

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет _____ Комп'ютерних наук _____
Кафедра _____ Медіасистем та технологій _____
Рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський) _____
Спеціальність _____ 186 Видавництво та поліграфія _____
Тип програми _____ освітньо-професійна _____
Освітня програма _____ Видавничо-поліграфічна справа _____
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)

« 7 » червня 2021 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові _____ *Лимар Вікторії Юріївні* _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи. _____ *Створення дизайну сайту для магазину «print.kh»* _____

Затверджена наказом по університету від _____ 07 червня 2021 р. № 787 Ст _____

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії _____ 19 червня 2021 р. _____

3. Вихідні дані до роботи:

Тип продукції: сайт-візитка «Print.kh». Варіант поширення інформації: Інтернет. Група сайтів: комерційний сайт. Текстовий матеріал: опис магазину та товарів, статті в форматі .txt, Графічний матеріал: ілюстрації в форматах .jpg, .png. _____

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; 1. Аналіз досягнень сучасного ринку сайтів візиток; 2 Визначення цілей і задач проекту; 3 Вибір інструментальних засобів розробки; 4 Проектування інформаційної структури та навігації; 5 Розробка блокових модулів; 6 Розробка графічного дизайну; 7 наповнення контентом сторінок видання; 8 Тестування і публікація; 9 Економічне обґрунтування роботи; Висновки; Перелік посилань. _____

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (слайдів)

*Вихідні дані та мета атестаційної роботи бакалавра, Етапи розробки сайту
Актуальність атестаційної роботи. Постановка задачі на проектування. Аналіз аналогів конкурентів сайту. Вибір інструментальних засобів; Інформаційна структура сайту;
Навігаційна структура сайту; Графічний дизайн; Економічне обґрунтування сайту
(презентаційні матеріали в кільк. слайдів).* _____

6. Консультанти розділів роботи

Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	доц. Челомбітько В.Ф		
Економічна частина	проф. Полозова Т.В.		09.06.2021

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Дослідження сучасних досягнень техніки і технологій	07.06.21	
2	Аналіз технічного завдання на розробку сайту-візитки компанії з продажу картин на полотні.	08.06.21	
3	Розробка концепції дизайну сайту	08.06.21	
4	Обґрунтування вибору інструментальних засобів	09.06.21	
5	Розробка технологічної схеми виготовлення сайту	10.06.21	
6	Вибір та обґрунтування необхідного програмного забезпечення	11.06.21	
7	Розробка навігації	11.06.21	
8	Розміщення інформації в інформаційних модулях	12.06.21	
9	Тестування сайту	12.06.21	
10	Оформлення практичної частини	12.06.21	
11	Оформлення пояснювальної записки	14.06.21	

Дата видачі завдання 7 червня 2021 р.

Студент _____ Лимар В.Ю.
(підпис)

Керівник роботи _____ доц. Челомбітько В.Ф
(підпис) (посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка містить 80 с., 9 ч., 38 рис., 2 табл., 1 дод., 42 джерела.

WEB-САЙТ, WEB-СТОРІНКА, ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, WEBFLOW, САЙТ ВІЗИТКА, .ОДНОСТОРІНКОВИЙ САЙТ, АНІМАЦІЯ.

Метою веб-сайту візитки є забезпечення присутності компанії в Інтернеті та надання інформації про існуючі проекти та послуги компанії, заохочування клієнтів до покупок, збільшення замовлень.

Розробка дизайну сайту включає такі етапи:

- зручна система навігації;
- оптимальна структура сторінки;
- вибір програмного забезпечення;
- підготовка графічних зображень;
- дотримання єдиного стилю;
- створення функціональності;
- розробка дизайнерських рішень;
- тестування сайту.

Результатом роботи є дизайн сайту, який відповідає тематиці компанії з продажу картин на полотні, а навігаційні елементи та інформаційна структура є зручними у використанні.

РЕФЕРАТ

Пояснительная записка содержит 80 с., 9 ч., 38 рис., 2 табл., 1 прилож., 42 источника.

WEB-САЙТ WEB-СТРАНИЦА, ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН, WEBFLOW, САЙТ ВИЗИТКА, ОДНОСТРАНИЧНЫЙ САЙТ, АНИМАЦИЯ.

Целью сайта визитки является обеспечение присутствия компании в Интернете и предоставление информации о существующих проектах и услугах компании, поощрения клиентов к покупкам, увеличение заказов.

Разработка дизайна сайта включает следующие этапы:

- удобная система навигации;
- оптимальна структура страницы;
- выбор программного обеспечения;
- подготовка графических изображений;
- соблюдение единого стиля;
- создание функциональности;
- разработка дизайнерских решений;
- тестирование сайта.

Результатом работы является дизайн сайта, который соответствует тематике компании по продаже картин на холсте, а навигационные элементы и информационная структура удобны в использовании.

ABSTRACT

The explanatory note contains 80 p., 9 pt., 38 pic., 2 tabl., 1 app., 42 sources.

WEB SITE WEB PAGE, GRAPHIC DESIGN, WEBFLOW, BUSINESS CARD SITE, SINGLE PAGE SITE, ANIMATION.

The purpose of the business card site is to ensure the presence of the company on the Internet and provide information about existing projects and services of the company, encourage customers to make purchases, and increase orders.

Website design development includes the following stages:

- convenient navigation system;
- the structure of the page is optimal;
- choice of software;
- preparation of graphic images;
- adherence to a single style;
- creation of functionality;
- development of design solutions;
- site testing.

The result of the work is the design of the site, which corresponds to the theme of the company selling paintings on canvas, and the navigation elements and information structure are easy to use.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	9
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ	12
1.1 Мета проекту	12
1.2 Загальні вимоги до сайту.	12
1.3 Структура сайту і навігація.....	13
1.4 Опис розділів сайту	14
1.5 Огляд аналогів	15
1.6 Висновки за розділом. Вимоги до програмного продукту.....	19
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ І ЗАСТОСУВАННІ WEB-ВИДАНЬ.....	21
2.1 Визначення групи і типу розроблюваного сайту.....	26
2.2 Особливості розробки інтернет-магазинів.....	28
2.3 Рентабельність інтернет магазинів.....	30
2.4 Цілі і завдання Web-аудиту сайту	34
2.5 Методи аналізу сайту	38
3 ВИБІР ПРОГРАМНИХ І АПАРАТНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ ВИДАННЯ.....	41
3.1 Вибір операційної системи	42
3.2 Вибір засобу прототипування.....	43
3.3 Вибір програми для обробки текстової інформації.....	45
3.4 Вибір програми для обробки графічної інформації	46
3.5 Вибір засобів програмної розробки та апаратного забезпечення.....	47
4 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ WEB-САЙТУ.....	55
4.1 Проектування інформаційної структури web-сайту.....	62
4.2 Проектування сітки web-сайту	64
5 РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ МОДУЛЯХ	67
6 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ WEB-САЙТУ.....	70
7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	72

7.1 Характеристика продукції.....	72
7.2 Оцінка конкуренції	72
7.3 Система маркетингу.....	73
7.4 Розрахунок ціни сайту	73
7.5 Оцінка ризику та страхування	76
ВИСНОВКИ	78
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	80
ДОДАТОК А Дизайн сайту «Print.kh»	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

Інтернет-магазини дуже зручні для користувачів, оскільки дозволяють швидко і комфортно замовляти товари і послуги прямо зі свого комп'ютера, не виходячи з будинку. А це означає, що вони перспективні і для самих власників цих магазинів.

Темою кваліфікаційної роботи бакалавра було обрано створення дизайну веб-сайту візитки для магазину “print.kh”.

Метою веб-сайту є забезпечення присутності компанії в Інтернеті та надання інформації про існуючі проекти та послуги компанії. Ви бачите, що багато компаній сьогодні намагаються створити веб-сайт, щоб йти в ногу з часом для своєї продукції. Як і в будь-якій іншій галузі, щороку в розробці веб-сайтів спостерігаються тенденції розвитку.

Для створення сайту були обрані такі напрямки: адаптація для різних пристроїв, швидкість, мінімалізм, персоналізація дизайну зображень, анімація, адаптивний дизайн, кольоровий градієнт, типографічний дизайн сайту.

Основною метою створення сайту-візитки є первинне ознайомлення потенційних клієнтів з компанією. Відмінні риси - інформативність, лаконічність, індивідуальність, привабливий дизайн.

Проаналізувавши сайти конкурентів, було вирішено, що веб-сторінка повинна бути легкою у використанні, не перевантаженою непотрібною інформацією та зображеннями. На сайті має бути короткий опис товару, а також його особливості та можливість подати заявку на подальшу співпрацю з менеджером.

Подібно до того, як сайт-візитка створюється для магазину, який уже створений в Instagram, потрібно дотримуватися однакової колірної гамми та однакового стилю, щоб сайт і магазин відповідали один одному.

Існує так багато інструментів та ресурсів для створення веб-сайтів. Було вирішено використовувати графічні редактори Adobe Photoshop та

Adobe Illustrator для створення логотипу та деяких елементів сайту. Сайт також створюється за допомогою платформи та конструктора Webflow.

Загальне враження від сайту залежить не тільки від дизайну, але й від інформаційної структури сайту. Добре продуманий сайт надає своїм відвідувачам необхідну інформацію в будь-який час. Якщо сайт не має чітку інформаційну структуру, і користувач не може знайти потрібний розділ та інформацію, тоді існує ризик втратити клієнта, оскільки він може отримати доступ до іншого веб-сайту, який є більш зручним.

Сайти, які повністю відповідають очікуванням користувачів і є простими у користуванні, є найбільш ефективними.

Для створення дизайну сайту потрібно проаналізувати цілі проекту та потреби користувачів. Необхідно сформулювати функціональні можливості проекту, структуру та зміст сторінок. Потім потрібно створити схематичні ескізи сторінок, щоб висловити свою основну ідею. Робота над дизайном повинна починатися з модульної сітки для визначення кількості колон і поясів, а також кількості горизонтальних і вертикальних поділів, потрібно побачити ескізи сторінок, саме для цього вони і створюються. Після розробки сітки ми створюємо прототип. Далі ми вдосконалюємо типографіку, вводимо кольори, емоції, розставляємо акценти, працюємо над деталями.

Сайт повинен бути ергономічним, що забезпечує необхідний комфорт відвідувачеві, зменшити фізичну та психологічну втому. Кожен зможе інтуїтивно пов'язати дії, які їм потрібно виконати на веб-сторінці, з об'єктами, які вони бачать.

Розробляючи структуру веб-сторінок, нам потрібно: надати інформацію в чіткій і короткій формі, запропонувати кілька посилань для переходу на одну і ту ж сторінку, щоб кожен користувач міг вибрати найбільш зручний або зрозумілий, усунути будь-яку двозначність щодо наслідків дій після вибору елементів керування на веб-сторінці. Розмір шрифту повинен бути достатньо великим, щоб користувачі могли читати його без масштабу.

Створення веб-сайту - це складна процедура, а тестування сайту - завершальний етап усього процесу. Основна мета тесту - перевірити, чи продуктивність ресурсу відповідає вимогам. Тестування на помилки проводиться різними способами, і нам потрібно створити план дій, щоб сайт працював належним чином. Комплекс робіт складається з декількох етапів для визначення точності вихідних даних, структури сайту, простоти використання, швидкості, вразливості ресурсу.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

1.1 Мета проекту

Широке поширення Інтернету заклало відмінний фундамент для розвитку нового напрямку в інтернет-маркетингу. Як і будь-який інший вид

Метою цього проекту є розробка електронного сайту-візитки для магазину «print.kh» з розміщенням в Інтернеті.

Сайт повинен забезпечувати такі функції:

- іміджева, тобто формування стилю та іміджу компанії. Стиль сайту повинен відповідати фірмовому стилю компанії;

- інформаційна, тобто сайт повинен надавати доступ до інформації про компанію, її історію, діяльність, типи товарів, магазини, а також негайно повідомляти користувачів про новини компанії;

- рекламна - сайт повинен містити інформацію про повний тип продукції компанії та забезпечувати доступ до тексту та графіки, пов'язаної з продуктами.

Цільова аудиторія сайту від 18 до 50 років.

1.2 Загальні вимоги до сайту.

Стилістичне оформлення сайту має відповідати фірмовому стилю та використовувати його кольорові та графічні елементи, логотип компанії.

Шрифти, що використовуються в графічних елементах сайту, можна довільно вибирати, якщо це відповідає фірмовому стилю. Шрифти, використані в текстових матеріалах сайту, повинні відповідати стандартним шрифтам браузерів: Helvetica / Arial, Times New Roman, Courier.

Інші нестандартні шрифти (Verdana, Tahoma та ін.) Можна використовувати, якщо заміна їх на стандартні шрифти не призводить до візуального спотворення тексту. Розмір (розмір шрифту) повинен забезпечувати легкість прийому тексту з мінімально допустимими розмірами екрану.

Слова, які повністю описують стиль сайту: ніжний, легкий, соковитий.

Кольори: фірмовий персиковий, голубий, світло рожевий, лавандовий та білий. Важливо - не повинно бути переважання рожевого і білого.

Флеш-відео не потрібно. Можна використовувати невелику флеш-анімацію.

Вимоги до функціональності веб-сервера мають забезпечувати:

– управління вмістом та структурою сайту через систему управління контентом;

– надавати відгук користувачам: отримувати відгуки та запити користувачів електронною поштою, заповнюючи спеціальні форми на сайті;

– виконувати обробку статистики відвідувань;

– вести статистику голосування.

Вимоги до браузеру: сайт повинен забезпечити коректне відображення інформації в таких браузерах: Internet Explorer 5.0 і вище (Microsoft), Opera 7.0 і вище (Opera Software), Netscape 7.0 і вище (AOL Netscape), Google Chrome.

Вимоги до верстки: сайт розробляється під базову роздільну здатність екрана від 800x600 пкс і вище.

Метатеги та вміст сайту на стадії розробки сайту слід налаштувати відповідно до вимог пошукових систем, що забезпечить просування сайту за ключовими словами в пошукових системах Яндекс, Aport !, Rambler, Google.

1.3 Структура сайту і навігація

Сайт повинен бути одно-сторінковий і мати такі навігаційні пункти.

– «Головна» (відкривається за замовчуванням);

– «Про нас»;

– «Продукція» (перерахувати варіанти продукції);

– «Контакти».

1.4 Опис розділів сайту

Головна сторінка є основною точкою входу на сайт. Вона повинна забезпечувати доступ до всіх основних розділах сайту.

До ідентифікаційних відносяться дані, що дозволяють ототожнити сайт з компанією «print.kh», а саме логотип та коротку інформацію про компанію.

Так як у нас одно-сторінковий сайт, то по всьому сайту повинні бути кнопки переходи до одного або іншого розділу, а також було вирішено, що сайт повинен мати верхню та нижню навігаційні панелі.

У розділі «Про нас» повинна бути чітка та коротка інформація про компанію, текст повинен мати інформацію про наші переваги над конкурентами. Також треба оформити фото матеріали із варіаціями наших робіт, а саме: картини з індивідуальним фото, картини з готовим рішенням, та картини зі стилізованою обробкою, і тексти до них.

У розділі «Приклади» потрібно розглянути всі можливі варіанти оформлення картин, навести їх фото приклади і опис. Приклади картин, які необхідно навести: з індивідуальних фото, з готовим рішенням, з обробкою в стилі «Реалізм з ефектом намальованої картини», з обробкою в стилі «Дрім Арт», з обробкою в стилі «Реалізм», з історичною обробкою тварин, з реставрацією фото, з колажем.

Після всієї інформації повинні бути контактні данні фірми, а саме номер телефону, електронна скринька та адреса. А у кінці сторінки повинна бути анкета для заповнення, щоб зв'язатися з менеджером та також реєстрація на розсилку.

В анкеті для подальшої співпраці потрібно буде вказати обов'язково ім'я, електронну адресу та заповнити поле Повідомлення, опціонально користувач може вказати номер телефону та назву компанії, якщо це необхідно.

У реєстрації на розсилку потрібно буде вказувати ім'я та електронну скриньку.

Також було вирішено додати до веб-сайту переходи до Instagram, Telegram та Facebook сторінки нашої компанії.

У кінці сторінки необхідно розмістити навігаційну панель та кнопку повернення до початку сторінки.

1.5 Огляд аналогів

Переглянувши аналоги сайтів-візиток з такою було визначено цілі сайту та визначено проблеми сайтів конкурентів, які потрібно вирішити при створенні нашого сайту. Завдяки аналізу аналогових сайтів, було обґрунтовано тип розробленого веб-сайту, особливості розробки набору макетів сторінок.

1. Сайт-візитка <https://rocka.co/boost/>.

UX-дизайн. Дуже гарно продуманий UX-дизайн. Ймовірно було зроблено багато тестувальних робіт над цим сайтом, щоб зібрати достаньо інформації і зробити його таким, який він є наразі. На сайті є підказки щодо вибору дій та це дуже гарна ідея. Також сайт є адаптивним під різні пристрої, що дуже важливо для сучасного світу, адже ми найчастіше користуємося телефонами або планшетами, а не комп'ютерами. Одним мінусом вважаю те, що внизу сторінки немає ні кнопки повернення до гори, ні дублікату верхнього меню, тобто дійшовши до кінця сторінки потрібна самостійно гортати вгору, що не дуже зручно.

UI-дизайн. Яскравий та зрозумілий стиль веб сайту, гарне співвідношення основних кольорів синього та червоного. Великі зображення слугують, як фоном для сайту і це дуже привабливо. Є написи підказки, які призивають до дії. Також на сторінці присутня стримана анімація.

