

**ДОДАТОК А.**  
Слайди презентації

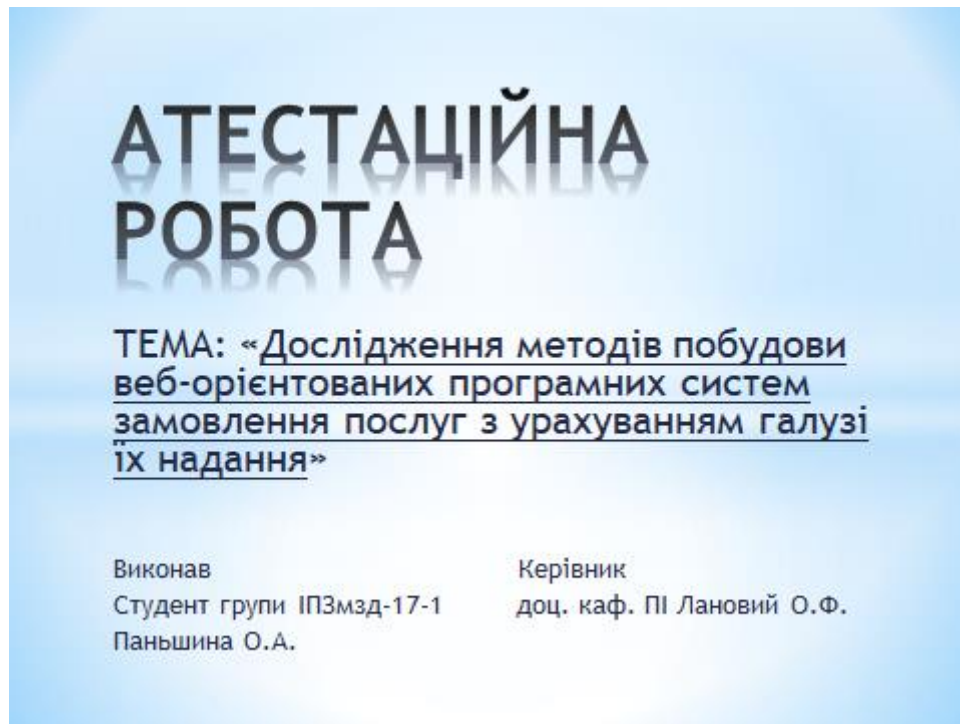


Рисунок 1 - Слайд № 1

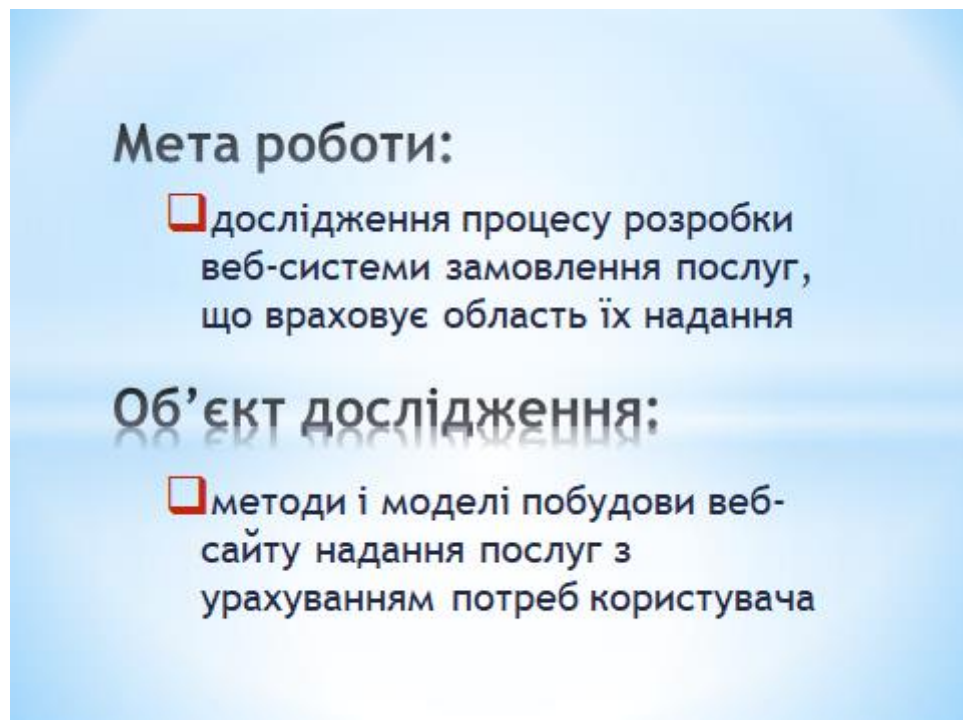


Рисунок 2 - Слайд № 2

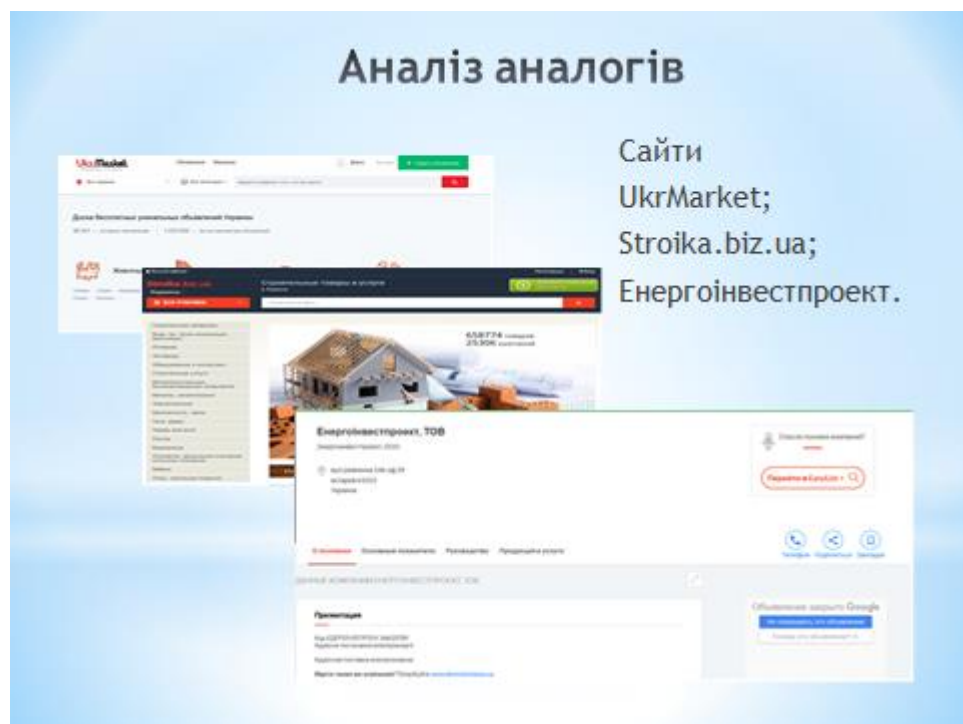
## Актуальність роботи

- Аналіз поведінки користувача дозволяє відібрати цільову аудиторію - сегментувати ринок і структурувати модель та контент веб-системи.

Сегмент ринку - споживачі, що однаково реагують на один і той же набір спонукальних методів маркетингу.

Рисунок 3 - Слайд № 3

## Аналіз аналогів



Сайти  
UkrMarket;  
Stroika.biz.ua;  
Енергоінвестпроект.

