

АО «НК «Kazakh Tourism»

**РУКОВОДСТВО
ПО СОЗДАНИЮ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ТУРИСТСКИХ САЙТОВ**

Астана 2017 г.

Оглавление

I.	Введение. Общие понятия о продвижении дестинаций с помощью сайтов	3
II.	Рекомендации по созданию дестинационных сайтов	5
1.	Основные моменты, на которые необходимо обратить внимание перед созданием сайта	5
1.1	Структура сайта и навигация, удобство использования	5
1.2	Дизайн и внешний вид	8
1.3	Дополнительные возможности и интерактивность	8
1.4	Поисковая оптимизация (SEO).....	9
1.5	Система по управлению сайтом (CMS)	11
1.6	Доменное имя	11
1.7	Другие технические моменты.....	12
2.	Наполнение, оптимизация и дальнейшая поддержка сайта	13
2.1	Контент сайта	13
2.2	Дальнейшая работа над поисковой оптимизацией (SEO)	14
III.	Заключительная часть	16
	Использованная литература	17
	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	18
	Приложение А. Глоссарий	18
	Приложение Б. Примеры успешных региональных сайтов.....	19
	Приложение В. Пример технического задания на разработку сайта.....	20

I. Введение. Общие понятия о продвижении дестинаций с помощью сайтов

В сегодняшнее время интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. При планировании любого путешествия, первое, что делают многие туристы – ищут информацию в интернете. Соответственно, если организация или дестинация не присутствует в интернете и не пытается взаимодействовать со своими клиентами онлайн, ее не существует для клиентов. Это особенно актуально для сферы туризма, где конечный потребитель может находиться в тысячах километрах от места предоставления услуг.

Туристу удобно получать всю интересующую информацию перед поездкой с одного сайта. Также, сайт служит своего рода каналом для продвижения дестинации, как привлекательного места для путешествий.

Организации по управлению дестинацией и государственные органы во всем мире создают специальные системы и туристские сайты для того, чтобы собрать в одном месте все предложения, интересные для туристов и предоставлять информацию о местных услугах и достопримечательностях, чтобы стимулировать их посещаемость.

Такие сайты не только представляют регион как привлекательную дестинацию и показывают ее туристский потенциал, но также помогают туристам находить нужную информацию, самостоятельно планировать путешествие и бронировать отели. Они удобны тем, что доступны круглосуточно, 7 дней в неделю и дают наиболее полную информацию о туристских услугах, предоставляемых в дестинации. Учитывая то, что большинство компаний в сфере туризма во всем мире являются представителями малого и среднего бизнеса, и не всегда имеют возможности для продвижения своего сайта или продажи услуг через известные сайты по бронированию, дестинационные сайты способствуют их продвижению в интернете, размещая информацию о них.

В настоящее время создаются не только страновые туристские сайты при национальных организациях по управлению дестинацией, но все больше появляются региональные сайты городов и регионов.

В связи с этим, создание сайтов, соответствующих всем критериям успешных туристских сайтов по мировым стандартам, является важной задачей для региональных управлений по туризму в Казахстане. В данном Руководстве предоставлены общие рекомендации по созданию и ведению дестинационных сайтов и некоторые практические советы.

Руководство разработано для представителей региональных управлений по туризму с целью ознакомления с основными требованиями, предъявляемыми к туристским сайтам и предоставления практических рекомендаций, которые помогут разработать и поддерживать качественный региональный туристский сайт. При подготовке данного Руководства использовались исследования, наработки и рекомендации ЮНВТО по дестинационным сайтам, а также другие исследования авторов, признанных во всем мире.

Во вводной части дается общее представление о туристских сайтах и продвижении дестинаций посредством таких сайтов.

Основная часть состоит из двух разделов, в первом из которых рассмотрены все вопросы, которые необходимо учитывать, обсудить и по которым необходимо принять решение перед созданием сайта, среди которых: Какой должна быть структура сайта? Как

пользователи будут перемещаться по страницам сайта? Какие дополнительные возможности необходимо добавить? Как добиться того, чтобы сайт легко находили через поисковые системы? Во втором разделе первой части даются рекомендации по дальнейшему ведению сайта: каким должен быть контент и какие действия необходимы для того, чтобы новые страницы были оптимизированы для поисковых систем.

В заключительной части приведены основные выводы и даны рекомендации для дальнейших действий по поддержанию сайта и улучшению его эффективности.

II. Рекомендации по созданию дестинационных сайтов

1. Основные моменты, на которые необходимо обратить внимание перед созданием сайта

1.1 Структура сайта и навигация, удобство использования

Перед созданием сайта, в первую очередь следует определиться с его структурой. В зависимости от того, какие предложения есть у дестинации и на что именно отдельная дестинация желает сделать упор, структура сайта может отличаться. Тем не менее, рекомендуем включить следующие разделы:

Условное название раздела	Примечания
1. Гостиницы	Страница со списком мест размещения с основной информацией. Ссылки с данной страницы могут вести как к сайтам гостиниц (открывается в другом окне), так и на внутренние страницы сайта, где размещается подробная информация о гостинице с возможностью отправления заявки на бронирование.
2. Туры / экскурсии	Страница со списком туров/экскурсий. Ссылки с данной страницы могут вести к внутренним страницам с подробной информацией о туре, а также информацией о компании, которая организует данный тур и формой заказа. Раздел туры/экскурсии может быть включен в более общий раздел, где будет размещена информация обо всех видах отдыха, интересных для туристов.
3. Достопримечательности	Достопримечательностями могут быть природные объекты или различные места, интересные для туристов, например музеи, парки, развлекательные центры и т. д., с подробным описанием, как можно добраться туда самостоятельно.
4. Полезная информация	Данный раздел может содержать различные страницы с информацией о видах транспорта (как самостоятельно путешествовать внутри региона), о погоде и климате, об обмене валют (о банках), о ценах, адреса и контакты важных учреждений с графиком работы, карту с основными достопримечательностями, правила посещения особых объектов (пограничная зона, ООПТ и др.), ссылки на страницы сайта kazakhstan.travel о правилах получения виз, - всю важную информацию, которую должны знать туристы, посещающие регион.
5. Предстоящие события	Предстоящие события должны постоянно обновляться. Необходимо загружать события, которые будут интересны туристам, с возможностью поиска по календарю.
6. О нас	Информация о региональном управлении и/или о регионе, природных достояниях, местных кулинарных традициях, особенностях региона, продуктах местного производства и др.

В зависимости от особенностей той или иной дестинации, можно добавлять такие разделы, как оздоровительные центры и базы отдыха, рестораны и кафе, магазины и торговые центры и другие, а также информацию о праздниках, об отдыхе с детьми, о доступности отелей и достопримечательностей для людей с ограниченными возможностями и т. д.