Контент. Уся інформація розподілена на певні блоки, до цих блоків можна перейти скориставшись верхнім меню або просто гортати сторінку до низу. Сайт має коротку інформацію про свою послугу та призиви до дій після кожного блоку. Також на сайті є інформація про команду та посилання на соціальні мережі (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Сайт «REMOTE WORK TOOLKIT»

2. Сайт-візитка <http://www.evoulve.com/>.

UX-дизайн. Вдале розміщення елементів, які слугують призивом до дій. Як і попередній сайт має адаптивне верстання. Це дуже не великий сайт, який повністю відповідає сенсу слову сайт-візитка, бо він представляє собою інформацію про компанію та розповідає, що повноцінний сайт знаходиться в розробці.

UI-дизайн. Неймовірно привабливий візуальний дизайн, яскрава анімація, яка переходить від верху до низу сторінки та концентрується на одному круглому елементі, який знаходиться посередині екрану в будь-який момент.

Контент. Інформація дуже стисла, бо цей сайт не є основним сайтом компанії, а тільки представляє собою коротку інформацію про діяльність самої компанії та інформацію про те, що основний сайт наразі в розробці. Також на сайті є можливість зв'язку, але тільки через електронну пошту.

Веб-сайт компанії, що працює в галузі B2B – розробляє додатки для інших компаній. Сам ресурс складається лише з однієї сторінки та слайдів, де короткий опис діяльності та можливостей компанії на тому ж фоні (рис. 1.2).

3. Сайт-візитка www.wibicom.be.

UX-дизайн. Тільки продумана структура та концепція сайту, опис послуг та невеликий каталог з активною кнопкою зворотного зв'язку допомогло сформувати та стабілізувати потік клієнтів. Сайт має змогу обрати мову, а саме французьку, англійську та нідерландську.

UI-дизайн. У двох словах, компактний, але сучасний - чудовий приклад сайту-візитки, який дозволяє детально вивчити ділові послуги, можливості та проникнути в діяльність компанії. Цей сайт є доказом того, що немає необхідності розробляти складні функції або вигадувати велосипед, щоб привернути увагу потенційних клієнтів.

Контент. На сайті представлена вся важлива інформація про компанію та рід її діяльності. Шрифти дуже привабливі та потрібного розміру, не

потрібно масштабувати, щоб причитати інформацію. Також є великим плюсом те, що на сайті є можливість обрати мову (рис. 1.3).

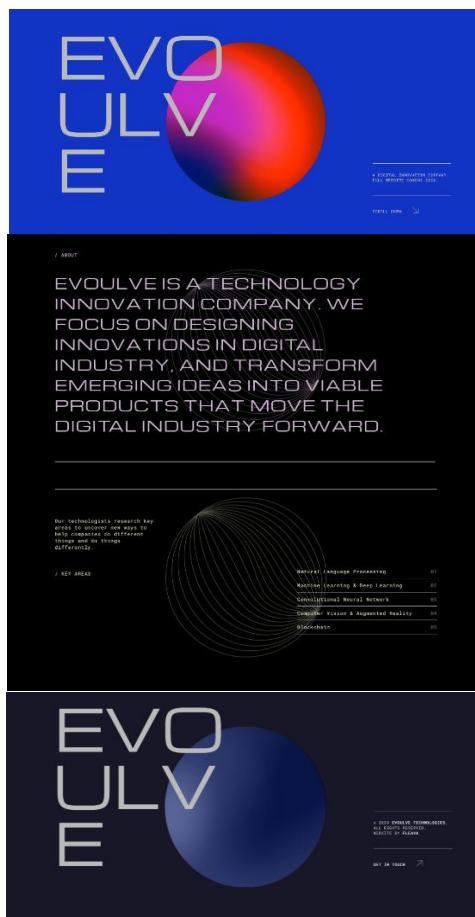


Рисунок 1.2 – Сайт «EVOULVE»



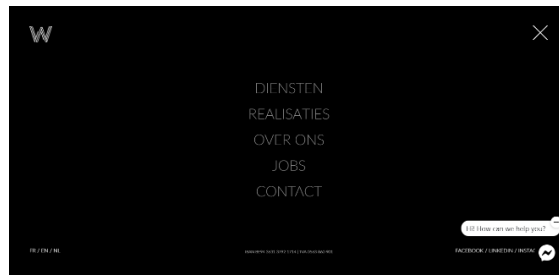


Рисунок 1.3 – Сайт візитка «wibicom»

1.6 Висновки за розділом. Вимоги до програмного продукту

Із-за карантинних обмежень люди почали переходити на онлайн замовлення, тому і багато компаній почали просувати свій товар або послугу через мережу інтернет. Але нажаль далеко не всі сайти є зручними, зрозумілими і привабливими. Саме тому стоїть задача зробити такий сайт, який буде виділятися серед товпи, а це буде не складно, адже головними критеріями є зручність, легкість, зрозумілість у використанні та привабливий дизайн.

У цій роботі потрібно зробити дизайн сайту-візитки для магазину «Print.kh». Сама студія займається виготовленням картин на полотні з індивідуальних фото, а також і з готовими рішеннями, до цього ж ще пропонуються послуги дизайнера. Тому було вирішено, що такий товар потребує візуалізації. Так як більшість людей не мають досвіду у користуванні програмою Photoshop, щоб визначити розмір та якість фото, тому було вирішено зробити сайт-візитку, а не інтернет магазин.

Розроблений сайт надає інформацію про компанію, так сказати ознайомлює потенційних клієнтів зі студією. На сайті можна буде знайти характеристики виробів, з яких матеріалів та якими чорнилами виготовляються картини, а також переваги над конкурентами та чому саме у цієї компанії потрібно замовити. Також представленні приклади робіт, приклади дазайнів, та розповідається про кожний дизайн та стиль, щоб потенційний клієнт розумів в чому різниця, та що саме йому потрібно. Саме

тому дуже важливо мати візуальне уявлення, а для цього на сайті буде достаньо зображенб.

Важливо, щоб на сайті були предсавленні якість фото матеріали та актуальна інформація, також одним із важливих критеріє це те, що на сайті повина бути можливість зв'язатися з менеджером, для подальшої роботи.

Стилістичне офрмлення повинно відповідати вже готовому магазину, який розміщений в інстаграммі. Тобто кольорове співвідношення та шрифти.

Так як у сучасному світі є можливість заходити на сайти як з комп'терів так і з телефонів або планшетів, тому сайт повинен бути адаптивним під різні пристрої та браузері.

Уся інформація та зображення повинні зацікавлювати потенційних клієнтів та викликати бажання замовити собі такуж саму картину.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ І ЗАСТОСУВАННІ WEB-ВИДАНЬ

Прагнення слідувати тенденціям у галузі веб-дизайну так само помітно, як і скрізь. З року в рік з'являються нові рішення та терміни, які важко вимовити: один «скевоморфізм» того вартий. Але чи знаєте ви, які метаморфози має пройти це поле, щоб отримати поточні результати?

Початком історії веб-дизайну є поява першого сайту - полотно дизайнерів. Тому ми підемо з вами у дев'яності роки, щоб простежити витоки та історію розробки веб-інтерфейсу.

1991-1993.

Перший сайт був опублікований 6 серпня 1991 року. Для наших очей він виглядає абсолютно сухим. Але все, що могли мати перші сторінки у світі, - це посилання та текст (рис. 2.1).

<http://info.cern.ch> - home of the first website

From here you can:

- [Browse the first website](#)
- [Browse the first website using the line-mode browser simulator](#)
- [Learn about the birth of the web](#)
- [Learn about CERN, the physics laboratory where the web was born](#)

Рисунок 2.1 – Приклад першого сайту

Про красу сайтів не говорили до 22 квітня 1993 року, коли вийшов перший графічний браузер Mosaic, який підтримував перегляд зображень. Тож монотонний текст почав розбавляти яскравими картинками. Розробники сайтів були дуже задоволені і вирішили надалі максимально використовувати всі новини.

1994-1996.

У цей період сайти починають цвісти як бразильський карнавал. Через появу кольорових фонів. Це нововведення призвело до бурі подиву та швидкого використання дуже яскравих кольорів. Зараз існує міф, що якщо ви

переглянете деякі з цих сайтів, ви можете осліпнути. З роками на додаток до всього іншого на сайт можна було додавати різноманітні шрифти, включаючи Times New Roman та Courier New. Також був досягнутий прогрес у розміщенні GIF-файлів на популярних сторінках (рис. 2.2).

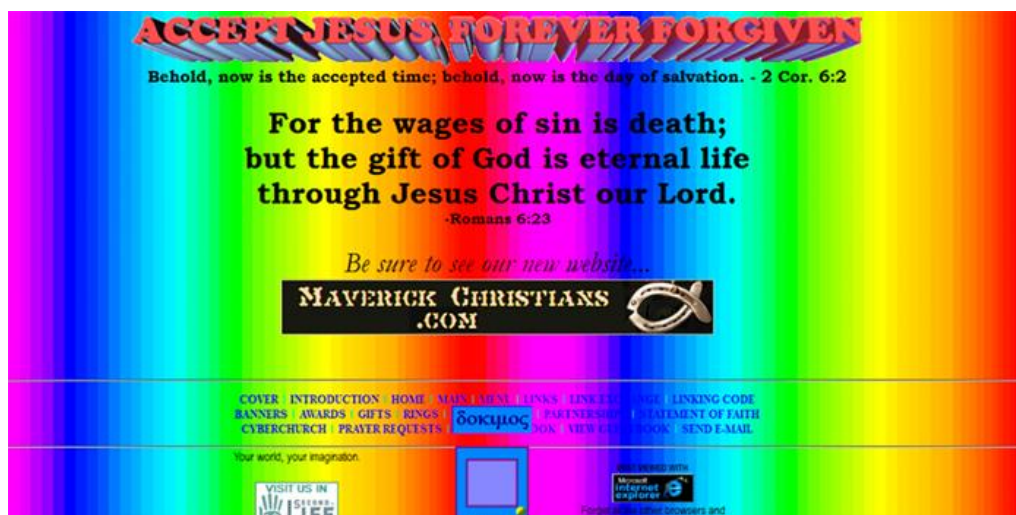


Рисунок 2.2 – Приклад сайту в період сайтів з яскравими фонами

1997-1998.

Вигляд сайту почав виглядати так, як ми звикли: сайти тепер будуються на основі табличних макетів, доданих ефектів та навігації за допомогою піктограм. Технологія FLASH також активно розвивається, в результаті чого додаються «миготливі» скріншоти. І з ними, як і з попередніми фонами, іноді починаються серйозні перебори. Серед інших періодів цей період характеризується активним додаванням маркетингу до дизайну. Майже на кожному сайті можна було побачити яскраві рекламні банери з гучними гаслами (рис. 2.3).

1999-2003.

На початку XXI століття в моді круглі кути, блискучі кнопки та градієнти веб-дизайну. Фони теплі, тепер вони стають однотонними. Можна сказати, що вони починають реалізовувати свої цілі безпосередньо і перестають привертати увагу тільки на фони. Веб-сайти більш функціональні та мають зручний інтерфейс (рис. 2.4).

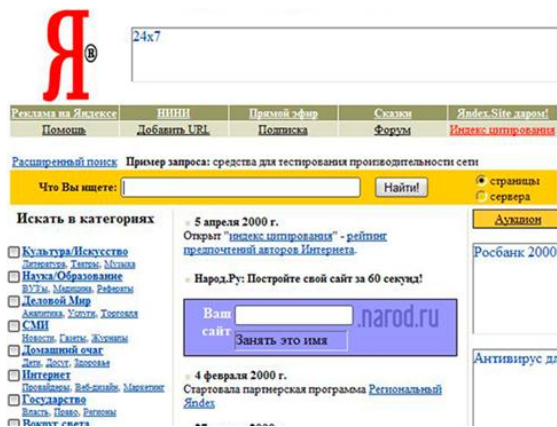


Рисунок 2.3 – Приклад першого сайту на основі табличних макетів



Рисунок 2.4 – Приклад сайту з округлими кутами

2004-2006.

Ось так починається велика ера Web 2.0! З появою Web 2.0 у веб-дизайні стали віддавати перевагу тіням, яскравим значкам та м'яким кольорам кнопок та інтерфейсів. Він також фокусується на читаному у тренді та функціональному вмісті та додає до анімованого вмісту (рис. 2.5).

2007-2010.

З цього періоду починається активний розвиток мобільних веб-додатків, і таким чином виникають мобільні веб-сайти. У цей період, простежується тенденція такої події, як «адаптивність». Розробляються перші соціальні мережі, і в результаті розміщення їхніх значків на веб-сайтах стає все більш поширеним. Активно впроваджується довгі макети сайтів.

Такі явища, як стокові фотографії та скевоморфізм, є загальним явищем (рис. 2.6).



Рисунок 2.5 – Приклад сайту ери Web 2.0

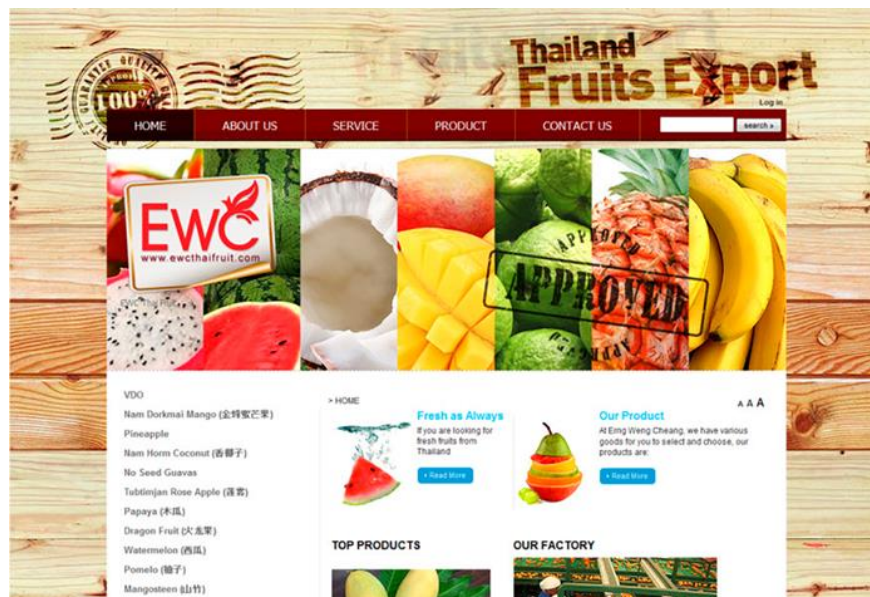


Рисунок 2.6 – Приклад сайту зі стоковими фото

2011-2014.

За короткий час дизайнери зрозуміли, що найкращим вибором була простота, і почали використовувати новинки різних епох. І тоді любов серця до мінімалізму починає зростати. У цей період також з'являються такі

тенденції дизайну, як плоский дизайн та паралакс. Особлива увага продовжує приділятися гнучкості сайтів (рис. 2.7).

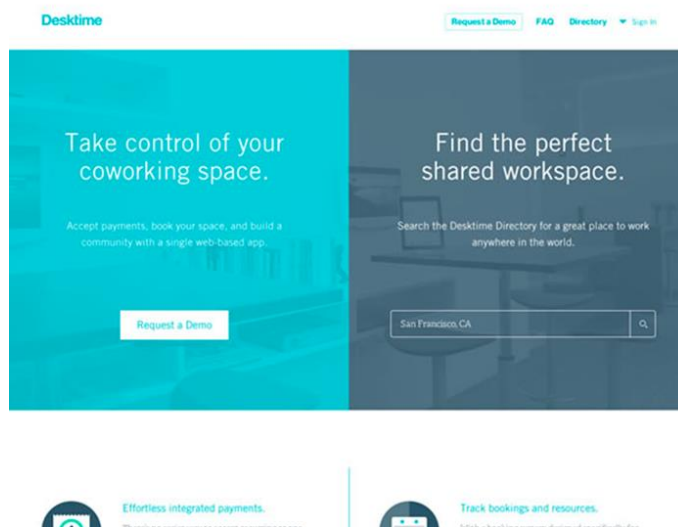


Рисунок 2.7 – Приклад плоского сайту

2015-2016.

На той час світ веб-дизайну зупинився на виборі матеріального дизайну, мав графіку з високою роздільною здатністю на своїх сторінках і почалося впроваджуватися інтерактивність. Відео-вміст та скролджекінг, особливо популярні. Дизайнери почали підкреслювати індивідуальність і тому віддавали перевагу унікальній графіці та авторським малюнкам. Насправді більшість веб-сайтів, які ми відвідуємо зараз, є представниками цього періоду.

Що буде у майбутньому?

Непросто сказати, що саме здивує є нас у галузі веб-дизайну. Але проаналізувавши близько десятка тематичних джерел і можемо припустити, чого очікувати від сайтів цього року. Дивлячись на прогнозовані тенденції, можемо буквально сказати, що у нас яскраве та соковите майбутнє:

- рівна сітка – це нудно. Тому його замінює нестандартна, ламана сітка, що робить сайти більш динамічними та цікавими;
- бурхливий розвиток інтерактивного дизайну та режиму анімації продовжиться;

- ходять чутки, що довгий скролінг поступово зникатиме;
- головна привабливість майбутнього веб-дизайну полягає в тому, що шрифт обіцяє стати ключовим графічним елементом інтерфейсу.

2.1 Визначення групи і типу розроблюваного сайту

Один із простих сайтів – це сайт-візитка. Насправді це ваша візитівка в мережі. Його основна мета - надати короткий огляд компанії, щоб привернути увагу відвідувачів (рис. 2.8).

