

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Фізико-математичний факультет

Кафедра інформатики

Медведєв Михайло Максимович

**SEO-АНАЛІЗ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ
ПРИ РОЗРОБЦІ ВЕБ-РЕСУРСУ
(НА ПРИКЛАДІ РОЗРОБКИ ІНТЕРФЕЙСУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ)**

Спеціальність 122 Комп'ютерні науки

Галузь знань 12 Інформаційні технології

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Науковий керівник:

_____ О.Г.Медведовська,
кандидат фізико-математичних наук,
доцент

« _____ » _____ 2021 року

Виконавець:

_____ М.М. Медведєв

« _____ » _____ 2021 року

Суми 2021

Зміст

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ SEO-АНАЛІТИКИ.....	9
1.1. Дослідження предметної галузі.....	9
1.2 Аналіз аналогів.....	14
1.3. Вибір засобів реалізації.....	20
РОЗДІЛ 2 Практична реалізація SEO-аналізу для просування веб-ресурсу.....	23
2.1 Визначення структури додатку.....	23
2.2 Інтерфейс.....	23
2.3 Розробка функціоналу системи.....	26
2.4 Тестування інтернет-магазину.....	29
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	35
ДОДАТОК А.....	36
ДОДАТОК Б.....	41

ВСТУП

Найважливішою метою створення веб-сайту в наші часи являється швидке, якісне, зрозуміле, економічно вигідне розповсюдження інформації серед користувачів інтернету. Сайт дозволяє використовувати розміщену інформацію для користувачів з найкращою вигодою. Веб-ресурс може розміщувати інтерактивні новини, змінювати кошторис продуктів та змінювати сам веб-ресурс для більш кращого відвідування. Саме це і робить створення сайтів таким затребуваним, а якісні сайти – успішними, які приносять дохід своїм власникам. Сьогодні багато сфер послуг і комерції знаходять свою реалізацію в Глобальній мережі, що підвищує попит на послуги створення сайту. Сайт – це свого роду рекламний майданчик, який може залучити замовникам реклами нових клієнтів. Сучасний, динамічний сайт – це серйозний інструмент для вирішення найрізноманітніших завдань. На подібних порталах міститься актуальна інформація про діяльність фірми, вказані переважні фактори звернення саме до цієї організації, відомості про послуги, що реалізуються або надаються, вартість товарів, інформація про акції, розпродажі, нові види продукції постійно оновлюються. Власний сайт допоможе відкрити нову невелику справу, розкрутити вже наявний бізнес, презентувати послуги чи товар та тощо. Робочий онлайн сервіс, який працює 24 години на добу, доступний з будь-якої точки світу – це лише на користь, та надає багато можливостей клієнтам, чи навіть звичайним користувачам. Безумовно, для того, щоб подібний ресурс функціонував максимально ефективно і приносив прибуток своїм власникам, його розробку і слід добре продумати його інформаційне наповнення та функціональні можливості.

Оформлення веб-сайту є дуже важливим фактором, який впливає на його відвідуваність. Адже перше, що бачить користувач на інформаційному порталі – це оформлення головної сторінки, що є “обличчям інтернет-магазину”. Відразу звертається увага на стилістику сайту, а наявність гармонії в дизайні або її відсутність миттєво визначається на підсвідомому рівні. Матеріали на сайті повинні бути вдало впорядковані, а навігація по ним має бути інтуїтивно

зрозумілою. Не кожне підприємство чи бізнесмен має потребу в високоякісному веб-сайті. Простота дизайну веб-сторінки буде користувачеві набагато приємніша ніж нагромаджена сторінка. Такий сайт швидко завантажується, з ним приємніше і простіше працювати, легше знайти потрібну інформацію.

Інтернет - магазин (електронний магазин, онлайнний магазин) - це програмний комплекс, який дозволяє реалізувати товари або послуги через інтернет і автоматизувати регулювання бізнес-процесами. Електронні магазини об'єднують елементи безпосереднього менеджменту і традиційної торгівлі. Ключовими відмінностями Інтернет-магазину від класичного є інтерактивність, велика кількість інформації та асортименту продукції і персоналізований підхід до кожного відвідувача. Найбільшим недосконалістю електронних магазинів є те, що не можна доторкнутися товару і оцінити його візуально. Однак, це недосконалість з успіхом компенсується великою кількістю інформації, яку зможе видати продавець в класичному магазині [6].

Електронна торгівля у віртуальному магазині базується на тій же структурі, що і класична торгівля.

Ключовими функціями електронного магазину є:

- надання якомога більш досконалої інформації про представлених продуктах і послуги;
- приймання та оброблення заявок;
- особистий доступ користувачів;
- змога використання платіжних функцій;
- накопичення та вивчення зібраної інформації.

Інтернет-магазин –це сайт який за допомогою своєї розробки дає людям можливість не використовуючи мобільний зв'язок, робити покупки чи дізнаватися цікаву для них інформацію не виходячи с мережі інтернет.

Інтернет - магазин має змогу дозволити покупцю розраховуватися онлайн з-за допомогою, оплати картою через інтернет, та зобов'язанні зробити видачу онлайн чеку.

Метою роботи є використання SEO-аналізу при розробці веб-ресурсу (на прикладі розробки інтерфейсу Інтернет-магазину).

Завдання дипломної роботи:

- 1) схарактеризувати сутність SEO-аналізу;
- 2) висвітлити особливості SEO-аналізу для просування сайту;
- 3) розробити інтерфейс Інтернет-магазину та з використанням SEO-аналізу виявити проблемні місця його успішного просування.

Об'єкт дослідження – веб-ресурси магазинів (Інтернет-магазини).

Предметом дослідження є SEO-аналіз та його використання при розробці веб-ресурсу (на прикладі розробки інтерфейсу Інтернет-магазину);

Матеріали та методи дослідження. Використано теоретичні (аналіз інтернет-джерел, наукових публікацій щодо уточнення поняття «SEO-аналіз» та використання такого аналізу для просування сайту в мережі), *емпіричні* (опитування, бесіди) для уточнення замовлення.

Дослідження зроблене на мові програмування PHP і HTML.

Практичне значення одержаних результатів: розроблено сайт Сумського М'ясокомбінату, з допомогою якого він зможе збільшити продаж своєї продукції та слідкувати за власним просуванням на ринку збуту.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ SEO-АНАЛІТИКИ

1.1. Дослідження предметної галузі

Декілька років тому, для багатьох людей Інтернет був чимось новим і дуже унікальним новоутворенням, тому створювалися сайти переважного інформаційного характеру. Займаючись різними видами підприємницької діяльності, створення свого сайту було марним процесом, адже тоді веб-сайт не мав таких великих потреб, як на сьогодні. Ніяких переваг та користі власнику не давалося й головною думкою був імідж великих компаній, які замовляли створення сайту переважно для того, щоб можна було надрукувати адресу сайту знизу візитки або рекламного буклету.

Як правило, сайт є візитною карткою організації або окремої особи в мережі Інтернет. Раніше він був простим сховищем для звичайних html-файлів, проте з розвитком веб-технологій і зростанням числа гіперпосилань сайт перетворився на повноцінний віртуальний ресурс для користування, функціональний інтернет-магазин. Прості сайти-візитки, виконують лише довідкові функції та все менше застосовуються в бізнесі бо їх відвідує мала кількість користувачів. Тим не менш, сторінка-візитка на багатофункціональному сайті – гарна альтернатива складної презентації. Але інформаційні технології постійно розвиваються. Зараз, для кожного підприємця (в якій би галузі він не займався) мати веб-сайт, який рекламує, розповсюджує інформацію про власний бізнес, стало одною з головних вимог. Серед причин, що призвели до цього можна назвати потенціальний розвиток веб-технологій та введення Інтернету в повсякденність суспільства. Інтернет з'являвся практично в кожному куточку світу й став доступним за невеликі кошти. Також у кожній людині з'явився персональний комп'ютер, смартфони, ноутбуки з доступом до глобальної мережі. Швидке поширення Інтернету, а так само доступність комп'ютерної техніки, призвели до того, що багато людей стали проводити значну частину часу в своїх гаджетах. Майже для кожного Інтернет став

основним джерелом інформації, поступово витісняючи з повсякденного життя друковані ЗМІ та телебачення, внаслідок чого, роль телевізійної та друкованої реклами стала падати. Оцінюючи те, що відбувається, бізнес не міг не відреагувати на зміни. Підприємці почали рекламувати свій бізнес шляхом створення сайту, де є вся необхідна інформація для потенційних клієнтів.

При цьому важливим виявилось просування сайту в мережі, для чого розроблено SEO аналіз.

Покращення рейтингу сайту в топ рядках пошукових систем зумовлюється використанням SEO-аналізу. Аналіз потенціалу ресурсу і його можливість для швидкого застосуванні при змінах, приведе сайт до високого рейтингу.

Обговоримо що таке , яку структуру має, недоліки та переваги SEO-аналізу сайту.



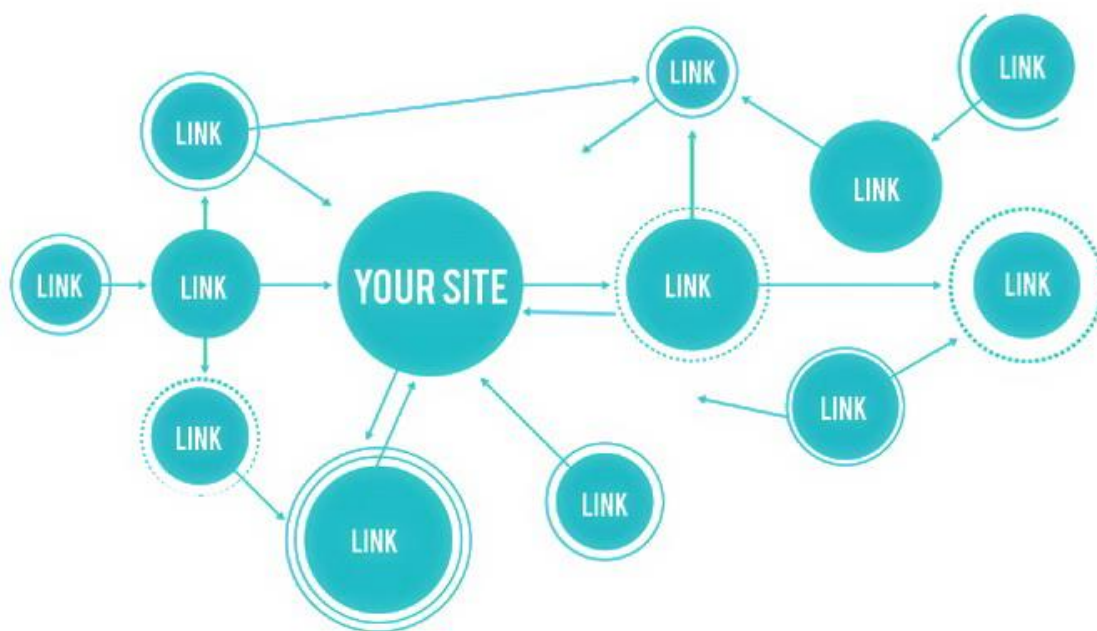
Веб-сайти створюють для розробленого алгоритму, який в свою чергу має такі відповідні дії як використання продукту сайту (купити, оформити замовлення, перейти за посиланням, вступити в групу, надати благодійну допомогу). Першочергова задача власника сайту – розробити сайт , який буде практичним для всіх верств населення, надійним, легким в розумінні та дуже приємним у використанні . В ідеалі, потрапити в ТОП-5 [7].