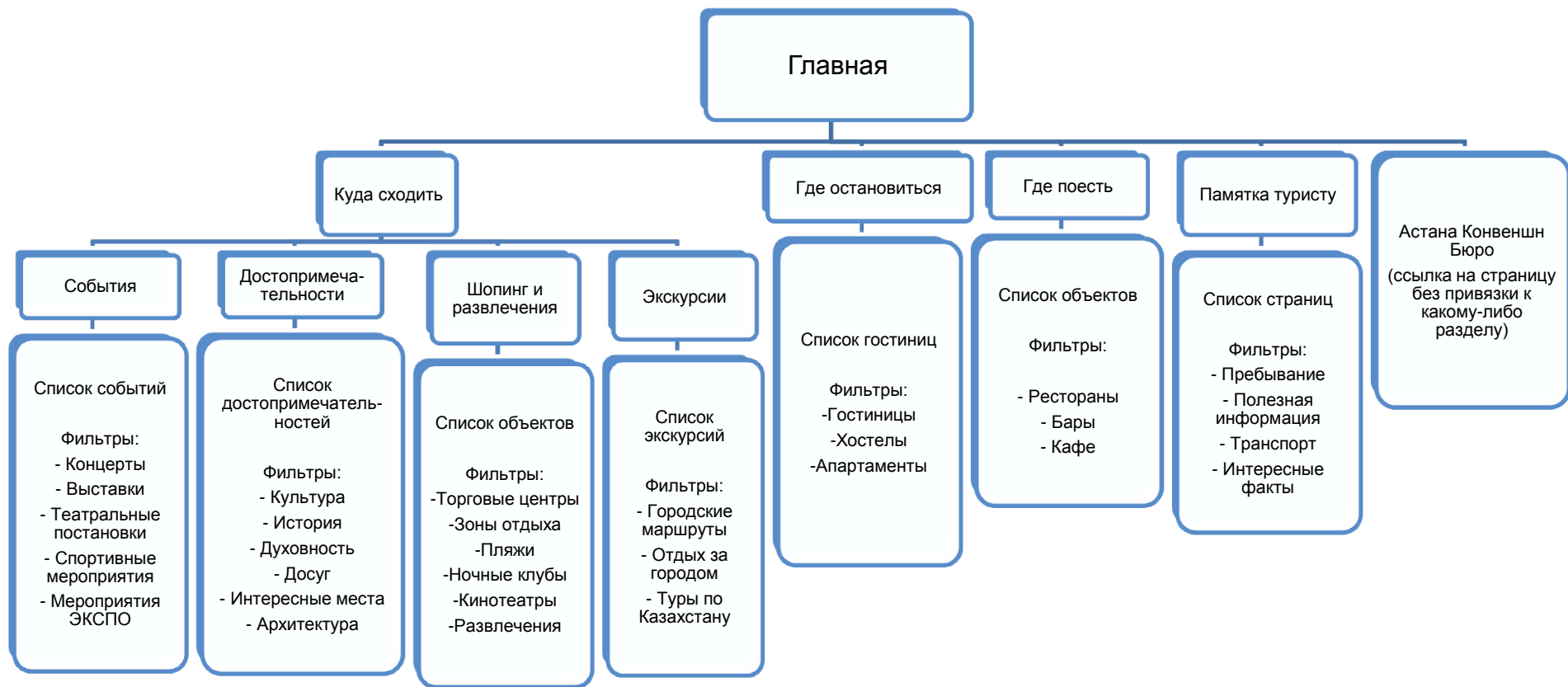


Рис. 1. Структура сайта welcometoastana.kz для примера.

Данные разделы могут быть объединены между собой или размещены в определенной иерархии. Некоторые сайты по туризму группируют их в такие разделы, как «Где остановиться?», «Куда сходить?», «Что посетить?» и тому подобные (Рис. 1).

В любом случае, наиболее важным является то, что пользователи сайта могут легко ориентироваться на сайте, находить необходимую информацию и переходить из одного раздела в другой. Основные принципы того, как мы побуждаем пользователей перемещаться между разделами, является одним из самых основных факторов, которые определяют удобство пользования сайтом. Таким образом, **навигация должна быть как можно более удобной, интуитивно понятной и позитивно восприниматься пользователями сайта.**

На сайте могут быть использованы различные виды навигации, основные из которых:

- **Основная навигация** (основное меню) позволяет легко переходить между основными разделами сайта;
- **Локальная навигация** позволяет перемещаться между подразделами внутри раздела, где в данный момент находится пользователь;
- **Контекстуальная навигация** связывает вместе другие страницы, имеющие отношение к данной странице и обычно создаются в качестве блока с соответствующими ссылками или раздела «Посмотреть еще»;
- **Вспомогательная навигация** может быть представлена в виде карты сайта, или размещаться в футере сайта.

Наряду с общепринятыми принципами удобной навигации, как наличие ссылки на главную страницу на каждой странице, наличие основного навигационного меню на каждой странице, логическая и последовательная структура навигационного меню, и т. д., также можно порекомендовать использование **контекстуальной навигации**, которая предоставит пользователям возможность переходить с текущей страницы на другие страницы, близкие по теме. Например, на странице с достопримечательностью может находиться блок ссылок с ближайшими гостиницами, турами с посещением данной достопримечательности, или другими объектами.

Кроме того, для дестинационного сайта является важным возможность переходить с одного языка на другой с любой страницы сайта.

Также необходимо отметить важность возможности Поиска на сайте. Поиск может быть общим – по всему сайту, а также можно внедрить функцию поиска в определенном разделе, где из большого списка можно найти необходимые предложения по определенным критериям (фильтр поиска). Фильтровать результаты можно, например, по сезону, интересам, видам туризма, либо по звездности, наличию тех или иных удобств и услуг в отеле, или придумать другие критерии.

Рекомендуется также размещать отдельный блок или страницу со ссылками на туристские сайты других регионов, а также на сайт kazakhstan.travel.

В любом случае, структура сайта и навигация зависят от особенностей региона и целей и задач каждого сайта, и самое главное, на что нужно обращать внимание – это удобство пользования сайтом, то есть **пользователям должно быть легко и удобно находить требуемую информацию и выполнять ожидаемые от них действия на сайте.**

1.2 Дизайн и внешний вид

Определенных строгих требований, предъявляемых к дизайну нет. Дизайн большинства успешных туристских сайтов можно описать как современный, соответствующий тематике путешествий, вдохновляющий. Ниже предоставлены некоторые рекомендации:

- Следует выбирать живой дизайн, который отражает особенности дестинации;
- Оформление не должно ущемлять информативность, сайт должен быть понятен пользователям в плане навигации и интересен для многократного посещения;
- Наличие логотипа сайта расположит к доверию и придаст законченный вид сайту;
- При выборе основных цветов оформления сайта, необходимо использовать правильное сочетание цветов и правильно расставлять акценты;
- Контент на странице должен располагаться таким образом, чтобы можно было легко найти нужную информацию. Не должно быть нечитабельных, слишком широких текстов.

Кроме того, информация, размещенная на экране, должна быть удобно считываемой с разных устройств: смартфонов, планшетов, больших экранов. Поэтому необходимо создание мобильной версии или адаптивного дизайна.

1.3 Дополнительные возможности и интерактивность

С развитием технологий, в данное время пользователи ожидают от сайта не только красивые фотографии и полезную информацию, но также дополнительные возможности и интерактивное взаимодействие.

Если рассматривать сайты как комплекс услуг, можно выделить следующие виды отдельных услуг, которые они могут предоставлять:

- **Информационные услуги** – предоставление информации пользователям в различном виде (графическом, текстовом, и др.). Простые «сайты-визитки» обычно ограничиваются именно этой услугой.

- **Коммуникационные услуги** позволяют пользователям связываться с администрацией сайта или другими пользователями. Примеры могут включать: форму «Обратная связь» для отправления сообщений администрации сайта, кнопку «Перезвоните мне» или специальный сервис по автоматическому дозвону, чат для переписки и получения консультации в реальном времени, чат бот, а также возможность оставления отзывов и комментирования. Некоторые сайты вставляют специальные виджеты социальных сетей, позволяющие добавлять комментарии, которые также публикуются на странице пользователя в социальной сети. Другие виджеты позволяют легко делиться страницей в социальных сетях и способствуют их продвижению.

- **Транзакционные услуги** позволяют компаниям вести бизнес через интернет: принимать заказы, заключать договора и т. д. При этом, данная услуга не предусматривает обязательное наличие возможности онлайн-оплаты. Некоторые примеры транзакционных услуг для дестинационных сайтов: возможность бронировать гостиницу, заказать тур, купить билеты на интересующие события или на транспорт и т. д.

- **Развлекательные услуги** могут включать соревнования или игры, которые могут усилить позитивное восприятие сайта пользователями.

- **Услуги по развитию отношений** включают в себя программы лояльности, возможность подписаться на рассылку новостей, и другие подобные услуги.

Кроме того, для повышения интерактивности, туристские сайты могут предлагать такие услуги, как планировщик маршрута, генератор идей, а также другие услуги, отвечающие потребностям туристов перед, во время и после путешествий.