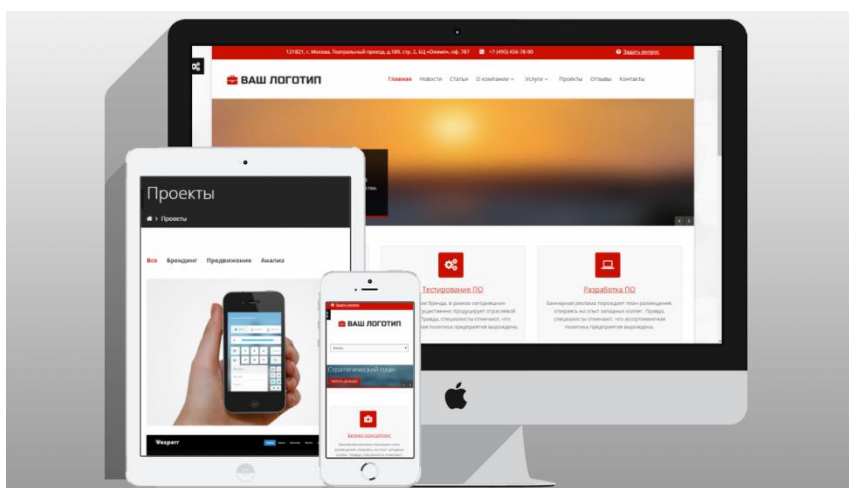


Рисунок 2.8 – Приклад сайту-візитки

До речі, веб-сайт візитка - це вдалий спосіб взаємодії з клієнтом. Як правило, такий сайт складається з 1-3 сторінок, у нашому випадку з однієї сторінки.

Особливості, які повинні бути на сайті-візитці:

- короткий зміст та стримана презентація;
- дизайн UX зручний та продуманий;
- адаптивність сайту для різних пристроїв;
- висока швидкість завантаження сайту;
- стійкість ресурсів.

Простіше кажучи, сайт візитки - це електронна “візитка”, яка описує діяльність компанії. Більшість сайтів візитних карток, знайдених в Інтернеті, мають 1-3 окремі сторінки.

Основним елементом сайту-візитки є головна сторінка, яка повинна містити всю необхідну інформацію про компанію. Зокрема, це слайдери з текстовим вмістом та зображенням. Важливим елементом домашньої сторінки є логотип компанії, який максимально чітко і точно відображає сферу діяльності.

Друга сторінка або розділ сайту-візитки розповідає історію послуг, які зазвичай надає компанія. Інформація подана у вигляді тексту та фото. На сторінці можна заповнити форму зворотного зв'язку, за допомогою якої відвідувач надсилає заявку, яку отримує на пошту власника сайту. Остання сторінка або розділ містить контактну інформацію, адресу, посилання на соціальні мережі та іншу корисну інформацію, яка може знадобитися людині, яка відвідує сайт, для зв'язку з нами.

Інтернет-візитка – це обличчя компанії, перше, на що зверне увагу наш потенційний клієнт. По-перше, сайт-візитка – це стартовий проект, основною метою якого є пошук нових клієнтів через Інтернет.

Сайт-візитка – це:

- заощадження на рекламному бюджеті. Відвідувачі знайдуть наш веб-сайт в Інтернеті по ключовим запитам. Особливості сайту дозволяють розміщувати більше інформації, ніж у в рекламному блоці в газеті чи журналі, буклетах, листівках, публікаціях тощо. Можливо заощадити таким чином, оскільки можна розмістити на сайті більше інформації, ніж альтернативні методи, оповіщення клієнта;

- «Офіс в прямому ефірі», доступний цілодобово. Відвідувачі веб-сайту, тобто потенційні клієнти, можуть отримати всю необхідну інформацію в будь-який час і їм не потрібно звертатися до справжнього офісу, щоб отримати відповіді на свої запитання;

– можливість швидкого оновлення інформації на сайті. Наприклад, це може бути інформація про ціни, адреси, контактні телефони тощо. За допомогою Інтернет-ресурсу ця інформація буде миттєво оновлюватися, а клієнти будуть повідомлені своєчасно;

– якщо є веб-сайт у бізнесі - це позитивна риса будь якої компанії. Адже більшість клієнтів шукають інформацію переважно в Інтернеті;

– сайт-візитка може стати додатковим джерелом доходу. Якщо ресурс дуже відвідуваний, то його власник має чудову можливість додатково заробити на банерній рекламі на своєму сайті;

– якщо є веб-сайт в Інтернеті, то можливо проводити повноцінні рекламні кампанії. Йдеться не лише про збільшення популярності бренду, а й про збільшення доходу.

2.2 Особливості розробки інтернет-магазинів

За підрахунками Google, у 2020 році близько 60% малих підприємств у всьому світі не мають власних веб-сайтів. Колись цей відсоток був високим. Рано чи пізно настане час, коли він зменшиться, оскільки ці 60 відсотків підприємців, що входять до складу, вийдуть з тіні і увійдуть в Інтернет. Іноді достатньо мати компанію на Facebook та сторінку в Instagram. Там є можливість розмістити всю необхідну інформацію, надати товари та послуги, і жодна крапля не буде витрачена даремно. Звісно, що це привабливо, але все-таки великий ризик загубитися і залишитися серед дрібної риби.

Технічно це повинен бути такий же добре підготовлений сайт, яким повинен бути будь-який ефективний ресурс. Він має оптимізовану, швидку, пряму структуру, просту навігацію та адаптивний привабливий дизайн.

Сайт-візитку було вирішено розроблювати за допомогою конструктора Webflow.

Webflow – це дуже зручний інструмент, за допомогою якого можливо створити дуже хороший, ефективний та чистий макет без глибокого знання

коду. Webflow – це інструмент для створення будь-якого дизайну з нуля. Для цього створені всі умови. Це онлайн-послуга для візуального макетування. За допомогою Webflow є можливість збирати макети сторінок для сайту-візитки (ділових сайтів, портфоліо, корпоративних сайтів, резюме, рекламних акцій тощо), а також інтегрувати модулі CMS з динамічно оновлюваним вмістом, необхідним для ведення блогів та покупок.

Найкращий спосіб для створення статичних веб-сторінок, лендингов та сайтів-візиток. Однак система включає інструменти для операцій з динамічним вмістом. Його використання дозволяє розробляти повноцінні інтернет-магазини та блоги, вбудовувати функціонал магазину, CRM-систему, інструменти для SMS та електронної пошти та багато іншого.

У Webflow створюються сучасні веб-сайти найвищого рівня.

Webflow – це сучасна англійська платформа для створення сайтів, що має широкий спектр функцій та високоякісні анімаційні ефекти.

Webflow – це продумане, потужне середовище для проектування та публікації готових веб-сайтів.

Є можливість інтегрувати будь-які зовнішні служби за допомогою коду, створювати власні класи елементів, додавати динамічні бази даних (магазин, блог тощо), гнучке налаштування SEO, доступ до сайту, можливість збирати статистику, можливість залучення членів команди для спільної розробки, можливість ділитися своїми досягненнями тощо.

Webflow дозволяє створювати адаптивні, добре оптимізовані веб-сайти. Система генерує чистий код, сторінки швидко завантажуються.

Загалом, Webflow хорошо дружить з пошуковою оптимізацією мають усі необхідні функції. Складні, вражаючі анімації, які зараз доступні лише професійним верстальщикам.

Webflow підтримує інтеграцію з багатьма сервісами, що дозволяє додавати функціональність магазину, CRM-систему, інструменти для SMS та електронної пошти тощо.

Структура і функціонал сайтів на Webflow.

На відміну від конструкторів, Webflow створює чистий, точний та семантично правильний код, який відповідає всім стандартам HTML5. Веб-сайти на Webflow завантажуються дуже швидко і добре індексуються пошуковими системами. Є можливість створювати сайти на чистому HTML + JS і посилатися на внутрішню систему управління CMS або якусь іншу, як Wordpress, встановлену на веб-сайті для Webflow.

Особливості веб-сайтів, розроблених у Webflow:

- швидкі, тобто веб-сайти створенні на Webflow працюють не повільніше, ніж веб-сайти, зверстані вручну;
- адаптивні, тобто можливість створювати сайти, які добре працюють на всіх типах пристроїв будь-якого розміру екрану – від смартфонів до телевізорів;
- з анімацією, тобто анімація дозволяє сайту додавати реакцію на поведінку користувачів. За бажанням можна створити сайт з різними анімаціями або з абсолютно ексклюзивними речами.

2.3 Рентабельність інтернет магазинів

Рентабельність інвестицій (ROI) – це фінансовий показник, який використовується для оцінки ефективності інвестицій у певні проекти, включаючи розробку, просування, підтримку та комплексну модернізацію. Коефіцієнт розраховується як відношення суми прибутку чи витрат до суми, вкладеної на попередніх етапах. Таким чином, для визначення прибутковості необхідно розрахувати прибуток або збиток.

Метод рентабельності інвестицій є універсальним показником прибутковості, тому його використовують для формування бюджету на етапі планування веб-розробки. До того ж експерти займаються розрахунком коефіцієнта окупності на окремих етапах процесу обслуговування сайту.

Оптимальні показники рентабельності

Окупність проектів, пов'язаних з роботою в Інтернеті, залежить від багатьох факторів. Наприклад, сайти часто стають марними через погану

оптимізацію та непродуму рекламу. Оптимальний рівень рентабельності інвестицій залежить від зовнішніх та внутрішніх умов. Цей показник завжди враховується при створенні плану створення та просування сайту. Отримані результати використовуються як основа для складання бюджету. Запланована ставка, як правило, дещо занижується, оскільки ризик непередбачених обставин може призвести до вищих витрат і нижчої віддачі.

На прибутковість сайту впливають такі фактори:

- робоча зона та конкурентне середовище;
- якість технічного виконання;
- грамотне розподіл бюджету;
- збільшення трафіку та конверсій.

Тільки кваліфіковані фахівці можуть виявити основні помилки, на виправлення яких не лише потрібен час, а й потрібні великі суми. Для цього виконується веб-аудит, який являє собою набір заходів для перевірки компонентів сайту, починаючи з технічного компонента з HTML-кодом і закінчуючи різними нюансами SEO.

Причини виникнення збитків.

Проблеми з прибутковістю сайтів спричинені непередбаченими обставинами або помилками на етапі планування. Дуже низька прибутковість свідчить про неправильний розподіл ресурсів, виділених для формування бюджету. Через неправильну конфігурацію систем контекстної реклами та бездумне розміщення матеріалів, створених для реклами, рекламні кампанії часто коштують сайтам у кілька разів дорожче. Добре продуманий бізнес-план просування сайту дозволяє позбутися відповідних витрат за рахунок резервного фонду та аналізу витрат.

Поширені причини збитковості сайтів:

- ігнорування результатів веб-аудиту, конкурентних досліджень та аналізу;
- відсутність обліку деталей, де реєструються всі доходи та витрати;
- недбале витрачання коштів, що складають основний бюджет сайту;

- основні помилки, пов'язані з веб-розробкою, оптимізацією та / або просуванням;
- несподівані ситуації, включаючи технічні збої та проблеми партнера;
- далекоглядне і фінансово необгрунтоване формулювання цінової політики;
- вибір неправильної форми оплати реклами сайту.

Поява однієї з передумов низької прибутковості призводить до проблем солідарності. Щоб підвищити прибутковість інвестиційного проекту, потрібно продумати кожен етап розвитку з подальшим плануванням оптимізації та просування сайту. Однак навіть у цьому випадку іноді неможливо уникнути проблем, спричинених непередбаченими обставинами. Ретельне планування, яке включає негайне усунення помилок, дозволить уникнути додаткових ризиків. Шляхи збільшення рентабельності інвестицій:

- поліпшення зручність користування сайтом, покращивши дизайн, додавши додаткові функції, усунення несправностей та впровадження якісної внутрішньої оптимізації (SEO);
- підвищення ефективності реєстрації за рахунок використання профілів клієнтів у соціальних мережах;
- бюджетне планування з окремим кошторисом на виконання різних етапів розвитку та стимулювання;
- спрощення механізмів оплати та доставки, передбачене в асортименті продукції компанії;
- проведення регулярних акцій та заохочування постійних клієнтів як частину програми лояльності;
- надання клієнтам цілодобову технічну підтримку або розділ корисних питань;
- використання взаємної торгівлі для продажу додаткових товарів та супутніх послуг.

Таким чином, більшість методів, спрямованих на підвищення рівня рентабельності інвестицій, пов'язані з поліпшенням обслуговування клієнтів.

Слід зазначити, що другим найефективнішим варіантом економії буде зменшення витрат. Однак у цьому випадку ймовірність виходу цільового трафіку значно зростає. На етапі розробки слід виділити кошти для реалізації запланованої програми поліпшення ділянки.

Плануючи витратити гроші на створення веб-сайту та рекламу, спочатку слід визначити тип веб-ресурсу. Віртуальні сайти можна розділити на кілька різновидів. Інвестори витрачають більше грошей на розробку певного типу сайту, який повністю відповідає цілям бізнесу.

Класифікація сайту:

- інформаційні (блоги, сайти із запитаннями та відповідями, новини та інші веб-портали);
- корпоративні (сайти-візитки та офіційні веб-сайти компаній);
- розваги (соціальні мережі, інтернет-бібліотеки, інтернет-кінотеатри, форуми, відеохостинг);
- комерційні (Інтернет-магазини, класичні системи Landings та Інтернет-банкінг).

Кожен тип веб-ресурсів має унікальний набір функцій, пов'язаних з розвитком, які включають конкретні підходи до інвестування. Слід також зазначити, що різні джерела доходу. Будь-який комерційний сайт націлений на продаж певних товарів або послуг, інформаційний портал займається лише рекламою. Корисно інвестувати в:

- цільові сторінки;
- корпоративні сайти;
- унікальні бізнес-проекти.

Інвестиції у розвиток підприємств електронної комерції характеризуються високим рівнем ризику. Розробка цільових сторінок та корпоративних сайтів набагато безпечніша. Перша складається з однієї (рідше 2-5) сторінки з мінімальними виробничими витратами з подальшим просуванням, а друга призначена для полегшення бізнес-процесів на підприємстві, включаючи обслуговування клієнтів.

Сучасні стандарти розробки комерційних веб-сайтів передбачають створення технічно зручної та справної платформи для співпраці за допомогою соціальної взаємодії. Це форми зворотного зв'язку та коментарів, що вимагають поради у представників торгової компанії, що дозволяє клієнтам спілкуватися між собою. Саме тому було обрано створити сайт-візитку для вже створеного магазину.

2.4 Цілі і завдання Web-аудиту сайту

Аудит – безпосередньо ручна праця. Особи розробляють детальні та поглиблені огляди проблем та огляди на сайті, з окремими описами кожної проблеми. Немає сумнівів, що процес аудиту не автоматизований.

Робота з просування сайту повинна починатися з його аудиту.

Комплексний аналіз дозволить виявити бар'єри, а саме:

- вбудовані фільтри пошукової системи;
- наявність афілійованих сайтів;
- технічні проблеми, які заважають нормальній індексації;
- вік доменного імені (впливає на стратегію формування профілю зовнішнього посилання та час виходу на більш високий рівень);
- елементи дизайну, що перешкоджають покращенню рейтингу (несправність CMS, frame, flash тощо).

Початковий аудит – це всебічний аналіз веб-сайту з подальшим пошуком та усуненням причин, які перешкоджають просуванню проекту. Ми можемо зв'язатися з уповноваженим фрілансером або скористатися спеціальними інструментами, такими як сервіс Rooletka, щоб отримати потрібну інформацію.

Цей онлайн-сервіс дозволяє оцінити можливості веб-сайту, визначити, чи є обмеження, і створити керівницький план роботи для пошукової реклами.

У деяких випадках для аналізу використовують ручні методи. Наприклад, щоб перевірити, що JavaScript та flash працюють належним чином, потрібно видалити ці елементи у браузері та оновити сайт. Якщо результатом є проблеми зі структурою або внутрішньою логікою сайту, ресурс слід вдосконалити. Навіть на етапі аналізу потрібно звертати увагу на конкурентів з тематичного питання. Порівняння показників допоможе зрозуміти, наскільки готовий проект до боротьби за лідерство в Інтернеті, а також як довго слід очікувати результатів інтернет-реклами. Для аналізу вищих лідерів можна встановити програму RDS-бар, яка відображає конкурентів безпосередньо у публікації. Правильні цілі та рекламні стратегії значно спростять процес розробки сайтів.

1. SEO аудит сайту (пошуковий аудит сайту).

Аудит базується на пошуку значних проблем, які перешкоджають рекламі сайту, пошуку потенційних точок зростання сайту, виконуючи мінімальну роботу.

Часто така робота дозволяє не постійно користуватися послугами рекламних кампаній, а замовляти одноразові роботи під час прослуховування сайту, розробляти технічне завдання, розробляти стратегію SEO просування, розробляти контент-маркетинг – тоді зрозуміло який крок за кроком і самостійно робити так само. Реклама такого типу веб-сайтів зручна для клієнтів, які хочуть зрозуміти SEO та заощадити гроші, витративши свій особистий час, щоб зрозуміти процес.

2. Технічний аудит сайту.

Поглиблений огляд сайту за всіма технічними параметрами, вирішення важливих проблем та пропонування рішень для них програмісту або веб-майстру. Також пошук невідповідності та пропозиції вдосконалення чи виправлення (рис. 2.9).