Але потрапити до ТОП-5 дуже складно, бо конкуренція дуже велика та складна, вибір сайтів, які потрапляють на перші позиції пошукою, здійснюють пошукові системи в яких головним критерієм виступає оптимізація.

Основні критерії SEO-аналізу сайту:

Аналіз сайту треба починати з розбору його структури та наповнення. Потрібно використовуючи дані о перших пошукових позиціях, треба зосередити інтерес на цих сайтах та провести аналіз їх успіху.

Зовнішній SEO-аналіз



Об'єкт зовнішнього аналізу - маса посилань. Включає в себе три обов'язкові пункти:

- Аналіз донорів. Потрібно критично оцінити репутацію сайтів-донорів. Від "допомоги" підозрілих і спамних бажано відмовитися.
- Аналіз анкор-листа. Агресивний настрій Google на контрольний спам не обіцяє нічого хорошого сайтам, які користуються подібними методами просування. Аналіз анкор-листа - елементарний спосіб виявити неприродні посилання.

На боротьбу з ними в 2012 році вийшов "Пінгвін" - алгоритм, який покарав велику кількість сайтів за неприродний анкор-лист.

- Аналіз приросту масиву посилань. Приріст маси на графіку повинен виглядати плавно, без стрибків. "Вибухи" посилань можуть говорити про

те, що сайт вже знаходиться під санкціями з боку пошукових систем. У подібних ситуаціях перед стартом просування варто розглянути питання зміни домену.[<https://www.seotm.com/ua/blog/shcho-take-seo-audit.html>]

Внутрішній SEO-аудит



Пошукові системи не постійно при виставленні в перші рядки користуються заготовленими правилами, іноді вони виставляють рейтинг сайтів по його практичності- легкість у використанні, зрозумілий та якісний інтерфейс, надійні (без спам-сайтів) посилання.

Модернізувати внутрішні комплектуючі веб-сайту набагато надійніше та вигідніше чим використовувати гіперсилки на інші джерали чи використовувати спам-силки. Давайте розглянемо аналіз внутрішніх комплектуючих за допомогою яких є можливість для швидкого просування веб-сторінки.

Аналізуючи текстове наповнення сайту, необхідно перевірити:

- семантичне ядро - релевантність ключових слів у семантичних групах, текст повинен будуватися на максимально широкому семантичному ядрі;
- посадочні сторінки - комерційні ключі повинні перебувати на сторінках товару, категорій. Для запитів інформаційного характеру повинні бути присутніми окремі сторінки з довідковою інформацією;

- входження ключових слів - використання ключових слів повинно бути орієнтоване на людей, а не на пошукові машини. Для успішного просування сайту першорядне значення має використання високочастотних запитів і їх лаконічне входження в текст;

- унікальність тексту - пошуковики приділяють тексту детальну увагу. Необхідно розробити план для копірайтингу, щоб заповнити унікальним контентом всі сторінки з відсутнім або не унікальним текстом;

- мета-теги - title та description повинні включати в себе головні запити для просування. Цей фактор важливий при ранжуванні сайту.

[<https://www.seotm.com/ua/blog/shcho-take-seo-audit.html>]

Внутрішні накопичення веб-сайту треба перевірити на зручність та легкість у використанні. Зміна між головною сторінкою та другорядними повинна робитися всього за одне натискання. Найкращий вибір для статичних рішень є об'єднання сторінок, наприклад: продукт+види, доставка+опис міст доставки та можливість доставки і т.д.

Внутрішня перелінковка дає більш якісний веб-сайт для користувача, бо за допомогою перелінковки гість сайту може швидко переходити на основні сторінки сайту за один клік. Для сайтів з простою структурою перелінковка не має сенсу бо вся важлива інформація знаходиться на головних сторінках.

Програмне забезпечення SEO-аналізу:

Велика кількість схожих сайтів (дублів) дуже заважає для прогресу основних сайтів, які навіть мають дуже гарний сайт з точки зору зручності та якості. Вторинні результати пошуку, зазвичай куди потрапляють сайти с дуже поганою якістю розробки (наприклад, дублі) дуже мало, а іноді зовсім не користуються відвідуванням користувачів інтернету. На підставі вище зроблених висновків від другорядних сайтів треба позбавитися. Знайти дублі допомагає модернізація розробок HTML та за допомогою скрупульозної праці робітників Google.

Файл robots.txt дає змогу для нових та існуючих сайтів мати зв'язок с пошуковими системами, але за допомогою його просування у рейтингу не

можливе. Якщо файл robots.txt відсутній, або розроблений не вірним чином то змога адаптації в пошукових системах стає неможливою . Файл robots.txt повинен бути коректно встановлений на сайті і налаштований.

Коли сайт має двох сторінковий формат , або більше , то пошуковим систем дуже складно продивлятися всі його сторінки та відмічати їх як видимими для користувачів інтернету. Все наявні сторінки сайту (файл sitemap.xml) містить всі сторінки для показу в пошуковій системі . Файл sitemap.xml допомагає пошуковій системі вірно виставляти індексацію сторінок для інтернет користувачів..

Моніторинг точності коду відповіді сервера є необхідним кроком у SEO-аналізі та важливою умовою підтримки продуктивності сайту. Існує кілька інструментів для перевірки коду стану HTTP (наприклад, Bertal, Analysis та ін.).

200 код відповіді повинен бути виданий якщо сторінка існує, якщо вона не існує тоді код 404. Зазвичай використовують 302 код редіректу, але це не є правильним рішенням. Найкраще буде використовувати 301 код редіректу.

Важливий критерій при ранжируванні це якість верстання сайту.

Обов'язково потрібно перевіряти правильність HTML-кодів, а також їх відповідність до стандартів які задані WWC (World Wide Web Consortium) Якщо при перевірці були виявлені помилки, то їх необхідно виправити.

Щоб спростити роботу вебмайстра компанія Google створила сервіс GWT (Google webmasters tools). Цей сервіс допомагає просунути сайт в пошукову систему Google, а також він здатен відобразити помилки сайту.

Для того щоб сайт постійно був в перших позиціях видачі пошукової системи, необхідно постійно стежити за недоліками та помилками оптимізації та сканування HTML, та вчасно корегувати недоліки

Сайти, які мають цікавий дизайн та зручну ергономіку, має великі шанси на високу позицію в рядах видачі Google. "Кругообіг взаємовигідних переваг" працює як завжди. Головне, щоб сайт сподобався юзерам, щоб вони його читали-гортали, робили замовлення. Особливістю є те що зазвичай існують поведінкові фактори, які завжди враховуються пошуковими системами при ранжуванні.

Оскільки за допомогою цих дій пошуковики підвищують позиції вашого сайту при видачі – тому все більше користувачів відвідують ваш сайт. Так як більше користувачів це значить що зростає конверсія, скорочується відстань до високих рядів в пошуковій системі.

На важливі важелі в механізмі просування інтернет-ресурсу натискає система SEO-аналізу сайту. Для того щоб розкрутити сайт з найменшими витратами використовують адекватну стратегія оптимізації, детальний аналіз, а також оперативне реагування на рекомендації, отримані після аудиту. Важливий фактор - пошуковий трафік підвищується без факторів масиву посилань, природними методами.

Обов'язково необхідно проводити аналіз сайту. Тому створення сайту - це лише перший етап. Одним з основних етапів є просування сайту. Це своєрідна робота, яка необхідна для популяризації цього інтернет-ресурсу. Якщо вам потрібно провести аналіз недостатньо розуміти SEO на поверхні. Якщо не володієш спеціальними знаннями і навичками буде складно вивести сайт по позиціям.

Дана процедура може бути застосована для всіх, у кого є власний інтернет-ресурс, що не користується особливою популярністю. Хоча до аналізу з метою профілактики вдаються і сайти, що займають лідируючі позиції в пошукових ведучих. Стадії, коли потрібен аналіз сайту:

1. Під час доопрацювання.
2. Перед підготовкою до просування.
3. В процесі розкрутки.

Таким чином, можна сказати, що аналіз сайту - необхідність для всіх, хто прагне підвищити конверсію і трафік на персональному сайті.

Існує кілька типів аналізу сайтів - це:

- пошуковий; технічний (виявлення проблемних місць сайту);
- аналіз контенту;
- аналіз юзабіліті;
- перевірка і підготовка посадочних сторінок.

Пошуковий аналіз ґрунтується на оптимізації інтернет-ресурсу з урахуванням вимог пошукових систем. Сюди входить перевірка присутності і настройки robots.txt і sitemap.xml, дублікатів сторінок, аналіз URL для веб-сторінок поряд з пошуком вихідних URL-адрес. Також дуже важлива довідкова маса, реєстрація проекту на популярних сторонніх ресурсах, пошук і налаштування дзеркальних сайтів. В даному випадку беруться до уваги поради щодо застосування мікророзмітки і лічильників вхідного трафіку.

Технічний аналіз базується на аналізах програмних особливостей сайту і включає в себе кілька важливих пунктів.

1. Аналіз швидкості прогрузки сторінок.
2. Перевірка валідності HTML.
3. Перевірка адаптивності під різні екрани.
4. Перевірка адекватного відображення в різних браузерях.
5. Аналіз працездатності системи навігації по інтернет-ресурсу.
6. Перевірка працездатності кнопок, напрямних в соціальні мережі.
7. Пошук битих URL-адрес.
8. Оформлення країни з помилкою 404.
9. Установка захисту контенту від копіювання.

Аналіз контенту - один з найважливіших пунктів. Навіть самий крутий сайт не отримає просування без унікального і цікавого контенту. Типи контенту:

- ❖ аудіо;
- ❖ відео;
- ❖ текстовий.

Найбільшою популярністю користується відео-контент. За ним слідує фото-контент, а після текстовий. Найменш популярним є аудіоконтент, який через свою специфіку можна застосувати не в будь-якому випадку. Так, аудит контенту складається з наступних пунктів.

1. Перевірка релевантності мета-тегів, а саме title і description.
2. Перевірка наявності заголовків H1, H2 і т.д.
3. Корисність і унікальність контенту сайту.

4. Оформлення статей згідно SEO.
5. Оптимізація текстового контенту під ключові фрази.
6. Створення розведеного контенту (фотографії, відео і т. Д.)
7. Наявність перелинковки в тексті.
8. Створення title і текстового опису фото- і відео-контенту
[<https://uk.uaateam.agency/blog/shcho-take-seo-audit-sajtu-i-dlya-chogo-vin-potriben/>]

1.2 Аналіз аналогів

Сьогодні в Інтернеті налічується понад 1 мільярд веб-сайтів. Виділитися серед такої кількості не так-то легко, при цьому сайт компанії - це найчастіше єдине, що бачать її потенційні клієнти. Залучити перший трафік – непросте завдання саме по собі, а зробити так, щоб відвідувачі залишилися на сайті, ще складніше. Серед мільярда сайтів напевно знайдеться той, що належить конкурентам. Звичайно, сайтів, що надають послуги репетитора теж чимало.

Розглянувши декілька сайтів аналогів, можна проаналізувати їх оформлення, наповнення, позиціонування елементів та інші особливості. Оцінка всіх переваг та недоліків допоможе зрозуміти яким повинен бути сайт, в результаті буде отриманий максимально якісний і вдалий продукт в порівнянні з аналогами.