В зависимости от целей и задач, большинству сайтов достаточно предоставлять информационные, коммуникационные и транзакционные услуги. Таким образом, **необходимо определиться с целями и задачами, и создать свой набор дополнительных возможностей сайта, которые повысят интерактивность и улучшат взаимодействие между сайтом, пользователем и администрацией сайта.**

1.4 Поисковая оптимизация (SEO)

Большинство пользователей при возникновении любых вопросов обращаются к поисковым системам, например Google или Яндекс. Соответственно, **возможность появления на первой странице результатов поискового запроса является крайне важным для привлечения пользователей на сайт и обеспечения высоких показателей посещаемости сайта.** Региональному управлению, заказывающему сайт, необходимо четко знать, что именно требуется от разработчиков касательно поисковой оптимизации.

Функционирование современных популярных поисковых систем можно вкратце описать следующим образом:

Поисковой робот (веб-паук) посещает и читает сайты, и затем переходит по ссылкам на другие страницы или сайты. Робот возвращается на сайт 1-2 раза в месяц. Все, что находит поисковой робот, индексируется в специальных каталогах, где хранятся все веб-страницы, когда-либо посещенные роботом. Когда пользователь вводит поисковой запрос (ключевые слова), программа поисковой системы тщательно проверяет миллионы проиндексированных страниц и выдает результаты согласно своим алгоритмам, которые определяют, какие именно страницы показать в первую очередь.

Необходимо отметить также о возможности приоритетного показа, т. е. платной рекламе в поисковых системах: «рекламные ссылки» показываются на первых позициях, и сайт платит поисковой системе за каждый клик на такую ссылку.

Поисковая оптимизация, или SEO (Search Engine Optimization) – это действия, направленные на улучшение видимости сайта и его выдачи на первых позициях результатов органического поиска без платной рекламы.

Оптимизированный сайт, который выдается на первой странице поисковых результатов, имеет ряд особенностей, которые в упрощенном виде приведены ниже.

Во-первых, сайт **максимально доступен для поисковых роботов**, с множеством входящих ссылок на страницы сайта. Препятствовать доступности сайта для поисковых роботов могут так называемые "вводные страницы" и фреймы. Также, неудобные структура и навигация затрудняют переход поискового робота от одной страницы к другой, поэтому следует соблюдать все рекомендации, данные в разделе «1.1. Структура и навигация сайта». Также необходимо связать страницы сайта между собой ссылками для того, чтобы было легко переходить между разделами сайта с любой страницы.

Во-вторых, **у такого сайта оптимизированы метаданные (метатеги)** – заголовок и описание каждой страницы. Заголовок и описание с одной стороны, дают информацию поисковым системам о тематике веб-страницы, с другой стороны, именно их видят

пользователи в первую очередь в результатах поиска (Рис. 2) и решают, заходить на сайт или нет, поэтому необходимо включать соответствующие ключевые слова в заголовки каждой страницы. В некоторых сайтах при добавлении новых страниц автоматически прописывается заголовок, где указываются названия страницы, раздела, сайта и/или компании, но желательно прописывать метатеги самостоятельно.

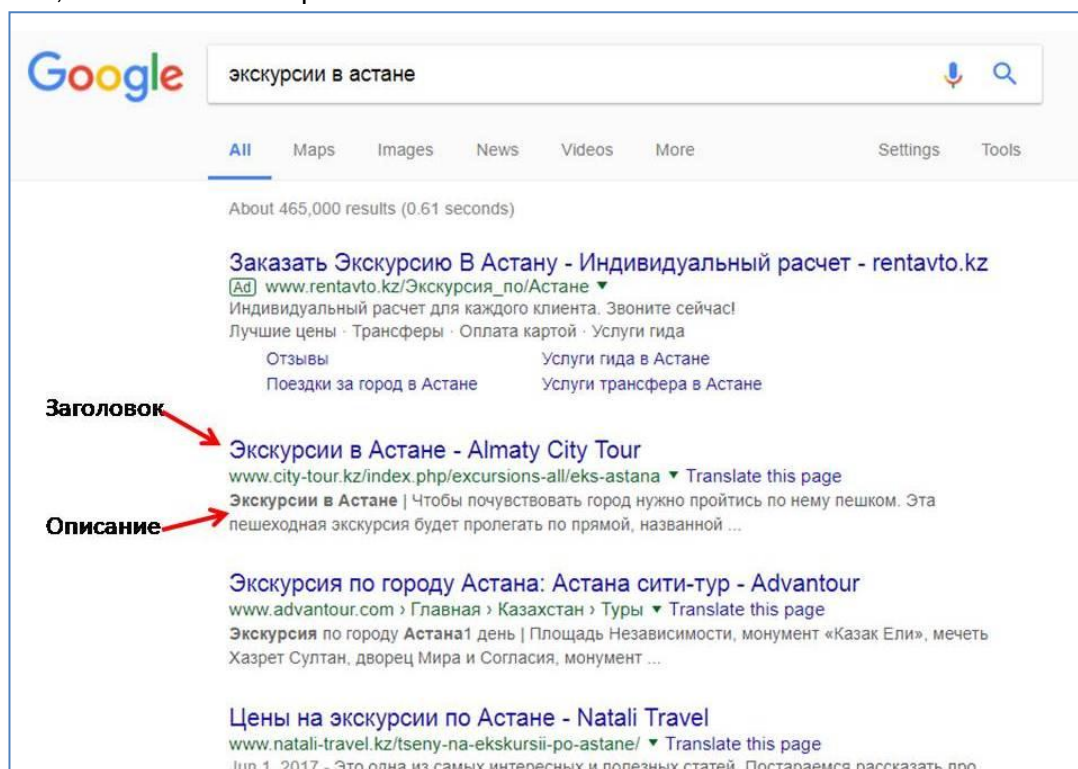


Рис. 2. Заголовок и описание сайта в поисковой системе

В-третьих, сайт **имеет уникальный контент, который включает ключевые слова**. Ключевые слова – это слова, которые при поиске пользователь вводит в поисковую строку. Их использование дает понять поисковым системам, что страница подходит под поисковой запрос, однако слишком частое использование приводит к обратному результату, так как текст воспринимается поисковыми роботами как спам.

Чтобы определить, какие именно ключевые слова подходят для вашего сайта, нужно составить список слов и словосочетаний, которые пользователи используют чаще всего при поиске сайтов со схожей тематикой. Основные поисковые системы как Google или Яндекс имеют свои сервисы для составления списка подходящих ключевых слов.

При этом, крайне важно размещать уникальные тексты, не скопированные с других сайтов. Более подробно тема контента раскрывается в разделах 2.1 и 2.2.

Также желательно, **чтобы в URL**, т. е. в адресе сайта, который включает путь к странице и название страницы, присутствовали ключевые слова в том или ином виде. Например, в URL <http://welcometoastana.kz/ru/hotel/jumbaktas-hotel> присутствуют такие ключевые слова как Астана, отель, Жумбактас. Следовательно, этот же принцип можно применять при выборе доменного имени, о котором подробнее написано в разделе 1.6.

В-четвертых, сайт **удобен и полезен для пользователей**. В популярных поисковых системах на высокое ранжирование сайта влияют так называемые **поведенческие факторы**, другими словами то, как ведет себя пользователь после захода на сайт: сколько времени проводит на странице, переходит ли далее по ссылкам, возвращается ли на сайт, и другие, и таким образом определяется, был ли сайт полезен для пользователя. Именно поэтому, **необходимо помнить о том, что сайт создается**

прежде всего для людей и должен быть удобным и понятным, интересным, полезным, а также стимулировать пользователя на просмотр других страниц.

Данная рекомендация применима касательно всех мер, используемых при поисковой оптимизации сайта, а именно, сайт должен создаваться прежде всего для людей, а не для поисковой системы.

1.5 Система по управлению сайтом (CMS)

Для того чтобы созданным сайтом можно было управлять самостоятельно, необходимо разработать его с системой управления сайтом (Content Management System или CMS).