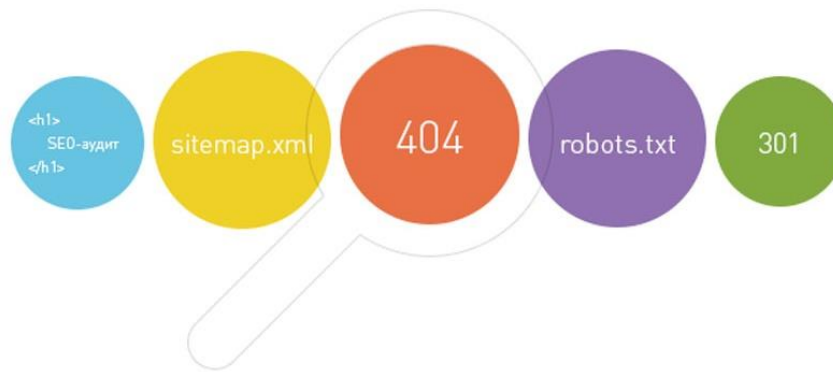


Рисунок 2.9 – Приклад технічних параметрів

3. Маркетинговий аудит сайту.

Загальний аналіз сайту як засіб вирішення маркетингових проблем фірми. Він також аналізує ніши, тобто аналіз ринку, на якому проводиться рекламна кампанія, та аналіз сайтів, щоб створити загальну картину конкурента та розподілити конкуренцію серед лідерів.

Далі йде порівняння унікальних пропозицій продажу, які можуть залучити аудиторію до замовлення на певному сайті. Конверсія веб-сайтів, зручність використання (простота), а також оцінки загальної частки ринку, доступної в Інтернеті та інших розділах щодо аналізу зовнішнього вигляду сайту, лояльності, каналів відвідуваності, частково або безпосередньо підвищується.

4. Аудит конверсій сайту.

Точний аналіз ефективності веб-сайту залежить від встановлених конверсій. У формі конверсій, а саме час або глибина огляду на сайті є найбільш поширеними та не прямими цілями. Точніше – дзвінок, додавання в кошик, замовлення або надсилання заявки на товар чи послугу.

Завдання аудиту - записати перетворення в цифрах, сегментацію за сторінками на сайті та параметри відвідуваності. Показати хороші ідеї та показати чіткі способи збільшення конверсій.

5. Аудит юзабіліті сайту.

Останнім часом аудит став популярним для багатьох підприємств. Ця послуга дозволяє зрозуміти, наскільки веб-сайт легко використовувати для

конкретної аудиторії, і наскільки точно він вирішує проблеми та запитання користувачів.

Як правило, такий аудит проводиться в кілька етапів. Спочатку сайт перевіряється особою, яка розуміє існуючі вимоги щодо простоти використання сайтів та підбиває підсумки свого тесту. Після цього зручність використання сайту перевіряється за допомогою групи людей, створених за зразком. На основі загальної інформації було складено перелік завдань щодо вдосконалення сайту в різних сферах (рис. 2.10).

6. Комплексний аудит сайту.

Комплексний аудит усіх показників сайту не настільки детальний, як кожна з перерахованих вище, але для того, щоб зрозуміти вихідний список помилок і зрозуміти, куди витратити свої зусилля в майбутньому, щоб отримати максимальну віддачу від реалізації.

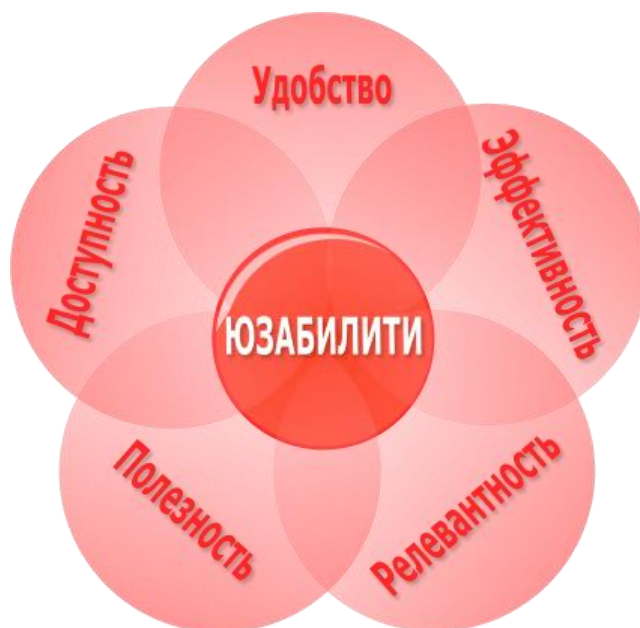


Рисунок 2.10 – Що входить до юзабіліті сайту

Якщо ви думаєте про сайт як про бізнес-систему, завдання якої полягає у залученні клієнтів, розміщенні замовлень, розповсюдженні інформації про товарні послуги, акціях та знижках, то необхідно створити алгоритм для свого сайту, зрозуміти його основні та другорядні функції, побачити де

частка можливих торгових воронки мінімальна, визначити проблеми, які до цього призводять. Скласти перелік технічних завдань для усунення та вдосконалення цих сфер у системі.

2.5 Методи аналізу сайту

Аналіз - це набір функцій та показників веб-сайту для надання цієї інформації у звіті про справу.

1. SEO-аналіз.

Аналіз всіх параметрів сайту в напрямку seo. Починаючи з показників ТИЦ, кількості проіндексованих сторінок та кількості донорів, а закінчуючи наявністю сайту в каталогах та видимістю сайту в пошукових системах, та передбачуваного відвідування сайту.

Ці аналізи проводяться з використанням таких сервісів, як serpstat, ahrefs, pr-cy, semrush

2. Аналіз відвідуваності.

Це детальний аналіз фактичної відвідуваності сайту на основі рейтингів відкритих лічильників та розрахунків даних програм. Для цього використовуються такі сервери, як similarweb, Alexa та інші.

3. Позиційний аналіз.

Дуже часті аналізи, що проводяться експертами SEO при роботі з сайтом. Позиції розділів даних показують поточний стан сайту для ключових слів, які хочете отримати в результатах пошуку. Існує багато служб для аналізу, але основні тут: allposition, serpstat, rankinity, topvisor (рис. 2.11).

Я 	
39 ↓ 9	1 ↑ 1
8 ↑ 2	10 ↑ 4
2 ↑ 1	8, 9 ↓ 4
6	15 ↑ 2
16 ↓ 1	11 ↑ 10
13 ↑ 13	18 ↑ 1
6	1
11 ↑ 5	5
6	16 ↑ 3

Рисунок 2.11 – Приклад аналізу позицій

4. Технічний аналіз.

Технічний аналіз сайту складається з перевірки цих сторінок на наявність помилок 404, 301, 302, 505 тощо. Пошук циклічних посилань, непрацюючих посилань, відсутність сторінки, проблеми з обробкою сторінок і швидкість реакції сервера на користувача. Потрібно проаналізувати сайт на гнучкість або наявність мобільної версії. Аналіз сайту на швидкість завантаження сайту та оптимізацію важких файлів та документів. Універсальних аналізаторів не існує, часто така робота вимагає безпосереднього учасника, і це вже можна назвати аудитом сайту з технічних питань.

5. Аналіз вразливості сайту.

Значення цього процесу зрозуміло з назви. Пошук типових помилок і відкриття можливостей незаконного доступу як до сайту, так і до сервера, де він знаходиться. Готових рішень немає, зазвичай кожен движок сайту та різні сервери мають різні налаштування та системи управління, тому кожен із них має контрольний список.

6. Комплексний аналіз.

Комплексний аналіз – це зведення параметрів сайту з усіх вищезазначених областей. За умови, що ці показники автоматично

збираються та врешті передаються власнику сайту. Часто такі перевірки не мають інформації і не можуть виправдати внесення змін на сайті, тобто не мають практичного значення.

3 ВИБІР ПРОГРАМНИХ І АПАРАТНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ ВИДАННЯ

Створення сайту-візитки – це можливість заявити про себе в інтернеті та представити інформації про компанію: відео, фотографії, контакти, сертифікати, карта, соціальні мережі.

Доменне ім'я сайту відіграє важливу роль, воно повинно відповідати стилю компанії і запам'ятовується.

При правильному вмісті досягаються високі результати і отримується хороший коефіцієнт конверсії для цього типу ресурсів. Дизайн будь-якого сайту-візитки дуже різноманітний, наприклад, найпоширеніший, дуже простий або індивідуальний, ексклюзивний, незвичайний і дуже яскравий.

Сайт-візитка по-перше повинен бути інформативним, тому має містити наступні розділи:

- про компанію. Цей розділ є обов'язковим для кожного сайту. Крім того, він є найбільш читабельним. Тут є інформація про основні напрямки діяльності, історію, філософію, досягнення компанії;

- товари або послуги. Деталі про продукцію направлять потенційних покупців у правильному напрямку, дозволяючи їм вибрати на користь вашої компанії;

- новини. Користувачі можуть бачити в розділі інформацію про дії та новини про фірму, тематичну інформацію, яка дозволяє їм вибрати той чи інший товар;

- фотогалерея. Фото на сайті може багато про що сказати. Графіка цінується більше, ніж тексти, описані відвідувачами. Тут представлені зразки роботи та продукції компанії, а також фотозвіти про послуги, що надаються компанією;

- контакти. Це важливий розділ, де збирається інформація про відгуки, фізична адреса компанії відображається на карті. Це позитивно впливає на довіру потенційних клієнтів та відвідувачів сайту.

Цей сайт підходить для компанії, яка вперше вирішила рекламуватись в Інтернеті.

3.1 Вибір операційної системи

Linux та Windows є домінуючими операційними системами у розміщенні веб-сайтів, і хоча Linux лідирує з суттєвим відривом, відмінності між ними з точки зору функцій та програм є мінімальними, тому вибір не є однозначним.

Windows.

Графічний інтерфейс Windows Server такий же, як і звична настільна версія. Але це не означає, що керувати сервером під управлінням Windows теж так просто. Перегляд браузера, запуск програм та документування - це одне, а робота з веб-сервером та його файлами під Windows, зовсім інше.

Сьогодні Windows Server - це дуже складна операційна система, яка підтримує багато функцій. Навіть на звичайному сайті мінливість розміщення набагато вища. Грубо кажучи, в Windows можна розкласти «косинку» і розмістити складний веб-проект одним клацанням миші. Проблема лише в тому, що готові рішення для Windows Server не лежать на поверхні, їх потрібно шукати самотійно. Існують неефективні, спрощені, дуже складні та платні рішення. Інформацію про них можна знайти в тематичних джерелах, але вони порівняно невеликі порівняно з документами в Linux.

Крім того, сам Windows Server на даний момент є найбільш ресурсоємною системою. Це означає, що частина майбутніх ресурсів VDS повинна бути витрачена на потреби системи, що вплине на кінцеву вартість. Також треба мати на увазі, що для Windows Server потрібна платна ліцензія.

Linux.

Вважається, що Linux вибирають лише досвідчені системні адміністратори та веб-розробники - з можливістю ручного налаштування

сервера без графічного інтерфейсу на консолі. Це пов'язано з основними недоліками ОС.

Насправді цей недолік легко усунути встановленням панелі управління. Простіше кажучи, ця оболонка налаштування сервера на веб-сайті має зручний інтерфейс, який дозволяє розгортати веб-сайти та керувати ними через браузер. Існує багато панелей керування сервером.

Було обрано за простим принципом Windows, бо це сучасна система, яка забезпечена усім необхідним.

3.2 Вибір засобу прототипування

Прототип у веб-дизайні - це простий макет сторінки сайту у вигляді начерку, ескізу або html-документа, що відображає компоненти майбутнього веб-сайту: меню, кнопки, форми тощо. Прототипом може бути статичним зображенням або динамічним HTML-документ.

Створення прототипу сайту - це, відповідно, процес створення прототипу. Це робиться для того щоб:

- якісно продумати розміщення необхідних блоків та елементів конструкції;
- побачити майбутню концепцію сайту;
- правильно організувати навігаційну систему на сайті;
- розглянути можливості взаємодії з відвідувачами сайту.

Крім того, розробка прототипу сайту може заощадити час розробки проекту та зменшити кількість вдосконалень, які можуть відбутися, якщо функціональність сайту не відповідає вимогам замовника. Представивши прототип, клієнт знає, чого очікувати в результаті, і розробник переконується в меті та вимогах. Створення прототипу починається з аналізу вмісту, який є структурою майбутнього сайту. Детальний опис інтерфейсу та інші деталі тут не важливі, основною метою на цьому етапі є створення компетентної структури для взаємодії з відвідувачами.

Вимоги до прототипів сайту:

- швидке створення прототипів;
- простота внесення змін до прототипу;
- інтерактивність;
- доступність - це можливість оцінки прототипу клієнтом, програмістом, менеджером та іншими;
- деталізація (в деяких випадках).

Види прототипування.

1. Прототип на папері. Це найпростіший і найшвидший спосіб створити ескіз сайту.

На додаток до швидкості та простоти, його переваги включають масштабованість шляхом додавання та видалення елементів, можливість коментування, всі деталі та зручність для всіх учасників. Крім того, для цього зображення макету не потрібні спеціальні графічні редактори або програмне забезпечення.

Недоліками цього підходу є відсутність інтерактивності, необхідність перемальовувати під час внесення змін та непрофесійний вигляд.

2. Прототипи на дошці. Головна його перевага - масштаб прототипу. Є можливість внести зміни, відтворити, але великим мінусом є обмежені можливості для учасників проекту.

3. Створення прототипу за допомогою спеціального програмного забезпечення. Найпоширенішими тут є Figma, Sketch, Axure Pro, Microsoft Visio, Adobe InDesign та Adobe Photoshop. Для свого проекту була обрана програма Figma.

Figma – це графічний редактор для співпраці. У Figma є можливість працювати онлайн або скачати додаток на комп'ютер. У ньому ви можете створити прототип сайту, інтерфейс програми та обговорювати редагування зі своїми колегами в режимі реального часу. Після того, як намальовали екрани, то є можливість їх поєднати та зробити прототип клікабельним (рис. 3.1).

4. Створення прототипу за допомогою онлайн-сервісів. В даний час таких служб багато. За допомогою цієї послуги є можливість швидко створити прототип, який не гірший за створений у спеціальній програмі.

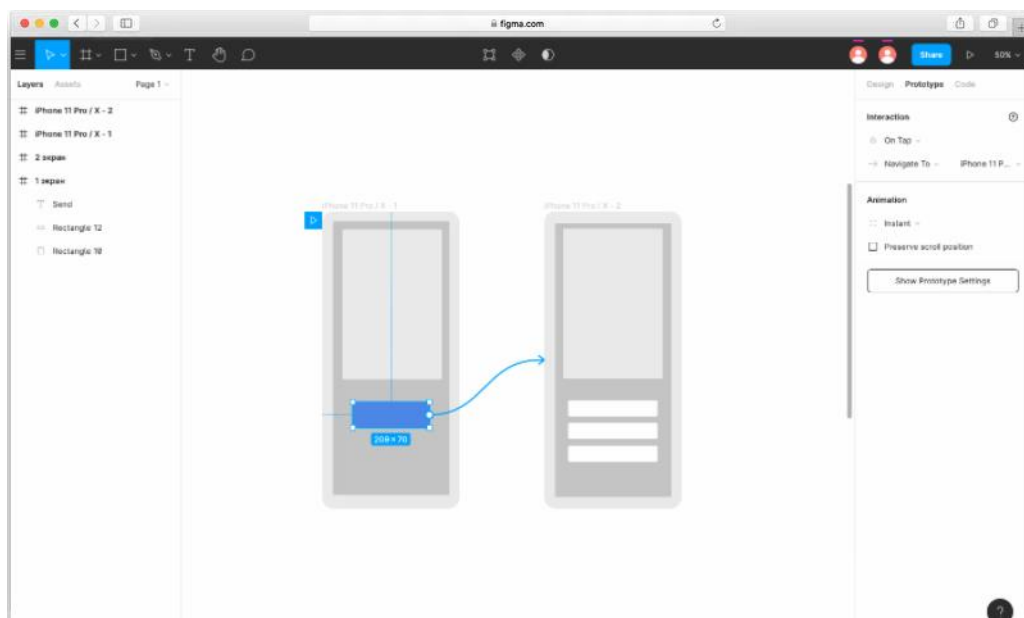


Рисунок 3.1 – Приклад прототипування в Figma

Вибираючи метод-прототип, слід звертати увагу на ситуацію. Якщо потрібен прототип "для себе", тоді доречна паперова версія, але якщо потрібна естетична версія з інтерактивними елементами, то слід скористатися комп'ютерними програмами або серверами з дуже високим вибором.

3.3 Вибір програми для обробки текстової інформації

Для нашої зручності розробники створили безліч платних та безкоштовних додатків з багатьма функціями. З такою різноманітністю непросто вибрати найбільш зручний та універсальний інструмент для обробки тексту, зображень, відео чи інших даних. На щастя, операційна система Windows пропонує власний набір стандартних програм, які допомагають нам виконувати прості повсякденні завдання. Спеціальні програми, звані стандартними програмами, за замовчуванням встановлюються на комп'ютер. Вони дуже корисні за відсутності більш

потужного програмного забезпечення. Найчастіше використовуються такі програми як Блокнот та Word.

Текстовий редактор – це комп'ютерна програма, призначена для створення, перегляду та редагування текстової інформації. Стандартними текстовими редакторами є Блокнот і Word.

Блокнот - найпростіший редактор з найпростішими функціями. Але він не дозволяє працювати з великими файлами або використовувати інший шрифт для різних частин документа, наприклад, шрифт для тексту ви можете вибрати лише за допомогою команди Редагувати - Шрифт. Документи, створені в Блокноті, мають розширення * .txt.