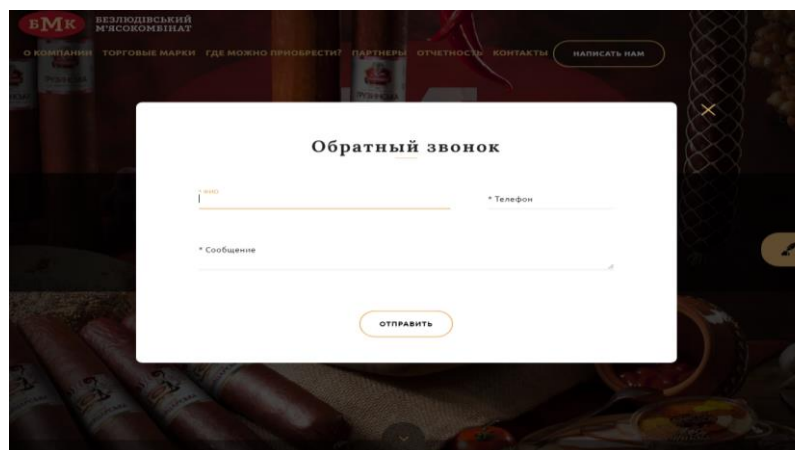


Рисунок 1.1 – Головна сторінка bmk.kh.ua

<https://bmk.kh.ua/>

До переваг відносяться:

- зрозуміле меню, немає зайвих пунктів, які б ускладнювали пошук необхідної інформації користувачу;
- інформативна нижня частина сайту (footer), в блоці містяться контакти, меню навігації, графік роботи компанії та інші дані ;
- наявність слайдерів, анімації та інших візуальних ефектів, що роблять сайт більш сучасним.
- Наявність оборотного зв'язку (рисунок 1.1);



Рисунок 1.2 – Головна сторінка ryaba.ua

<https://ryaba.ua>

Переваги:

- Сайт виконаний в стилі мінімалізму, немає зайвої інформації, яка буде нецікавою потенційному клієнту;

Кольорове оформлення виконане в приємних тонах, текст і картинки легко сприймаються і не зливаються із заднім фоном.

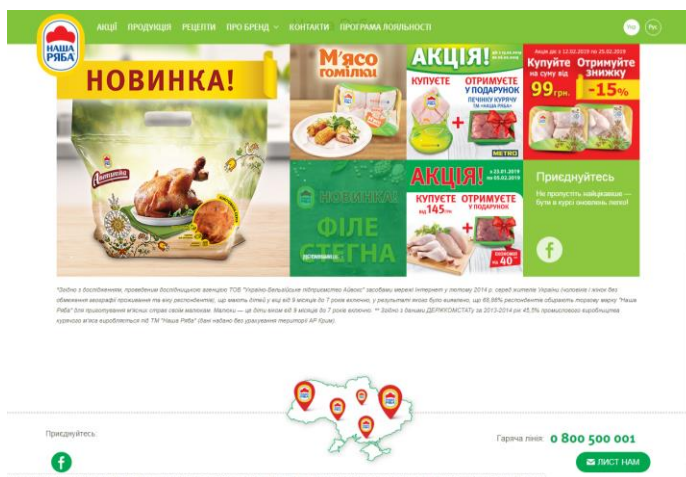


Рисунок 1.3 – Головна сторінка ryaba.ua <https://ryaba.ua/>

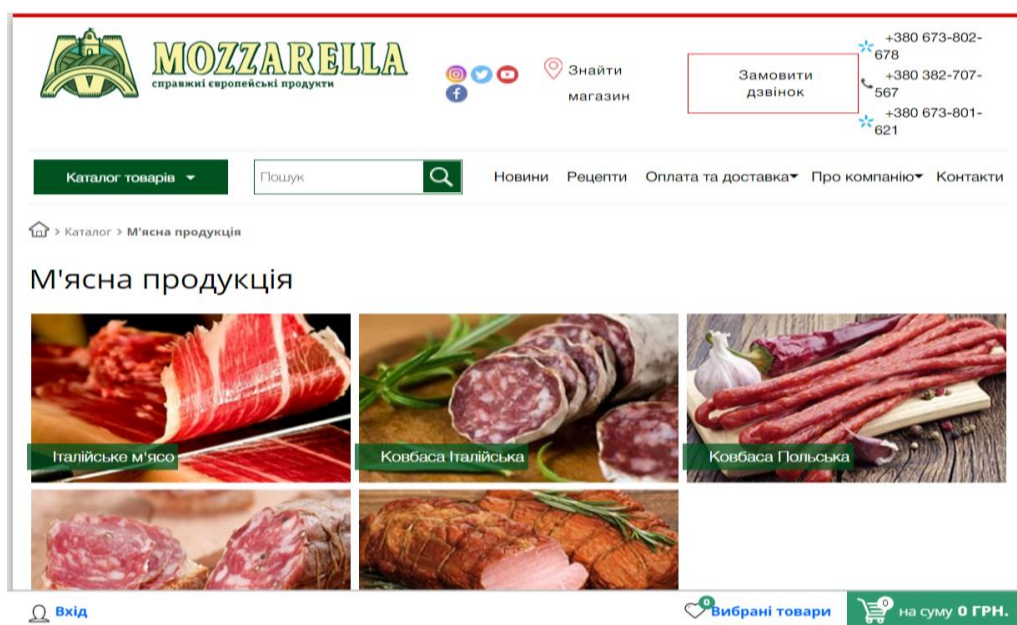


Рисунок 1.4 Головна сторінка <https://mozzarella.com.ua/catalog/m-yasna-produktsiya/>

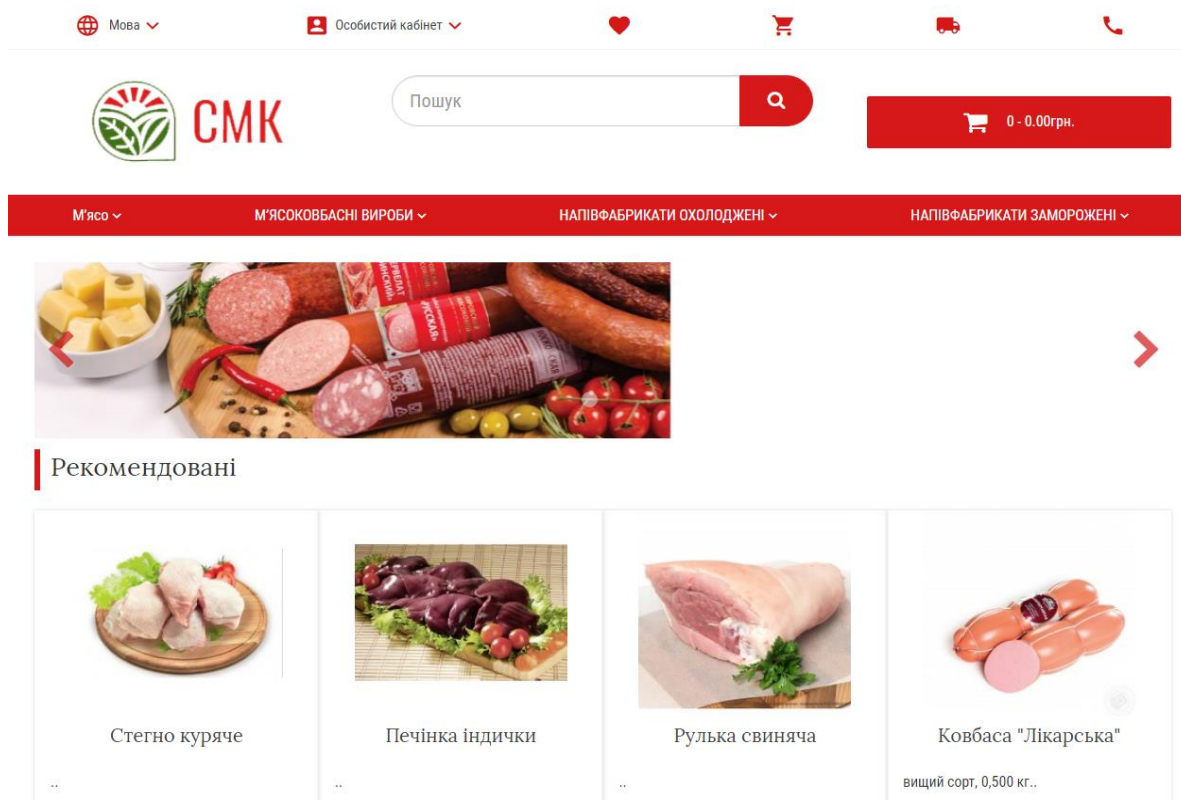


Рисунок 1.5 Головна сторінка

Якщо зрівняти сайт, який розроблений мною та аналог то ми можемо побачити, що сайт взятий для аналога більше змістовний та містить більше функцій, які роблять користування цим сайтом зручнішим та легшим. Для того щоб зробити наш сайт більш практичним, для початку треба більш кращу підібрати кольорову гамму, збільшити функціонал, зробити більш швидший та зручний спосіб для замовлення товарів, також змінити логотип на більш привабливий та цікавий.

1.3. Вибір засобів реалізації

Кожен сайт має клієнтську і серверну частину. Клієнтська частина створюється за допомогою HTML, CSS, JavaScript.

HTML – це засіб розмітки тексту, потрібен для відображення контенту сайту: тексти, заголовки, зображення, таблиці, текстові блоки, нумеровані і ненумеровані списки та інше.

CSS – це стильове оформлення контенту: колір і розмір шрифту, позиціонування елементів, відображення меж об'єктів, розміри блоків.

JavaScript реалізує динамічну взаємодію з користувачем: перевірка введених даних, відображення діалогових вікон, додавання і приховування HTML-елементів.

Серверна частина забезпечує формування HTML-коду, збереження призначених для користувача даних, взаємодію зі сторонніми веб-сервісами. Створення серверної частини відбувається за допомогою PHP та MySQL.

PHP – це мова програмування, призначена для створення динамічних сайтів, вона дозволяє автоматизувати роботу із сайтом, інтерпретується та виконується на стороні серверу.

MySQL – швидка та потужна система управління реляційними базами даних. При достатньому знанні засобів і мов програмування описаних вище можна створювати сайти з нуля - вручну, але через постійний розвиток веб-технологій, в цьому вже не має ніякого сенсу.

Для створення вебдодатків використовуючих аудіо, відео, графіку, анімацію використовується відкрита платформа HTML5.

Мета розробки HTML5 - поліпшення рівня підтримки мультимедіатехнологій з одночасним збереженням зворотної сумісності, зручності читання коду для людини і простоти аналізу для парсерів. HTML5 розширює, покращує і раціоналізує розмітку документів, а також додає єдиний API для складних веб-додатків. За допомогою елементів в HTML5 можна позбутися використання сторонніх розширень для якісного відображення сайту в браузері. Одними з основних елементів можна вважати «Audio» та «Video», вони забезпечують інтеграцію мультимедійних даних і створені для роботи мультимедійного контенту в браузері не використовуючи програвач Adobe Flash Player.

Основні переваги HTML5:

Семантика (структура) документа. Для створення більш змістовної організації веб-сторінок в HTML з'явився цілий ряд нових семантичних тегів.

