

**ВИСОКА ТЕХНИЧКА ШКОЛА
СТРУКОВНИХ СТУДИЈА
У НОВОМ САДУ**

ИЗВЕШТАЈ СА СТРУЧНЕ ПРАКСЕ

Студент:

Наташа Јокић ВД 16/12

Ментор:

Саша Спаић

Коментор:

Јанко Тома

Нови Сад, Децембар 2015.

САДРЖАЈ

1. О ФИРМИ	1
Историјат Инфо Нет-а	
Организациона структура	
2. АКТИВНОСТИ НА СТРУЧНОЈ ПРАКСИ	2
3. ТЕХНИЧКИ ИЗВЕШТАЈ	3
Увод	
Дефинисање проблема	
Експеримент	
Закључак	

1. О ФИРМИ

Историјат Инфо Нет-а

Агенција за компјутерске програме и услуге Инфо Нет, настала је 23.11.2009. године, и налази се у приватном власништву предузетника Јанка Томе.

Организациона структура



```
graph TD; A[ДИРЕКТОР];
```

ДИРЕКТОР

2. АКТИВНОСТИ НА СТРУЧНОЈ ПРАКСИ

Стучна пракса обављена је у предузећу „Инфо Нет“, које обухвата области *PHP* програмирања (одржавање и ажурирање веб сајтова) као и веб дизајна.

Уз асистенцију коментора, савладан је програм „Word Press“, уз помоћ којег су ажурирани сајтови, тачније речено додаване информације и фотографије.

Један део времена посвећен је савладавању поменутог програма, док је други део времена посвећен оптимизацији сајтова, ради побољшања и повећања посећености једног постојећег веб сајта.

Такође, фокус је стављен на надоградњу знања о презентацијским језицима HTML и CSS.

3. ТЕХНИЧКИ ИЗВЕШТАЈ

Увод

У раду је описан цео поступак оптимизације сајта, а за пример је узет мој лични козметички блог *Kookosinela*, направљен уз помоћ *Blogger-a*.

