

网页设计与 制作全程解析

WANGYE SHEJI YU ZHIZUO
QUANCHENG JIEXI

主 编 潘 越 刘亚妮
副主编 吴泽宇 唐偲祺



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>



●●●●○

网页设计与 制作全程解析



WANGYE SHEJI YU ZHIZUO
QUANCHENG JIEXI



主 编 潘 越 刘亚妮

副主编 吴泽宇 唐偲祺

重庆大学出版社

内容提要

本书以工作过程为导向,从网站规划开始,以实际项目为切入点,通过对两个完整项目的剖析,让学习者直接在完成项目的同时掌握网页设计与制作两大常用工具软件Photoshop和Dreamweaver的使用,并辅以大量由浅入深的实例练习,对项目内容进行扩展,符合认知规律,有利于知识技能的掌握和巩固。同时,加入丰富的网页界面设计和网页制作的理论知识作为补充,帮助学习者更深入地了解网页设计与制作。

本书面向网页设计与制作教学并立足于岗位,可作为普通高等院校电子商务、数字媒体技术、计算机多媒体技术等专业的教学用书和参考书,也可供从事网页设计与制作的初学者和爱好者使用。

图书在版编目(CIP)数据

网页设计与制作全程解析 / 潘越, 刘亚妮主编. —
重庆: 重庆大学出版社, 2016.8
ISBN 978-7-5624-9846-9

I. ①网… II. ①潘…②刘… III. ①网页制作工具

IV. ①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第156118号

网页设计与制作全程解析

主 编 潘 越 刘亚妮

副主编 吴泽宇 唐偲祺

策划编辑: 杨粮菊

责任编辑: 陈 力 版式设计: 杨粮菊

责任校对: 邹 忌 责任印制: 赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人: 易树平

社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编: 401331

电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)

传真: (023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆华林天美印务有限公司印刷

*

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 15 字数: 356千

2016年8月第1版 2016年8月第1次印刷

印数: 1—2 000

ISBN 978-7-5624-9846-9 定价: 34.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

前言 / PREFACE

互联网的迅速发展,使人们的生活方式产生了新的变革,网络成为信息传播的重要渠道,同时在世界范围内引发了人们生活、文化、思想方式的巨变,而浏览网页信息也成为人们生活中的重要部分。随着人们与网络之间的联系日趋紧密,网页不仅仅是单纯传递信息的载体,人们开始将注意力更多地关注于网页的交互性、设计感与稳定性,这促使网页设计与制作人员既需要掌握娴熟的制作技术,又必须具备一定的设计能力和审美能力。

本书从实际出发,从网站规划开始,以实际项目为切入点,详细介绍了网页设计与制作两大常用工具软件Photoshop和Dreamweaver的使用方法和操作技巧,将网页设计与制作过程中的难点、要点贯穿一线,完整讲解了网页设计与制作的全过程。

本书通过对两个完整项目的网站规划、网页界面设计与网页制作内容进行剖析,对网页标志、网页Banner、网页版式等网页元素和网站结构布局进行了详细讲解,同时辅入丰富的网页界面设计和网页制作的理论知识作补充,帮助学习者在掌握网页设计与制作技术的同时,提高艺术审美能力。

本书结构清晰、语言简练,面向网页设计与制作教学并立足于岗位,可作为普通高等院校电子商务、数字媒体技术、计算机多媒体技术等专业的教学用书和参考书,也可供从事网页设计与制作的初学者和爱好者作为参考。

本书由重庆房地产职业学院潘越、刘亚妮、吴泽宇、唐偲祺和重庆房酷网络科技有限公司人员许建禄等编写。由于编者水平有限,加之时间仓促,难免存在疏漏之处,敬请读者和专家批评指正。