Можливості графічного відображення. Для роботи з 2D графікою використовується особливий елемент, який створює можливість впровадження

динамічної поверхні для програмного малювання та інших операцій над графікою. Можливість тегування мультимедійного контенту.

Геолокація. Завдяки функціям `getCurrentPosition` і `watchPosition` зчитування геолокації стало можливо. Однак браузер повинен запитувати дозволу перед проведенням операції, оскільки в специфікації вказано, що без дозволу браузер не має можливості відправляти геодані юзера.

Використання локального сховища. Куки, які все рідше почали використовуватися, тепер можуть бути замінені на локальне сховище. На відміну від Куків тепер є можливість зберігати інформацію на пристрої клієнта з ширшими можливостями та набагато більшому розмірі.

У нових версіях браузерів підтримуються багато функціональних можливостей HTML 5. За допомогою HTML5 можна прискорити завантаження сторінок сайту, додати нові можливості на сайт.

Для реалізації проекту найкращим буде застосування системи керування вмістом OpenCart так, як OpenCart — це e-commerce platform, орієнтована на створення інтернет-магазинів, що є темою дипломного проекту. OpenCart — це система з відкритим кодом, яка існує для створення інтернет-магазинів. Розповсюджується за ліцензією GNU General Public License. Особливістю OpenCart є можливість бути встановлено на будь який веб-сервер Apache з підтримкою PHP5 та MySQL.

Основними перевагами OpenCart над системами osCommerce, Virtuemart і Magento є сучасна MVC-архітектура, vQmod, підвищена швидкість роботи контентом та менше споживання серверних ресурсів, а також багатофункціональна адміністративна панель управління.

OpenCart недорога в обслуговуванні та надійна система електронної торгівлі, з підтримкою розрахунку всіма найвідомішими системами електронної оплати.

РОЗДІЛ 2

Практична реалізація SEO-аналізу для просування веб-ресурсу

2.1 Визначення структури додатку

Структура сайту – це система взаємного розташування його частин, тобто це те, з яких частин він складається і як ці частини розташовуються на сайті.

Основні структури директорії складаються з двох важливих компонентів системи OpenCart - інтерфейсів і панелей управління, які представлені окремими папками, розташованими в верхній частині системи OpenCart. Дані інтерфейси вибирають в папці під назвою `catalog/`, панелі управління - `admin /`.

В папці `catalog/`, папки та папки `admin /`, можна знайти папки, що містять компоненти MVC(L): Model, View, Controller и Language. На ряді з ними можна знайти і інші папки, включені в базову установку OpenCart.

Папка `system` містить класи і функції, які використовуються як на вітрині, так і в панелі адміністратора. Тут містяться директиви допомоги, баз даних, основних визначень контролерів, моделей та інших систем, OpenCart, а також папка бібліотеки класів. При зміні функціональності OpenCart, файли системної папки рідко піддаються редагуванню.

Папка `image` містить всі зображення, коли-небудь завантажені з допомогою менеджера зображень. Це можуть бути фотографії, додаткові зображення, а також кешовані версії картинок з зміненим розміром.

Папка `download` містить завантаження, пов'язані з товарами. Завантаження наділяються спеціальними суфіксами, які запобігають вільний доступ до файлів завантажень для злоумисників. Найчастіше, дані суфікси можна побачити в кінці рядків завантажень.

Внутрішня структура сайту – це впорядковане розміщення сторінок сайту по відношенню до головної сторінки. Внутрішня структура адміністративної сторінки сайту розміщена на рисунку 2.1

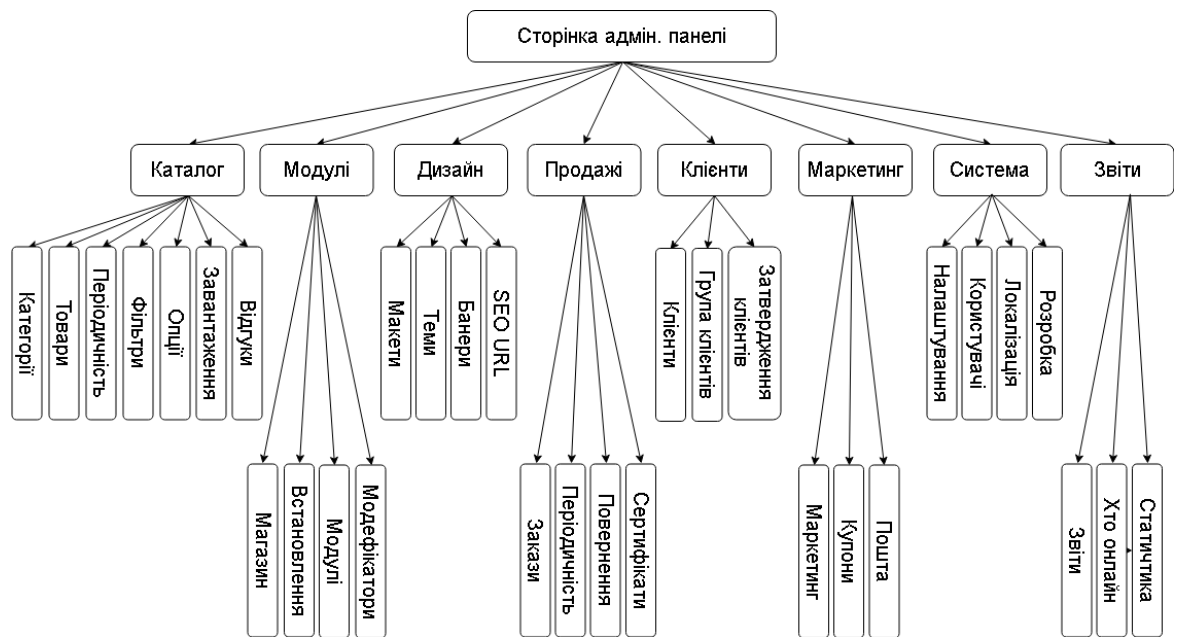


Рисунок 2.1 – Внутрішня структура сайту

Нижче представлено вміст основних дерикторій адміністративної сторінки

Папка account:

- account.tpl - форма реєстрації або входу в аккаунт;
- address.tpl - сторінка вибору / редагування адреси адреси / доставки;
- адрес.tpl - Адресная книга в настройках аккаунта;
- address_form.tpl - сторінка редагування адреси в аккаунте;
- address_list.tpl - Адресная книга в настройках аккаунта;
- create.tpl - форма реєстрації;
- register.tpl - форма реєстрації;
- return_form - сторінка створення возврата товару;
- return_list.tpl - сторінка історії повернення товару;
- return_info.tpl - докладніше про повернення товару;
- reward.tpl - інформація про закуплені бонусні бали за покупки;
- transaction.tpl - сторінка історії платежів;
- wishlist.tpl - сторінка «Взято на замітку»;
- download.tpl - сторінка з викачуваними товарами;
- edit.tpl - редагувати профіль;
- forgotten.tpl - нагадування пароля;

- history.tpl - історія замовлень;
- wishlist.tpl - бажані товари;
- login.tpl - форма входу або реєстрації на сайті;
- newsletter.tpl - підписка на новини;
- password.tpl - зміна пароля.

Папка common:

- home.tpl - вивід головної Сторінки;
- column_left.tpl - ліва колонка магазину;
- column_right.tpl - права колонка магазину;
- content_bottom.tpl - нижня частина магазину (тільки в 1.5.x);
- content_top.tpl - верхня частина магазину (тільки в 1.5.x);
- footer.tpl - нижня частина магазину;
- header.tpl - верхня частина шаблону;
- cart.tpl - спливаюче вікно кошика (тільки в 1.5.x);
- maintenance.tpl - шаблон виводу, коли магазин закриває;
- success.tpl - виводу после успішної реєстрації в Журналі та после успішного оформлення (гостьовий режим).

Папка product:

- category.tpl - висновок групи товарів;
- manufacturer_info.tpl - вивід товарів по продукції;
- manufacturer_list.tpl - сторінка зі списком всіх виробників;
- product.tpl - вивід одного товару;
- review.tpl - вивід відгук про товар в шаблоні product.tpl;
- search.tpl - пошук и результати пошуку;
- special.tpl - вибір спеціальних пропозицій (Special);
- compare.tpl - сторінка порівнювання товарів.

Папка information:

- contact.tpl - вивід адреси магазину та форми відправки;
- information.tpl - висновок інформаційної статті;

- sitemap.tpl - карта сайту;

Папка mail містить файл order_confirm.tpl - лист про підтвердження.

Папка modules:

- bestseller.tpl - найцінніші товари;

- category.tpl - блок Категорії;

- featured.tpl - «рекомендовані товари»;

- information.tpl - список статей на сайті, посилання на агентство сайт и контакти;

- latest.tpl - останні товари;

- manufacturer.tpl - випадючий список виробників;

- special.tpl - Спеціальне пропозиція.

Папка checkout:

- address.tpl;

- cart.tpl - вивід змісту корзини (в центрі Сторінки);

- verify.tpl - Останній крок замовлення, підтвердження перед відмовою, цей же шаблон використовується для guest.tpl - оформити замовлення без реєстрації (тут редагуються поля, при оформленні);

- payment.tpl - оплата;

- shipping.tpl - доставка.

2.2 Інтерфейс

Адміністративна панель OpenCart це частина сайту-магазину, де розташовані всі налаштування магазину, а також де адміністратор магазину, може додавати товари, завантажувати зображення товарів, відслідковувати покупки, управляти платежами і робити іншу адміністративну роботу.

Щоб отримати доступ до admin panel магазину, необхідно ввести унікальний логін та пароль в блок авторизації (рис.2.2)

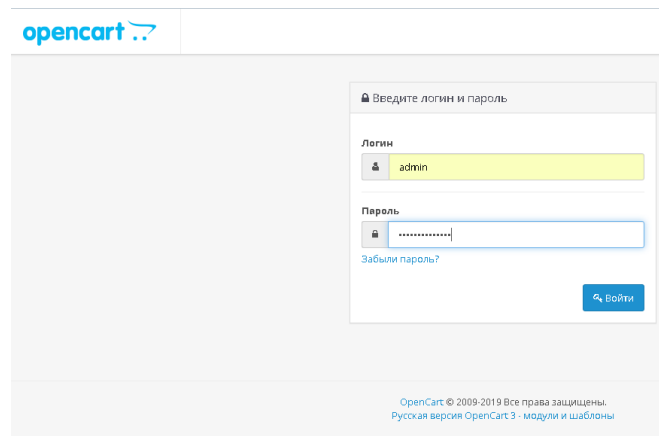


Рисунок 2.2 – Блок авторизації адміністратора в адмін. панель

Після введення правильного логіну адміна і пароля доступу система переходить в панель управління OpenCart. Головною сторінкою є вкладка «Панель стану» (рис. 2.3).

Основна функція вкладки «Панель стану» надання адміну магазину огляду роботи магазину. Для цього вся панель розділена на інформаційні блоки з статистичними даними, зібраними системою в магазині:

- Огляд: Це чотири блока (замовлення, продажі, клієнти і люди On-line), що показують статус інтернет-магазину. Ці блоки допомагають легше аналізувати інформацію. Всі блоки розкриваються по посиланню «Детальніше...» (рис. 2.4, рис. 2.5 та рис. 2.6).

- Карта світу: Карта світу показує звідки надходили замовлення.

- Аналітика по продажам: Це графічна діаграма, яка показує здійснення покупок за хронологією.