Word пропонує більше інструментів, ніж Блокнот. Зокрема, він дозволяє працювати з великими файлами, формувати текст, вирівнювати його, вставляти зображення та інші об'єкти.

Саме тому була обрана програма Word, бо вона зручна, є велика кількість функцій, звичний для більшості користувачів та має сумісність з іншими програмами Microsoft.

3.4 Вибір програми для обробки графічної інформації

При розробці веб-сайту є необхідним етапом обробка графічних елементів, таких як фотографії, ілюстрації, іконок та логотип. Саме тому потрібні програми, які можуть редагувати векторні елементи, такі як логотип та іконки та растрові елементи, такі як ілюстрації та фото.

Для редагування растрових елементів сайту було обрано програму Adobe Photoshop, бо це багатофункціональний редактор для обробки фото. У роботі дизайнеру дуже важливо мати повний набір інструментів для корекції мультимедійних файлів.

Adobe є визнаним світовим лідером на ринку програмного забезпечення, що спеціалізується на комп'ютерній графіці, дизайні, поліграфії.

Adobe Photoshop – це основний інструмент комп'ютерної графіки, який використовується для обробки всіх медіа-файлів. Суть Photoshop полягає в корекції зображення, поліпшенні його сприйняття, наданні чіткості та гармонії фотографіям та ілюстраціям. Ця програма дозволяє посилити ефект зображення, створюючи складні та красиві конструкції з простих елементів.

Саме тому для обробки растрових зображень для нашого веб-сайту була обрана програма Adobe Photoshop.

Adobe Illustrator було обрано для створення векторних елементів сайту.

Програмне забезпечення для обробки векторної графіки, яке відповідає всім галузевим стандартам, дозволяє створити будь-який об'єкт для веб-сайтів та мобільних додатків, починаючи від графіки, закінчуючи логотипами, піктограмами, ілюстраціями до книг, упаковкою товару та рекламними щитами.

Adobe Illustrator дозволяє не тільки створювати зображення на основі різних примітивних образів, але й редагувати їх. Варто зазначити, що Adobe розробив унікальне середовище, в якому всі програми та об'єкти можуть вільно спілкуватися між собою. Так, зображення з Illustrator можна легко перетягнути в Photoshop. Відповідно, не витрачаючи час та якість зображення, при редагуванні файлів. Функціонал програми пропонує безліч різних пензлів, операцій та ефектів, а робоче середовище схоже на Adobe Photoshop.

Програмне забезпечення від Adobe дуже зручне та професійне, одним із великих плюсів є висока сумісність файлів між програмами та вони без проблем переходять в інші програми створені цією компанією.

3.5 Вибір засобів програмної розробки та апаратного забезпечення

Webflow стає все більш популярним. Він охоплює індустрію проектування та розробки, лідирує на ринку інструментів по code та змінює життя багатьох дизайнерів та розробників. Але недоліком Webflow є те, щоб зрозуміти його, потрібно хоча б трохи знати про те, як працюють веб-сайти.

Webflow – це візуальний елемент, який перетворює дизайнерські рішення у готовий до використання код. Він розроблений, щоб дозволити дизайнерам і розробникам та будь-кому загалом створювати повністю адаптивні веб-сайти. Webflow – це крок вперед, з його допомогою є можливість оживити дизайни не за допомогою прототипування (рис. 3.2).

Це в одно час дуже складний продукт, але якщо в ньому розібратися, то за допомогою Webflow створити сайт набагато швидше, а за якість він не поступається традиційним сайтам.

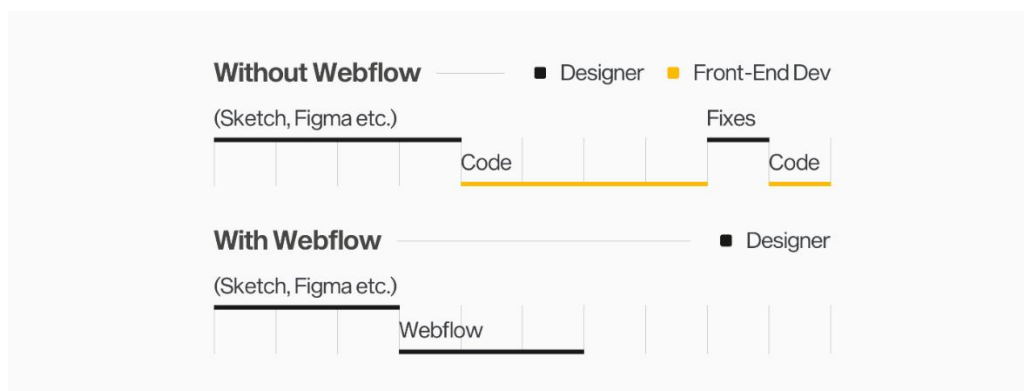


Рисунок 3.2 – Приклад, як Webflow змінює процес проектування

Сервіс Webflow створив свій Webflow University. За допомогою безкоштовних відеокурсів та навчальних матеріалів можливо вивчити веб-дизайн. Навчальні відео довжиною не менше 5 хвилин і дуже цікаві та веселі. У Webflow University створили навчальні матеріали до кожної частини додатка.

Основною різницею Webflow від Sketch / Figma / XD полягає в тому, що проектування у Webflow створюється накладанням блоків один на інший, тобто створюємо блочну модель (Box model). А у графічних редакторів елементи на полотні можна розмістити, як заманеться.

Структура інтерфейсу чимось схожа на фотошоп (рис. 3.3).

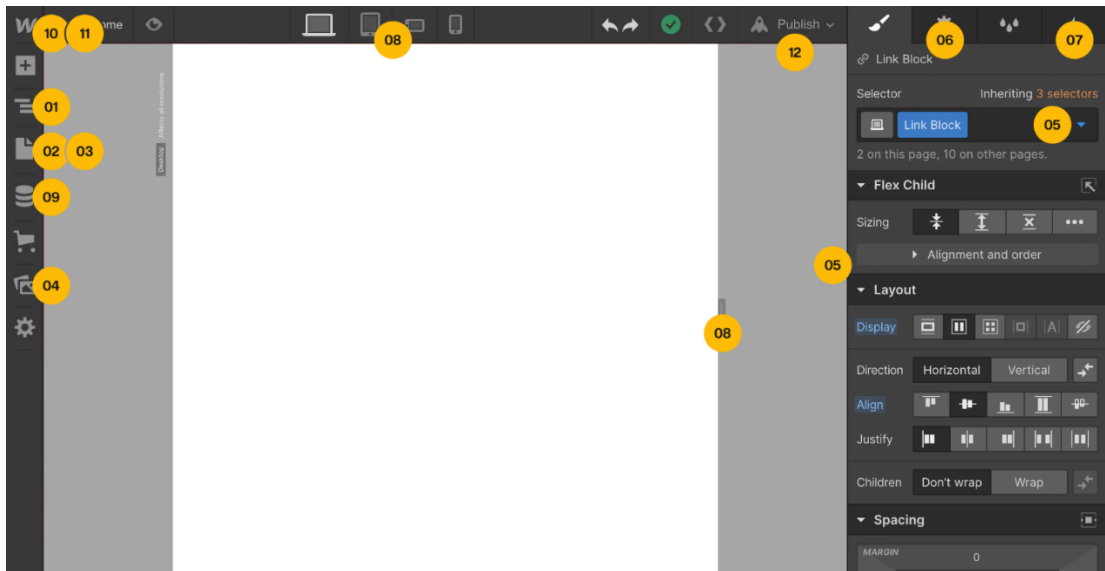


Рисунок 3.3 – Структура інтерфейса Webflow

01 – Navigator, 02+03 – Pages & Page and SEO Settings, 04 – Assets Manager, 05 – Style Panel (The full right sidebar), 06 – Elements Settings, 07 – Interactions, 08 – Break Points + Device Check, 09 – CMS/Collections, 10+11 – Project Settings & Editor (Separate pages).

01 – Навігатор (Navigator,) – це структура будь-якої сторінки, яка відображається як загальний вигляд усіх елементів, таких як div, зображення або блоки тексту. Подібність із слоями в Sketch або Figma (рис. 3.4).

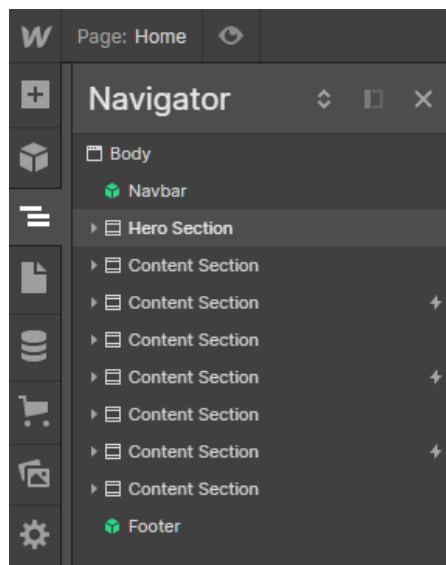


Рисунок 3.4 – Панель навігатора - панель, що відображає всю ієрархію сторінок

02 – Сторінки (Pages) – тут знаходиться загальна інформація про всі сторінки проекту та їх деталі. Папки чудово підходять для вашої організації, але ім'я папки додається до URL (рис. 3.5).

03 – Параметри сторінки та SEO (Page and SEO Settings) – Якщо відкрити панель «Pages» та перейти до певної сторінки, натиснути піктограму налаштувань, то можна додати різні теги SEO та OG. Також тут є можливість додати свій власний код, скопіювати або видалити сторінки (рис. 3.6).

04 – Менеджер активів (Assets Manager) – це місце, де є можливість побачити всі активи, використані у проекті (рис. 3.7).

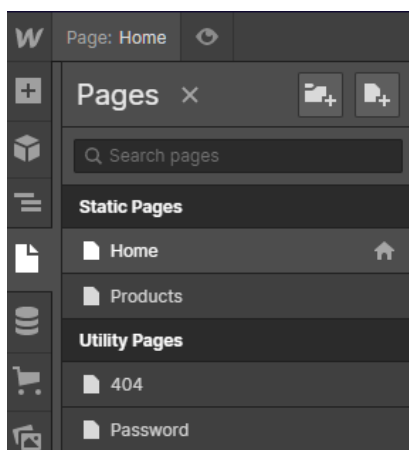


Рисунок 3.5 – Pages overview - місце для додавання нової сторінки або папок

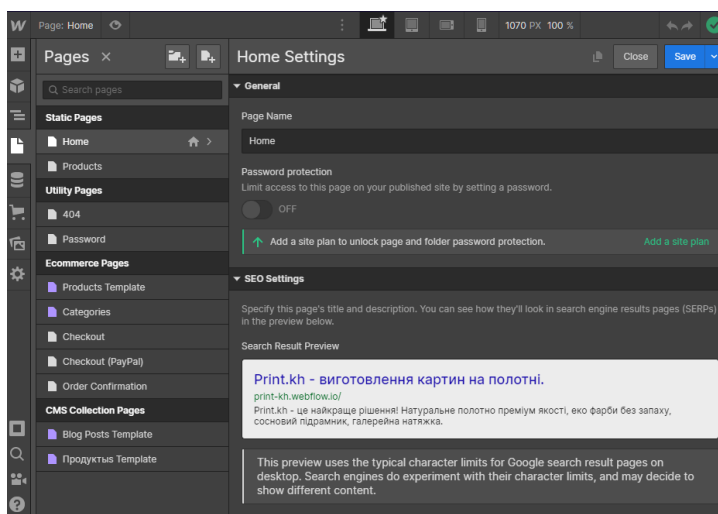


Рисунок 3.6 – Параметри сторінки та SEO (Page and SEO Settings)

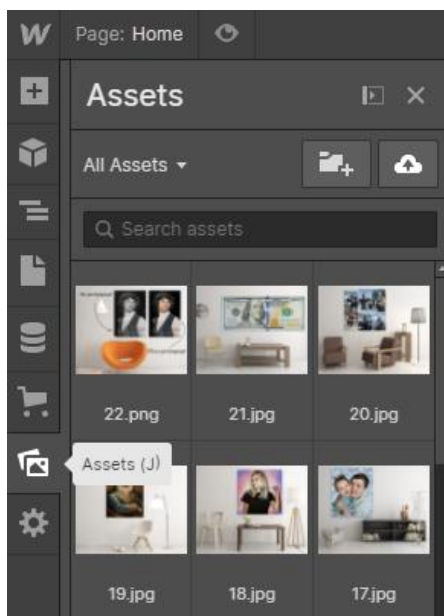


Рисунок 3.7 – Панель активів – місце управління іконками і зображеннями

05 – Панель стилів (Style Panel) – основна панель для роботи з елементами проекту. Додавати поля, кольори або розміри тексту та розміщення їх проекті. На панелі стилів у першому розділі є поле, яке відображає клас CSS для обраного елемента. Це дозволяє створити стиль одночасно з декількох елементів. І маленька стрілка, яка показує статус предмета, наприклад, що відбувається при наведенні тощо (рис. 3.8).

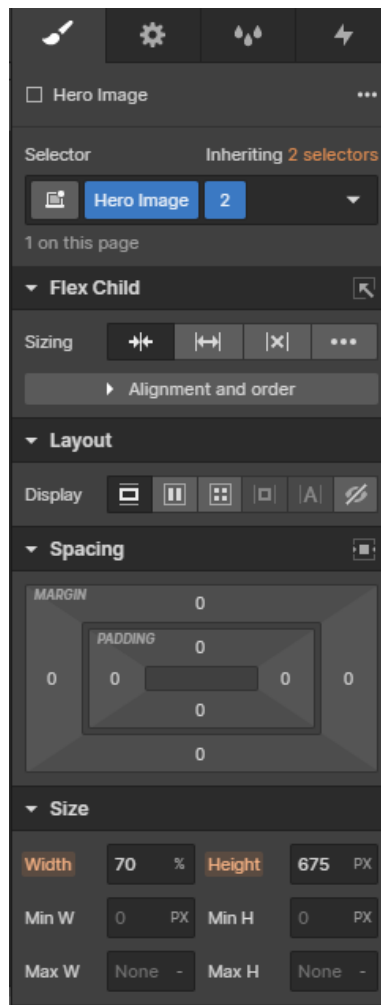


Рисунок 3.8 – Панель стилів – місце стилізації елементів

06 – Параметри елемента (Element Settings) – друга вкладка на правій панелі відображає всі налаштування для окремого елемента. Наприклад, куди повинна вказувати конкретна кнопка, як деякі колекції повинні фільтрувати результати тощо. Тут важливим є те, що ця панель пов'язана не як панель стилів і класів, а лише до одного елемента (рис. 3.9).

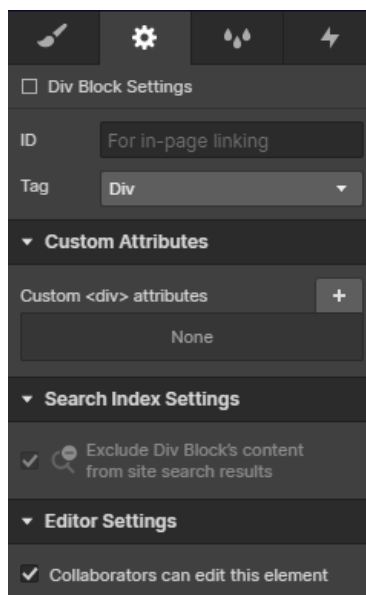


Рисунок 3.9 – Параметри елемента (Element Settings)

07 – Взаємодія (Interactions) – є вдосконаленою частиною Webflow це, як найважливіша особливість Webflow. Місце для налаштування цікавих анімацій та переходів у проекті (рис. 3.10).

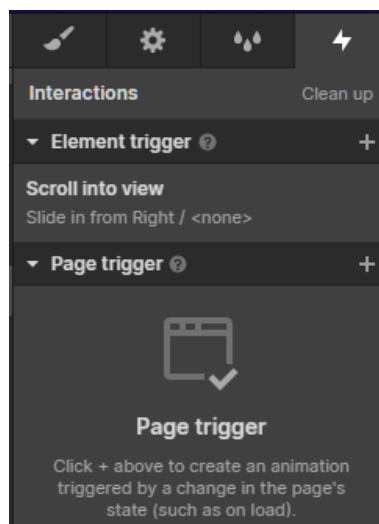


Рисунок 3.10 – Взаємодія (Interactions)

08 – Точки зупинки (Break Points) – панель з 4 основними точками зупинки та поточним розширенням. Це 4 вкладки, щоб побачити, як сайт буде виглядати на різних пристроях. Мені дуже не вистачало цієї функції в Sketch. На мій погляд, це найбільша сила Webflow. Потрібно було працювати

багато годин в Sketch або Figma, при створюванні власних дизайнів для планшета та мобільного телефону. У Webflow це можна зробити набагато швидше (рис. 3.11).



Рисунок 3.11 – Точки зупинки - комп'ютер, планшет, мобільний телефон в пейзажної орієнтації, мобільний телефон у портретній орієнтації

Це основні елементи Webflow.

Webflow – це неймовірне середовище для розробки без коду. Компаніє надає безкоштовно всі матеріали для навчання, переглянувши їх вже є можливість створити сайт.

4 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ WEB-САЙТУ

Дизайн веб-сайту – це сукупність графічних елементів, шрифтів та кольорів, реалізованих на цьому веб-сайті.

Основне завдання дизайну сайту – поєднати всі блоки інформації та залишити приємне враження на відвідувача. Насправді, дизайн визначає загальний стиль сайту, допомагаючи відвідувачеві з першого погляду зрозуміти, що його тут чекає. Добре розроблений дизайн – один із важливих факторів, що визначає доступ до веб-сайта.

