

2. Типовые виды сайтов

Универсальных решений относительно того, какие разделы должен включать в себя сайт, нет — все зависит от целей, которые ставит перед собой автор, и от выбранных методов их достижения.

Персональный сайт. Персональный сайт создают, как правило, по двум причинам: во-первых, в процессе поиска в Интернете новых знакомых неизменно возникает ситуация, когда человеку необходимо рассказать собеседнику о себе, чтобы тот получил хоть какое-то представление о том, с кем он общается. В этом случае гораздо удобнее переадресовать его к собственной домашней страничке, нежели в очередной раз подробно излагать одну и ту же информацию. Во-вторых, опубликовав на домашней странице свое резюме, вы можете значительно облегчить процесс поиска работы — у вашего потенциального работодателя появится возможность оценить ваши человеческие качества, ознакомившись с данным документом. Из сказанного следует, какие разделы желательно иметь на своей домашней страничке. Это, прежде всего, рассказ о себе, т. е. вольное изложение собственной биографии. Затем необходима рубрика, которую можно условно назвать «мои хобби» или «мои увлечения», подробно рассказывающая о том, чем вы любите заниматься в свободное от дел время. Весьма желательна фотогалерея, включающая ваши фотографии, а также страницы, касающиеся вашей семьи и работы. По желанию в список разделов можно добавить страничку с подборкой ссылок, которые по тем или иным причинам кажутся вам интересными.

Визитная карточка. Несложное представительство в Интернете подойдет для компаний, которым необходимо опубликовать общую информацию о деятельности. На таком сайте обычно представлены логотип, элементы фирменного стиля, краткая информация о компании, контактная информация. Объем такого сайта обычно составляет несколько страниц. Целью создания сайта является, как правило, имиджевая реклама.

Промо-сайт — сайт, направленный на продвижение одного или группы товаров или услуг, объединенных под одной торговой маркой. Другими словами, — сайт-презентация, насыщенный анимацией. Целью создания сайта является, как правило, имиджевая реклама.

Корпоративный сайт — сайт, направленный на наиболее полное информационное сопровождение хозяйственной деятельности компании. Сайт содержит интегрированную систему управления содержимым для оперативного внесения изменений.

Целью создания сайта является, как правило, имиджевая реклама, а также привлечение клиентов. На таком сайте обязательными являются страница о компании, которая рассказывает об истории создания фирмы, ее профиле, о проектах и планах развития; страница продукты/услуги, предоставляющая посетителю информацию о том, чем занимается данная организация, и содержащая предложение приобрести или заказать что-либо из производимого ею товара, воспользоваться ее услугами, а также раздел вакансий с информацией о требуемых в данный момент специалистах и перечнем условий приема на работу.

Интернет-магазин. Основная его часть — электронный каталог товаров или услуг, содержащий наиболее полную информацию для совершения покупки: цветные фотографии, описания, характеристики товара, сравнение товара и т. д. Эффективность Интернет-магазина напрямую зависит от степени его дальнейшей рекламы. Целью разработки Интернет-магазина является привлечение клиентов, осуществление продаж on-line.

Тематические порталы — web-сайты сложной структуры, как правило, посвященные определенной тематике. Информационное наполнение происходит либо посетителями (форум, тематический каталог, доска объявлений и т. п.), либо инициаторами проекта (лента новостей). Целью создания портала является привлечение определенной целевой аудитории для обмена или получения информации, получение постоянных посетителей (читателей), и, таким образом, создание рекламных площадок.