Данная система предоставляет возможность администраторам сайта добавлять и удалять страницы или разделы, редактировать страницы, добавлять и редактировать метатеги без использования каких-либо программ. Редактор для изменения страниц позволяет добавлять на странице таблицы, фотографии, вставлять ссылки и форматировать тексты без специальных знаний.

Сайты с CMS удобны тем, что для поддержки и дальнейшего ведения сайта необязательно иметь в штате IT-специалистов. С добавлением и редактированием информации, и даже с дальнейшей SEO оптимизацией справится любой человек, со знанием компьютера на уровне пользователя.

1.6 Доменное имя

Самое простое определение доменного имени, без технических подробностей – это адрес сайта. Обычно под доменным именем понимается полное доменное имя, которое состоит из имени домена и далее из имен всех доменов, в которые он входит. Например, в полном доменном имени mks.gov.kz, **kz** является доменом верхнего уровня, **gov** – доменом второго уровня и соответственно **mks** – домен третьего уровня. Домены верхнего уровня могут быть **тематическими** (например, .com – для коммерческих организаций, .edu – для образовательных сайтов, и др.), или **национальными** (.kz – Казахстан, .uk – Великобритания, и др.). Тематический домен для сферы туризма – .travel.

Как говорилось выше в разделе 1.4, желательно, чтобы в адресе сайта были использованы ключевые слова, а именно название региона и слова, связанные с путешествиями. Кроме того, доменное имя должно быть недлинным, несложным и запоминающимся, чтобы по нему было понятно, о чем сайт.

Доменное имя в зоне .travel позволяет выбрать недлинное и несложное имя с использованием ключевых слов. Доменные имена данной зоны могут регистрировать только компании в сфере туризма и организации по управлению дестинациями, в том числе региональные управления по туризму.

Национальные домены (.kz) обычно выбирают для сайтов, ориентированных на определенную страну, но это не значит, что такой сайт будет плохо ранжироваться в других странах.

В любом случае, как и с SEO оптимизацией, прежде всего следует думать о людях: доменное имя должно быть понятным и запоминающимся для целевой аудитории.

1.7 Другие технические моменты

Технические сбои и неполадки при пользовании сайтом могут негативно влиять на его восприятие посетителями сайта: они теряют доверие к сайту и к организации, администрирующей его. Также технические проблемы негативно влияют на приоритет выдачи сайта в списке результатов в поисковой системе. Для того чтобы не терять посетителей, необходимо обеспечить следующее:

- Сайт совместим со всеми популярными браузерами как Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, а также с браузерами, популярными в тех странах, которые являются целевой аудиторией вашего региона;

- На сайте используются веб совместимые шрифты;

- Страницы загружаются быстро;

- Лого и фотографии не слишком большие по размеру (имеется ввиду размер файла, а не визуальный размер фотографии, размещенной на сайте) и могут легко загружаться;

- Входящие и исходящие ссылки не повреждены;

- Если необходимы дополнительные плагины или программы, сайт четко дает об этом знать;

- Страницы могут адаптироваться под разные размеры экранов, например экраны мобильных устройств или персональные компьютеры со стандартным разрешением экрана или имеются разные версии сайта для мобильных устройств и персональных компьютеров.

2. Наполнение, оптимизация и дальнейшая поддержка сайта

После создания сайта необходимо его наполнить контентом, то есть содержимым, а также при необходимости постоянно обновлять информацию с помощью CMS системы. При этом не стоит забывать о том, что каждая новая страница, добавленная на сайт, должна быть оптимизирована для поисковых систем. Далее в разделе более подробно рассматриваются вопросы наполнения сайта контентом, и самостоятельной оптимизации контента под поисковые запросы.

2.1 Контент сайта

Контент сайта включает в себя тексты, изображения, видео, 3D-туры, файлы и другое содержимое сайта, доступное для пользователей.

При создании дестинационного сайта и наполнении информации, необходимо помнить о следующих вопросах: Для кого создается сайт? Кто его пользователи? Что они знают о дестинации? Что именно ищут на сайте? Что будет интересно для пользователей сайта? Какой стиль изложения более понятен для них?

Очевидно, что тексты, изложенные сухим языком, могут быть неинтересны, а сложные речевые обороты не всегда понятны для широкого населения. В то же время, контент должен располагать к доверию и по информации, предоставленной на сайте, должно быть понятно, какой это сайт и кто им управляет.

Так как аудиторией сайта являются потенциальные туристы, в том числе из зарубежных стран, необходимо разработать сайт минимум на трех языках: казахском, русском, английском. С технической стороны данный вопрос иногда решается следующим образом: внедряется автоматический переводчик, который при смене языка переводит весь контент на требуемый язык. Так как качество перевода автоматических переводчиков в настоящее время не соответствует должному, их использование не рекомендуется хотя бы для вышеперечисленных трех языков.

Также важно отметить, что версия сайта на английском не должна быть лишь переводом русской или казахской версии. Английская версия должна быть понятна и интересна иностранным туристам, некоторые темы на которой необходимо излагать с более детальными объяснениями.

Кроме того, следует четко структурировать тексты, разделяя на абзацы, и при необходимости выделять важные слова и словосочетания, для того, чтобы можно было легко найти нужную информацию на странице, не читая текст.

При ведении сайта, нужно уделять особое внимание своевременному обновлению контента. На сайте не должно быть устаревшей информации, неактуальных контактных данных, и т. п. Поэтому необходимо периодически проверять, не потеряла ли актуальность информация о турах, гостиницах или правилах, размещенных на сайте.

В туристских сайтах фотографии являются одним из важнейших видов контента, благодаря их способности легко и быстро передавать эмоции и вызывать определенные чувства и желания. Необходимо выбирать красочные фотографии, соответствующие общему стилю сайта. Кроме красивых пейзажей или общих видов города, не стоит пренебрегать качественными динамичными фотографиями, где крупным планом показаны моменты активного отдыха или счастливые лица туристов (Рис. 3).

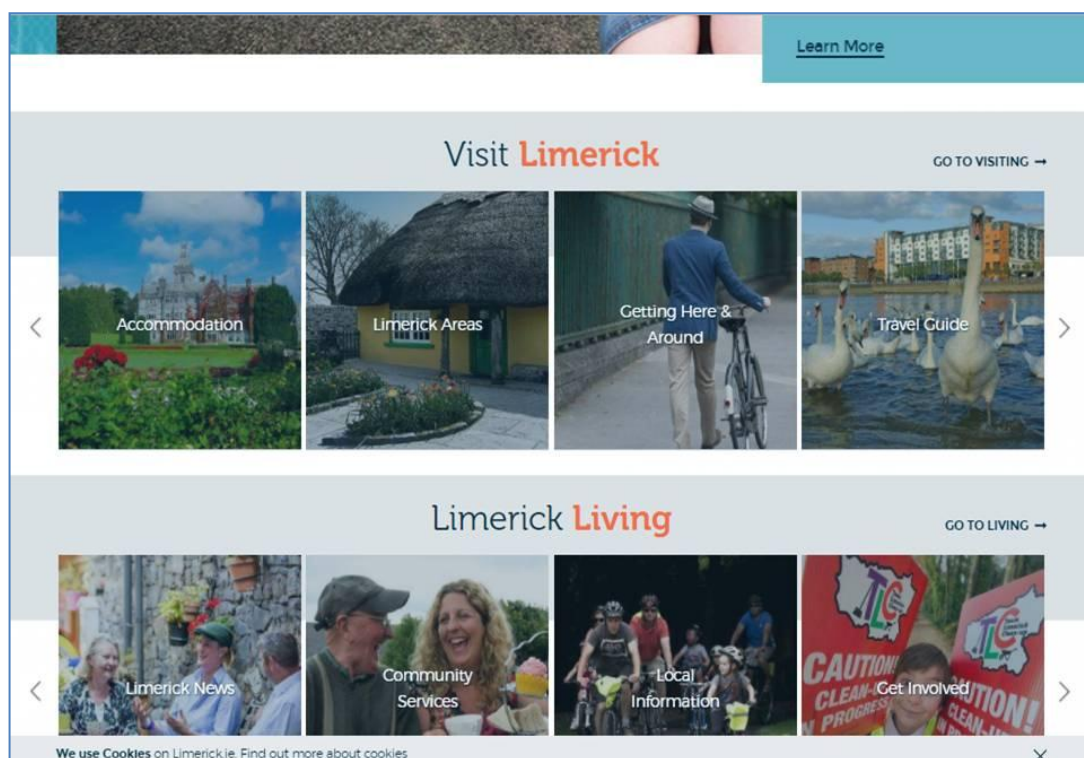


Рис. 3. Примеры выбора фотографий на дестинационных сайтах (Лимерик, Ирландия: limerick.ie)

Контент, правильно представленный и организованный на сайте, позволяет пользователю сайта легко понять, какой вид отдыха предлагает данный регион и чем можно заняться во время путешествия.