Рисунок 4 - Слайд № 4

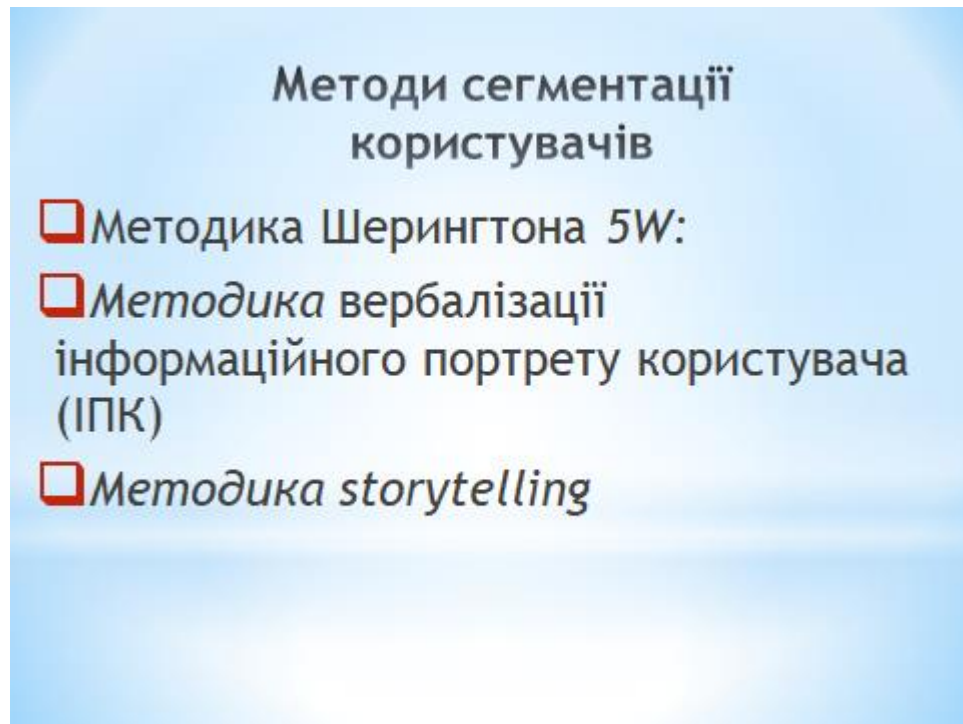


Рисунок 5 - Слайд № 5



Рисунок 6 - Слайд № 6

## Метод вербалізації інформаційного портрету користувача (ІПК)

- ❑ Демографічні характеристики: вік, стать, освіта, рід занять.
- ❑ Психографічні характеристики: прагнення, недоліки, способи мотивації.
- ❑ Інтернет: досвід користування, місце користування, пристрій виходу, частота використання, наявність реєстрації в соціальних мережах.
- ❑ Потреби ІПК, необхідні для роботи над юзабіліті - досить 3-4.
- ❑ Визначення ключової персони - якщо будуть задоволені її мети, то, ймовірно, і цілі інших персон будуть досягнуті.

Рисунок 7 - Слайд № 7

## Метод *storytelling*

**Storytelling** - це засіб передачі інформації і винайдення смислів через розповідання історій.

Оснований на тому, що історії легше асоціюються з особистим досвідом, ніж суха інформація. Вони краще запам'ятовуються, і їм надають більше значення, історії сильніше впливають на поведінку людей.

Рисунок 8 - Слайд № 8



## Мультиагентна система веб-сайту

$$MAC = \langle \Lambda, M, \Omega \rangle,$$

$$M = AK \cap AC \cap TA,$$

де  $\Lambda$  - кінцева множина станів зовнішнього середовища;

$M$  - групи агентів: агенти користувача (AK), агенти специфікації (AC), транспортні агенти (TA);

$\Omega : \Lambda \times AK \times AC \times TA \rightarrow 2^\Lambda$  - функція, що описує можливу реакцію зовнішнього середовища на дії всіх агентів системи.