编者

2016年4月

目 录 / CONTENTS

Part 1 基础学习——团购网站设计与制作

- 1.1 学习情境1 网站规划 / 2
 - 1.1.1 选择域名及空间 / 2
 - 1.1.2 确定网站技术方案 / 6
 - 1.1.3 规划网站目录结构 / 7
 - 1.1.4 项目经验小结 / 9
- 1.2 学习情境2 团购网站界面设计 / 10
 - 1.2.1 房地产团购网站头部设计 / 11
 - 1.2.2 博客Banner设计 / 42
 - 1.2.3 房地产团购网站首页内容设计 / 63
 - 1.2.4 项目经验小结 / 91
- 1.3 学习情境3 团购网站页面制作 / 92
 - 1.3.1 搭建建设网站的基本工作环境 / 92
 - 1.3.2 搭建房酷网首页结构框架 / 99
 - 1.3.3 制作房酷网首页头部 / 111
 - 1.3.4 制作房酷网首页导航菜单及Banner / 123
 - 1.3.5 制作房酷网首页网站功能提示栏 / 124
 - 1.3.6 制作房酷网首页内容主区域 / 129
 - 1.3.7 制作房酷网首页内容区域右侧栏 / 131

1.3.8 制作房酷网首页底部 / 146

1.3.9 项目经验小结 / 151

Part 2 综合实践——企业博客设计与制作

2.1 学习情境1 企业博客网站设计 / 154

2.1.1 博客Banner背景设计 / 155

2.1.2 企业博客标志设计 / 160

2.1.3 房地产博客网站导航与版权设计 / 167

2.1.4 房地产博客网站首页内容设计 / 168

2.1.5 项目经验小结 / 181

2.2 学习情境2 房地产博客网站制作 / 182

2.2.1 房地产博客网站首页切片与布局 / 182

2.2.2 房地产博客网站首页美化 / 201

2.2.3 房地产博客网站栏目页制作 / 214

2.2.4 房地产频道页面样式制作 / 230

2.2.5 项目经验小结 / 233

参考文献

Part 1 ▶ 基础学习——团购网站设计与制作

以计算机、网络为特征的信息化社会的到来，使网络平台的职能由单纯的专业计算机操作工具，逐步转变为人们工作、生活、休闲的生活平台，改变了人们的生活和工作方式，信息技术正迅速地建立起人类“数字化生存”的信息环境，信息成为社会发展中的重要资源，人类社会进入了大变革时期。网络的迅猛发展使信息技术被引入商贸活动中，带来了全新的网络经济模式，使电子商务迅速发展，并体现出巨大的优越性。截至2012年6月，中国电子商务市场交易额达3.5万亿元，同比增长18.6%。“十二五”电子商务发展指导意见提出，到2015年，我国规模以上企业应用电子商务比率达80%以上，电子商务的交易额翻两番，突破18万亿元。

2010年我国电子商务一大亮点就是网络团购。网络团购是一种新型电子商务模式，指的是众多具有相同商品需求的消费者为加大商品价格谈判能力联合起来，根据薄利多销和量大价优的原理，以低于零售价格的团购折扣从商家处购买到自己需要的商品和服务的一种购物模式。团购的目的是以累积的购买量或买家人数为基础来加强买方的议价能力和卖方的降价空间，最终促使交易成功，使得买卖双方都获利。团购网最早起源于美国Groupon网站，其特点是：每天只推一款折扣产品、每人每天限拍一次、折扣品一定是服务类型的、服务有地域性、线下销售团队规模远超线上团队。在中国，大量的团购网在2010年兴起，随后出现了井喷状态，著名的团购网站如大众点评网、拉手网、美团网等。2010年年底中国的专业团购网站就有数百家，市场规模高达10亿多元。目前团购网站已出现包括房产、装修、建材、橱柜、衣柜、家电、家具、结婚、学车、汽车、教育、票务等覆盖人们生活各个方面的多种类型，未来将会有更多的产品加入团购的行列中。

网络团购这种新型购买模式与固定价格的传统购买方式相比具有多方面的优势，其结合了团购的优势。更重要的是，它利用了互联网的高效便利性，打破了时间和空间对团购交易的限制，并且降低了交易成本，解决了交易信息不对称问题。作为第三方平台对商家的信誉、产品质量以及服务进行全面考察，使得消费者获取了更多的商家信息。同时，网络团购以“低价格”来吸引消费者，对于具有商品需求的消费者得到需求满足，对于需求不明确的患者也在一定程度上诱使其消费，从而促进了消费者的消费。

虽然，从目前市场情况来看，网络团购网站的竞争日益激烈，消费者从一开始的狂热阶段到现在的冷静阶段都使得团购网站的规模开始萎缩，但毋庸置疑的是，团购网站已经成为电子商务的一种新型模式，并迅速发展。可以预见的是，随着移动互联网的迅速发展，这种电子商务模式将因注入新的活力而大放光彩。