2.2 Дальнейшая работа над поисковой оптимизацией (SEO)

В пункте 1.4 мы рассмотрели понятие поисковой оптимизации, и дали некоторые рекомендации, которые нужно учитывать перед созданием сайта. После создания, при редактировании сайта или наполнении новой информацией, нужно также помнить о том, что контент каждой страницы напрямую влияет на ее ранжирование в поисковой системе.

Причинами плохого ранжирования страницы могут быть неуникальный текст, отсутствие или наоборот, слишком большое количество ключевых слов на странице, необновляемый контент, отсутствие ссылок, ведущих на страницу и другие.

Страница с неуникальным текстом, полностью скопированным с других сайтов, не будет показана в списке результатов поиска, поэтому крайне важно писать тексты самостоятельно. В сети существует множество сервисов, которые помогают определить уникальность текста в процентах.

Использование ключевых слов в тексте, с одной стороны, дает поисковым системам информацию о содержании страницы, с другой стороны, их чрезмерное употребление приведет к санкциям со стороны поисковых систем. Оптимальной плотностью ключевых слов в тексте считается 3-6%. В сети также имеются сервисы для определения плотности ключевых слов на странице.

Регулярно обновляемый сайт дает понять поисковым системам о том, что сайт действующий и актуальный. При этом не нужно обновлять весь сайт: можно, к примеру, периодически добавлять последние новости или предстоящие события. Новые комментарии на странице также обновляют страницу.

Все основные поисковые системы рассматривают качество и количество внешних ссылок на сайт как важный фактор, определяющий актуальность сайта для пользователей. Поэтому одной из мер, направленных на повышение ранжирования сайта в поисковой выдаче, является работа по увеличению количества внешних ссылок, которые ведут на сайт. К примеру, можно добавлять свой сайт в различные каталоги, договариваться с другими сайтами о добавлении взаимных ссылок, рекомендовать свой сайт администраторам других сайтов для добавления в разделе полезных ссылок.

Также приветствуется добавление внутренних ссылок на другие страницы сайта прямо в тексте. Например, при добавлении информации о событии в музее, можно в тексте добавить ссылку на страницу с информацией о музее. Во-первых, это поможет поисковым роботам легче перемещаться по разным страницам, во-вторых, пользователи будут легче находить интересующую информацию и переходить по сайту и, в-третьих, переход пользователя на другие страницы является поведенческим фактором, который также положительно влияет на ранжирование.

Алгоритмы поисковых систем постоянно меняются, так как поисковики стремятся предоставлять пользователям наиболее подходящие под их запросы сайты. Поэтому в ближайшем будущем могут появиться новые алгоритмы. Несмотря на то, что подробности алгоритма поисковых систем не разглашаются, то, какие именно факторы влияют на высокое ранжирование сайта, можно определять, анализируя успешные сайты со схожей тематикой. Также администраторам сайта следует быть в курсе последних изменений в этой сфере и при необходимости подробнее изучать данную тему.

III. Заключительная часть

Как известно, для достижения наилучшего результата любой проект необходимо сначала «создать в мыслях», то есть продумать до деталей конечный результат и только после этого приступить к осуществлению задуманного. Тот же самый подход применим в разработке сайтов, и для этого необходимо ознакомиться с основными понятиями по разработке сайтов, некоторыми возможностями, которые предлагает веб разработка, и особенностями туристских сайтов.

Данное Руководство дает общее представление и рекомендации по созданию региональных сайтов по туризму, а также подчеркивает важные моменты, на которые необходимо обращать внимание при разработке таких сайтов.

В первой части отмечается важность присутствия дестинации в интернете. В сегодняшнее время не только компании в сфере туризма, но и дестинации, в том числе регионы внутри стран, конкурируют между собой в попытке привлечь больше туристов. Региональные туристские сайты продвигают дестинацию, а также помогают компаниям, предоставляющим услуги туристам, получать заказы от туристов.

В первом разделе основной части приведен ряд рекомендаций по структуре сайта, дизайну, дополнительным возможностям, оптимизации для поисковых систем и управлению сайтом.

Структура сайта должна быть понятной, а навигация удобной для пользователей. При дизайне необходимо также учитывать удобство пользования сайтом. Удобная навигация и удобство пользования также влияют на ранжирование сайта в поисковых системах, и их улучшение является одним из мер поисковой оптимизации. Кроме того, при поисковой оптимизации необходимо обращать внимание на метатеги, контент и ссылки, ведущие на страницы сайта. При этом, прежде всего следует помнить о пользе и удобстве сайта для туристов. Дополнительные возможности, предоставляемые сайтом, зависят от целей и задач сайта и предлагаемых сервисов, а специальная система по управлению сайтом позволит редактировать и вносить изменения на сайт после его создания.

Во второй части основного раздела даны рекомендации по дальнейшему ведению сайта. При создании контента необходимо помнить, для кого предназначен сайт, кроме того, тексты должны быть уникальные, а фотографии – вызывать необходимые эмоции. Следует периодически обновлять сайт и помнить о других факторах, которые влияют на поисковую оптимизацию: о наличии ключевых слов в тексте и входящих ссылок на страницу.

В данном Руководстве предоставлены лишь самые основные понятия о продвижении дестинаций посредством туристских сайтов и рекомендации, которые следует соблюдать при их разработке и дальнейшей поддержке. Созданный сайт в последующем требует усилий для поддержания его эффективной работы. Рекомендуется не ограничиваться данным Руководством, самостоятельно подробнее исследовать интересующие вопросы в открытых источниках, анализировать эффективность сайта и постоянно искать возможности для его улучшения.

Использованная литература

Alzua-Sorzabal, A. *et al.* (2015). Obtaining the Efficiency of Tourism Destination Website Based on Data Envelopment Analysis. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* V175, pp. 58-65.

Buhalis, D. (2003). *Etourism: information technologies for strategic tourism management*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.

Choi, S., Lehto, X. Y. and O'Leary, J. T. (2007). What does the consumer want from a DMO website? A study of US and Canadian tourists' perspectives. *International Journal of Tourism Research* 9 (2), pp.59-72.

Fox, V. (2010). *Marketing in the age of Google: a non-technical guide to search engine strategy*. Hoboken, N.J.: Wiley ; Chichester.

Novabos, C.R., Matias, A. and Mena, M. (2015). How Good is this Destination Website: A User-centered Evaluation of Provincial Tourism Websites. *Procedia Manufacturing* V3, pp. 3478-3485.

Sigala, M. (2009). Destination Management Systems (DMS): A reality check in the Greek tourism industry. In: Höpken, W., Gretzel, U. and Law, R. (eds.) *Information and communication technologies in tourism 2009: Proceedings of the International Conference in Amsterdam, The Netherlands, 2009*. Wien: Springer, pp.481-491.

UNWTO (2001). *E-business for tourism : practical guidelines for tourism destinations and businesses*. Madrid: WTO Business Council.

UNWTO (2005) *Evaluating and Improving Websites. The Destination Web Watch*. Madrid: World Tourism Organization

UNWTO (2008). *Handbook on E-marketing for Tourism Destinations*. Madrid: World Tourism Organization ; Brussels : European Travel Commission.