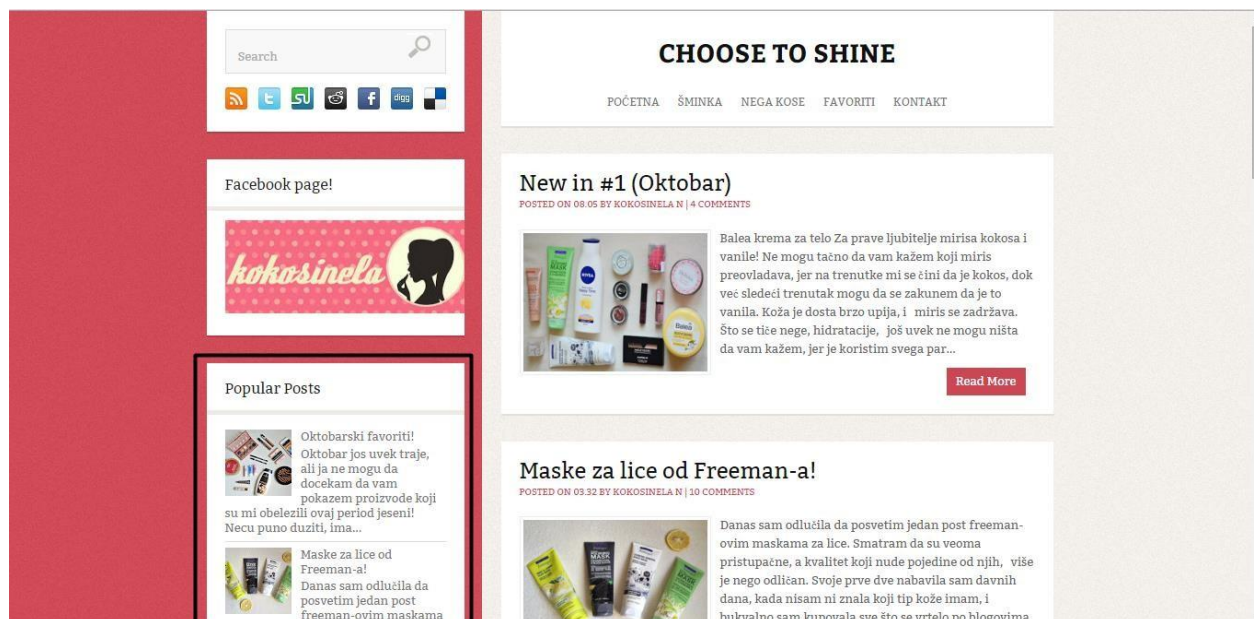
Дефинисање проблема

Блог *Kookosinela*, није био оптимизован. Блог без оптимизације није добро рангиран у претраживачима, и има малу посећеност, што је потпуно супротно од самог смисла блога. Циљ је привући што више посетилаца, и читалаца, које занима садржај блога, како би му омогућили напредак, или пак зараду од њега.

Експеримент

Оптимизација сајта је начин унапређења и промоције сајта, у циљу да се повећа број посетилаца сајта. Састоји се од много аспеката, почев од кључних речи које користите на сајту, до линкова који воде ка вама. Ипак, оптимизација се не односи само на претраживаче, крајњи циљ јесте да сајт буде прилагођен људима, који су његови потенцијални корисници.

Први корак била је промена теме блога. Садржаји који се налазе на њему везани су за козметичке производе и производе за улепшавање, а блог је првенствено намењен женском полу. Због тога је изабрана тема у розој боји. Блог је женствен и веома прегледан. Тема је урађена тако да се најпрегледанији и најинтересантнији садржај налази са леве стране, а то постаје видљиво одмах након учитавања странице.



Слика 3.3.1. – Тема

Како би се посетиоцима омогућило боље сналажење на блогу, додате су странице „Шминка“, „Нега косе“, „Фаворити“ и „Контакт“. Странице садрже линкове до постова (садржаја) везаних за ту тему.

Следећи корак биле су кључне речи. Помоћу њих сајт се приказује у претраживачу, када неко од посетилаца у њему откуца реч, која га може повезати са сајтом. Зато је једна од најважнијих ставки оптимизације, пажљив избор речи. За сваки од постова искуцане су засебне кључне речи, које су повезане са његовим садржајем. За пример је одабран пост са темом „Октобарски фаворити“.



Слика 3.3.2. – Кључне речи

На овом посту, садржај је везан нпр. за Афродитину крем за тело, *Нух* гел за обрве, па неке од кључних речи гласе: Афродита, крема, обрве, и *Нух*.

Како би садржај био квалитетнији, потребне су добре, оштре и упечатљиве фотографије. На блогу се приказује много производа, и како би они били боље представљени, потребно је да сваки од њих буде засебно фотографисан. Уколико се на посту налази више производа, прво се фотографишу сви заједно, а затим сваки посебно. Међутим, и производи који су истог типа такође могу бити заједно фотографисани.