本项目选用一个房地产行业团购网站界面，由浅入深地将Photoshop及Dreamweaver的工具使用融于网页的整个设计与制作过程之中，让读者在项目任务完成的同时，掌握Photoshop及Dreamweaver基本工具的使用，同时补充网页界面的基础知识，如Banner设计、版式设计等，以及网页制作的相关基础知识，让读者在完成网页界面的同时对平面设计知识有所了解。

1.1 学习情境1 网站规划

一个专业的网站建立在合理的网站规划前提之下，网站规划既有战略性的内容，也包含战术性的内容，网站规划应站在网络营销战略的高度来考虑，战术是为战略服务的。网站规划是网站建设的基础和指导纲领，决定了一个网站的发展方向，同时对网站推广也具有指导意义。网络营销计划侧重于网站发布之后的推广，网站规划则侧重于网站建设阶段的问题，但网站建设的目的是开展网络营销的需要，因此应该用全局的观点来看待网站规划，在网站规划阶段就将计划采用的营销手段融合进来，而不是等待网站建成之后才考虑怎么去做营销。网站规划的内容对网络营销计划同样具有重要意义，具有与网络营销计划同等重要的价值，二者不可互相替代。网站规划的主要意义就在于树立网络营销的全局观念，将每一个环节都与网络营销目标结合起来，增强针对性，避免盲目性。因此，在网站建设前应对市场进行分析、确定网站的目的和功能，并根据需要对网站建设中的技术、内容、费用、测试、维护等作出规划。

由于本书面向网页设计与制作的初级学者，本书仅涉及域名申请、确定网站技术解决方案、网站目录结构规划相关内容。

任务安排表

能力目标（任务名称）	知识目标	学时安排/学时
选择域名及空间	掌握域名及空间的选择方法	1
确定网站技术解决方案	了解常用网站技术	1
规划网站目录结构	掌握网站目录常用命名规则	1

1.1.1 选择域名及空间

域名（Domain Name），是由一串用点分隔的名字组成的Internet上某一台计算机或计算机组的名称，用于在数据传输时标识计算机的电子方位（有时也指地理位置、地理上的域名，指代有行政自主权的一个地方区域）。域名使一个IP地址有“面具”。域名是便于记忆和沟通的一组服务器的地址（网站、电子邮件、FTP等）。

DNS规定，域名中的标号都由英文字母和数字组成，每一个标号不超过63个字符，也不区分大小写字母。标号中除连字符（-）外不能使用其他的标点符号。级别最低的域名写在最左边，而级别最高的域名写在最右边。由多个标号组成的完整域名总共不超过255个字符。

以一个常见的域名为例说明，baidu网址“www.baidu.com”是由两部分组成，标号“baidu”是这个域名的主体，而最后的标号“com”则是该域名的后缀，代表的这是一个com国际域名，是顶级域名。而前面的www.是网络名，为www的域名。

1) 步骤一：确定域名类型

域名主要有下述类型。

一是国际域名（international top-level domain names, iTDs），也称国际顶级域名。这也是使用最早、最广泛的域名。例如表示工商企业的“.com”，表示网络提供商的“.net”，表示非营利组织的“.org”等。

二是国内域名，又称为国内顶级域名（national top-level domain names, nTLDs），即按照国家的不同分配不同后缀，这些域名即为该国的国内顶级域名。200多个国家和地区都按照ISO 3166国家代码分配了顶级域名，例如中国是cn，美国是us，日本是jp等。