- Недавні активності: Розділ, який показує недавню активність будь-якого клієнта з магазину, наприклад, логін, створення облікового запису або розміщення нових замовлень.

- Останні замовлення: Список, що відображає останні замовлення і їх дані. А саме: Покупець, Стан, Додано, Сума, Дія.

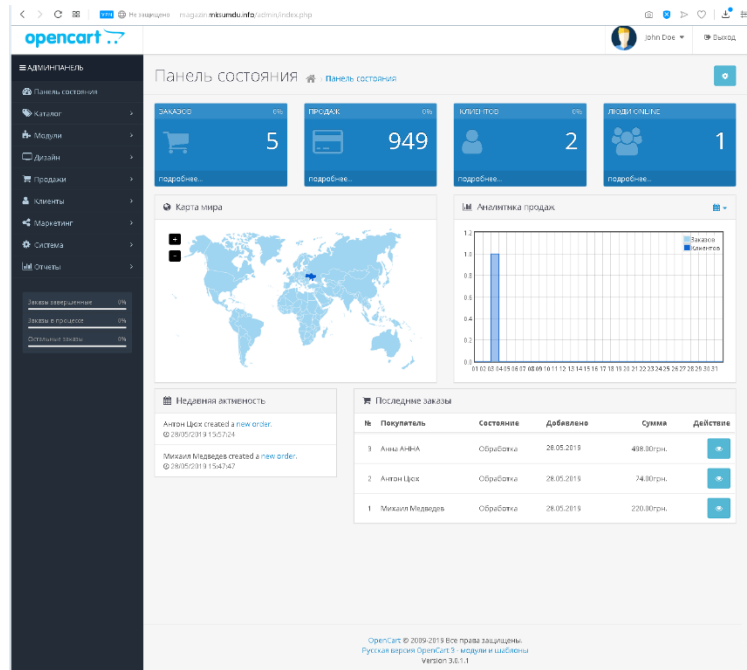


Рисунок 2.3 – Панель стану

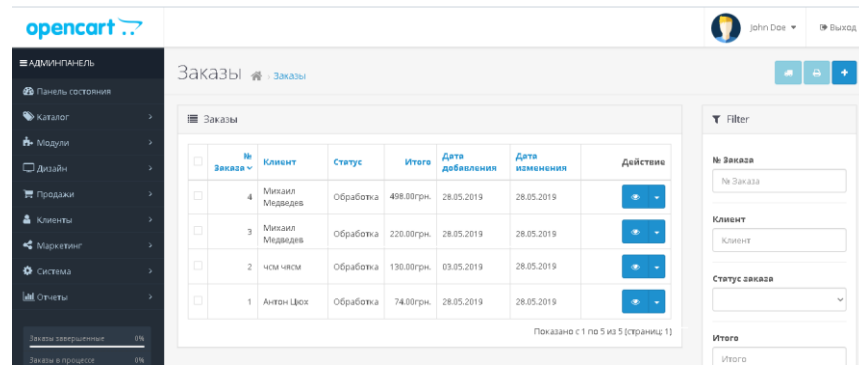


Рисунок 2.4 – Блок «Замовлення»

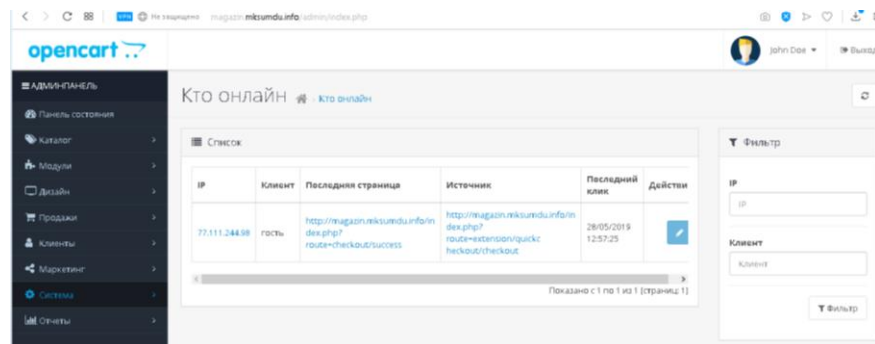


Рисунок 2.5 – Блок «Хто онлайн»

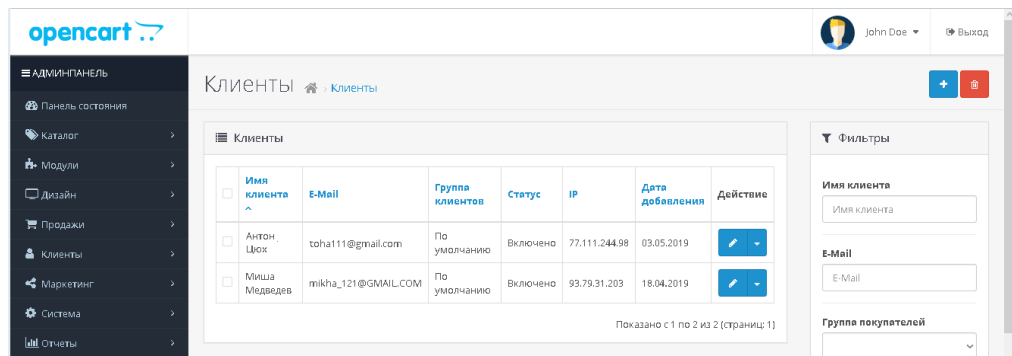


Рисунок 2.6 – Блок «Клієнти»

На рисунку 2.7 розміщується головне меню адміністративної сторінки. Меню містить такі пункти:

- Каталог: містить категорії товарів і самі товари магазину.
- Дизайн: розміщуються макети сторінок, редактор шаблону, редактор мови, банери, ручний редактор SEO URL.
- Продажі: містяться облік і управління з продажу.
- Клієнти: знаходиться список клієнтів і його управління.
- Маркетинг: розміщені акції, купони і пошта магазину.
- Система: містяться загальні налаштування магазину, управління користувачами і групами користувачів, мовна локалізація валют, місце розташування, список станів на складі.
- Звіти: знаходиться вся статистика магазину, звіти по клієнтах і звіти магазину по типу податки, транзакції, пошукові запити.

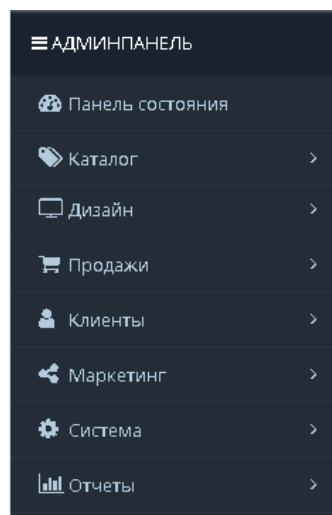


Рисунок 2.7 – Головне меню адмін. сторінки

Особистий кабінет і посилання на документацію по OpenCart знаходиться у верхньому правому куті панелі (рис.2.8).

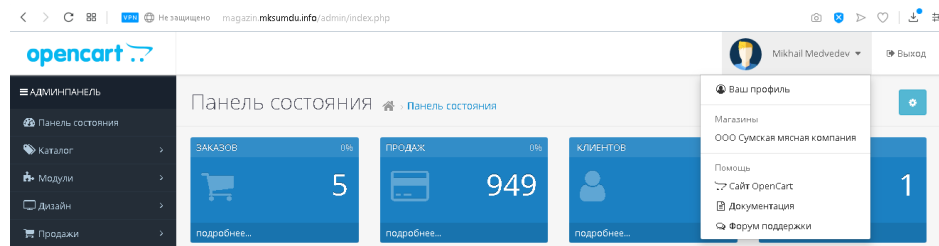


Рисунок 2.8 – Особистий кабінет адміністратора

2.3 Розробка функціоналу системи

Функціонал - це найважливіша частина в розробці інтернет-магазину, на яку необхідно звернути особливу увагу. Чим оптимальніше набір функцій інтернет-магазину - тим комфортніше почуваються клієнти.

Загальні функції інтернет-магазину можна поділити на кілька груп:

- Пошуковий функціонал і підбір товарів. Пошук, сортування, фільтрування та підбір товарів є найпотрібніші функції інтернет-магазину, без яких вести успішні продажі можна. Пошук та сортування представлено на рисунку 2.9.

- Демонстраційний - для представлення товарів покупцям. Наповнення контентом на рисунку 2.10.

- Інформаційний функціонал, який відповідає за інформування клієнтів. Інформування покупця про замовлення на рисунку 2.11, інформування адміністратора про замовлення на рисунку 2.12.

- Комунікаційний функціонал, який відповідає за спілкування з клієнтами (месенджери, зворотний зв'язок і т.д.). На рисунку 2.13 представлений зворотній зв'язок на сайті;

- SEO-функціонал, який полегшує просування інтернет-магазину в пошукових системах (можливість вказувати META-теги і т.д.);

- Соціальний функціонал, наприклад, кнопки соцмереж або мобільна версія, так як величина мобільних користувачів Інтернету з кожним днем зростає

і необхідно пам'ятати про це, щоб не втрачати покупців. На рисунку 2.14 представлена мобільна версія сайту.

– функціонал, який відповідає за інтеграцію з зовнішніми системами, наприклад, з платіжними терміналами.