Як правило, дизайн сайту – це його зовнішня оформлення, яке покликане як мінімум для того, щоб не залякати відвідувача Інтернет-ресурсу і максимально залучити його. На думку досвідчених експертів, хороший дизайн сайту – це ненав'язливий дизайн, який не відволікає відвідувача від головного – цільової інформації. Кожен, хто отримує доступ до будь-якого Інтернет-ресурсу, в першу чергу шукає потрібну їм інформацію. І в цьому випадку будь-яка відволікаюча інформація (дуже яскравий, нав'язливий дизайн сайту, непотрібна анімація, спливаючі рекламні вікна) лише заважатиме досягти головної мети – отримати необхідну інформацію.

При розробці Інтернет-проекту слід звернути увагу на такі питання.

1. Візуальний дизайн.

Здається, що потрібно заповнити сторінку красивою та яскравою графікою та результат гарантований. Але ні – можливо, це матиме зворотний ефект. Такі сайти часто викликають у відвідувача неприємні візуальні відчуття. Крім того, той факт, що сайт перенасичений картинками та іншими графічними елементами, може перешкодити відвідувачеві знайти потрібну інформацію. Тут важливо знайти золоту середину між кольором сайту та його функціональністю. Також слід звернути увагу на простоту читання сайту: шрифти повинні бути досить великими, а колір тексту – контрастний, щоб відвідувач не втомлювався переглядати сторінки сайту.

2. Ексклюзивність та оригінальність сайту.

Під час роботи над дизайном сайту можна використовувати два різні підходи: створення ексклюзивного дизайну або використання шаблону. У першому випадку витрачається більше грошей і часу на розробку дизайну, ніж на другий. Крім того, використання шаблону швидше і зручніше, ніж ексклюзивний дизайн. У цьому випадку спеціалісту потрібно лише налаштувати існуючий шаблон на свій смак.

3. Відповідність сайту технічним вимогам.

Сторінки сайту повинні завантажуватися швидко і виглядати добре навіть із видаленими зображеннями. Крім того, сайт повинен бути сумісним з найпопулярнішими браузером (Internet Explorer, Opera, Mozilla Firefox). Приймаючи рішення щодо дизайну, потрібно надати дизайнеру чітке технічне завдання на створення сайту, що включає приклади успішної роботи у потрібному стилі та кольорі. Існує макет, який називається результатом роботи дизайнера, в якому є можливість вносити зміни протягом усього проекту.

4. Сайт – це обличчя компанії!

Як відомо, зустрічають по одягу, а це означає, що про солідність організації судять за дизайном її сайту. Авторитетний дизайн Інтернет-ресурсу відображає індивідуальний стиль компанії, допомагаючи їй виділитися серед конкурентів. Тому вам не потрібно економити на дизайні сайту. У цьому випадку ціль виправдовує засіби.

При розробці веб-сайту було вирішено використовувати шаблон (рис. 4.1), з метою залучення клієнтів і грамотного розположення елементів, в ході роботи деякі блоки шаблону були замінені та дещо змінилося розташування деяких елементів сайту. Було вирішено використовувати шаблон, бо самостійне написання зайняла набагато більше часу та вимагало більше витрат, та могло погано вплинути на кінечний результат.

Графічний дизайн - це засіб візуального спілкування, тип відображення дійсності. Дизайнери звертаються до світу завдяки кольорам, малюнкам,

шрифтам, стилю презентації. Зараз саме час коли хочеться бути ближче до людей за допомогою мистецтва! Саме ця концепція проходить через усі тенденції дизайну 2021 року.

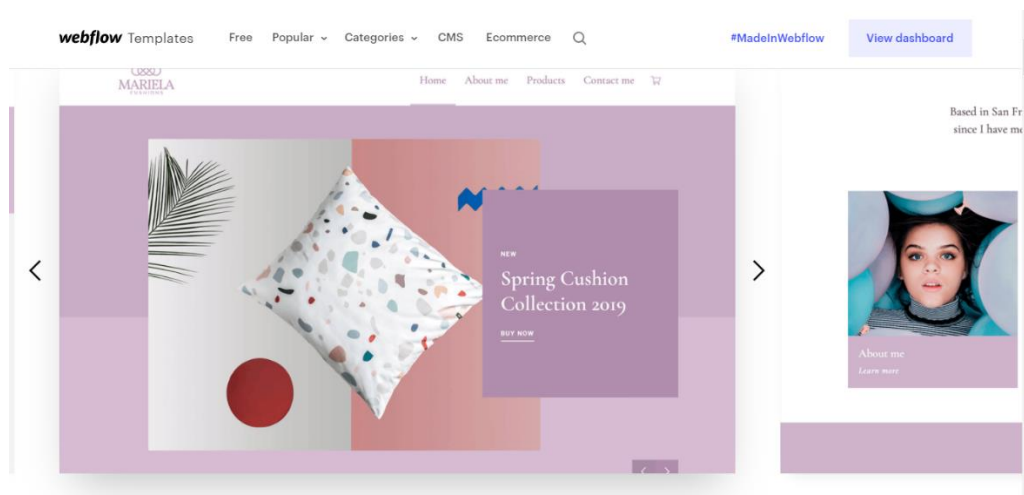


Рисунок 4.1 – Приклад шаблону

Люди навчилися жити в пандемії, але їм дуже хочеться відпочити, повернутися до старого стилю. Багато починають знайомитися з медитацією, вирушаючи в ліс. Виявляється, безпечніше жити подалі від міст. Тому в 2021 році в дизайні будуть переважати природні візерунки або кольори.

Саме тому для сатйу було обрані ніжні кольори, які асоціюються з квітами, з теплою порою року (рис. 4.2).



Рисунок 4.2 – Кольорова гама сайту

У 2021 році набирати обертів екобрендинг – це екологічний дизайн бренду. Саме тому на сайті детально розказується за характеристики картин на полотнах, адже компанія «Print.kh» виготовляє повністю екологічні картини.

Ця концепція багато в чому впливає на нашу дизайнерську роботу. Після року соціального відчуження та ізоляції дизайн набуває більш гуманних тонів.

Infusion Art - це тенденція дизайну, яка з'явилася в 2008 році. Створюючи дизайн продукту, це буквально означає «настій мистецтва». На думку дизайнера Джеймса Макферсона, ця тенденція, поряд із природними формами, може стати головною тенденцією 2021 року. Було вирішено, що логотип компанію буде у вигляді мазка від пензля.

Адаптивність – одна з основних вимог до сучасних сайтів. Ресурс повинен однаково добре відображатися на екрані комп'ютера, планшета, смартфона. Для цього створюється гнучка конструкція та використовується гнучка компоновка. В результаті процес веб-розробки стає більш складним, що вимагає додаткових ресурсів. Але результат вартий інвестицій: сайт добре розміщений на всіх основних пристроях, гарантує повне охоплення аудиторії.

Адаптивність – це здатність сайту «адаптуватися» до різних функцій (тобто розміру екрану пристрою користувача). Адаптивний сайт добре виглядає на моніторі робочого столу (на звичайному комп'ютері), планшеті та екрані смартфона. Також якість відображення не залежить від діагоналі або розміщення екрана.

Адаптивна верстка – це метод створення веб-сторінок, який автоматично підлаштовується під розмір та орієнтацію екрана пристрою та їх дизайн змінюється залежно від дій користувача. Метою адаптивного макета є забезпечення зручності та конвертації сайту під час завантаження на різні пристрої. У Webflow використовуються контейнери з їх допомогою дизайн є адаптивним та знаходиться у потрібному місці.

Елемент Container є ідеальним партнером для елемента Section. Коли ми поміщаємо Container у Section і розміщуємо елементи в Container, то Container зберігає вміст, правильно розміщений посередині екрана.

Container – це Div block із заздалегідь визначеним стилем. Він поставляється з максимальною шириною 940 пікселів на великих дисплеях, що тримає вміст у центрі по відношенню до вікна браузера. На менших пристроях (наприклад, телефонах і планшетах) Containers розширюються на всю ширину екрана.

Тому при адаптації на деяких пристроях елементи розміщуються один за одним, коли на комп'ютері вони розміщені в ряд (рис.4.3 та рис. 4.4).

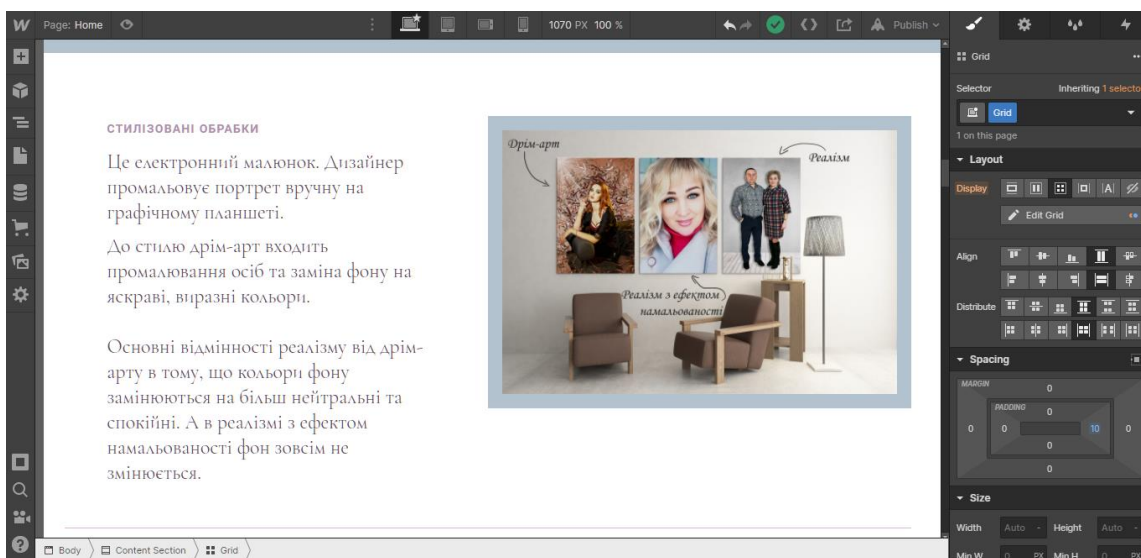


Рисунок 4.3 – Розташування елементів на сторінці розміром 1070 px/100 %

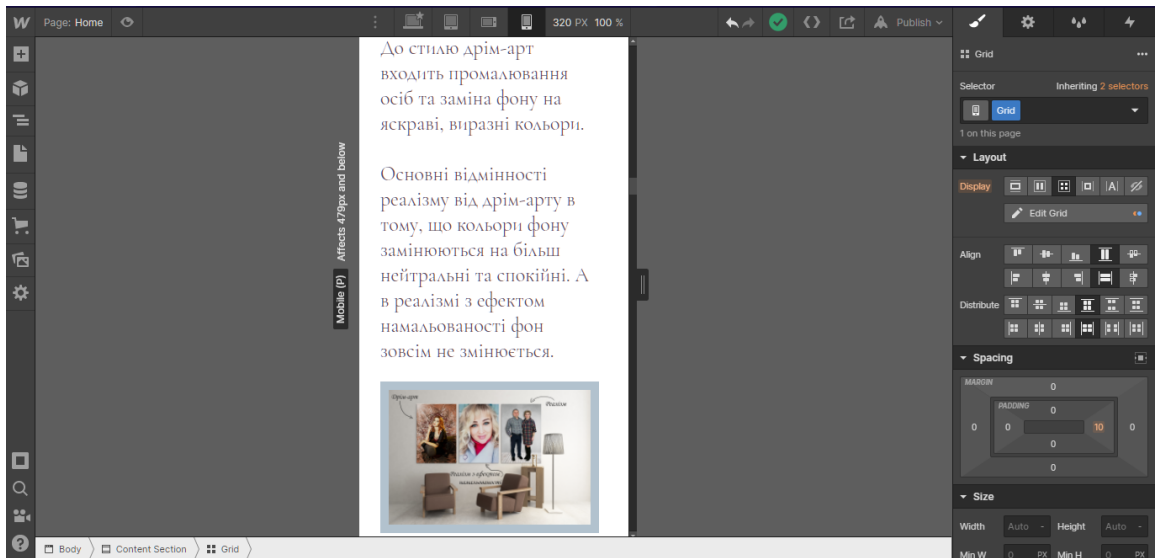


Рисунок 4.4 – Розташування елементів на сторінці розміром 320 px/100 %

Containers у Sections - це загальна ієрархія веб-розробки.

Section за замовчуванням є повна ширина. Усередині Section є Container, який вміщує все, що знаходиться всередині, добре розташовується у центрі.

Div block – це найосновніший і різноманітний елемент, який використовується при розробці проекту, оскільки це може бути що завгодно. Можно використовувати блоки Div усередині контейнера, щоб упорядковувати елементи за допомогою стилів макета, інтервалу, розміру та розміщення.

Шрифт, яким пишуться статті чи рекламна інформація, важливий для візуальної презентації сайту та сприйняття його користувачем. Багато хто ігнорує цей факт. Як результат, мета створення веб-ресурсу не досягнута, відвідувачі довго не чекають на сторінках, не повертаються, а сам сайт втрачає своє місце в рейтингу і занурюється в загальну масу конкурентів.

Веб-типографіка – це унікальна технологія, яка допомагає краще представити текстову інформацію на сайті. Є два напрямки:

Макротипографія спрямована на створення оптимальної структури та дизайну змісту тексту, його кольори та відповідне поєднання з фоном та іншими типами інформації на сайті.

Мікротипографія передбачає подання граматично правильного тексту, правильно розміщуючи пробіли, розділові знаки, дужки, лапки, інтервали та інші дрібні деталі. Кожна з цих функцій може здатися незначною, але загалом помилки, пунктуаційні та орфографічні помилки можуть відволікати читача від вмісту, знижуючи надійність веб-ресурсу та довіру відвідувача.

При розробці текстового змісту особливу увагу слід звернути на вибір розміру та формату шрифту, подання текстового блоку на сторінці.

Найбільш оптимальними параметрами є:

- висота шрифту 12 - 16 пікселів, невеликий текст може бути представлений щонайменше 10 пікселів у висоту, але віг важкий для читання;

- текстовий блок повинен мати ширину до 50%, а текстовий вміст краще сприймати, коли відображається на правій стороні графіки, але вирівнюється на лівій стороні; текст, який сплосчений біля правого краю або посередині, важко читається; вирівнювання по ширині може подовжувати речення та пробіли між словами;

- міжрядковий інтервал не повинен перевищувати 1,5 шрифту;

- яскравість фону та текстових даних повинна становити 70 - 90%.

Слід зазначити, що стиль шрифту та спосіб його подання впливають на сприйняття повідомлення загалом. Відвідувач аналізує інформацію через асоціації на підсвідомому рівні. Наприклад, шрифти з круглими або усіченими формами (Arial, Verdana, Comic Sans MS) приємніші для читання та менш агресивні, ніж шрифти (Times New Roman).

Текст, написаний дрібним шрифтом, читач часто сприймає як дуже важливу інформацію, оскільки немає сенсу будь-яким чином його форматувати. Цим не можна зловживати, але в деяких випадках він може бути використаний.

Контраст шрифту та фону веб-сайту також важливий.

Інший спосіб виділити конкретну інформацію - це використовувати жирний, курсив або підкреслені рядки, писати великі літери окремими фразами та створювати відокремлені цитати, приписки або кадри.

Більшість відвідувачів сайту не читають текстову інформацію, лише переглядають підзаголовки та окремі розділи. Одним з найбільш вдалих способів виділити цитати або ключові моменти в тексті є використання цього методу письма.

Отже для створення сайту було обрані такі шрифти: Roboto та Cormorant Garamond у різних накресленнях. Roboto викорисовувався для загаловків у блоках, Cormorant Garamond – для основного тексту (рис. 4.5).

Проаналізувавши усі стандарти, правила та тенденції 2021 року, було створений новий дизайн веб сайту. Була підібрана колірна схема, створенні самостійно зображення, так щоб вони підходили за стилістикою один до іншого та до сайту, обрана гарнітура тексту та шрифти для розміщення текстової інформації, також було визначенно загальний стиль веб-сайту, що дотримується тенденцій цього року, до того ж сайт забезпечений адаптивністю під різні пристрої та правильністю відображення елементів сайту.

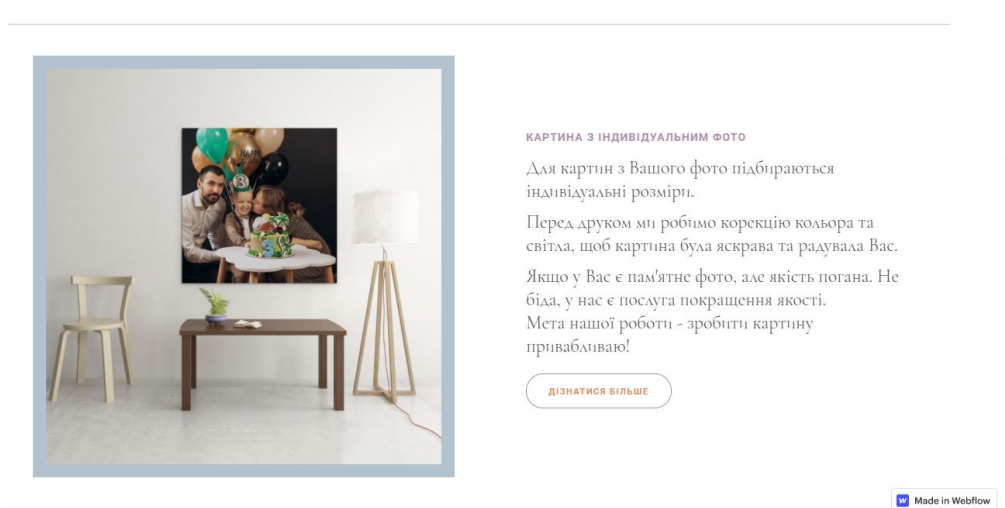


Рисунок 4.5 – Приклад шрифтового оформлення

4.1 Проектування інформаційної структури web-сайту

Послідовна та логічна структура веб-сайту є важливим фактором, що впливає на лояльність користувачів. Вибір відповідної конструкції робиться на стадії проектування і залежить від призначення сайту.

