спират и усмихват и най-забързаните минавачи (уверихме се вчера на няколко места),

подгряват за **11-дневния фестивал "SM&RT: Музика със субтитри и изкуство"**, организиран от **галерия Modo**, който започва на 12 май в Централния военен клуб.

Търсене в програмите

Кино | Топ | Концерти | Издания

Кино: Избор на кино: | Дата: Избор на дата: |

Търсене

Реклама



Филтър

Ново | Класирано | Често | Препоръчано | Вис

- 14:30** Засегнати от тежко дерматологично заболяване обвиниха държавата в дискриминация
- 14:43** Осем хиляди домакинства ще получат държавна помощ за газифициране 3 коментара
- 14:55** Дневните потребители на Draw Something намаляха с 5 МЛН. 4 коментара
- 14:54** Китайска компания иска да строи курорт в Исландия
- 14:53** Непубликувани страници от "Малкият принц" са открити в Париж 3 коментара

От Капитал



# Структура на Уеб страницата

- Ако искаме един елемент да бъде забележим и въздействащ, то не е необходимо да е центриран.
- Разделяме площта на три равни части по хоризонтал и вертикал и разполагаме такива ключови елементи в пресечените точки(във *фокусите*).
- Например: Фотографът почти е центрирал обекта (момченцето). Друг основен обект е «мрачната гора»

## Елементи на фокус



# Структура на Уеб страницата

Във втория вариант на снимката тя е отрязана така, че момченцето да попадне в долния ляв фокус на третините, а “зловещото дърво” – в горния десен.

Освен това по хоризонтала снимката е разделена на две, отново по правилото на третините – долната  $1/3$  е заета от тревата, а горната – от гората и небето. Всичко това прави снимката по-интересна за окото.



*Такива обекти на фокус могат да бъдат както заснети обекти, така и важни карета или бутони от уеб страница, послания или заглавия на плакати, и т.н.*

# Структура на Уеб страницата

## Размери на елементи

- Златното сечение може да намери приложение и при създаването на карета – например правоъгълник със съотношения на страните 1.62:1.
- Така например едно рекламno каре от уебсайт, или важна кутийка с информация, може да бъде с размери 300\*185 пиксела, спазвайки това съотношение.

# Структура на Уеб страницата

В уеб дизайна съществуват няколко типа визуален баланс (подобен на физическия) при подредбата на елементите.

- Както установихме, златното сечение и правилото на третините имат множество приложения.
- Споменахме няколко разнообразни проявления на тази математическа формула.
- Вие може би ще намерите съвсем различни негови проявления.

# Структура на Уеб страницата

## 1) Симетричен баланс

- Среща се когато елементите са композирани от двете страни на осева линия.
- Този тип на симетрия в web дизайна, наречен хоризонтална симетрия може да се прилага към web страница с централизирано съдържание или с балансиране на съдържанието между колони.

# Структура на Уеб страницата

Две други форми на симетричен баланс са:

- **Двустранна симетрия** – композицията е балансирана на повече от една оси;
- **Радиална симетрия** – елементите са поравно разпределени около една точка.

**2) Асиметричен** – той е по-абстрактен и визуално по-интересен от симетричния. Използва изображения с различен размер, форма, тоналност или позициониране.

# Структура на Уеб страницата

**При подредбата на елементите има още няколко принципа, които трябва да се спазват:**

## **1) Единство на елементите**

В дизайна единството се отнася до начина, по който различни елементи от композицията взаимодействат един с друг.

## **2) Съседство на елементите**

Съседството цели да направи група от обекти да изглеждат като едно цяло.

## **3) Повторение на елементите**

Повторението на цветове, форми, текстури или подобни обекти спомага web страницата да изглежда цялостна.

# Структура на Уеб страницата

**4) Контраст на елементите** -Контрастът се формулира като съпоставяне на различни графични елементи.

- В Уеб дизайна контрастът може да бъде представен в цвят, размер или форма.