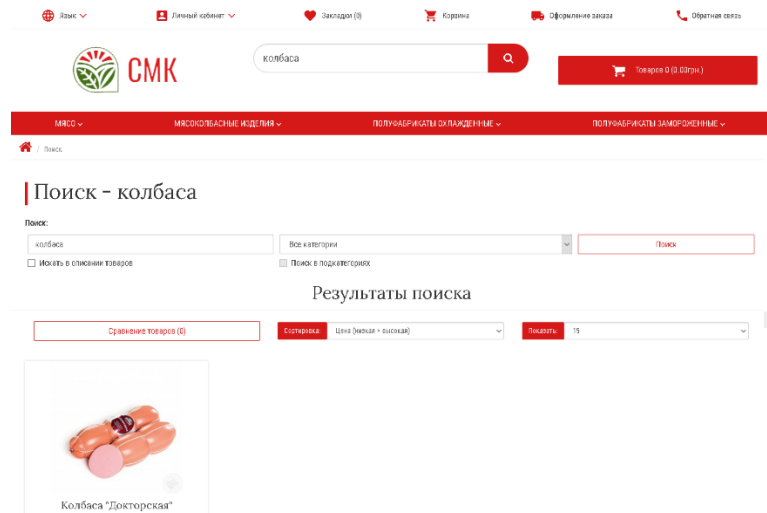


Рисунок 2.9 – Пошук та сортування товару на сайті

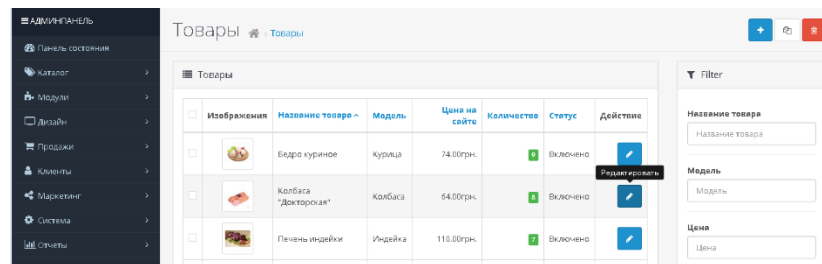


Рисунок 2.10 – Наповнення контенту

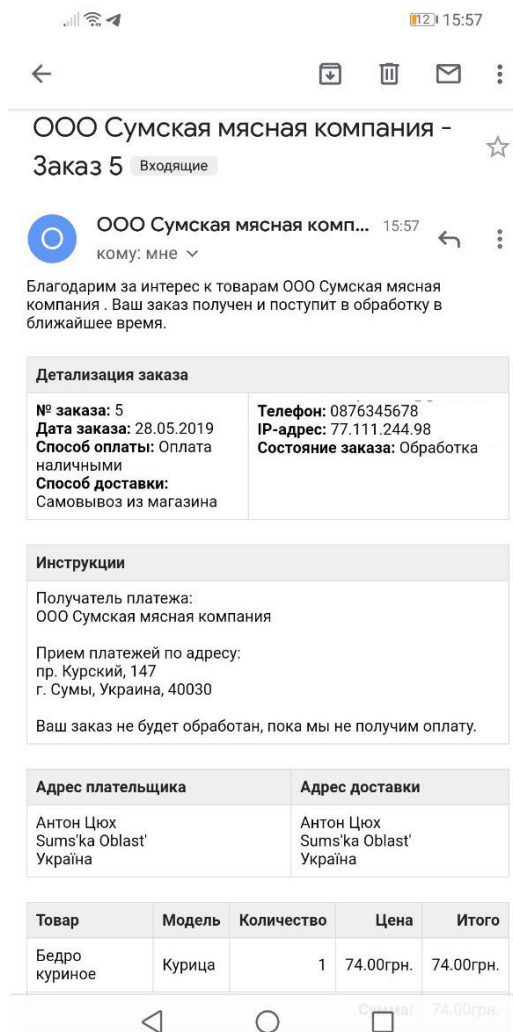


Рисунок 2.11 – Информирование покупателя

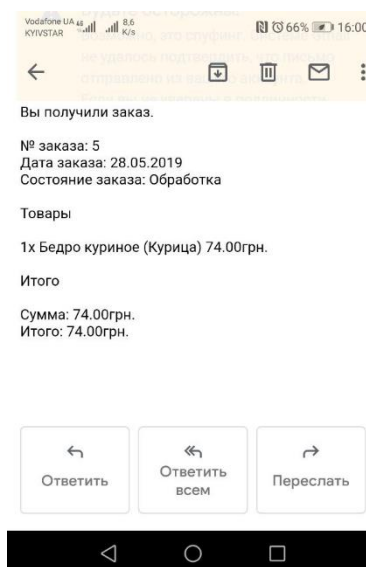


Рисунок 2.12 – Информирование администратора

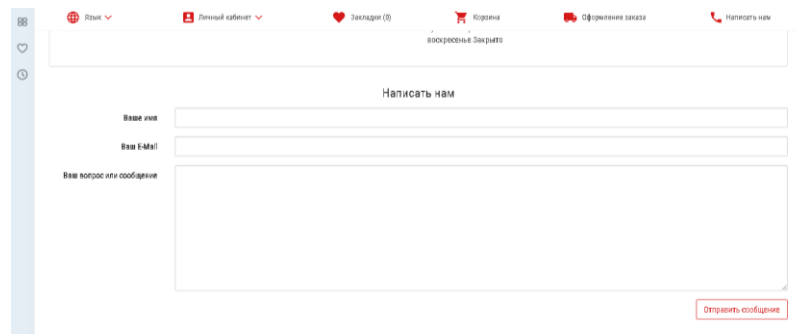


Рисунок 2.13 – Зворотній зв'язок

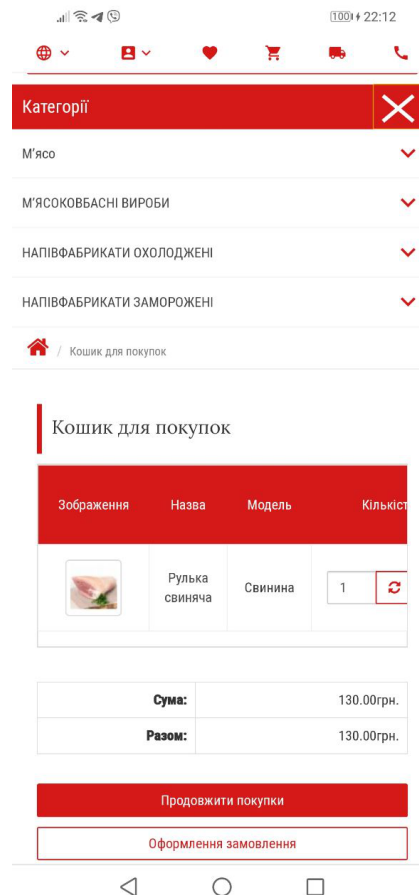


Рисунок 2.14 – Мобільна версія

2.4 Тестування інтернет-магазину

Тестування сайту - це перевірка роботи системних процесів на відповідність умов, які забезпечують якість роботи і програмного продукту. Тестування сайту спрямовано на аналіз самої системи, виявленні її недоліків або потенційно уразливих місць згідно системним вимогам. [9]

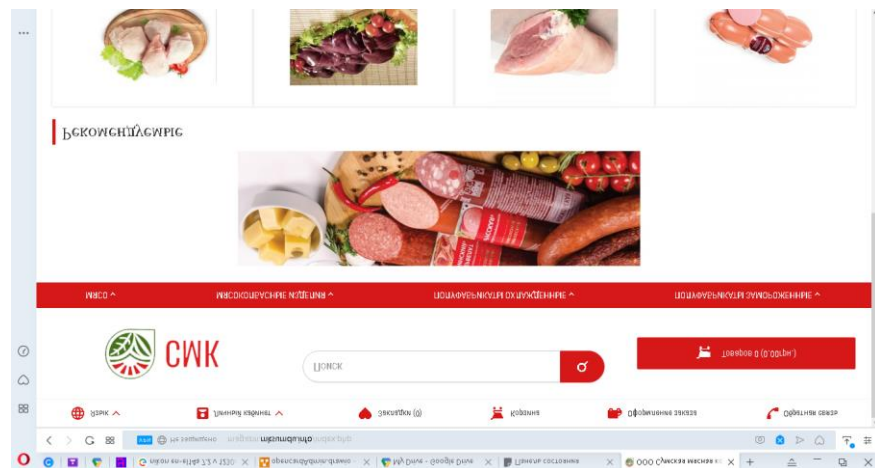
Існує безліч видів тестування, котрі відрізняються як за рівнем аналізу, так і за різними критеріями якості роботи, основні з них:

– Функціональне тестування сайту. Можливість користування інтернет-магазином було розглянуто в пункті 2.3.

– Тестування сумісності. Незалежно від того, з якого гаджета приходять на сайт, інтернет-магазин адаптується. Тестування інтернет-магазину на сумісність було представлено в різних браузерах (рис. 2.15, рис. 2.16, рис. 2.17) та на мобільному додатку (рис 2.18)

– Тестування ефективності. Інтернет-магазин м'ясокомбінату продуктивний, тобто сайт виконує цільові дії в звичайному режимі з урахуванням різних умов.

– Тестування безпеки сайту. При тестуванні безпеки перевіряється – чи немає у користувачів доступу до службових/закритих сторінок, а так само проводиться перевірка захисту всіх критично важливих сторінок (наприклад, розділу адміністрування сайту) від зовнішнього впливу. Якщо при авторизації неправильно ввести пароль, то з'являється повідомлення (рис. 2.18).



. Рисунок 2.15 – Інтернет-магазин в браузері Опера

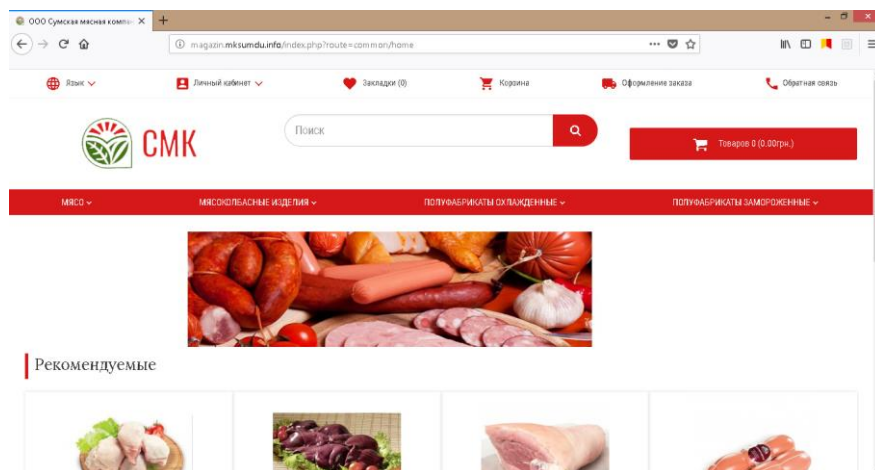


Рисунок 2.16 – Онлайн-додаток в браузері Mozilla Firefox

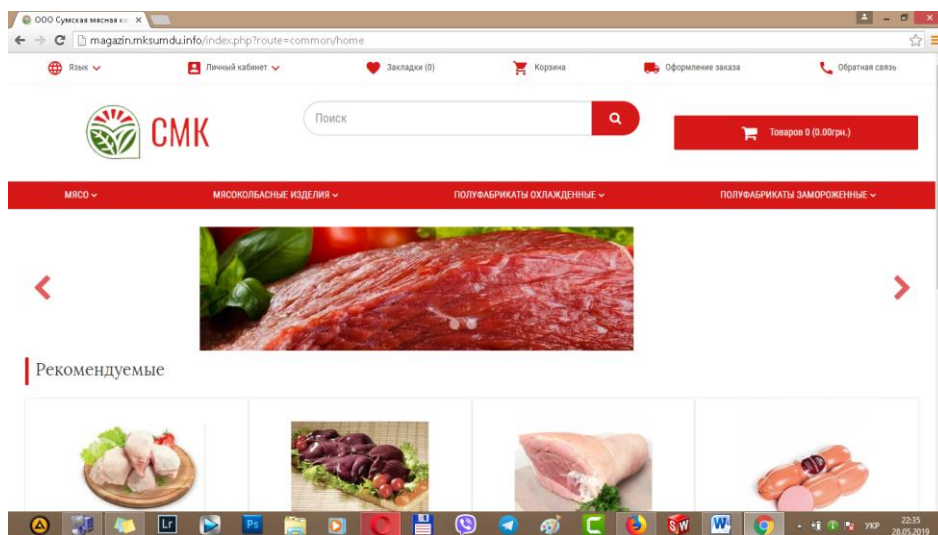


Рисунок 2.17 – Інтернет-магазин в браузері Google Chrome

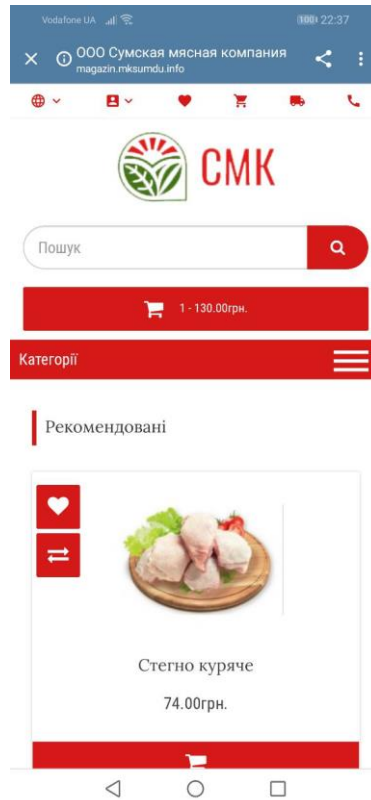


Рисунок 2.18 – Інтернет-магазин в мобільній версії

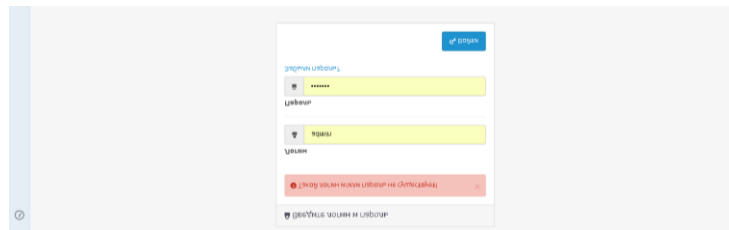


Рисунок 2.19 – Перевірка на правильність логіну та паролю користувача

ВИСНОВКИ

Інформаційні системи стали сьогодні одним з найважливіших інструментів успішного торгового бізнесу. При ефективному використанні такі системи дозволяють отримувати значні конкурентні переваги.