Слика 3.3.3. – Сви производи



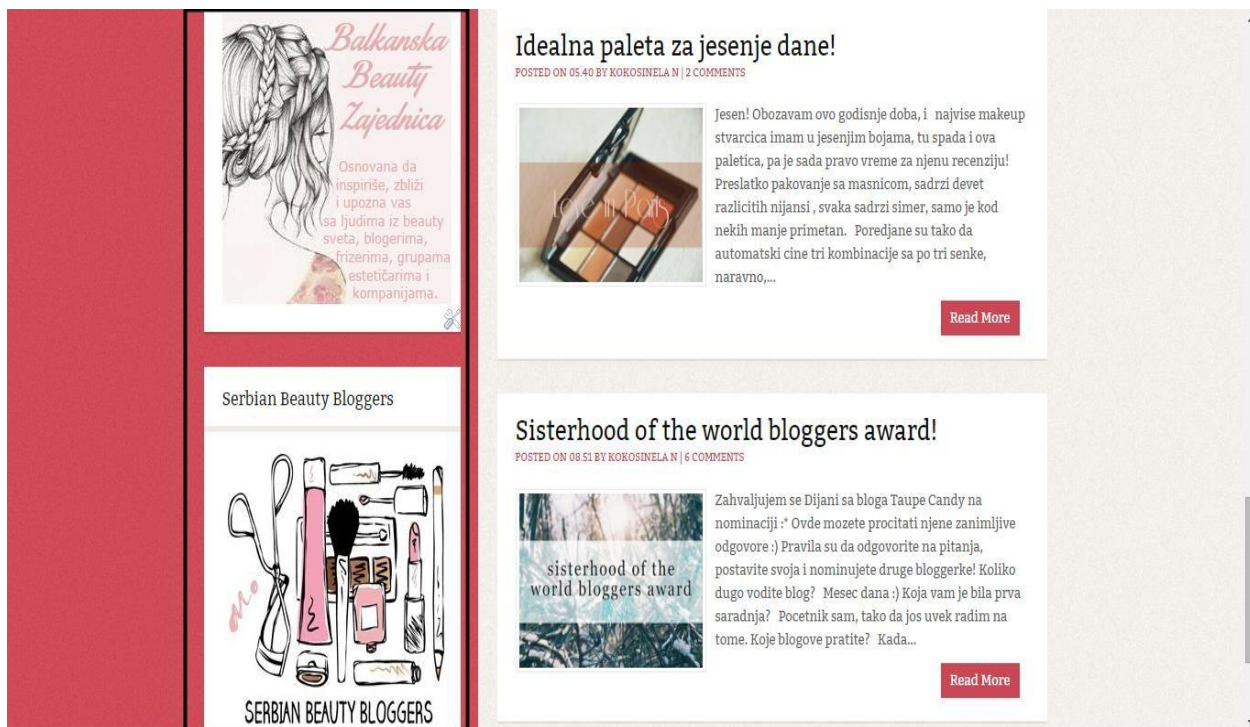
Слика 3.3.4. – Производи истог типа



Слика 3.3.5. – Појединачни производ

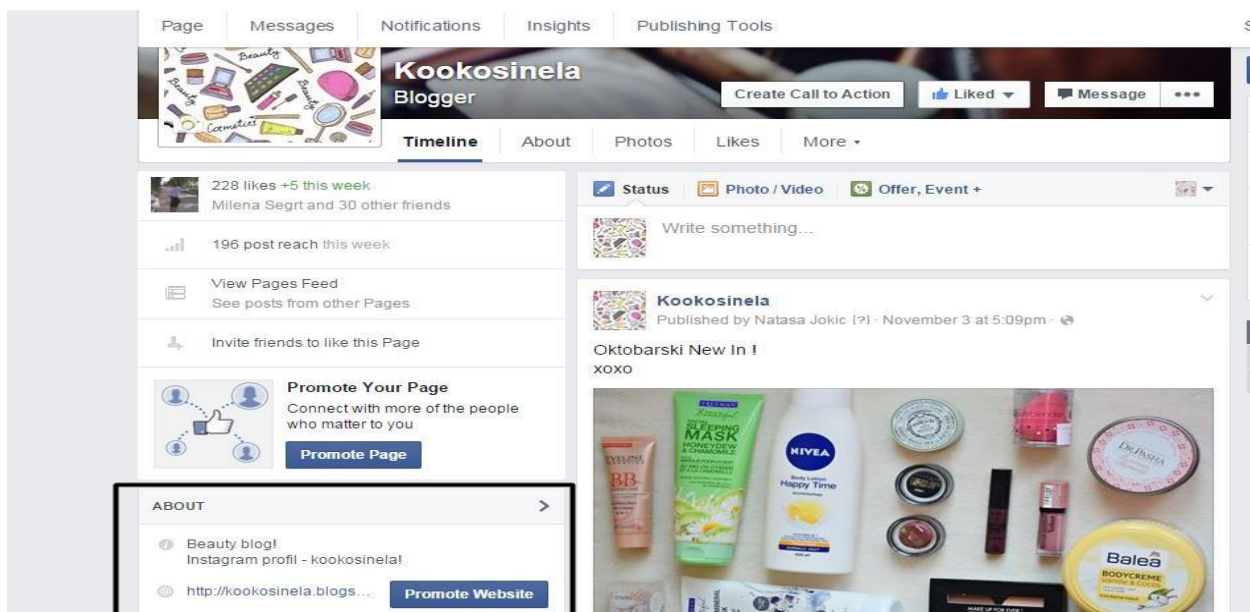
Последњи корак био је само повезивање блога са друштвеним мрежама. Фокус је био на тренутно најпопуларнијим, а то су *Facebook* и *Instagram*.