► Points 知识要点——中国的域名体系

中国的域名体系也遵照国际惯例，包括类别域名和行政区域域名两套。

类别域名是指前面的6个域名，分别依照申请机构的性质依次分为：

ac —— Academic，科研机构

com —— Commercial organizations，工、商、金融等企业

edu —— Educational institutions，教育机构

gov —— Governmental entities，政府部门

mil —— Military，军事机构

arpa —— Come from ARPANet，由ARPANET（美国国防部高级研究计划局建立的计算机网）沿留的名称，被用于互联网内部功能

net —— Network operations and service centers，互联网络、接入网络的信息中心（NIC）和运行中心（NOC）

org —— Other organizations，各种非盈利性的组织

biz —— web business guide，网络商务向导，适用于商业公司（注：biz是business的习惯缩写）

info —— information，提供信息服务的企业

pro —— professional，适用于医生、律师、会计师等专业人员的通用顶级域名

name —— 适用于个人注册的通用顶级域名

coop —— cooperation，适用于商业合作社的专用顶级域名

aero —— 适用于航空运输业的专用顶级域名

museum —— 适用于博物馆的专用顶级域名

mobi —— 适用于手机网络的域名

asia —— 适用于亚洲地区的域名

tel —— 适用于电话方面的域名

int —— International organizations，国际组织

cc —— 原是岛国“Cocos（Keeling）Islands”的缩写，但也可将其看成“Commercial Company”（商业公司）的缩写，所以现已开放为全球性国际顶级域名，主要应用在商业领域内。简短、容易记忆，漂亮、容易输入，是新一代域名的新秀

tv —— 原是太平洋岛国图瓦卢“Tuvalu”的国家代码顶级域名，但因为其也是“television”（电视）的缩写，主要应用在视听、电影、电视等全球无线电与广播电台领域内

us —— 类型，表示美国，全球注册量排名第二

travel —— 旅游域名，国际域名

xxx —— 用于成人网站

idv —— 用于个人

行政区域名是按照中国的各个行政区划划分而成的，其划分标准依照原国家技术监督局发布国家标准而定，包括“行政区域名”34个，适用于中国的各省、自治区、直辖市。

由于团购网站属于商业性质，故应该至少申请.com域名。

随着域名的开放与普及，抢注知名品牌相关域名的事件不绝于耳，而域名权的争夺战也随之达到白热化程度，其中不乏许多恶性抢注域名的案例。注册一个域名不过百来元，但是买回一个域名却可能需要上百万、上千万甚至上亿元。与其狼狈地“亡羊补牢”，不如从容地“未雨绸缪”；与其见漏补漏，不如全面保护。

保护品牌，不仅仅是注册一个公司域名，越来越多的企业开始全方位保护自己的域名，将所有与公司名称、主打产品，甚至是领导人的名字相关的域名都注册保护起来，真正做到万无一失。

如何进行域名品牌保护呢？品牌保护第一步：同步注册不同后缀域名。域名是企业互联网上最重要的商标和品牌，为同一个域名注册多个不同扩展名，可用来确保公司品牌的唯一性，并保证其不被他人抢注，同时也可以使互联网用户更容易地找到注册用户的网站。例如，为保护品牌价值，中国万网注册了hichina.com、hichina.cn、hichina.net、wanwang.com、万网.中国、万网.com、中国万网.com等关联域名几十个。在互联网建立了强大的品牌效应，用户搜索和万网相关的域名都可以找到万网。品牌保护第二步：一次性注册多年。为了降低域名丢失的风险，同时避免未来因域名价格上涨给用户带来的经济损失，建议用户将域名一次性注册多年。注册多年域名同时还能得到更多价格优惠。例如，中国万网的域名hichina.com已注册至2019年。

⊕ 小贴士

我国热卖域名类型主要有.com及.cn。

.com域名是由ICANN批准发布，是全球较早使用的国际域名之一。

目前全球共有超过8 950万个国际域名，其中中国有786万个。

.com用于商业公司，在.com下注册域名意味“我从事商业活动已有好多年了，我是一个严肃的商人，我知道我正在做什么”，使用.com下的域名不仅显得大气简洁，而且可体现用户的全球化理念。

.cn域名是由CNNIC于2002年发布的中国国家顶级域名。

.cn域名代表中国，对于做国际交流、贸易的企业来说，是一个让世界了解中国的好方法。推出以来发展迅猛，目前已经超过635万个，成为全球增长速度最快的域名。

.cn域名适用于任何在中国的企业和中国居民。

拥有好的域名，即在网络上有一个响亮的名字，如同企业在传统行业有一个响亮的名字一样重要。没有好的域名，总是美中不足。一个好域名能让企业的目标客户和潜在客户更容易记住，是企业固有品牌的延伸和增值，能保证品牌价值不流失并更能提升企业形象。