Wang, Y. (2008). Web-based destination marketing systems: assessing the critical factors for management and implementation. *International Journal of Tourism Research* 10 (1), pp.55-70.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Глоссарий

CMS Система по управлению сайтом	Информационная система или программа, которая позволяет управлять сайтом: добавлять и удалять разделы, страницы, редактировать страницы, метатеги и т. д.
SEO оптимизация (поисковая оптимизация)	Комплекс мер, направленных на повышение позиции сайта в результатах поиска по определенным ключевым словам
URL	Адрес страницы, который включает путь к странице и название страницы
Виджет	Небольшой независимый программный модуль, исполняющий одну функцию.
Доменное имя	«Адрес сайта»: символическое имя иерархического пространства сети Интернет. Полное имя домена состоит из имён всех доменов, в которые он входит, разделённых точками.
Контент сайта	Включает в себя тексты, изображения, видео, 3D-туры, файлы и другое содержимое сайта, доступное для пользователей
Ключевые слова	Слова, которые пользователи вводят в поле поискового запроса в поисковых системах
Метатеги	В данной работе под метатегами имеется ввиду Заголовок и Описание веб-страницы.
Поддержка сайта	Комплекс действий, направленных на поддержание сайта в рабочем состоянии и повышение его эффективности.
Ранжирование сайта	Сортировка сайтов в поисковой выдаче, применяемая в поисковых системах.
Футер (подвал) сайта	Нижняя часть сайта, где обычно размещается информация об авторских правах, контакты, и возможно дополнительное меню для быстрого доступа к разделам.
Чат бот	Программа, созданная для имитации поведения человека при общении. Позволяет автоматически получать ответы на заданные вопросы.

Приложение Б. Примеры успешных региональных сайтов

Список составлен на основе статьи «25 лучших в мире сайтов государственных организаций по туризму в 2017 г» из сайта skift.com (ссылка на статью <https://skift.com/2017/08/08/25-best-tourism-board-websites-in-the-world-in-2017/>)

Сайты указаны в алфавитном порядке. Данный список не отражает какой-либо рейтинг. Из оригинального списка из статьи исключены туристские сайты стран и оставлены только региональные сайты.

Дестинация	Сайт
Абу-Даби, ОАЭ	https://visitabudhabi.ae
Айдахо, США	https://visitidaho.org/
Бермудские острова	http://www.gotobermuda.com/
Вена, Австрия	https://www.wien.info/en
Гренландия, Королевство Дании	https://visitgreenland.com/
Детройт, США	https://visitdetroit.com/
Женева, Швейцария	https://www.geneve.com/
Западная Австралия	http://www.westernaustralia.com/
Кейптаун, ЮАР	http://www.capetown.travel/
Лас-Вегас, США	https://www.visitlasvegas.com/
Лимерик, Ирландия	https://www.limerick.ie/discover
Монреаль, Канада	https://www.mtl.org/en
Нью-Гэмпшир, США	https://www.visitnh.gov/
Палм-Бич, Флорида, США	https://www.thepalmbeaches.com/
Фарерские острова, Королевство Дании	http://visitfaroeislands.com/
Флорида, США	http://www.visitflorida.com/en-us.html

Приложение В. Пример технического задания на разработку сайта

Примечание: Данная техническая спецификация является лишь примером, и ее окончательная версия зависит от целей и задач регионального управления по туризму, его бюджета и других факторов.

Техническая спецификация закупаемых услуг

Услуги по разработке сайта [название сайта]

Интернет-сайт является электронным информационным ресурсом.

Основными целями сайта является предоставление актуальной туристской информации о [регионе], продвижение города / региона в интернет пространстве.

Функциональная характеристика:

Услуги по разработке сайта включают в себя создание сайта согласно принципам SEO оптимизации, дизайн сайта, верстку, составление рекомендаций по стратегии продвижения сайта.

Сайт должен представлять собой информационную структуру, доступную в сети Интернет под доменным именем _____.

Электронный информационный ресурс должен работать на казахском, русском, английском языках, а также иметь раздел с информацией на других иностранных языках, по согласованию с Заказчиком. Должна быть предусмотрена возможность переключения между языками на любой из страниц сайта. Необходимо структурировать поступающий контент максимально удобно и информативно для пользователя. Современный, легкий для восприятия стиль подачи материалов должен объемно и исчерпывающе восполнять информационные потребности.

На сайте должен быть реализован многоязычный интерфейс с обязательной полнофункциональной поддержкой казахского, русского, английского языков.

Переключение между языками не должно сопровождаться переадресацией пользователя на другие страницы сайта, в том числе на главную страницу.

Содержание (разделы) интернет-сайта «_____»

№	Наименование раздела	Категории	Описание
1	Достопримечательности	<ul style="list-style-type: none">• Культура• История• Духовность• Досуг• Интересные места• Архитектура	Страница со всеми достопримечательностями и местами туристского притяжения города с фотографией, 3Д туром и с кратким описанием.
2	Гостиницы	<ul style="list-style-type: none">• Гостиницы	Страница с

		<ul style="list-style-type: none"> • Хостелы • Апартаменты 	подразделами гостиницы, хостелы, апартаменты с фотографией, с кратким описанием и средней ценой проживания, а также с возможностью брони.
3	Кафе и рестораны	<ul style="list-style-type: none"> • Рестораны • Бары • Кафе 	
4	Шопинг и развлечения	<ul style="list-style-type: none"> • Торговые центры • Зоны отдыха • Пляжи • Ночные клубы • Кинотеатры • Развлечения 	Информация о развлечениях города. Списки развлекательных центров, ночных клубов, близлежащих зон отдыха, торговых центров и т.д.
5	Экскурсии	<ul style="list-style-type: none"> • Городские маршруты • Отдых за городом • Туры по Казахстану 	Раздел с экскурсионными маршрутами города с описанием и рекомендациями
6	Информация туристу	<ul style="list-style-type: none"> • Пребывание • Полезная информация • Транспорт 	Общая информация о городе, практические советы.
7	Партнеры города	<ul style="list-style-type: none"> • Рестораны • Бары • Гостиницы • Кафе • Сфера услуг 	Список партнеров города с описанием и рекомендациями
8	3D тур	<ul style="list-style-type: none"> • 3D туры 	Страница с виртуальным 3D туром по основным улицам и достопримечательностям города
9	Интересное по приезду	<ul style="list-style-type: none"> • Концерты • Выставки • Театральная постановка • Спортивные мероприятия • Календарь конгрессно-выставочных мероприятий 	Раздел показывает список мероприятий в указанные дни пользователем. Представлен в виде календаря на главной странице.
11	О нас	<ul style="list-style-type: none"> • О нас • Участники отрасли • Площадки • Партнеры 	

Также необходимо разработать Карту города – необходимо создать интерактивную карту со всеми необходимыми сервисами, которая будет доступна с одного клика со всех разделов сайта.

Создать раздел «Календарь событий» - раздел со всеми мероприятиями 2017 года, с фотографиями, описанием, время и место проведения, с возможностью купить билет, посмотреть на карте и составить маршрут с выбранного местоположения (пеший, автобусный, авто маршрут).

Создать раздел «План поездки» - это должен быть пошаговый путеводитель по сайту, который поможет организовать комфортное пребывание в городе.

По запросу Заказчика возможны создание дополнительных разделов, изменение наименований и изменение фотографий, видеороликов в различных разделах.

Техническая характеристика:

Электронный информационный ресурс должен работать 24 часа в сутки, 7 дней в неделю и быть постоянно доступен как для пользователя, так и для поисковой системы.

Среднее время загрузки страниц не должно превышать 1-3 секунд при минимальной скорости соединения 128 Кб/сек.

Интернет-сайт должен корректно отображаться на данных браузерах:

- Internet Explorer (версия 10.0 и выше);
- Opera (версия 30.0 и выше);
- Mozilla Firefox (версия 18 и выше);
- Google Chrome (версия 43 и выше);
- Safari (версия 6.1 и выше);

Программное обеспечение сайта должно поддерживать работу с сенсорным дисплеем.