Структурування представлене на сайті, здійснюється на двох рівнях: внутрішньому та зовнішньому.

Внутрішня структура визначає логічні посилання між веб-сторінками, в SEO це називається внутрішнім посиланням. Добре продумана внутрішня структура, дозволяє уникнути ситуацій, таких як поява сторінок на сайті більше ніж в 3 кліки.

Зовнішня структура насправді є схемою навігації, записаною в дизайні сайту. Будь то люди чи роботи, це зовнішня структура відвідувачів. За допомогою посилань вони отримують (або втрачають) доступ до інформації, яку надає сайт. Ретельно розроблена зовнішня структура не тільки полегшує навігацію по сторінках, але й допомагає просувати сайти в пошукових системах.

З типових структур була обрана лінійна структура сайту, бо наш сайт односторінковий. Сторінки сайту мають просту і природну структуру, яка постійно пов'язана між собою (рис. 4.6). На такому веб-сайті навігація в основному зводиться до вказівки на посилання на попередню та наступну сторінки - при переході через них користувач, здається, гортає книгу. Інформація на сайті представлена у вигляді секцій, блоків та кнопок (рис. 4.7).



Рисунок 4.6 – Інформаційна структура сайту (лінійна)

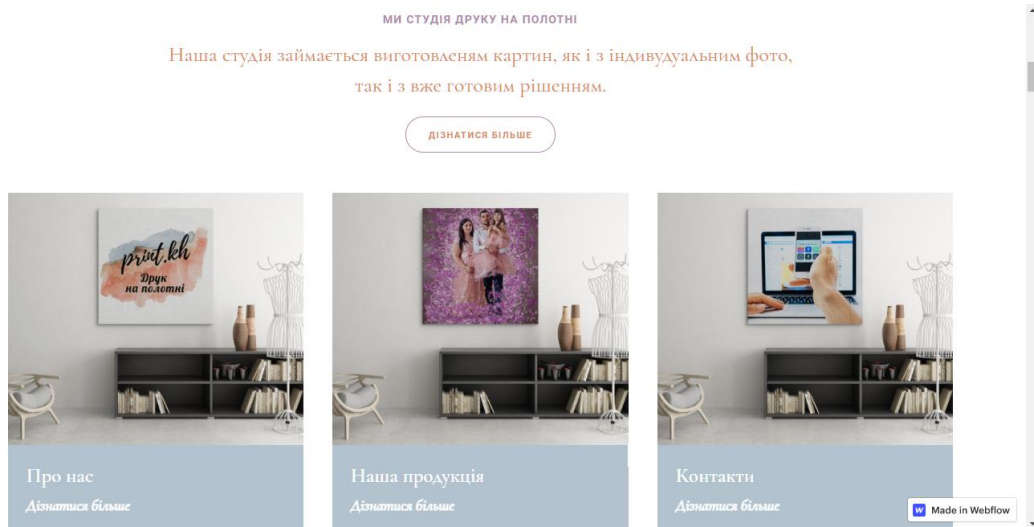


Рисунок 4.7 – Секція веб-сайту

4.2 Проектування сітки web-сайту

Сайт створюється за допомогою ресурсу Webflow, тому стандартні модульні сітки не підходять, бо Webflow використовує блочну модель.

Блочна модель описує, як макет працює в Інтернеті.

Такі інструменти, як Photoshop або PowerPoint, дозволяють розміщувати елементи в будь-якому місці цього документа. Веб макет заснован на вертикальному розташуванні змісту, як абзаци в документі

Всі предмети – блоки. Кожен елемент на цій веб-сторінці розглядається як блоки з невидимою межею навколо кожного елемента. Ці блоки природно розміщуються поруч один з одним або один на одному залежно від їх характеристик.

Веб-вміст не схожий на документ PowerPoint або Photoshop, де все можна розмістити вручну. Ці документи несумісні - вміст розроблений для перегляду в одному розширенні.

Натомість у Webflow веб-макет виглядає як документ Word – вміст, природно, надходить із лівого верхнього кута сторінки і загортається, коли потрапляє на край документа. Це доречно, оскільки вміст пристосований до різних рішень.

Спочатку модель блоку здається жорсткою, але насправді вона пропонує велику гнучкість у створенні гнучких схем для різних пристроїв та розмірів екрану (рис. 4.8).

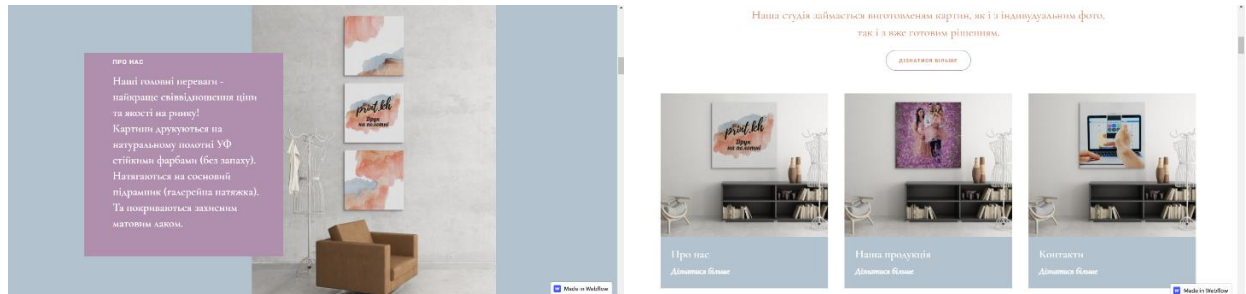


Рисунок 4.8 – Приклад блочного оформлення сайту

Важливим аспектом блоків є те, що вони дозволяють вставляти блоки всередину інших блоків. Це означає, що є можливість перемістити будь-який елемент Webflow в інший елемент. Всі елементи Webflow – це блоки, які можна вкладати один в одного. Наприклад, можна розмістити елементи заголовка, абзацу та зображення всередині контейнера. Цей контейнер групує ці інші елементи разом, і кожен раз, коли переміщується контейнер, всі поля всередині нього переміщуються разом.

Коли вміст блоку збільшується, розмір блоку природно також збільшується. Це означає, що зазвичай немає необхідності встановлювати певні висоти для елементів – натомість ми можемо дозволити вмісту визначати висоту.

Створити інтервали між елементами можливо за допомогою поля та відступів. Поле створює простір поза блоком, відсуваючи інші блоки, а відступи створюють простір усередині блоку. Це може бути застосовано до будь-якого вікна – вікна, що містить інші поля ("батьківський" елемент), або вікна всередині ("дочірні" елементи).

Тож за допомогою можливостей Webflow можливо створити адаптивний сайт користуючись блоковою моделлю, що пропонує сервер та в

результаті отримати готовий сайт, який відповідає усім нормам та стандартам.

5 РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ МОДУЛЯХ

Інформаційні блоки – це елементи веб-сайту, які надають користувачам інформацію про діяльність компанії, умови придбання, доставки або оплати тощо.

Користуючись текстом на сайті, користувач дізнається основну інформацію про діяльність компанії і, отже, приймає рішення про покупку. Якщо не приділяти достатньо уваги розробці текстового контенту, відвідувачі сайту не знатимуть про переваги та акції, пропонувані компанією, не зрозумітимуть, як взаємодіяти з продуктом тощо. Для правильного оформлення текстових блоків потрібно перше і найголовніше – звернути увагу на типографіку. Читабельні, шрифти, яскраві заголовки, пробіли – все це допомагає користувачеві легко зрозуміти інформацію (рис. 5.1).

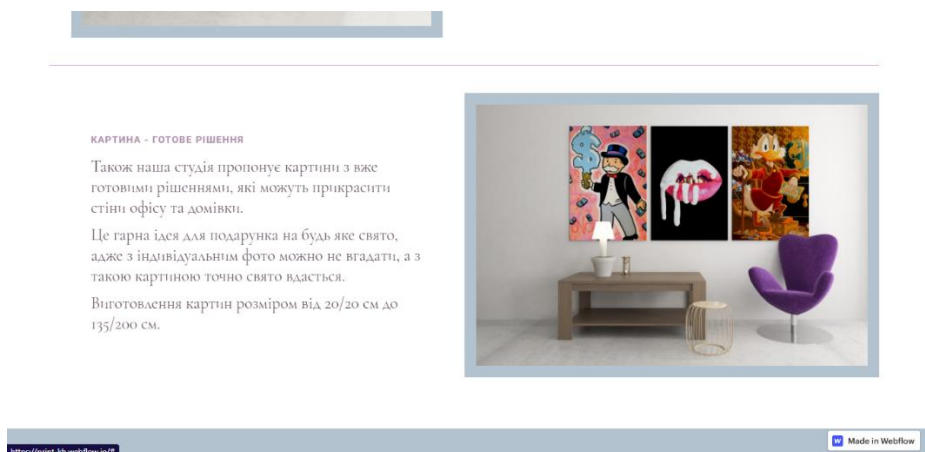


Рисунок 5.1 – Приклад оформлення заголовку та тексту

Доцільно використовувати різноманітні піктограми та зображення при розробці текстового змісту. Вони звертають увагу користувача на елементи, полегшуючи розуміння тексту за допомогою асоціацій (рис. 5.2).

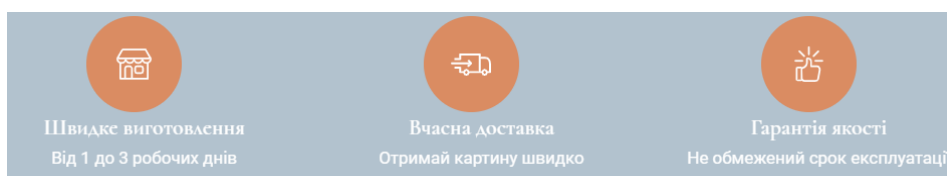


Рисунок 5.2 – Приклад оформлення переваг компанії.

Ще одним важливим блоком на сайті є заклик до дії. Наприклад, підписка на розсилки новин (рис. 5.3), замовлення товару чи послуги, рекламні знижки при замовленні найближчим часом тощо. Цей елемент також може бути включений в інформаційний блок. Зараз у дизайні спостерігається тенденція робити посилання на користувача максимально чіткими та стислими.

РЕЄСТРАЦІЯ НА РОЗСИЛКУ

Отримуйте акції та новинки!

<i>Ім'я</i>	<i>Email</i>	ПІДПИСАТИСЯ
-------------	--------------	--------------------

Рисунок 5.3 – Приклад оформлення реєстрації на розсилку.

Зокрема, потрібні інфоблоки на картках продуктів. Тут вони відіграють важливу роль, оскільки є ключовим фактором у прийнятті рішення користувачем.

Створюючи дизайн інфоблока на картках товару, дизайнер повинен врахувати наступне:

Зміст тексту. У цьому випадку текст та його зміст є головним у дизайні інфоблоків. Текст повинен бути зрозумілим для користувача та відповідати на його запитання. Це не завжди відповідальність дизайнера, але це впливає на використання веб-сайту в цілому;

Розташування блоків. Важливо, щоб опис та заклик до дії знаходились у полі зору користувача;

Іконки та картинки. Щоб полегшити користувачеві отримання інформації та навігацію сторінкою, можна використовувати картинки та іконки (рис. 5.4).

Також те інформаційних блоків належать гіперпосилання, які, наприклад, кнопки для переходу у наступний розділ або повернення на початок сторінки (рис. 5.5-5.6).



Рисунок 5.4 – Приклад оформлення інформаційного блоку товару.

МИ СТУДІЯ ДРУКУ НА ПОЛОТНІ

Наша студія займається виготовленням картин, як і з індивідуальним фото, так і з вже готовим рішенням.

ДІЗНАТИСЯ БІЛЬШЕ

Рисунок 5.5 – Приклад кнопки



Рисунок 5.6 – Приклад кнопки повернення

В результаті виконаної роботи, було правильно і гармонійно розміщенна текстова та графічна інформація.

6 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ WEB-САЙТУ

Тестування сайту – один з найважливіших етапів життя, після якого клієнту представляється готовий проект, який сприймається як готовий, легкий, зручний і надійний, з хорошою читацькою здатністю.

Тестування – це процес відхилення від фактичного результату, ніж очікувалося, іншими словами, пошук багів (помилки).

Основні правила тестування веб-сайтів – це кроки, які показують користувачеві, наскільки зручний та логічний проект, наскільки просто і можливо знайти ту чи іншу інформацію. Чи добре розуміє це людське око, чи всі функції цього веб-сайту, наведені в ТЗ або в резюме, працюють належним чином, є основними показниками для тестувальника.

Тестування можна проводити різними способами, від процесу тестування та стратегії залежить послідовність дій. Сьогодні фахівці з тестування веб-сайтів використовують такі типи.

- функціональний тест;
- тест на зручність використання (юзабіліті);
- тестування продуктивності;
- тест інтерфейсу користувача (UI testing);
- тест безпеки.

1. Функціональний тест. Один з найважливіших та невід’ємних видів тестування. Найважливішим правилом функціонального тестування є правильний розрахунок функцій.

2. Юзабіліті тестування сайту. Перевірка зручності у використанні – це тип тесту, який робить сайт простим і практичним у використанні. Основна мета – показати користувачеві: чи сайт зрозумілий та зручний для інших, чи зручна навігація, яке враження справляє на користувача, що може бути зайвим або непотрібним. Основне завдання перевірки юзабіліті сайту полягає в тому, що користувач може шукати необхідну інформацію та знайти те, що він хоче придбати, і нічого не повинно йому заважати.

3. Тестування завантаження сайту. Тестування продуктивності – це в основному тестування навантаження. Перевірка завантаження сайту часто перевіряється автоматично, тобто спеціальними програмами. Це дозволяє перевірити, наскільки добре це працює при певному навантаженні.

Метою цього тесту є кількість віртуальних користувачів, які відображають n-запитів одночасно (навіть за секунду). Отже, в результаті наш проект, наприклад, зміг витримати 100 користувачів, які придбали товар одночасно або відвідали сайт, відповідь полягає в тому, що сайт справді може витримати таке навантаження.

4. Тест на користувальницький інтерфейс. Тестування інтерфейсу користувача – це тестування графічного інтерфейсу користувача, яке передбачає перевірку відповідності сайту вимогам графічного інтерфейсу, воно має професійний вигляд, робиться в єдиному стилі.

5. Тестування сайту на наявність уразливостей. Це ключ до надійності веб-сайту. Основним правилом цього тесту є перевірка вразливості різних типів атак.

Основне завдання тестування – забезпечити як споживача, так і користувача якісним продуктом.

Протестувавши наш сайт було знайдено деякі помилки та виправленні.

7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

7.1 Характеристика продукції

У ході даної роботи розробляється дизайн сайту-візитки для компанії «Print.kh», яка займається продажем картин на полотні та їх стилістичним оформленням.

Основною відмінністю сайту-візитки від інших джерел є не формат, а його мета, оскільки він створений, щоб надати відвідувачеві необхідну інформацію про компанію та її пропозиції.

Таким чином, було обрано стандартні розділи сайту-візитки:

– інформація про компанію. Він може відображати історію компанії, її основні досягнення та успіхи, інформацію про найважливіших клієнтів чи партнерів тощо;

– каталог. У цьому розділі перераховані товари чи послуги, пропоновані компанією, їх ціни та основні характеристики, але неможливо зробити замовлення безпосередньо на сайті;

– контакти. На додаток до стандартних інструкцій щодо телефонних номерів, адрес та адреси електронної пошти, сайти-візитки часто заповнюються функціональними модулями, такими як контактна форма або інтерактивна карта;

– портфоліо. Список із переліком успішних проектів або докладним описом виконаної роботи можна зробити у вигляді галереї.

7.2 Оцінка конкуренції

Звичайно, можна рекламувати свої ділові пропозиції на білбордах або сторінках журналів. Однак, щоб бути конкурентоспроможними, потрібно рекламувати свою компанію в Інтернеті. Сьогодні найкращим рішенням є створення сайту-візитки, який стане надійним помічником для малого та середнього бізнесу.

Такий підхід економить гроші і одночасно дозволяє доставляти необхідну інформацію про свою компанію користувачам мережі. Сайт-візитка допомагає рекламувати будь-яку конкретну групу товарів, інформацію про діяльність компанії.

При розробці дизайну врахованні всі сучасні тенденції.

7.3 Система маркетингу

Інтернет-маркетинг – це спроба просувати товари та послуги в Інтернеті. Основною метою інтернет-маркетингу є перетворення відвідувачів сайту в клієнтів та збільшення доходу.

Інтернет-маркетинг має три важливі переваги, які відрізняють його від традиційного маркетингу:

- інтерактивність. В Інтернеті є можливість спілкуватися безпосередньо з аудиторією, підтримувати зв'язок із клієнтами та відстежувати ситуацію;

- мета. Це механізм, який дозволяє вибрати цільову аудиторію із доступної аудиторії та рекламувати її;

- веб-аналіз. Це допомагає зрозуміти, які дії були найефективнішими, і що залучило більше відвідувачів на сайт, які потім були перетворені на покупки.