Рисунок 9 - Слайд № 9

### Схема функціонування системи для задачі надання послуги

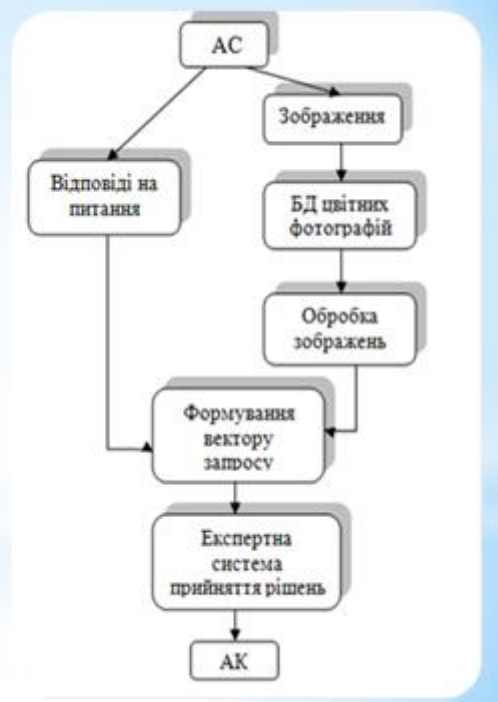


Рисунок 10 - Слайд № 10

## Модель адаптації веб-сайту

$$R \dot{I} P \times \Lambda,$$

де  $P(i) = \{P_{Ua}(i), P_{Us}(i), P_{Uh}(i), P_{Ub}(i)\}$  - інформаційний портрет  $i$ -го користувача (ІПК) являє собою сукупність всіх наявних даних про користувачів, які зберігаються в базі даних;

$P_{Ua}(i)$  - доступні дані про користувача;

$P_{Us}(i)$  - дані, засновані на сукупності вихідної інформації;

$P_{Uh}(i)$  - дані, засновані на припущеннях;

$P_{Ub}(i)$  - аналіз поведінки користувача на веб-сайті;

$\Lambda = \{\Lambda_1, \Lambda_2, \dots, \Lambda_Q\}$ ,  $(\lambda \in \Lambda)$  - множина інтерфейсів веб-ресурсів

Рисунок 11 - Слайд № 11

## Вибір засобів реалізації

WordPress - система управління вмістом сайту з відкритим іс вихідним кодом; написана на PHP; сервер бази даних - MySQL.

### Переваги:

- зручний візуальний редактор;
- підтримка власних тем;
- велика кількість безкоштовних плагінів;
- проста інтеграція з соціальними мережами і сервісами аналітики;
- можливість створення нових і редагування існуючих плагінів;
- управління правами користувача.

### Недоліки:

- стандартний функціонал (без розширень) дозволяє створити тільки блог або сайт-візитку;
- для створення мета-даних сторінки необхідно встановити плагін або змінити код теми.