Предметною областю стала роздрібна Інтернет-торгівля й її стан в Україні та світі. Оскільки на сьогодні мережею Інтернет користується майже кожна людина, то продажі в мережі можуть стати успішним бізнесом. Також були проаналізовані різновиди Інтернет-продажів в залежності від різновиду товарів, що продаються.

Дане дослідження може використовуватися для побудови майбутнього Інтернет-магазину враховуючи всі недоліки конкурентів. Основною задачею Інтернет-магазину є представлення певної, тематичної інформації про товар в Інтернеті, сервісу і підтримки клієнтів, надання онлайн послуг з продажів певної категорії товару. Зручний та логічно побудований інтерфейс дає ряд переваг для звичайного користувача:

- швидкий перехід між сторінками сайту;
- знаходження потрібної інформації;
- мобільність системи.

В результаті виконання дипломного проекту, було розроблено інтернет-магазин мясокомбінату. У процесі розробки онлайн-магазину був створений простий і зрозумілий у використанні інтерфейс. Все це дозволяє швидко і легко вникнути в суть самого додатку, розібратися в його роботі, а також швидко і ефективно ознайомитися з матеріалом. Це означає, що навіть недосвідчений

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1 MySQL руководство администратора; М.: Вильямс, 2009. - 621 с.
- 2 Валерий Коржов. Многоуровневые системы клиент-сервер. Интернет-издательство «Открытые системы», 2007 - <http://www.osp.ru/nets/1997/06/142618/>
- 3 Веймаер, Р.; Сотел, Р. Освой самостоятельно Microsoft SQL Server 2000 за 21 день (+ CD-ROM); М.: Вильямс, 2013. – 549 с.
- 4 Голицына, О.Л. и др.; Форум; Инфра-М, 2013. - 399 с.
- 5 Дейт, К.Дж. Введение в системы баз данных; К.: Диалектика; Издание 6-е, 2012. – 360 с.
- 6 Дэвидсон, Луис проектирование на SQL Server 2000; Бином, 2009. – 631 с.
- 7 Лекции по дисциплине «SQL Server» Ваксер В.В., электронна бібліотека ТГМТ, [http:// tuarsegmt.ru/look/1665877.html](http://tuarsegmt.ru/look/1665877.html)
- 8 Лекции по дисциплине «Распределенные системы обработки информации» Ваксер В.В., электронна бібліотека ТГМТ, [http:// tuarsegmt.ru/look/1665907.html](http://tuarsegmt.ru/look/1665907.html)
- 9 Марко Беллиньясо. Разработка Web-приложений в среде ASP.NET 2.0: задача - проект - решение - ASP.NET 2.0 Website Programming: Problem - Design - Solution. — М.: «Диалектика», 2007. - С. 640. - ISBN 0-7645-8464-2.
- 10 Наумов, А.Н.; Вендров, А.М.; Иванов, В.К. и др. Системы управления знаний; М.: Финансы и статистика, 2010. - 352 с.
- 11 Озкарахан, Э. Машины управление базами данных; М.: Мир, 2009. – 551 с.
- 12 Олищук Андрей Владимирович. Разработка Web-приложений на PHP 5. Профессиональная работа. - М.: «Вильямс», 2006. - С. 352. - ISBN 5-8459-0944-9.
- 13 Тоу, Дэн Настройка SQL; СПб: Питер, 2009. – 539 с. 27. Туманов, В.Е. Основы проектирования реляционных баз данных; Бином, 2012. - 420 с.

ДОДАТОК А

Технічне завдання

1 Загальні відомості

Повне найменування системи - «Інтернет-магазину «СМК»».

Замовник – ООО Сумская мясная компания.

1.1 Планові терміни початку і закінчення робіт зі створення сайту

Визначаються відповідно до календарному плану і узгодженими термінами проведення робіт.

2 Призначення і цілі створення сайту

2.1 Призначення сайту

Основним призначенням сайту є електронна торгівля.

2.2 Мета створення сайту

Метою створення сайту є розробка, що представлятиме інформацію про товар в Інтернеті, сервісу і підтримки клієнтів, надання онлайн послуг з продажу товару. Основним компонентом електронної торгівлі є спеціалізований сайт, який і буде виступати своєрідною торговим майданчиком

2.3 Цільова аудиторія сайту

Цільова аудиторія Сайту представлена наступними групами користувачів:

- споживачі охолодженого і замороженого м'яса, м'ясної продукції, напівфабрикатів, м'ясо-ковбасних виробів та м'ясних делікатесів.

3 Вимоги до сайту

3.1 Вимоги до стилістичного оформлення сайту

Сайт повинен бути розроблений з використанням мови html і php, а також містити елементи Java Script , обов'язково має мати добре розроблену каскадну таблицю стилів CSS. Вдале поєднання кольорів. Зручна навігація, функціональний інтерфейс. Дизайн повинен бути витриманий в строгих і м'яких тонах.

3.2 Вимоги до графічного дизайну сайту

Дизайн сайту повинен бути лаконічним і в той же час виглядати стильно, сучасно. Вітається використання невеликих, але стильних графічних елементів (пиктограм, «візуалів») в оформленні контенту сайту.

3.3 Вимоги до шрифтового оформлення сайту

Основними шрифтовими стилями і є Times New Roman, Palatino Linotype і Georgia. Шрифти, використовувані для оформлення текстових матеріалів сайту, не повинні загальному вигляду сайту і гармонійно поєднуватися з шрифтами матеріалів які викладені на сайті. У разі відсутності необхідних шрифтів на комп'ютері користувача необхідно передбачити використання стандартних груп шрифтів браузерів (Times New Roman, Times, Serif) таким чином, щоб заміна шрифтів з відповідної групи не призводила до візуального спотворення тексту.

Розмір (кегель) шрифтів повинен забезпечувати сприйняття тексту при мінімально допустимому розмірі екрану.

3.4 Вимоги до засобів перегляду сайту

Сайт повинен забезпечувати коректне відображення даних у наступних браузерах:

- Internet Explorer (версія 5.5 і вище);
- Opera (версія 7.0 і вище);
- Mozilla Firefox (версія 1.0 і вище).

3.5 Вимоги до контенту і наповненню сайту

Первинна розробка та верстка контенту (інформаційного вмісту) сайту повинна проводитися силами виконавця за безпосередньої участі замовника. Замовник надає всі необхідні Виконавцю текстові матеріали, а також коментарі щодо їх змісту, обсягу, оформлення і розміщення. Має мати гарну та зручну навігацію.

Сторінки сайту повинні бути виконані в одному оформленні, виключенням можуть бути лише окремі функціональні блоки, наприклад форум.

Наявність навігації на всіх сторінках сайту. Обов'язковою умовою є наявність на сайті форми шифрування та авторизації.

3.6 Вимоги до системи управління контентом сайту

Система управління контентом сайту повинна забезпечити можливість виконання наступних дій:

1. управляти сторінками сайту (додавати, видаляти, змінювати їх вміст);
2. управляти елементами меню;

4 Структура сайту

Загальна структура сайту представлена на рисунку 1.

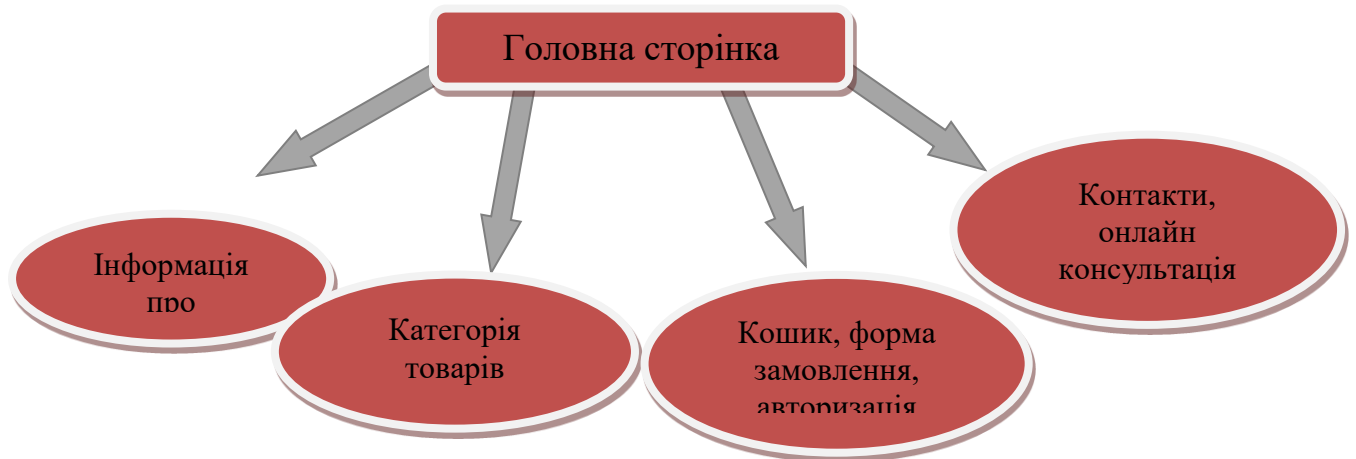


Рисунок 1 - Загальна структура сайту

4.1 Вимоги до функціональних характеристик

- здійснити онлайн замовлення;
- здійснювати пошук інформації;
- здійснювати авторизацію;
- здійснити онлайн-консультацію;

4.2 Вимоги до надійності

Надійність роботи програмного продукту забезпечується роботою апаратної частини (персонального комп'ютера), операційної системи й швидкості Інтернету.

Вимоги до надійного функціонування забезпечуються наступним чином:

- забезпечується стійке функціонування завдяки контролю допустимості значень всіх змінних, розмірів масивів та ін.;

– надійність програми при роботі з базою даних забезпечується механізмом транзакцій, завдяки чому у випадку помилки система буде відновлена до початкового стану.

4.3 Умови експлуатації

Умови експлуатації передбачають техніку безпеки при роботі з ПК, експлуатацію програмного продукту на базі апаратно-програмного комплексу ПК. Дотримання правил безпеки з розташування сайту на сервері, правила безпеки розташування серверу та захист серверу як Інтернет ресурсу.