На *Facebook*-у је направљена званична страница блога. Страницу је било потребно редовно ажурирати. Како се појављивао нови садржај на блогу, тако је он одмах био постављен на *Facebook* страници, у виду линка, који води до самог блога. Затим, уз помоћ личног *Facebook* профила, прикључена сам страници *Serbian Beauty Bloggers* на *Facebook*-у и групи *Balkan Beauty Bloggers*, које такође објављују постове са блога, како би привукле особе које су у групи, или особе које су лајковале страницу до самог блога. Корист је обострана, јер се линкови до њих налазе на блогу.

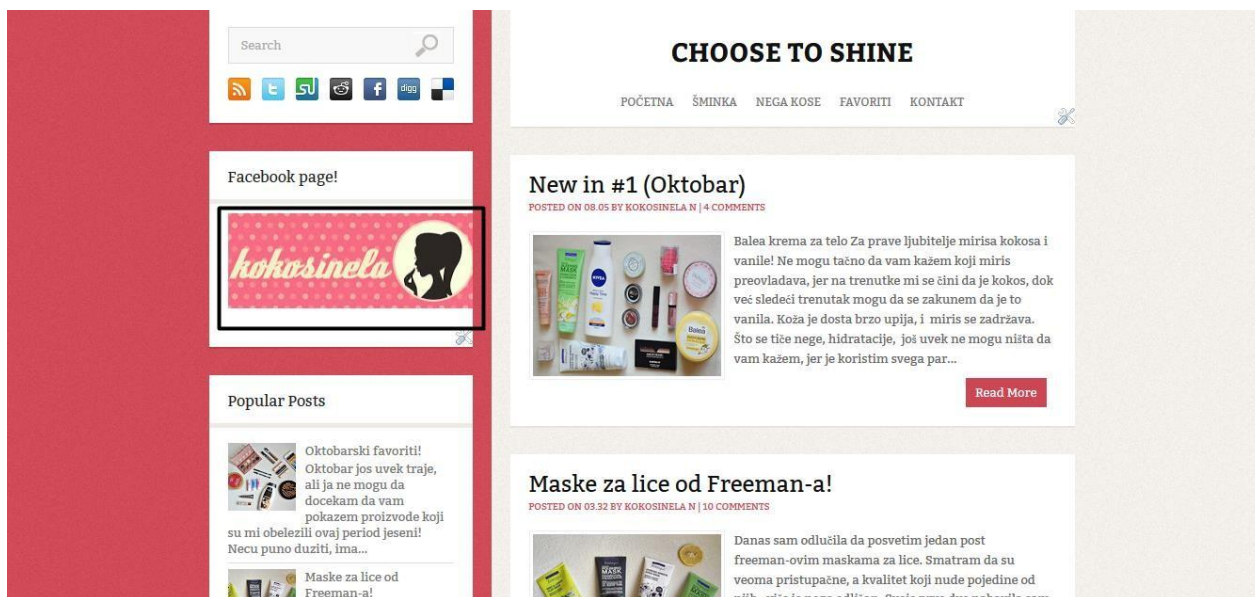


Слика 3.3.6. – Линкови

На страници се налази и линк који води до блога, док се на блогу налази линк у виду фотографије, који води до странице.