Рисунок 12 - Слайд № 12







Рисунок 15 - Слайд № 15

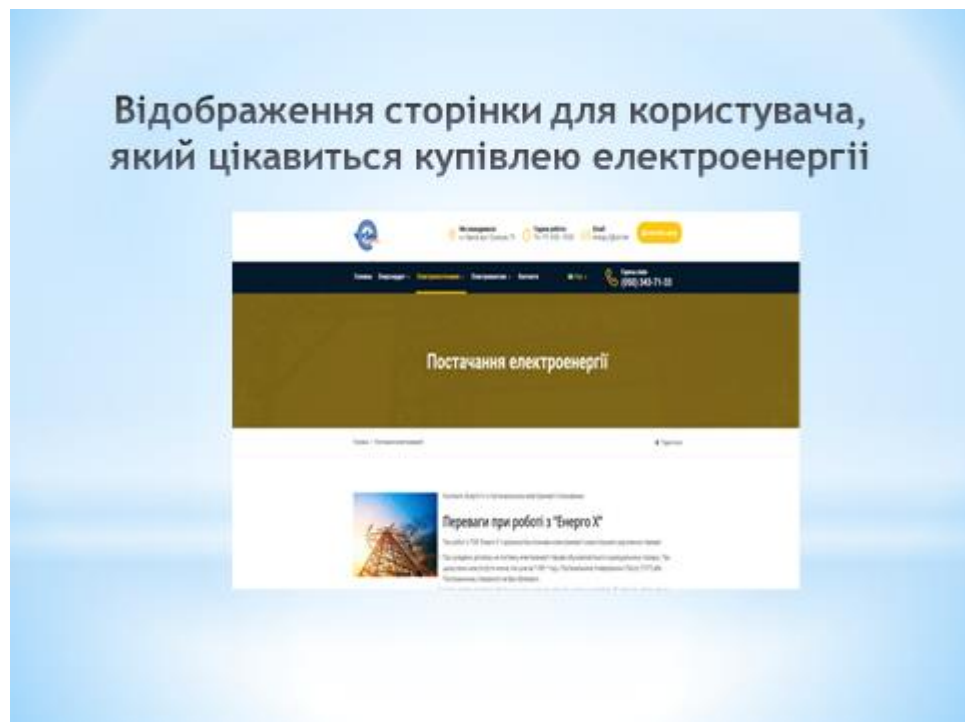


Рисунок 16 - Слайд № 16

## Відображення сторінки для користувача, що цікавиться виконанням монтажних робіт

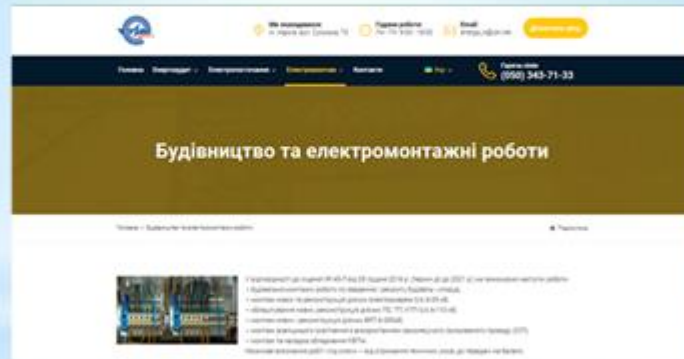


Рисунок 17 - Слайд № 17

## Юзабіліті тестування сайту

	Частка задач, які виконані	Частка задач, які виконані правильно	Час на виконання завдання	Кількість помилок
Замовник	100%	90%	2,5хвилини	1
Менеджер	100%	85%	3 хвилини	2
Модератор	100%	35%	4 хвилини	5

Рисунок 18 - Слайд № 18

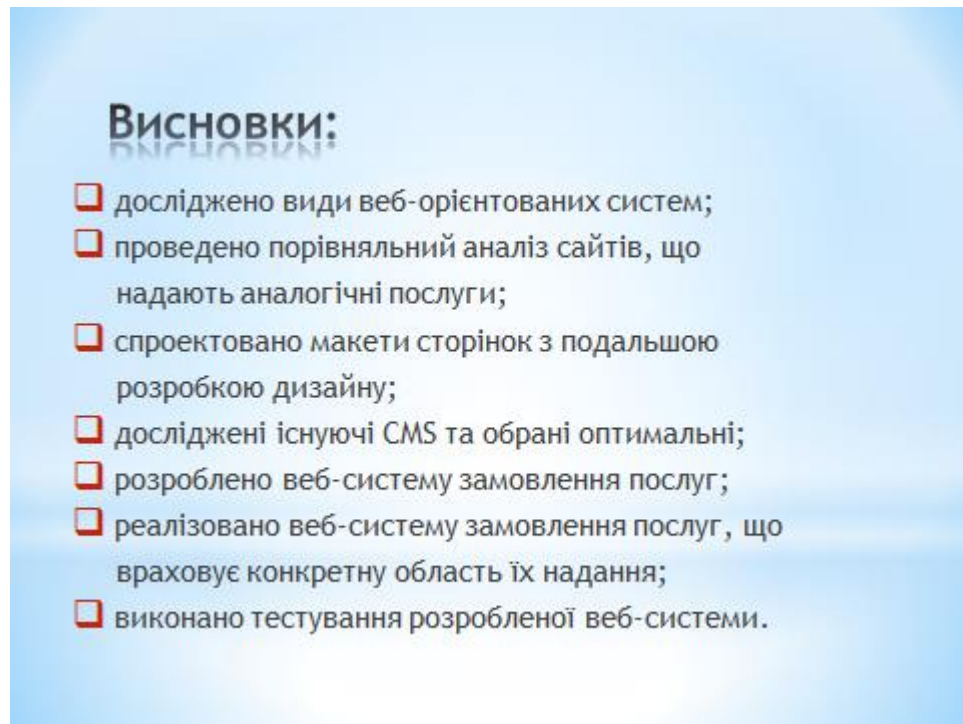


Рисунок 19 - Слайд № 19