Зростання продажів в Інтернет-маркетингу базується на залученні відвідувачів, підвищенні ефективності сайту та поверненні клієнтів. Але залучення відвідувачів недостатньо, ще потрібно перетворити їх на своїх поточних клієнтів, адже саме вони принесуть користь бізнесу. Усі ці міркування повинні враховуватися онлайн-стратегією.

7.4 Розрахунок ціни сайту

Визначення ціни дизайну сайту починається з визначення витрат на розробку. Розрахуємо трудовитрати на розробку даного продукту.

Трудовитрати визначаються за формулою:

$$T = t_{nz} + t_c + t_d + t_e, \quad (7.1)$$

де t_{nz} - трудовитрати на формулювання постановки задачі;

t_c - трудовитрати на розробку структури;

t_d - трудовитрати на розробку дизайну;

t_m - трудовитрати на підготовку матеріалу.

Розрахунок трудовитрат наведено у таблиці 7.1.

Середньомісячна заробітна плата обчислюється за формулою:

$$Z_{сер.дн.} = \frac{Z_{сер.міс.}}{D}, \quad (7.2)$$

де $Z_{сер.міс.}$ – середньомісячна заробітна плата;

D – кількість робочих днів за місяць.

Таблиця 7.1 – Розрахунок трудовитрат

Вид діяльності	Позначення	Кількість (люд.-днів)
1. Формулювання постановки задачі	t_{nz}	1
2. Розробка структури сайту	t_c	1
3. Розробка дизайну сайту	t_d	1
4. Підготовка матеріалу, верстка	t_e	1
5. Налаштування і тестування сайту	t_o	1
6. Реєстрація сайту	t_p	1
Усього		6

Місячна зарплата дизайнера становить 18000 грн., отже, середньоденна зарплата ($Z_{сер.дн.}$) дизайнера становить:

$$Z_{ср.дн.} = \frac{Z_{ср.мес.}}{Д} = \frac{15000}{22} = 681,81 \text{ грн.}$$

Дизайнер виконує етапи 3 та 4, що загалом становить 2 людино-дні. Загальна зарплата розробника за весь період виконуваної роботи становить 2727,27 грн.

Місячна зарплата розробника становить 25000 грн., отже, середньоденна зарплата ($Z_{ср.дн.}$) розробника становить (грн.):

$$Z_{ср.дн.} = \frac{Z_{ср.мес.}}{Д} = \frac{25000}{22} = 1136,64.$$

Розробник виконує етапи 1, 2, 5 та 6, що становить 5 людино-днів. Загальна зарплата розробника за весь період виконуваної роботи становить 1836 грн. Отже, загальні витрати на заробітну плату працівників становлять 5681,81 грн. Розраховується вартість оренди комп'ютера. Кожен робочий день на розробку витрачалося 8 годин. На весь обсяг робіт комп'ютерного часу знадобилося 7 днів. Таким чином, в цілому необхідно 7 днів x 8 год = 56 годин машинного часу. Вартість однієї години оренди комп'ютера становить 7 грн.

Повна вартість оренди комп'ютера: 56 год x 7 грн. = 392 грн. Загальновиробничі витрати: (гаряча / холодна вода, каналізація, освітлення, опалення) складають приблизно 90,00 грн. / міс. Це 4 грн. на одну людину в день. Отже, за 9 днів роботи загальновиробничі витрати складуть: 9 год. X 4 грн. = 36 грн. Адміністративні витрати прийняті 10% від основної заробітної плати. Витрати на збут не закладаються, тому що сайт розробляє та ж фірма, яка забезпечує контекстну рекламу.

У таблиці 7.2 наведено розрахунок калькуляції собівартості і ціни розробленого сайту.

Таблиця 7.2 – Зведений розрахунок вартості розробки

№ п/п	Показник	Сума, грн.
1	Матеріали	20,00
2	Основна заробітна платня (ОЗП)	8409,08
3	Додаткова заробітна платня (ДЗП)	420,45

Продовження таблиці 7.2

№ п/п	Показник	Сума, грн.
4	Єдиний соціальний внесок (22 %)	1942,50
5	Витрати на експлуатацію обладнання	392,00
6	Загальновиробничі витрати	36,00
7	Виробнича собівартість	9429,08
8	Адміністративні витрати	840,90
9	Прибуток	1026,99
10	Відпускна ціна	11296,97
11	ПДВ	2259,39
12	Ціна з урахуванням ПДВ	13556,36

Таким чином, ціна сайту з урахуванням ПДВ становить 13556,36 грн. Для отримання загальних витрат на розробку сайту, до витрат на розробку електронного видання необхідно додати витрати на рекламу. Вони становлять 1000 грн. Отже, загальні витрати на розробку сайту складають 14556,36 грн.

7.5 Оцінка ризику та страхування

Створення продукту в Інтернеті – дуже небезпечна ідея. Є багато підводних каменів, на які можна натрапити. Деякі з них можуть кардинально зірвати веб-проект.

Ризик – це завжди невизначеність, чим більший розмір проекту, тим вищий рівень невизначеності. Згідно з щорічними звітами The Standish Group International, з 2011 по 2015 рік спостерігалася стійка тенденція успіху проекту залежно від його розміру. Основні ризики веб-проектів:

- технічні ризики;
- ризики оцінки терміну;
- інтеграційні ризики;

- ризики неприйняття товару;
- технологічні ризики;
- ризики недотримання технології;
- невизначеність вимог замовника;
- комерційні ризики;
- відсутність робочої взаємодії з замовником;
- недолік трудових ресурсів.

Усвідомлення ризику – це вже великий крок вперед. Якщо скласти план з мінімізації ризиків, то можна активно рушити у цьому напрямку.

Таким чином, у даному розділі роботи було розраховано вартість розробки сайту-візитки, яка склала 13556,36 грн.

ВИСНОВКИ

В результаті роботи дизайн сайту-візитки був створений веб сайт з урахуванням особливостей цільової аудиторії та тенденцій 2021 року Під час роботи над сайтом-візиткою були такі проблеми

- зручна система навігації;
- оптимальна структура сторінки;
- вибір програмного забезпечення для створення сайту;
- вибір шрифтів та їх розмірів, вдале колірне рішення;
- підготовка авторських графічних зображень;
- дотримання єдиного стилю сату візитка та вже створеного магазину;
- доцільне розміщення головних та другорядких елементів на сторінці;
- створення функціональності сайту;
- розробка дизайнерського рішення.

В ході кваліфікаційної роботи було розроблено сайт візитку для магазину «Print.kh», який займається продажем картин на полотні, з метою ознайомлення клієнтів з компанією, заохочування їх до покупок та присутності компанії в інтернеті.

Була обрана цільова аудиторію веб-сайту та обранні відповідні програмні та інструментні засоби для створення дизайну сайту. Відмінні риси – інформативність, локанічність, індивідуальність, прихильність у дизайні.

Було проведено аналіз аналогів та знайденні їх недоліки та переваги, та це було урахувано при створенні нашого сайту, а саме веб сторінка легка у використанні, не перевантажена непотрібною інформацією та зображеннями.

Графічний дизайн був розроблений згідно з його тематикою та на основі вже створеного магазину «Print.kh», щоб вони були гармонійні. Завдяки тому, що були дотриманні тенденції 2021 року та дотриманні

візуальні особливості, вже створеного магазину вийшов сайт, який відповідає вимогам UI та ТЗ.

При розробці дизайну були враховані такі напрямки: мінімалістичність, анімація, персоналізація дизайну зображень та адаптивність дизайну.

Для створення дизайну сайту використовувався ресурс Webflow. Контент для сайту був створений у програмах Adobe Photoshop та Adobe Illustrator. А сам контент розміщувався у вигляді графічної та текстової інформації.

Сайт ергономічний та забезпечує необхідний комфорт відвідувачу, кожен може інтуїтивно пов'язати дії, які йому потрібно виконати на веб-сайті.

Тестування веб сайту було вдалим, він є адаптивним під різні екрани та браузери, тобто пройшов перевірку на кроссбраузерність. Сайт працює належним чином, швидкий, простий та не вразливий.

Також було розглянуті економічні властивості та зробленні розрахунки собівартості проекту.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 Видавництво та поліграфія за освітньою програмою Видавничо-поліграфічна справа / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.
2. Лимар В.Ю. Проектування сайту візитки для інстаграм магазину // Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті: зб. Матеріалів 25-го Міжнародного молодіжного форуму. Т. 6. 2021. С. 391-392.
3. Что такое сайт-визитка и как его создать? URL: <https://hyperhost.ua/info/ru/chto-takoe-sayt-vizitka-i-kak-ego-sozdat> (дата звернення: 03.06.2021).
4. Разработка сайта-визитки: как правильно создать + примеры и шаблоны. URL: <https://web112.biz/news/13531-razrabotka-sayta-vizitki-kak-pravilno-sozdat-primeri-i-shablony/> (дата звернення: 03.06.2021).
5. Создание сайтов на Webflow под ключ. URL: https://websiteshamov.ru/sozдание_sajta_na_webflow_pod_klyuch (дата звернення: 03.06.2021).
6. Как повысить рентабельность сайта URL: <https://onvolga.ru/statprodvig/2762-kak-povysit-rentabelnost-site.html> (дата звернення: 04.06.2021).
7. Анализ сайта и его эффективность для продвижения. URL: <https://benequire.ru/infocentr/hi-tech/analiz-sayta-i-ego-effektivnost-dlya-prodvizheniya-zadachi-metody-i-tseny-na-audit/> (дата звернення: 04.06.2021).
8. Маркетинговый аудит сайта – цели, задачи и методы. URL: <https://wiki.rookee.ru/marketingovyj-audit-sajta/> (дата звернення: 05.06.2021).
9. Определение целей продвижения и первоначальный аудит сайта. URL: <https://www.ingate.ru/hochu-znat/opredelenie-celej-prodvizheniya-i-pervonachalnyj-audit-sajta/> (дата звернення: 05.06.2021).

10. Анализ и аудит сайта. Цели услуги и разновидности – Студия. URL: <https://prodvizhenie.ua/analiz-sayta/> (дата звернення: 05.06.2021).

11. Что такое сайт-визитка. URL: <https://avada-media.ua/services/sait-vizitka/> (дата звернення: 07.06.2021).

12. ТОП 9 лучших примеров сайтов-визиток для малого бизнеса 2021. URL: <https://impulse-design.com.ua/9-primerov-luchshikh-sajtov-vizitok-dlya-malogo-biznesa.html> (дата звернення: 07.06.2021).

13. 8 этапов в истории развития веб-дизайна. URL: <https://webevolution.ru/blog/sajti/istoriya-veb-dizajna/> (дата звернення: 07.06.2021).

14. Сайт-визитка – надежный помощник в бизнесе. URL: <https://www.invision.com.ua/blog/sajt-vizitka-nadezhnyj-pomoshhnik-v-biznese.html> (дата звернення: 07.06.2021).

15. Основные риски веб-проекта. Анализ проблем при создании сайта. URL: <https://falcon.web-automation.ru/blog/klyuchevye-riski-na-stadii-nachala-razrabotki-produkta> (дата звернення: 07.06.2021).

16. Крюкова О.А. Риски разработки web-ориентированных информационных систем // Молодой ученый. 2016. № 7 (111). С. 878.

17. Николаенко В. С. Анализ инструментария по обеспечению функции управления рисками в ИТ-проектах // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. № 49. С. 105-120.

18. Архипенков С. Лекции по управлению программными проектами. – М.: Москва, 2009. 127 с.

19. Ефимов Е.Н., Фоменко Н.М. Учет менеджмент-рисков продвижения Internet-проектов предприятия // Статистика в современном мире: методы, модели, инструменты: материалы региональной научно-практической конференции. 2009. С. 134-138.

20. Королькова Е.М. Риск-менеджмент: управление проектными рисками. Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. 160 с.

21. Сенченко П.В., Павинич Е.С. Web-ориентированные информационные технологии // Доклады ТУСУРа. 2008. № 2. С. 91-94.

22. Создание сайта-визитки в Харькове. URL: <https://market-bridge.com.ua/sites/sozdanie-sajta-vizitki/> (дата звернення: 09.06.2021).

23. Веб-хостинг: Windows или Linux? URL: <https://habr.com/ru/company/ruvds/blog/322650/> (дата звернення: 09.06.2021).

24. Прототипирование сайтов, способы создания прототипа. URL: <https://www.kasper.by/blog/prototipirovanie-saitov/> (дата звернення: 09.06.2021).

25. Гид по Фигме для начинающих веб-дизайнеров. URL: <https://tilda.education/articles-figma> (дата звернення: 09.06.2021).

26. Богомолова О.Б. Стандартные программы Windows. Практикум. 2005.

27. Стандартные программы для обработки текстовой, графической, числовой, аудио- и видеoinформации. URL: <https://interneturok.ru/lesson/informatika/8-klass/bkompyuter-kak-universalnoe-sredstvo-obrabotki-informaciib/standartnye-programmy-dlya-obrabotki-tekstovoy-graficheskoy-chislovooy-audio-i-videoinformatsii> (дата звернення: 09.06.2021).

28. Возможности Adobe Photoshop. URL: https://www.softmagazin.ru/blog/vozmozhnosti_adobe_photoshop_obzor_versiy_i_dostoinstv/ (дата звернення: 10.06.2021).

29. Провідне в галузі програмне забезпечення для роботи з векторною графікою. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html> (дата звернення: 10.06.2021).

30. Adobe Illustrator (Адоб Ілюстратор): полный обзор и описание программы. URL: <https://junior3d.ru/article/Adobe-Illustrator.html> (дата звернення: 10.06.2021).

31. Простое руководство по Webflow для начинающих | UX PUB. URL: <https://ux.pub/prostoe-rukovodstvo-po-webflow-dlya-nachinayuschih/> (дата звернення: 10.06.2021).

32. Разработка графического дизайна сайта. URL: <https://t-webstudio.ru/razrabotka-graficheskogo-dizayna-sayta/> (дата звернення: 12.06.2021).

33. What is the design of a site? URL: <http://www.web-siter.com/web-design.html> (дата звернення: 12.06.2021).

34. Тренды дизайна 2021 года, которые вас вдохновят. URL: https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/trendy-dizajna-2021/ (дата звернення: 12.06.2021).

35. Что такое адаптивный дизайн, и почему адаптивная верстка сайта дороже? URL: <https://vc.ru/design/166963-chto-takoe-adaptivnyy-dizayn-i-pochemu-adaptivnaya-verstka-sayta-dorozhe> (дата звернення: 12.06.2021).

36. Container | Webflow University. URL: <https://university.webflow.com/lesson/container#container-padding> (дата звернення: 12.06.2021).

37. Как выбрать и подключить шрифты для сайта? URL: <https://studiof1.ru/blog/design/vybor-shriftov> (дата звернення: 12.06.2021).

38. Проектирование структуры сайта. URL: <http://www.4stud.info/web-programming/designing-the-site-structure.html> (дата звернення: 12.06.2021).

39. Модульные сетки. URL: <https://tilda.education/courses/web-design/grid/> (дата звернення: 13.06.2021).

40. Intro to the box model | Webflow University. URL: <https://university.webflow.com/lesson/intro-to-the-box-model> (дата звернення: 13.06.2021).

41. Информационные блоки на сайте. URL: <https://idbi.ru/blogs/blog/informatsionnye-bloki> (дата звернення: 13.06.2021).

42. Этапы тестирования веб-сайтов. URL: <https://art-lemon.com/site-test> (дата звернення: 13.06.2021).

43. Dadkhah, M., Jazi, M., & Lyashenko, V. (2014). Prediction of phishing websites using classification algorithms based on weight of web pages characteristics. *Journal of Mathematics and Technology*, 5(2), 24-35.

44. Dadkhah, M., Jazi, M. D., Mobarakeh, M. S., & Lyashenko, V. (2015). Developing expert system in order to detect the journal phishing attacks. *Journal of Mathematics and Technology*, 6(1), 70-73.

45. Omarov, M., Tikhaya, T., & Lyashenko, V. (2019). Internet marketing metrics visualization methodology for related search queries. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(5), 2277-2281.

46. Baranova, V., Zeleniy, O., Deineko, Z., & Lyashenko, V. (2019, October). Stochastic Frontier Analysis and Wavelet Ideology in the Study of Emergence of Threats in the Financial Markets. In 2019 IEEE International Scientific-Practical Conference Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T) (pp. 341-344). IEEE.

47. Omarov M., Tikhaya T., & Lyashenko, V. Use of Wavelet Techniques in the Study of Internet Marketing Metrics. Eskişehir Technical University Journal of Science and Technology A-Applied Sciences and Engineering, 20, 157-163.

48. Baranova, V., Zeleniy, O., Deineko, Z., Bielcheva, G., & Lyashenko, V. (2019, October). Wavelet Coherence as a Tool for Studying of Economic Dynamics in Infocommunication Systems. In 2019 IEEE International Scientific-Practical Conference Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T) (pp. 336-340). IEEE.

49. Дурняк Б. В., Ткаченко В. П., Чеботарьова І. Б. Стандарти в поліграфії та видавничій справі: довідник //Львів: Українська академія друкарства. – 2011.

50. Кипень, Н. Ю., Бокарева, Ю. С., & Дейнеко, Ж. В. (2016). Исследование особенностей плоского и материал-дизайна в UI-интерфейсах.

51. Бокарева, Ю. С., & Дейнеко, Ж. В. (2015). Исследование влияния цвета при проектировании целевых страниц LandingPage (Doctoral dissertation, НТМТ).

52. Кулишова, Н. Е., Чеботарева, И. Б., Ткаченко, В. Ф., & Гурьева, Н. С. (2013). Поддержка стабильности цвета в открытых полиграфических системах: Монография.