## **5) Структури (Layouts)**

- Навигация с лява колона
- Навигация с дясна колона
- Три-колконна навигация
- Разширена навигация в края на страницата Навигация, зависеща от контекста (в развитие)



# Структура на Уеб страницата

## Навигация

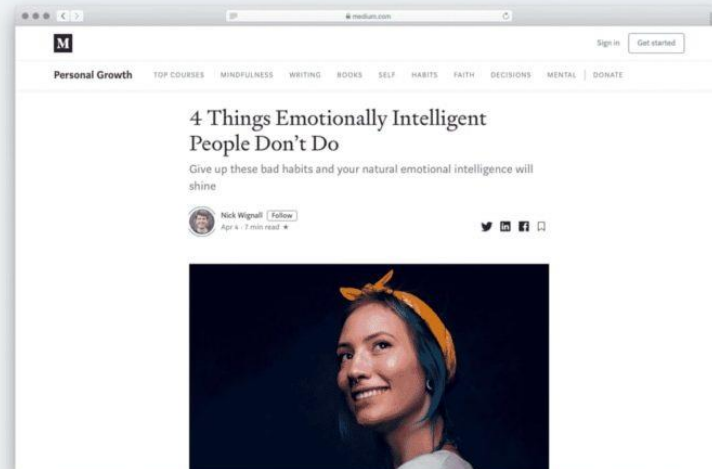
- Когато вграждаме context-sensitive навигация, трябва да се убедим, че във всеки момент нашият потребител разполага с нужните менюта.
- Необходимо е да тестваме разнообразни ситуации, когато обмисляме какво точно е нужно.
- Например за video плейър това са контролите за стоп, пускане на филма, пауза; за потребителите на touch интерфейсите (като iPhone и iPad) нямаме възможност за toggle на навигацията, тъй като няма наличен hover ефект, затова трябва да предвидим touch gestures.

# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

### Оформление с една колона (Single Column Layout)

- Въпреки че е може би най-сложното оформление, то става все по-популярно поради развитието на мобилната мрежа.
- Това е така, защото уебсайтът може да използва същия дизайн на мобилни устройства, планшети и настолни компютри, намалявайки времето за разработка.



# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

### Разпределение, фокусирано върху съдържанието(Content Focused Layout)

- Уеб дизайнерите често използват това оформление в новинарски сайтове или блогове с една основна колона за съдържание и една или повече странични колони за допълнителна информация.
- Предимството на това оформление е, че може да ви помогне да управлявате дължината на реда на централното съдържание, като промените ширината на страничните колони.

smashingmagazine.com

Articles Books Events Jobs Membership Topics

Design & development Physical & digital books Conferences & workshops Find work & employees Webinars & early birds

Visual Design Language: The Building Blocks Of Design

March 30, 2020 • 2 comments

ABOUT THE AUTHOR

Gleb has more than 15 years experience leading product, UI and UX design across web, mobile, and TV ecosystems. Gleb has rightfully acquired a global following. [More about Gleb...](#)

QUICK SUMMARY • A robust visual design language is the cornerstone of good design. Here's how the team at Fantasy approached designing a mobile OS for Huawei.

"Design is not just what it looks like and feels like. Design is how it works."

— Steve Jobs

Like written words are to language, fonts, colors, shapes and icons are to visual design. An effective visual design language not only acts as a communication framework for all stakeholders on a product development team, but unites a brand and its customers to ensure that a company's brand identity matches a customer's brand perception.

We use language as a tool for communication with other people. Writers use words to communicate with their readers, while designers use visual language to communicate with their users. Fonts, colors, shapes, visual elements such as icons — those are elements of design language. Effective design language streamlines communication.

While working at Fantasy in 2016, my team was tasked with designing the interface for Huawei's mobile OS (EMUI's interface). I

14 min read

Visual Design, UI Design, Mobile

Share on Twitter or LinkedIn

Work at the intersection of data, design, and technology. Earn your master's degree online. Northwestern INFORMATION DESIGN AND STRATEGY

Learn your master's degree online

Smashing Newsletter

Every second Tuesday, we send a newsletter with useful techniques on front-end and UX. Subscribe and get Smart Interface Design Checklists PDF in your inbox.

Your smashing email

boagworks boagworld

Paul Boag

# Calls to Action: 15 Techniques for Improvement, With Examples

AUTHOR: Paul Boag

DATE: 6 June 2019

CATEGORY: Interface Design, Digital Marketing

READING TIME: 28 minutes

ASK A QUESTION? EMAIL PAUL

Every website should have a call to action, a response you want users to complete. But how do you encourage users to act? How do you create an effective call to action?