域名的命名原则主要有：

- ①简单、易记，逻辑性强。
- ②选择行业相关的域名（与企业商标、产品名称吻合；根据网站的性质、用途选择）。
- ③域名的后缀尽量包含主流域名类型。

2) 步骤二：选择域名提供商

我国域名提供商主要有万网（www.net.cn）、新网（www.xinnet.com）、35互联（即中国频道www.35.com）。现对这3个域名提供商的服务作一定的对比，读者可根据自己的情况进行选择，详情见表1.1.1。

表1.1.1

提供商名称服务	服务项目			
	域名解析	域名转移	过户	其他
万网	2 ~ 12 h	需要传真资料	收费	价格便宜，续费要找原注册的代理
新网	生效速度一般，支持泛解析	需要邮寄资料征得同意	免费	已被确认的身份信息也无须提交任何资料，新网会员在线即可即时邮件获取国际域名转移密码
35互联 (中国频道)	生效快	无障碍，域名专员可直接修改域名注册人	免费	免费DNS服务，批量注册，代理支付款项无金额限制，代理间转移域名要设置转移密码

3) 步骤三：申请域名

①准备申请材料：com域名无须提供身份证、营业执照等资料，2012年6月3日cn域名已开放个人申请注册，故申请需要提供身份证或企业营业执照。

②寻找域名注册网站：由于.com、.cn域名等不同后缀均属于不同注册管理机构所管理，如要注册不同后缀域名则需要从注册管理机构寻找经过其授权的顶级域名注册查询服务机构。如com域名的管理机构为ICANN，cn域名的管理机构为CNNIC（中国互联网络信息中心）。域名注册查询注册商已经通过ICANN、CNNIC双重认证，则无须分别到其他注册服务机构申请域名。

③查询域名：在注册商网站注册用户名成功后应查询域名，选择您要注册的域名，并单击域名注册查询。

④正式申请：查到想要注册的域名，并且确认域名为可申请的状态后，提交注册，并缴纳年费。

⑤申请成功：正式申请成功后，即可开始进入DNS解析管理、设置解析记录等操作。

4) 步骤四：购买虚拟主机

虚拟主机是在网络服务器上划分出一定的磁盘空间供用户放置站点、应用组件等，以及提供必要的站点功能、数据存放和传输功能。虚拟主机也称“网站空间”，就是将一台运行在互联网上的服务器划分成多个“虚拟”的服务器，每一个虚拟主机都具有独立的域名和完整的Internet服务器（支持WWW、FTP、E-mail等）功能。



知识拓展：IP地址

IP地址（英语：Internet Protocol Address）是一种在Internet上的给主机编址的方式，也称为网际协议地址。Internet上的每台主机（Host）都有一个唯一的IP地址。IP协议就是使用这个地址在主机之间传递信息，这是Internet能够运行的基础。可以将“个人电脑”比作“一台电话”，那么“IP地址”就相当于“电话号码”，而Internet中的路由器，就相当于电信局的“程控式交换机”。

IP地址是一个32位的二进制数，通常被分割为4个“8位二进制数”（也就是4个字节）。IP地址通常用“点分十进制”表示成（a.b.c.d）的形式，其中，a,b,c,d都是0~255之间的十进制整数。例如，点分十进IP地址（100.4.5.6），实际上是32位二进制数（01100100.00000100.00000101.00000110）。

常见的IP地址，分为IPv4与IPv6两大类。IPv4就是有4段数字，每一段最长不超过255。由于互联网的蓬勃发展，IP位址的需求量越来越大，使得IP位址的发放日趋严格，在2011年2月3日IPv4位址已分配完毕。

地址空间的不足必将妨碍互联网的进一步发展。为了扩大地址空间，拟通过IPv6重新定义地址空间。IPv6采用128位地址长度。在IPv6的设计过程中除了一劳永逸地解决了地址短缺问题外，还考虑了在IPv4中未解决的其他问题。