Дизайн сайта должен быть в адаптивной верстке под все возможные разрешения экранов.

Требования к технической стороне интернет-сайта

« _____ »:

В целом интернет-сайт должен отвечать следующим требованиям:

- современная техническая платформа: интернет-сайт должен быть построен с использованием современных интернет-технологий и технологий хранения и управления данными;

- интернет-сайт должен функционировать на надежной, модернизируемой, оптимизированной системе;

- модули и компоненты должны быть оптимизированы и не перегружать систему пользователя. Обязательно наличие кэширования данных. Необходимо обеспечить динамическую подгрузку данных;

- программное обеспечение интернет-сайта должно быть модульным, чтобы обеспечить оптимальную стартовую конфигурацию с возможностью поэтапного развития интернет ресурса в дальнейшем, возможностью настройки под меняющиеся требования в процессе эксплуатации;

- интернет-сайт должен обеспечивать масштабируемость по количеству пользователей, объему хранимых данных, интенсивности обмена данными,

скорости обработки запросов и данных, набору предоставляемых услуг, способам обеспечения доступа;

- пользовательский интерфейс интернет-сайта должен обладать информативностью, смысловой определенностью, согласованностью и структурированностью.

- интернет-сайт должен содержать актуализированную информацию для всех языковых разделов: казахский, русский, английский языки;

- должны быть исключены неработающие ссылки, формы и скрипты;

- использование сложного мультимедийного контента, предъявляющего высокие требования к пропускной способности каналов и производительности клиентских компьютеров (аудио, видео модули) должны быть оптимизированы;

- должен быть возможен поиск любого документа среди опубликованных на интернет-сайте, по его названию и описанию;

- на интернет-сайте должна быть реализована система сбора и предоставления статистической информации, которая позволит в дальнейшем анализировать информацию о посетителях и их интересах (установка инструментов Google Analytics и Яндекс Метрикс);

- в области нижнего блока страницы должно отображаться сообщение об авторских правах на материалы, публикуемые на портале и правилах использования материалов;

- интерфейс интернет-сайта должен адаптироваться под различные устройства (планшеты, мобильные телефоны и др.) вне зависимости от размера экрана и инструментов, использованных для отображения сайта.

- все взаимодействие со сторонними ресурсами должно выполняться в фоновом режиме, инициироваться серверными компонентами, и никак не влиять на скорость выдачи сайтом страниц.

Мобильная версия интернет-сайта должна быть актуализирована под дизайн сайта.

Обеспечение для сайта прохождения тестов Google PageSpeed Insights на 90+ баллов и для мобильных и для стационарных устройств;

Обеспечение аудита всех запросов к базе данных сайта (БД) и создание индексов для всех колонок таблиц, по которым происходит поиск;

Обязательно формирование для сайта собственных RSS, Sitemap (причем такие файлы должны быть статическими и изменяться не по запросу к ним, а по мере обновления информации, попадающей в них);

Для экономии запросов к СУБД обеспечение кеширования на диск (или иной механизм, например memcached) HTML/JSON-блоков, выводящихся чаще, чем изменяется содержащаяся в них информация;

Обеспечение генерирования главной страницы с использованием менее 10 запросов к СУБД. Внутренние страницы - до 5 запросов к СУБД;

- Обеспечение защиты сайта от SQL/JS-инъекций, XSS-атак;

- Обеспечение прохождения всех входных данных проверки на допустимость (валидация);

- Обеспечение сайта собственным почтовым ящиком и отправки системных писем с сайта через авторизованное SMTP-соединение к почтовому серверу сайта;

Выбранная система управления сайтом должна существовать на рынке не менее 1 года и обладать активной разработкой с крайним обновлением кода не позднее 2016 года;

Сайт должен предоставлять пользователям в интерактивном режиме следующие возможности:

- Работать с информационными ресурсами (разделами и документами) в трех языковых версиях;
- Просматривать информацию о городе, объектах, мероприятиях и другую информацию в удобном, легко усваиваемом формате;
- Производить поиск информации по информационным ресурсам сайта;
- Просматривать адаптированный сайт с единым URL с мобильного устройства, планшета, стационарного компьютера и ноутбука;
- Просмотреть карту сайта на отдельной странице;
- Поделиться страницей в социальных сетях (кнопки «поделиться» основных социальных сетей Facebook, Вконтакте, Google+);
- В каждом из решений, где используется интерактивная форма взаимодействия пользователем, должна использоваться защита от роботов в виде captcha; предварительно все пользовательские сообщения должны проходить модерацию;
- Текстовая информация и ссылки, с различными уровнями текста и заголовками;
- Графические объекты в формате слайд-шоу на главной странице сайта в трех языковых версиях (в зависимости от дизайна);
- Таблицы и графики;
- Видео-, аудио- и фото-материалы;
- Документы в форматах Word, Excel, PDF, JPEG, и в других необходимых форматах;
- Ссылки или блоки ссылок в формате иконок на другие интернет-ресурсы.

Качественная характеристика:

Требования к дизайну интернет-сайта:

Дизайн должен быть максимально удобным, в выдержанных тонах и включать в себя главную страницу и все имеющиеся разделы.

Дизайн электронных информационных ресурсов должен обеспечивать следующие требования:

- шрифт, используемый для отображения текста должен быть оптимальным по размеру и комфортным для восприятия пользователями;
- навигация по веб-порталу должна быть простой и удобной для пользователей;
- каждая страница должна содержать полное навигационное меню;
- посетители должны иметь возможность определения текущего местоположения на портале при перемещении и переходе на другую страницу в рамках портала;
- актуальная информация на порталах должна быть доступна не более чем за три перехода по гиперссылкам, начиная от главной страницы.
- создание каждого графического элемента должно быть обосновано определенной целью;
- должно быть предусмотрено наличие баннеров и ссылок на веб-сайты других организаций;
- меню интернет-сайта должно предоставляться различным группам пользователей удобный, интуитивно понятный инструмент для работы с ресурсами.

При создании дизайна интернет-сайта, Исполнителем предоставляется не менее 3 вариантов дизайна в течение ___ рабочих дней со дня

заклучения договора и согласовывается с Заказчиком. Внедрение нового дизайна на сайт, в течение ___ рабочих дней со дня утверждения дизайна.

Дизайн сайта должен включать в себя Главную страницу с видео на фоне, меню и с основными разделами такими как О Городе, Где остановиться, что посмотреть, где поесть, календарь событий, Астана 3Д тур, карта города, экскурсии, Астана Конвеншн Бюро и другие по согласованию с Заказчиком. Каждый раздел сайта должен иметь свою уникальную стилистику.

Дизайн должен представлять собой цельное информационное, дизайнерское и программное решение.

Дизайн сайта должен быть реализован по технологии адаптивного веб-дизайна, в т.ч.:

- Подвижность и пропорциональность – автоматическое распознавание типа и разрешения устройства пользователя, области просмотра; «резиновая» верстка для автоматической адаптации под любые мобильные устройства – смартфоны, планшеты, ПК с любым разрешением, диагональю и поворотом экрана / дисплея;
- Один URL для входа с ПК и смартфона;
- Автоматическая адаптация графики («облегченная» графика и интерфейс для пользователей мобильных устройств, полноценная графика и интерфейс с CSS и JavaScript – для ПК с экраном с высокой плотностью пикселей);
- Адаптация пользовательского интерфейса в зависимости от типа пользовательского устройства – ПК, смартфон, планшет;
- Нефиксированная, процентная ширина макета (минимальная фиксированная ширина – 480пикселей, максимальная относительная ширина – в процентном соотношении к ширине окна браузера, применяются стили CSS3 и медиа запросы; горизонтальная полоса прокрутки не допускается);
- Все ресурсы страницы (CSS, JavaScript и изображения) доступны для сканирования любым роботом поисковых систем (Googlebot и др.);
- Корректное отображение веб-сайта во всех браузерах, в том числе в новых версиях для мобильных устройств, как в новых, так и в устаревших версиях для ПК (InternetExplorer – от версии 10, Chrome, MozillaFirefox, Safari).
- Использование parallax эффектов на сайте – необходимо внедрение parallax эффекта в загрузку и подгрузку контента на сайте. Каждый элемент страницы должен подгружаться отдельно по слоям.