Almost all websites have some form of a call to action, from signing up to a newsletter to submitting a contact us form. However, getting a user to complete a call to action is more complicated than one would first think. There are many factors at play that you need to consider.

## The Factors That Influence Why People Complete a Call to Action

Conversion rate optimisation is not just about design or copy. It is about every aspect of your business from pricing to how you run projects. It requires a deep understanding of user behaviour and psychology, as well as a relentless focus on testing.

That is too much to address in a single post. But it is the subject of my online video masterclass: [How to Encourage Users to Complete Your Calls to Action](#).

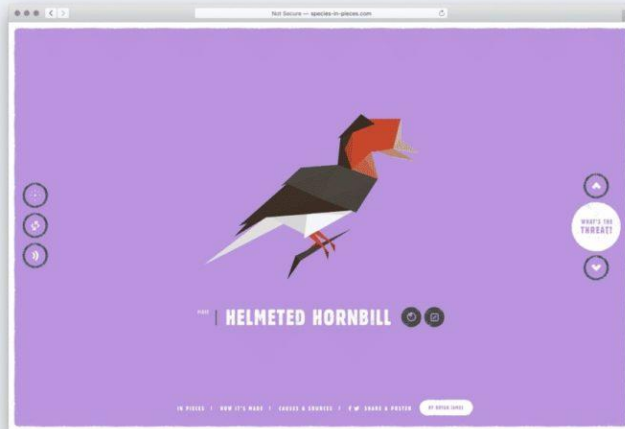
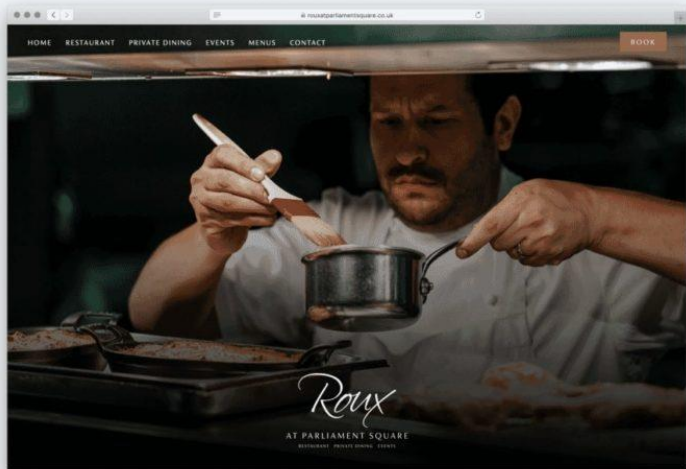
UX ADVICE IN YOUR INBOX

# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

### Оформление на цял екран(Full-Screen Layout)

- Цялоекранните оформления, както подсказва името, се побират на един екран, без да е необходимо потребителят да превърта.
- Това ги прави идеални за разказване на истории или презентации.

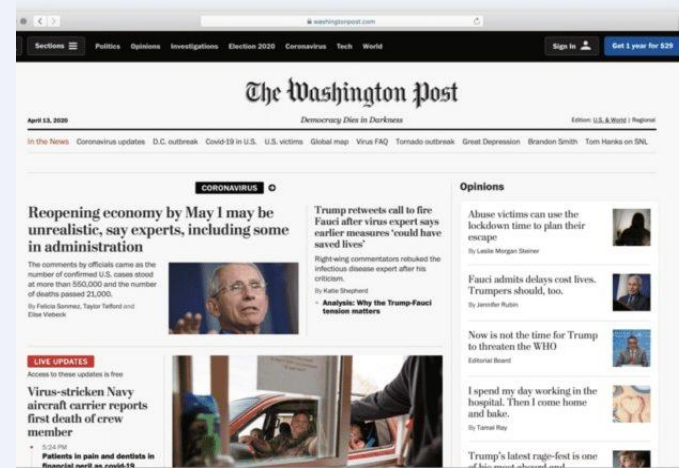
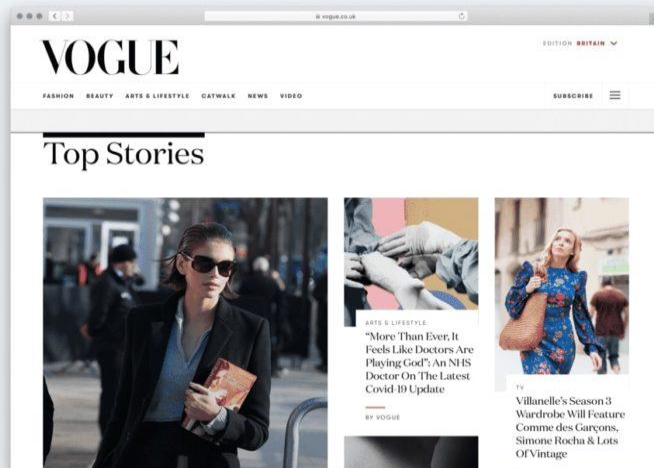


# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

### Като списание

- използва се широко в списания или новинарски сайтове, за да покаже голям брой различни истории.
- Позволяват комбинацията от заглавия, текст и изображения. Това може да бъде привлекателен начин за предаване на това, което по същество е списък с връзки.



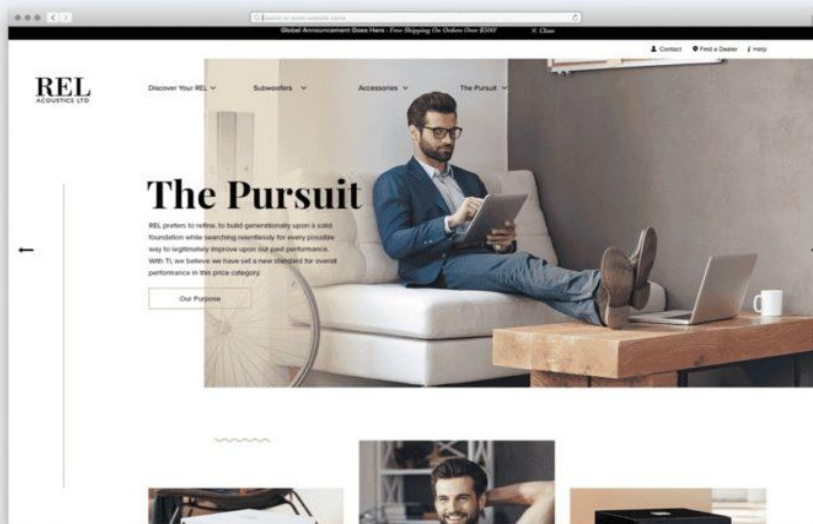


# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

### Асиметрично оформление

- Оформленията, които не използват grid-мрежа визуално могат да бъдат много по-интересни от по-традиционните подходи.
- Те също са отлични за привличане на внимание към определени елементи на екрана, които излизат от обичайните колони.



# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

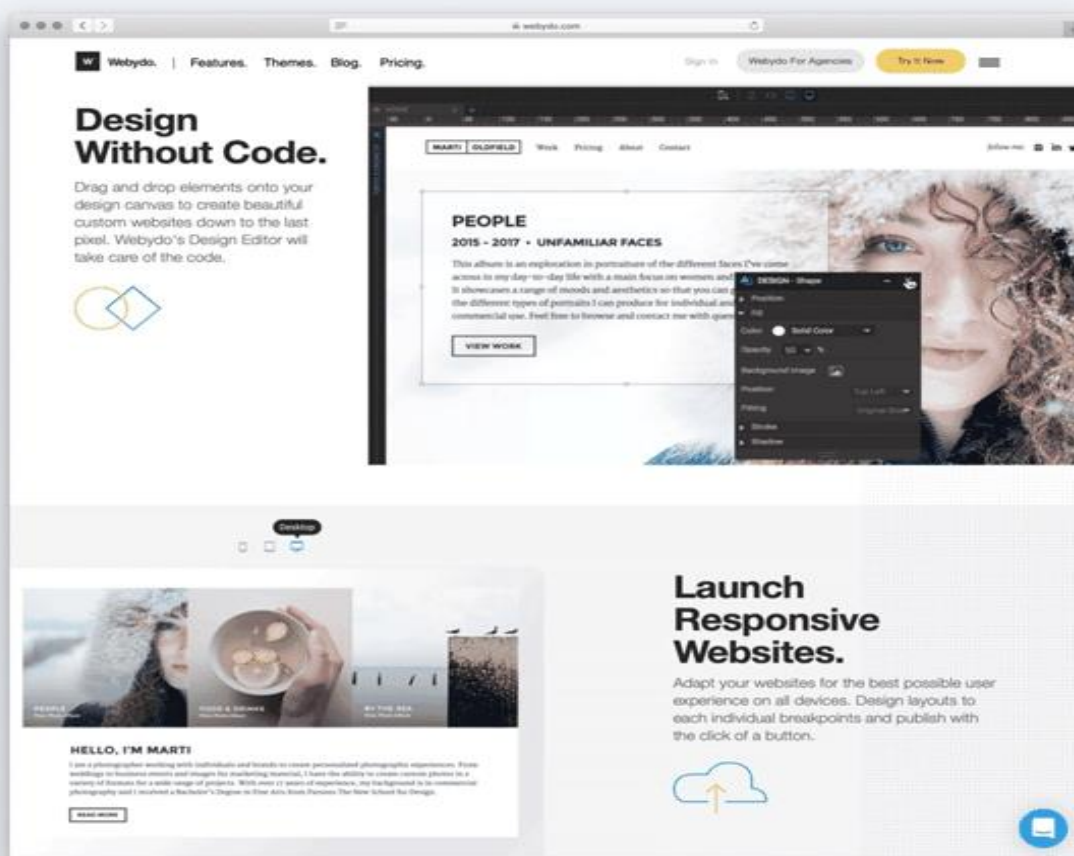
### Алтернативно оформление

- Променливият модел на оформление е един от най-често срещаните в мрежата.
- състои се от поредица от съдържателни блокове, всеки от които има оформление с две колони.
- Блоковете обикновено се състоят от изображение от едната страна и текст от другата.
- Това, което му дава името, е, че изображението се редува отстрани. Така че първият блок ще има съдържание отляво и изображение отдясно, докато следващият блок обръща това оформление.



# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

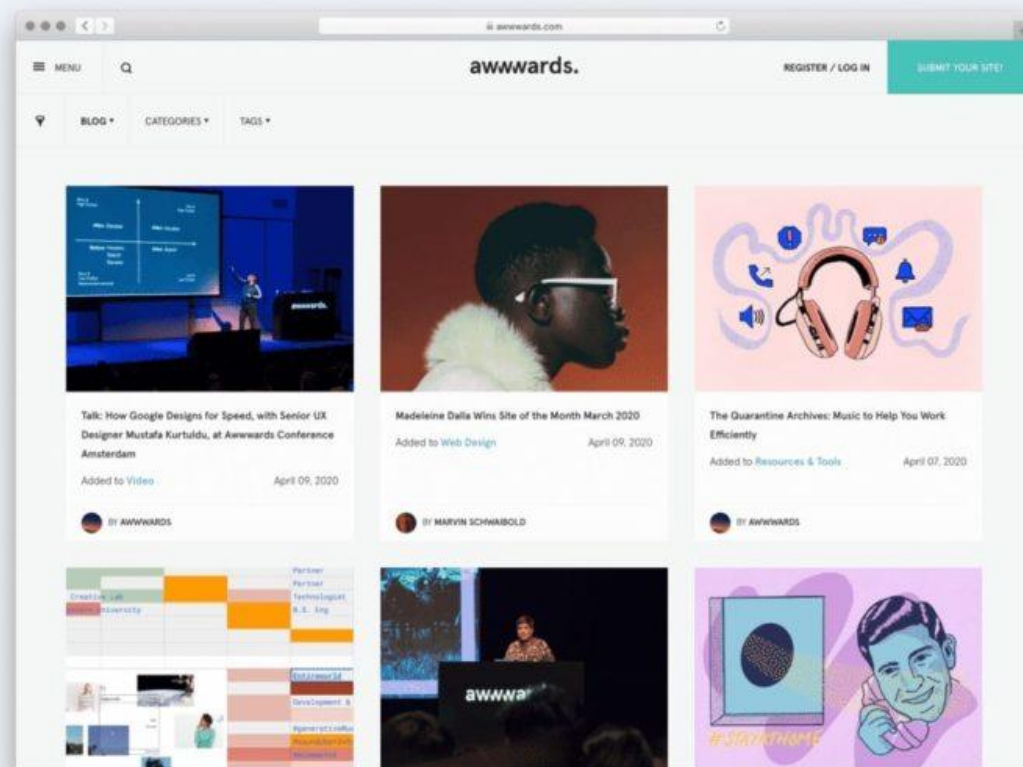
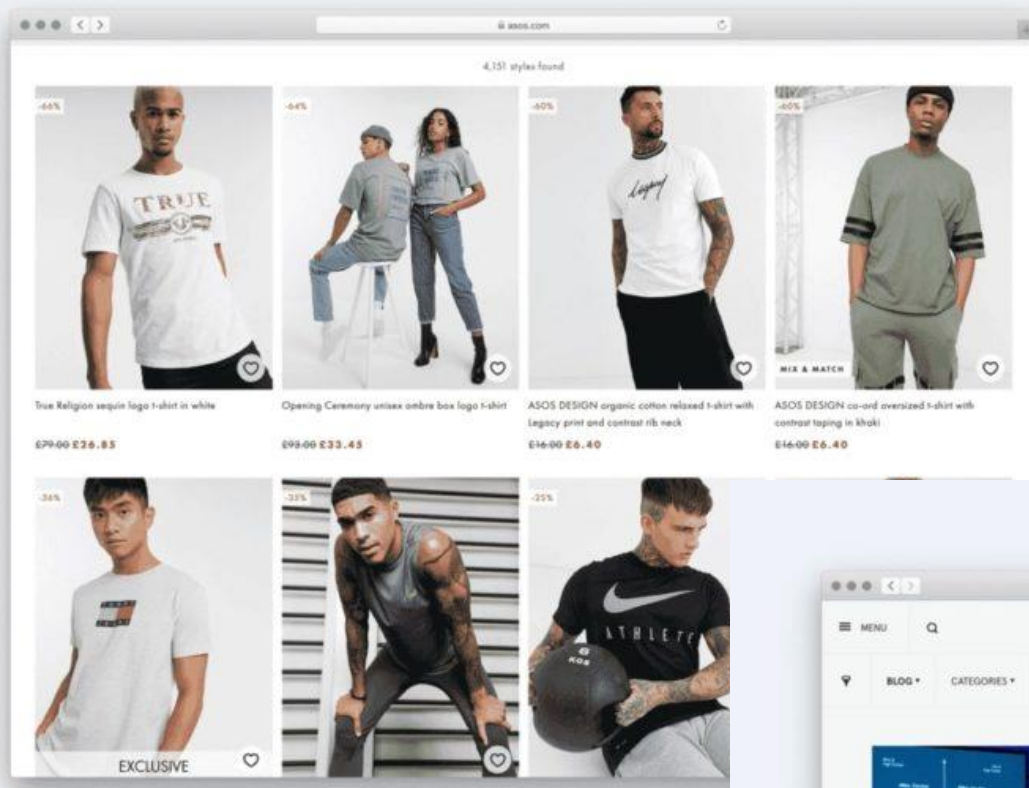


# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

### Card-Based Layouts

- Оформленията на страници, базирани на карти, са друг често срещан подход за оформление
- Базираните на карти оформления са чудесен начин да дадете на хората поредица от опции, между които потребителят да избира, като им предоставят достатъчно информация за всеки избор, за да вземат решение.