При зберіганні й транспортуванні програмного продукту на жорстких носіях інформації, встановлених в системі ПК, необхідно дотримуватись вимог правил пожежної безпеки.

4.4 Вимоги до складу і параметрів технічних засобів

Для функціонування сайту необхідно мати ПК, який має вихід або підключення до Інтернету , якщо експлуатація сайту здійснюється з ПК то необхідно мати встановлену на комп'ютері операційну систему , встановлений браузер для перегляду, комп'ютерну мишу, та клавіатуру.

5 Опис розділів сайту

5.1 Головна сторінка

Головна сторінка є основною точкою входу на сайт. Вона відображає тематичну інформацію.

5.1.1 Головна сторінка повинна містити такі основні елементи.

– Ідентифікаційні дані. Ідентифікація сайту відбувається за допомогою назви.

– Навігація по розділах. На сторінці повинні бути присутніми посилання на такі розділи :

- Головна сторінка
- Категорія товарів
- Авторизація
- Пошук
- Інформація про компанію

- Форма замовлення
- Форма «Кошик»
- Форма доставки
- Форма здійснення платежів.

Наявність навігації на всіх сторінках сайту. Гарна навігація сайту означає, що користувачі точно знають, де знаходяться, де розташовані елементи сайту і як використовувати ці елементи. Правильна структура інформації дозволяє користувачам без побоювання продовжувати дослідження сайту, залишаючись впевненими в тому, що вони завжди зможуть без зусиль повернутися до раніше переглянутих сторінок. На вдало організованих сайтах відвідувачі можуть вільно переміщатися в пошуках потрібної інформації, не турбуючись про структуру сайту.

На головній сторінці розміщується короткий вступний текст, що інформує основну інформацію про призначення цього сайту.

5.2 Внутрішні сторінки (загальні вимоги)

Всі внутрішні сторінки сайту повинні містити такі ідентифікаційні дані: назва;

5.3 Розділ «Категорія товарів»

На даній сторінці необхідно відобразити структуру категорії товарів, з найменування, описом та ціновою політикою товару.

ДОДАТОК Б

Код сайту

```

{{ header }}
<ul class="breadcrumb">
    {% for breadcrumb in breadcrumbs %}
        <li><a href="{{ breadcrumb.href }}">{{ breadcrumb.text
    }}</a></li>
    {% endfor %}
</ul>
<div class="content">
    <div class="content-block">
        {{ column_left }}
        <div id="product-search" class="content-center">
            {{ content_top }}
            <h2 class="heading-title">{{ heading_title }}</h2>
            {% if products %}
                <div class="sort-compare-block">
                    <div class="compare">
                        <div class="form-group"><a href="{{ compare }}"
id="compare-total" class="btn btn-link">{{ text_compare
    }}</a></div>
                    </div>
                    <div class="sort">
                        <div class="form-group input-group input-group-sm">
                            <label class="input-group-addon" for="input-sort">{{ text_sort
    }}</label>
                            <select id="input-sort" class="form-control" onchange="location =
this.value;">
                                {% for sorts in sorts %}
                                    {% if sorts.value == '%s-%s'|format(sort, order) %}
                                        <option value="{{ sorts.href }}" selected="selected">{{
    sorts.text }}</option>
                                    {% else %}
                                        <option value="{{ sorts.href }}">{{ sorts.text }}</option>
                                    {% endif %}
                                {% endfor %}
                            </select>
                        </div>
                    </div>
                </div>
            {% endif %}
        </div>
    </div>

```

```

    {% endfor %}
</select>
    </div>
</div>
<div class="sort">
    <div class="form-group input-group input-group-sm">
<label class="input-group-addon" for="input-limit">{{ text_limit
}}</label>
<select id="input-limit" class="form-control" onchange="location
= this.value;">
    {% for limits in limits %}
    {% if limits.value == limit %}
    <option value="{{ limits.href }}" selected="selected">{{
limits.text }}</option>
    {% else %}
    <option value="{{ limits.href }}">{{ limits.text }}</option>
    {% endif %}
    {% endfor %}
</select>
    </div>
</div>
</div>
<div class="product"> {% for product in products %}
    <div class="product-card">
<div class="image"><a href="{{ product.href }}"></a></div>
<div class="caption">
    <h4 class="product-name"><a href="{{ product.href }}">{{
product.name }}</a></h4>
    <p class="description">{{ product.description }}</p>
    {% if product.price %}
    <p class="price"> {% if not product.special %}
    {{ product.price }}

```

```

        {% else %} <span class="price-new">{{ product.special
}}</span> <span class="price-old">{{ product.price }}</span> {%
endif %}

        {% if product.tax %} <span class="price-tax">{{ text_tax }}
{{ product.tax }}</span> {% endif %} </p>

        {% endif %}

        {% if product.rating %}
<div class="rating">
        {% for i in 1..5 %}
            {% if product.rating < i %} <span class="fa fa-stack"><i
class="fa fa-star-o fa-stack-2x"></i></span> {% else %} <span
class="fa fa-stack"><i class="fa fa-star fa-stack-2x"></i><i
class="fa fa-star-o fa-stack-2x"></i></span> {% endif %}
            {% endfor %}
        </div>
        {% endif %} </div>
<div class="button-top">
        <button type="button" data-toggle="tooltip" title="{{
button_wishlist }}" onclick="wishlist.add('{{ product.product_id
}}');"><i class="fa fa-heart"></i></button>
        <button type="button" data-toggle="tooltip" title="{{
button_compare }}" onclick="compare.add('{{ product.product_id
}}');"><i class="fa fa-exchange"></i></button>
    </div>
<div class="button-group">
        <button type="button" data-toggle="modal" data-
target="#exampleModalCenter " onclick="cart.add('{{
product.product_id }}', '{{ product.minimum }}');"><i class="fa fa-
shopping-cart"></i> <span class="hidden-xs hidden-sm hidden-md">{{
button_cart }}</span></button>
    </div>
</div>
        </div>
        {% endfor %} </div>
<div class="pagination-result-block">
        <div class="result">{{ results }}</div>

```

```

    <div class="pagination-block">{{ pagination }}</div>
</div>
{% else %}
<p>{{ text_empty }}</p>
<div class="buttons">
    <div class="pull-right"><a href="{{ continue }}" class="btn
btn-primary">{{ button_continue }}</a></div>
</div>
{% endif %}
</div>
{{ column_right }}</div>
{{ content_bottom }}
</div>
{{ footer }}
{{ header }}
<ul class="breadcrumb">
    {% for breadcrumb in breadcrumbs %}
    <li><a href="{{ breadcrumb.href }}">{{ breadcrumb.text
}}</a></li>
    {% endfor %}
</ul>
<div class="content">
    <div class="content-block">
        {{ column_left }}
        <div id="product-search" class="content-center">
            {{ content_top }}
            <h1 class="heading-title">{{ heading_title }}</h1>
            <label class="control-label" for="input-search">{{
entry_search }}</label>
            <div class="search-wrapp">
                <div class="coll">
                    <input type="text" name="search" value="{{ search }}"
placeholder="{{ text_keyword }}" id="input-search" class="form-
control" />
                    <label class="checkbox-inline">

```



```

<select id="input-sort" class="form-control" onchange="location =
this.value;">
  {% for sorts in sorts %}
  {% if sorts.value == '%s-%s'|format(sort, order) %}
  <option value="{{ sorts.href }}" selected="selected">{{
sorts.text }}</option>
  {% else %}
  <option value="{{ sorts.href }}">{{ sorts.text }}</option>
  {% endif %}
  {% endfor %}
</select>
  </div>
</div>
<div class="sort">
  <div class="form-group input-group input-group-sm">
    <label class="input-group-addon" for="input-limit">{{ text_limit
}}</label>
    <select id="input-limit" class="form-control" onchange="location
= this.value;">
      {% for limits in limits %}
      {% if limits.value == limit %}
      <option value="{{ limits.href }}" selected="selected">{{
limits.text }}</option>
      {% else %}
      <option value="{{ limits.href }}">{{ limits.text }}</option>
      {% endif %}
      {% endfor %}
    </select>
  </div>
</div>
</div>
<div class="product">
  {% for product in products %}
  <div class="product-card">

```

```

<div class="image"><a href="{{ product.href }}"></a></div>
<div class="caption">
  <h4 class="product-name"><a href="{{ product.href }}">{{
product.name }}</a></h4>
  <p class="description">{{ product.description }}</p>
  {% if product.price %}
  <p class="price">
    {% if not product.special %}
    {{ product.price }}
    {% else %}
    <span class="price-new">{{ product.special }}</span> <span
class="price-old">{{ product.price }}</span>
    {% endif %}
    {% if product.tax %}
    <span class="price-tax">{{ text_tax }} {{ product.tax
}}</span>
    {% endif %}
  </p>
  {% endif %}
  {% if product.rating %}
  <div class="rating">
    {% for i in 1..5 %}
    {% if product.rating < i %}
    <span class="fa fa-stack"><i class="fa fa-star-o fa-stack-
2x"></i></span>
    {% else %}
    <span class="fa fa-stack"><i class="fa fa-star fa-stack-
2x"></i><i class="fa fa-star-o fa-stack-2x"></i></span>
    {% endif %}
    {% endfor %}
  </div> {% endif %}
</div> <div class="button-top">

```



```

        <button type="button" data-toggle="tooltip" title="{{
button_wishlist }}" onclick="wishlist.add('{{ product.product_id
}}');"><i class="fa fa-heart"></i></button>
        <button type="button" data-toggle="tooltip" title="{{
button_compare }}" onclick="compare.add('{{ product.product_id
}}');"><i class="fa fa-exchange"></i></button>
    </div>
    <div class="button-group">
        <button type="button" data-toggle="modal" data-
target="#exampleModalCenter " onclick="cart.add('{{
product.product_id }}', '{{ product.minimum }}');"><i class="fa fa-
shopping-cart"></i> <span class="hidden-xs hidden-sm hidden-md">{{
button_cart }}</span></button>
    </div>
</div>
{% endfor %}
</div>
<div class="pagination-result-block">
    <div class="result">{{ results }}</div>
<div class="pagination-block">{{ pagination }}</div>
</div>
{% else %}
<p>{{ text_empty }}</p>
{% endif %}
</div>
{{ column_right }}</div>
{{ content_bottom }}
</div>
<script type="text/javascript"><!--
$('#button-search').bind('click', function() {
url = 'index.php?route=product/search';
var search = $('.content input[name=\'search\']").prop('value');
if (search) {
url += '&search=' + encodeURIComponent(search);
}
}

```

```

var          category_id          =          $('#content
select[name=\'category_id\']').prop('value');
if (category_id > 0) {
url += '&category_id=' + encodeURIComponent(category_id);
}
var          sub_category          =          $('#content
input[name=\'sub_category\']:checked').prop('value');
if (sub_category) {
url += '&sub_category=true';
}
var          filter_description    =          $('#content
input[name=\'description\']:checked').prop('value');
if (filter_description) {
url += '&description=true';
}
location = url;
});
$('#content input[name=\'search\']').bind('keydown', function(e) {
if (e.keyCode == 13) {
$('#button-search').trigger('click');
}});
$('#select[name=\'category_id\']').on('change', function() {
if (this.value == '0') {
$('#input[name=\'sub_category\']').prop('disabled', true);
else {
          $('#input[name=\'sub_category\']').prop('disabled', false);
        }});
$('#select[name=\'category_id\']').trigger('change');
--></script>
{{ footer }}

```