实用技能：设置本机IP地址

选择路径开始 → 运行 → cmd → ipconfig /all 可以查询本机的IP地址，以及子网掩码、网关、物理地址（Mac地址）、DNS等详细情况。

设置本机的IP地址可以通过网上邻居 → 属性 → 本地连接 → 属性 → TCP/IP 进行设置。

1.1.2 确定网站技术方案

Web网站可粗略地分为静态网站和动态网站。

①静态网站，就是网站全是HTML文件，页面是HTML编写的，当然也包含Css、Javascript等脚本。其特点是不会“变”，即内容不随着某一事件的发生而改变。

②动态网站，就是指应用脚本编程语言。常见的脚本编程语言有：Asp、Php（国内以这两种为主）、Jsp、Aspx.net等。如果网站的页面以这些名字为后缀，那么可以说这个网站就是动态网站。与静态网站相对的是，动态网站的内容是会“动”的。通常情况下，动态网站会有类似“asp? id=”的链接，id后面通常是数字，添加不同的数字，页面上显示的数据也是不一样的。因为动态网站使用了数据库技术，以通过代码调用数据库来显示、输出数据库当中的内容。

作为网页设计与制作的初学者，本书项目采用静态网站制作技术，即页面为纯HTML网页。

1.1.3 规划网站目录结构

在手工制作个人网站的时代，网站制作步骤基本分为：设计、切片、网页制作、发布。而在此之前，首先应规划出网站的结构，即包括栏目设置、页面结构等。

从网页栏目结构上来说，一个企业网站的一级栏目不应超过8个，而栏目层次以3层以内比较合适。网站栏目设置是一个网站结构的基础，也是网站导航系统的基础，应做到设置合理、层次分明。对网站栏目结构的研究是网络营销导向网站建设的基础。

网站的目录是指建立网站时创建的目录。网站目录如何设计，对浏览者来说并没有什么太大的感觉和影响，但是对于站点的上传和维护，以及内容的扩充和移植都有着重要的影响。因此，需要对网站的文件目录进行规划，将网站中各种各样的文件分门别类地存放到网站不同的子文件夹中。规划网站的目录，如同规划一个网站一样，要分析网站的栏目和内容，根据网站的栏目和内容的性质进行分类。下述内容是规划网站目录结构的基本思想。

（1）不要将所有文件都存放在根目录下

根目录下文件过多很容易造成文件管理混乱，从而影响工作效率。另外，服务器一般都会为根目录建立一个文件索引，当上传文件时，服务器需要将所有文件检索一遍，并建立新的索引文件，因此，根目录中文件过多时还会使上传速度变慢。

（2）按栏目内容建立子目录

首先应按照主栏目来建立子目录。如果某个栏目的内容特别多，又分出很多下级栏目，可以相应地再建立其子目录。对于需要经常更新的栏目可以建立独立的子目录；而一些相对稳定，不需要经常更新的相关栏目，可以合并到一个统一的目录中；所有程序一般都存放在特定目录中。例如，企业站点可以按企业简介、产品展示、成功客户、在线订单、反馈与联系等建立相应子目录；相关链接等建立独立的子目录；关于本站、站点经历等可以合并放在一个统一目录下，如图1.1.1所示。



图1.1.1 企业网站目录结构示例

（3）在每个主目录下建立独立的images子目录

为便于图像文件的管理，在为每个栏目创建了子目录后，还要为每个主栏目建立一个独立的images目录，以用来存放该栏目中的图像文件。而根目录下的images目录，主要是用来存放首页中的和一些需要共享的图像文件。

（4）其他需要注意的事项

在进行目录规划时还要注意目录的层次一般不要超过3层，尽量使用意义明确的目录名称，不要使用中文目录名，不要使用过长的目录名等。

1) 步骤一：创建网站根目录

在本地磁盘D下新建文件夹，将文件夹命名为“wwwroot”。

⊕ 小贴士

服务器或虚拟空间上网站根目录的默认命名为“wwwroot”，也可简称为“root”或“webroot”。

2) 步骤二：创建子目录

在文件夹wwwroot中新建文件夹images、style、script、cq。在cq文件夹中新建文件夹task、newhouse、esfhouse。

⊕ 小贴士

网页中一般包含图像、相关样式、脚本语言等。因此，在网站目录结构中，一般将用来存放网页相关图像文件的文件夹命名为images；将存放网页相关样式文件的文件夹命名为styles；将存放脚本语言的文件夹命名为script。这3个文件夹一般位于根目录下。