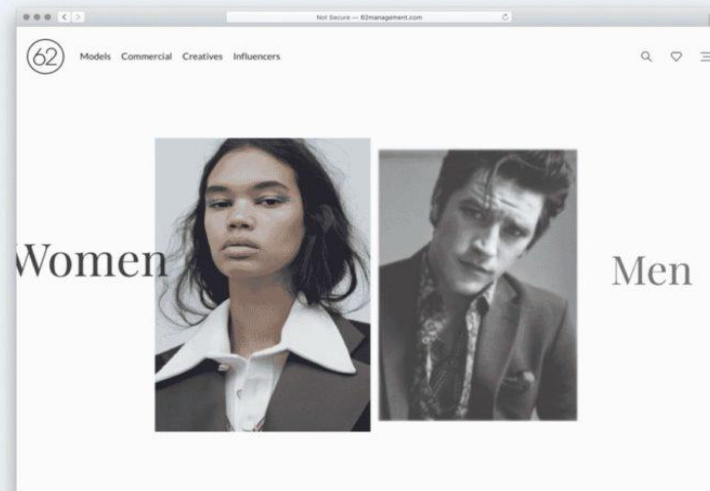
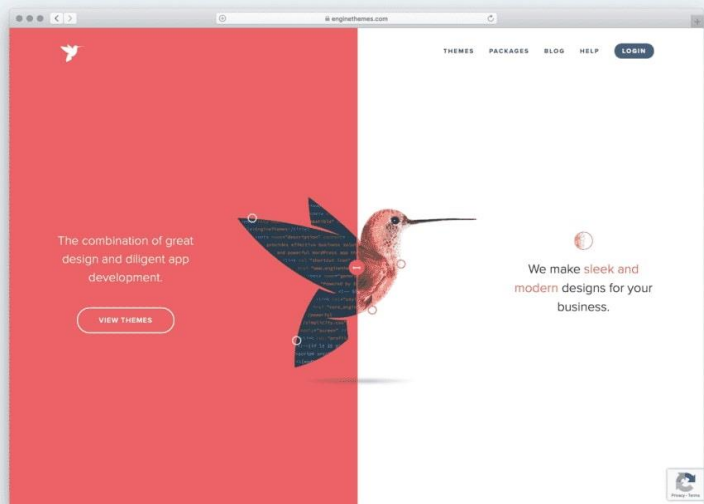


# Оформление на УЕБ сайтовете

## Добри практики

### Разделено оформление на екрана (Split Screen Layout)

- Подобно на оформлението на цял екран, разделеният екран е чудесен начин да привлечете вниманието, когато потребителите за първи път пристигнат на уебсайта
  - Разделеният екран има смисъл в ситуации, при които екранът
- ции.



# Какво представлява банера

**Банер** (от английски — знаме, флаг, транспарант) - **графично изображение с рекламен характер.**

Банерите имат определен размер и служат за хипервръзка към интернет сайта на рекламодателя.

- Банерите служат за привличане на потенциални клиенти или за формиране на име/престиж.
- Традиционните банери представляват графични изображения във формат GIF или JPEG. Изображенията в тях могат да са както статични, така и анимирани
- Днес-чрез Flash, JavaScript, HTML5/CSS3 се създават векторни банери с анимационни ефекти при малък размер на банера. Може да се използват звукови ефекти, което повишава ефективността на банера.

# Какво представлява банера

## Основни задачи на банера

- Да привлече вниманието.
- Да предизвика интерес. Банерът трябва да събуди у клиента интерес към рекламираната стока или услуга.
- Да подтикне към преминаване на сайта. Тази задача се постига с помощта на елемента недоизказаност в съдържанието на банера.
- Да подтикне към действие. Тази задача се възлага не толкова на сайта, а преди всичко на информацията в банера.

*Показването на банера, както и на текста, може да бъде статично, динамично, контекстно или тематично.*



# Размери на банера

Размер	Наименование
300 x 250	Среден правоъгълник
250 x 250	Изскачащ квадрат
240 x 400	Вертикален правоъгълник
336 x 280	Голям правоъгълник
180 x 150	Правоъгълник
468 x 60	Дълъг банер
234 x 60	Половин банер
88 x 31	Микролента
120 x 90	Копче (бутон) 1
120 x 60	Копче (бутон) 2
120 x 240	Вертикален банер
125 x 125	Квадратен бутон
728 x 90	Водещ стенд
160 x 600	Широк небостъргач
120 x 600	Небостъргач
300 x 600	Половин страница

# Банерите. Видове. Основни ПОНЯТИЯ

- **Неанимиран банер** – статично изображение.
- **Анимиран банер** - банер с последователно сменящи се кадри (надписи, акценти).
- **Банер позиция** – определено място в интернет сайт, на което се разполагат рекламни банери.
- **Импресия** – всяко зареждане на рекламна форма. Еднократното показване определен сайт.
- **Клик (натискане на бутон на мишката)** – активиране от потребител чрез препращане от съответната банер позиция към сайта на рекламодател.
- **Ротация** - На една рекламна позиция се сменят няколко реклами или през определен период от време или при всяко презареждане на страницата. Ротацията обикновено е на случаен принцип и гарантира процент рекламно присъствие.