К конечным программным и дизайнерским решениям применяются следующие требования:

- Руководство по обеспечению доступности веб-контента (WCAG) 2.0 Консорциума «Всемирная паутина» (W3C, WorldWideWebConsortium).

Требования к системе:

Реализацию серверной части проекта необходимо выполнить с использованием и поддержкой следующих технологий:

- Операционная система на базе Linux (Debian/CentOS).
- Веб сервер Nginx.
- Сервер базы данных на усмотрение разработчика, одна из реализаций MySQL/MariaDb (либо схожая).
- PHP 5.6 pecl extended (полный стандартный пакет)

- Весь код должен отслеживаться системой контроля версий от начала разработки и до конца (Git/Mercurial).

- Должно быть применено серверное кэширование, либо кэширование специальными приложениями (Memcached, Redis).

При реализации необходимо использовать Open Source фреймворк. Также реализация серверной части может быть осуществлена с использованием специализированных облачных сервисов.

Пользовательская часть системы (сайт или веб-приложение) и веб-интерфейс административной панели должны предполагать использование следующих технологий:

- HTML5

- CSS3

- JavaScript (Стандарта ES6)

- Ajax

- RESTfull API с использованием форматов JSON или XML

При реализации категорически не допустимо использовать Adobe Flash или другие инструменты, которые требуют дополнительной установки на компьютер пользователя.

Требования к системе управления сайтом:

1. Система управления должна быть реализована на основе Open Source фреймворка;
2. Система управления должна быть с интуитивным интерфейсом и мощными инструментами редактирования, оптимизации и структуризации контента;
3. Качество системы управления должно быть подтверждено рабочими веб-ресурсами. Необходимо указать не менее 5 адресов проектов реализованных с использованием данной системы управления и предоставить рекомендации от клиентов;
4. Технические требования к системе управления:
 - a. Операционная система на базе Linux (Debian/CentOS);
 - b. Веб сервер Nginx;
 - c. MySQL;
 - d. PHP 5.6 pecl extended;
 - e. Использование системы контроля версий (Git);
 - f. Использование серверного кэширования, либо кэширование специальными приложениями (Memcached, Redis);
 - g. HTML5;
 - h. CSS3;
 - i. JavaScript (Стандарта ES6);
 - j. Ajax;
 - k. RESTfull API с использованием форматов JSON или XML.
5. Сотрудники разработчика должны быть способны вносить изменения в систему управления на всех уровнях (от ядра до конечных модулей).
6. Для поддержания сайта и эксплуатации веб-интерфейса системы управления сайтом от персонала не должно требоваться специальных технических навыков, знания технологий или программных продуктов, за исключением общих навыков работы с персональным компьютером и стандартным веб-браузером.

Требования к защите информации:

Комплекс технических (аппаратно-программных) средств защиты системы должен включать:

- средства аутентификации пользователей и элементов системы (рабочих станций, задач, элементов баз данных и т.п.);
- средства защиты от несанкционированного доступа;
- средства реагирования на обнаруженные попытки несанкционированного доступа;
- средства защиты от проникновения компьютерных вирусов и разрушительного воздействия вредоносных программ.
- средства по анти-хакинговым системам защиты.

В связи с этим при реализации интернет-сайта должны быть обеспечены комплексные меры по безопасности, предусматривающие определение среды и политики безопасности. Требования к безопасности и секретности базируются на безопасности, обеспечиваемой стандартными ПО и существующими информационными системами

Требования к информационному наполнению:

В рамках работ по данному проекту Исполнитель обеспечивает первоначальное наполнение разделов сайта по согласованию с Заказчиком.

Исполнитель обеспечивает обработку иллюстраций для приведения их в соответствие с техническими требованиями и HTML-верстку подготовленных материалов. Сканирование, набор и правка-вычитка текстов, ретушь, монтаж, и другие работы выполняются Исполнителем.

Объем текста и количество иллюстраций в других типах разделов определяется предусмотренной настоящей технической спецификации структурой данных и уточняется на этапе согласования дизайн-концепции.

Требования к потенциальному поставщику:

Исполнитель должен иметь (в общем) не менее 10-ти (десяти) специалистов, имеющих опыт работы в сфере информационных услуг в среде Интернет, по следующим направлениям, в том числе:

1. не менее ___ (_____) высококвалифицированных специалистов, знающих современные языки программирования и технологии (среду и инструменты разработки: PHP, MySQL, PHP Open Source framework's; пользовательская часть: HTML5, CSS3, JavaScript (Стандарта ES6), Ajax, RESTfull API с использованием форматов JSON или XML). Подтверждается трудовыми договорами и дипломами о высшем образовании и сертификатами.
2. Не менее __ (____) дизайнеров/веб-дизайнеров с опытом работы не менее __ (____) лет, имеющих сертификаты международного уровня о прохождении специализированных профильных курсов. Подтверждается трудовыми договорами, дипломами о высшем образовании, сканами наград и сертификатов.
3. Не менее 1 (одного) специалиста в сфере SEO оптимизации, имеющего сертификаты о прохождении специализированных профильных курсов. Подтверждается трудовыми договорами, дипломами о высшем образовании, сканами наград и сертификатов.

Эксплуатационные характеристики:

Сопровождение интернет-сайта:

При оказании услуг обеспечить электронных информационных ресурсов:

- обеспечить облачным хостингом на 1 год со дня заключения договора.
- приобрести домены на 1 год: [_____], [_____], [_____].
- обеспечить переход на сайт по всем вышеуказанным доменам и на определенные языковые версии сайта
- создание корпоративной почты по выбранному домену
- обеспечить переход со всех вышеуказанных доменов
- бесперебойное круглосуточное функционирование, в том числе в выходные и праздничные дни;
- поддержание отказоустойчивости;
- автоматического резервного копирования;
- выполнение восстановления работоспособности из резервных копий в аварийных ситуациях;
- конфиденциальности, защищенности и целостности обрабатываемой информации;
- обучение ответственного сотрудника Заказчика поддержке и управлению интернет-сайтом;
- устные и письменные консультации в случае возникновения вопросов, связанных с поддержкой сайта;

Для правильного функционирования системы с большим количеством персональных данных различных пользователей, а также учитывая необходимость разноуровневого ограниченного управления, как персональными, так и административными данными, необходима система обеспечения разделения прав доступа.

Административная часть сервиса должна иметь пользовательский веб-интерфейс для управления и контролем за системой. Использование административной части должна осуществляться только авторизованными пользователями с ролями Администратор.

Продвижение интернет ресурса:

Продвигать интернет-сайт на первые страницы поисковых сайтов по ключевым словам и по контенту. Разработать и утвердить с Заказчиком Интернет-стратегию (анализ и рекомендации по продвижению интернет ресурсов);

- «наращивание» функционала веб-ресурса до группы интегрированных, разнородных сложных информационных систем, объединенных одной программной платформой.

Повысить рейтинг интернет сайта и продвигать в поисковых системах Google и Yandex:

- составление семантического ядра под основные страницы интернет портала;
- SEO-копирайтинг на основе семантического ядра;
- продвижение по основным ключевым запросам;
- регистрация в основных каталогах.

Проведение анализа и написание рекомендации по поисковой оптимизации сайта и дальнейшему продвижению:

- составление семантического ядра под основные страницы интернет портала;
- актуализация
- SEO-копирайтинг на основе семантического ядра;
- разработка рекламного электронного баннера сайта;
- разработка стратегии продвижения сайта в социальных сетях для различных сегментов (контент-план, рекламные кампании, и т.д.).

Заказчик:

Поставщик:

Директор _____

Директор _____