由于案例网站www.fooqoo.com具有地域性特征，因此，在根目录中需要新建表示本地（重庆）的文件夹cq。在cq文件夹中的task、newhouse、esfhouse文件夹分别用来存放网站栏目“所有返现”“新房返现”“二手房返现”中的页面文件。

最终文件目录结构如图1.1.2所示。

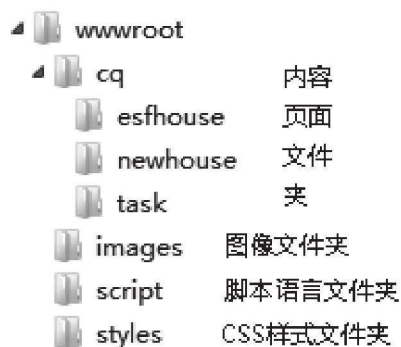


图1.1.2 房酷网www.fooqoo.com本地目录结构

1.1.4 项目经验小结

通过此次项目，了解了网站规划的基础知识，掌握了域名及空间申请的方法及要点，初步掌握网站目录规划的基本规则，并对网站规划及网络技术相关知识有了初步认识，为独立规划网站打下了基础。

请将您的项目经验总结填入下框中。

1.2 学习情境2 团购网站界面设计

本次任务通过对团购网页的设计，掌握Photoshop钢笔工具、图层样式、路径工具等基本工具及快捷键的使用，同时熟悉企业博客Banner以及网站标志的设计思路和设计方法，掌握一定的色彩搭配知识，从而基本掌握网页界面设计的技巧。

表1.2.1 任务安排表

能力目标（任务名称）	知识目标	学时安排/学时
网页头部区域设计	新建文件、打开文件、存储文件、选框工具、填充命令、铅笔工具、文字工具、画笔初始面板、描边命令、选区修改命令的使用以及图层的基本操作	3
网页Banner设计	魔棒工具、套索工具、自由变换、钢笔工具、渐变工具、橡皮擦工具、羽化命令的使用	6
网页首页内容设计	形状工具、描边图层样式、路径工具的使用	6

团购网页效果图如图1.2.1所示。



图1.2.1 团购网页效果图

1.2.1 房地产团购网站头部设计

1) 打开Photoshop CS6程序软件

单击“开始”菜单，在“所有程序”右边的弹出菜单中，找到Adobe Photoshop CS6  的按钮，打开Photoshop CS6的程序。进入Photoshop CS6的操作界面，其主要包括菜单栏、工具属性栏、工作区调板和工具箱，如图1.2.2所示。

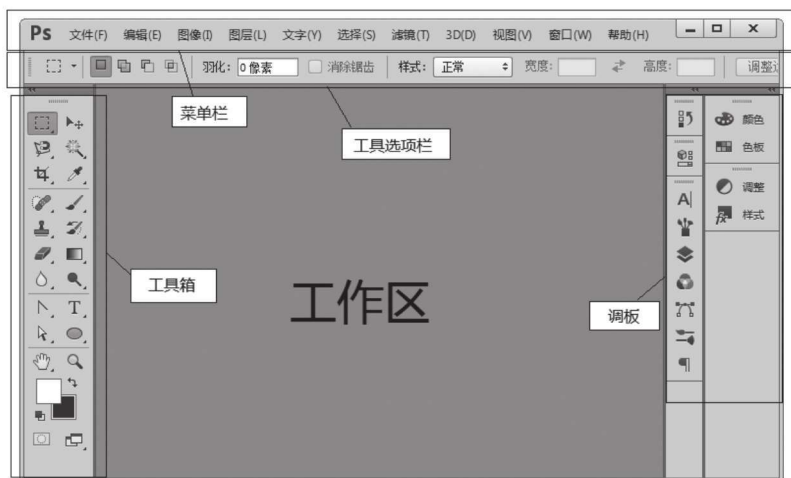


图1.2.2 Photoshop操作界面

2) 新建文件

单击菜单栏中的“文件”菜单→“新建...”命令来实施新建文件的命令。在弹出的新建命令对话框中修改文件的宽度1 300像素（px），高度为3 824像素（px），分辨率为“72像素/英寸”，颜色模式为“RGB颜色模式”，背景内容设置为“白色”，然后单击确定，如图1.2.3所示。



图1.2.3 新建文件对话框