# Банерите. Видове. Основни ПОНЯТИЯ

- **Уникален посетител (unique visitor)** - Мерна единица за посещаемостта на даден сайт. Уникалните посетители са броят различни хора, които посещават един интернет сайт за определен период от време.
- **Целева страница (Landing page)** - страница в интернет, към която насочва рекламния формат и обслужва специално целите на конкретна кампания.
- **Нестандартни рекламни формати (Rich Media)** - Рекламни банери с нестандартни размери, които използват интересни начини за визуализиране или съдържат мултимедия.
- **Насочващ линк** - Връзка към целевата страница на кампанията.

# Банерите. Видове. Основни ПОНЯТИЯ

- **Wallpaper Пример** - Нестандартен рекламен формат, при който визията в рекламния банер продължава извън рамките на сайта.
- **Плуващ банер (Floating Banner)** - Нестандартен интернет рекламен формат, при който при зареждане на определен сайт рекламното изображение преминава през определена част на сайта, след което се прибира в стандартна рекламна позиция.
- **Разширяващ се банер (Expandable Banner)** - Нестандартен интернет рекламен формат, при който изображението увеличава размерите си, когато потребителят премине с курсора върху него, след което се прибира в стандартна рекламна позиция.

# Банерите. Видове. Основни ПОНЯТИЯ

- **Разлистващ се банер (Peel Ad)** - Нестандартен рекламен формат. При преминаване с курсора върху изображението, то се разлиства и открива второ изображение.
- **Електронна препратка/ хиперлинк/ линк** - Връзка, обозначена в определена интернет страница, която позволява автоматизирано препращане към друга интернет страница, информационен ресурс или обект.
- **Преходна страница (Transition Ad)** - Интернет рекламен формат, при който при първоначално зареждане на даден сайт на мястото на началната страницата се показва реклама.
- **Текстова реклама (Text link)** - Реклама без графично изображение, само текст, който препраща към страницата на рекламодателя.

# Банерите. Видове. Основни ПОНЯТИЯ

• **Контекстна реклама** - Разпознава интереса на потребителя на базата на търсени от него думи, IP адрес или по регистрация в някоя услуга. В резултат потребителят вижда рекламно послание с полезна за него информация в конкретния момент на търсенето, което рязко покачва ефективността на рекламата.

• **CPC (cost per click) Цена за един клик**

• **CPM (CPT) - cost per mile / cost per thousand (1000) pageviews** - Цена за 1000 импресии. Заплащат се рекламните услуги с фиксирана цена за 1000 импресии.

• **CTR - Click Through Rate** - Съотношението брой кликове към брой импресии на рекламата. Показва доколко рекламата е ефективна и какво е съотношението между потенциални и реални потребители.

# Банерите. Видове. Основни ПОНЯТИЯ

- **CPV (Cost per visitor) Цена на брой посетители** - Една от по-малко разпространените форми на разплащане на рекламните услуги в Интернет. Тук се отчитат не кликовете, а реалните посетители, т.е. преходите, които са използвани от потребителите.
- **CPA (cost per action) - цена за реално действие** - рекламодателят заплаща за конкретно действие, извършено от потребител. **Пример:** за попълнени анкети и талони, форми за регистрация, директни запитвания или заявки за покупки или за абонаменти.
- **CPS (cost per sale) - цена за една покупка** - Рекламодателят не заплаща предварително ползваните рекламни услуги. Той осигурява процент от продажбите, извършени от потребители, посетили електронния магазин през дадена рекламна площадка.

# Ценообразуване

**Как да изчислим цена за 1000 импресии** - Изчислението става като се умножат гарантиран брой импресии на ден по желаня процент заетост на позицията, след което се умножи по броя на дните, предвидени по медия плана и по цената за 1000 импресии, и се раздели на 1000.

## Пример:

Гарантиран брой импресии на ден - 10 000

Желан процент ротация – 50%

Предвидени дни по медия план – 10

Цена на 1000 импресии – 15 лв.

$10\,000 \times 50\% \times 10 \times 15 / 1000 = 750$  лв.

# Ценообразуване

**Как да изчислим цена на клик - Колко клика ще получите за определена сума.**

**Пример:**

**Колко клика ще направи кампания за 200 лв. при цена на един клик 0,25 лв.?**

200 лв. / 0,25 лв. за клик = 800 клика

<http://www.wowebook.com/>

# Литература за курса

- ✓ 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.



# 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/>