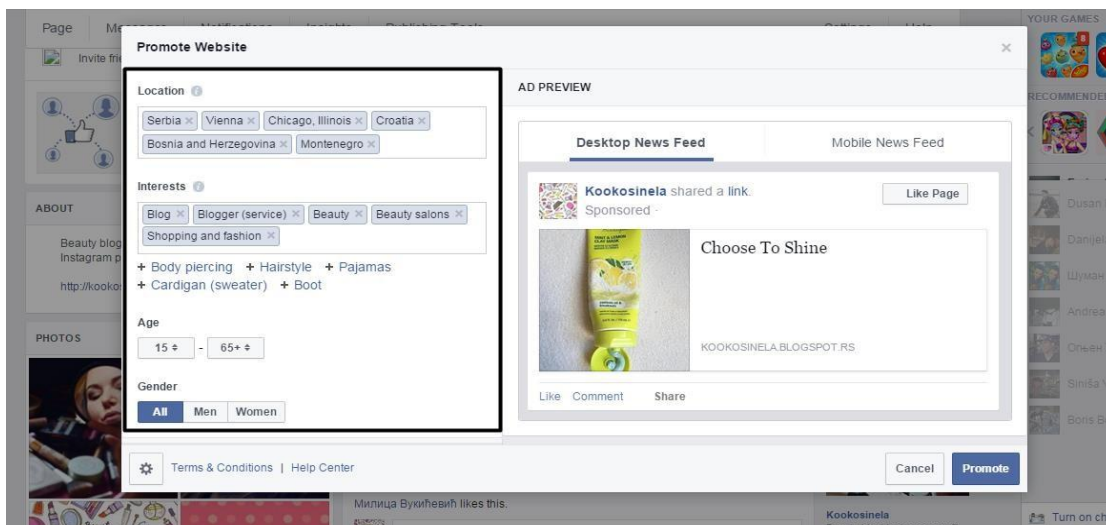


Слика 3.3.7. – Страница



Слика 3.3.8. – Блог

Facebook, такође, нуди промоцију странице, као и блога. Промоција сајта вам нуди опцију да изаберете државе чије становнике желите да привучете. Блог је написан на српском језику, зато је фокус био на земљама из региона (Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора). Посебно се нуди и опција градови, у овом случају, циљало се на градове у којима борави већи број људи нашег порекла, као што су Беч, Чикаго, итд. Затим, изабрани су пол и године (од – до), публике за коју је сајт намењен.



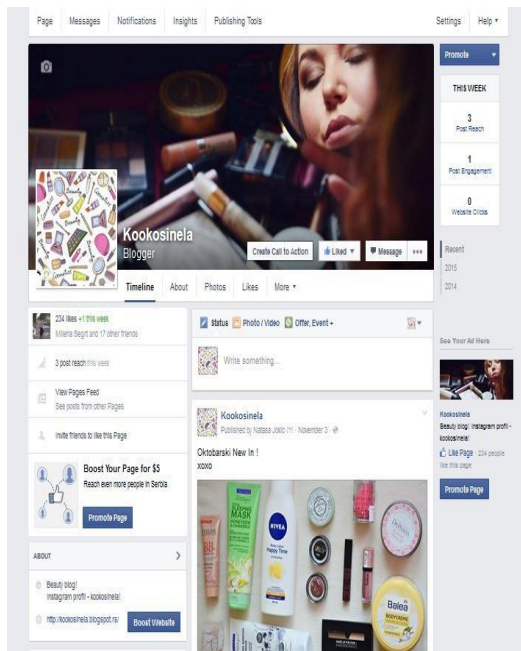
Слика 3.3.9. – Опције

Instagram



Слика 3.3.10.– Изглед странице на Instagram-у

Facebook



Слика 3.3.11. – Изглед странице на Facebook-у

Закључак

Уз помоћ коментора, и знања стеченог на пракси, оптимизација блога извршена је успешно.

Приликом оптимизације, као и ажурирања значајног броја веб сајтова, знање презентацијских језика за израду веб страница HTML-а и CSS-а, знатно је унапређено.

Након оптимизације, број посетилаца блога знатно се повећао, што потврђује учинак изведене оптимизације на пораст интересовања за посматрани блог.

Блог се може погледати на <http://kookosinela.blogspot.rs>