

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Проектування та розробка навчального web-видання
«Створення логотипів»
(тема)

Виконав:

студент 4 курсу, групи ВПВПС-18-1



Григоренко Я. А.
(прізвище, ініціали)


Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма

Видавничо-поліграфічна справа

(повна назва освітньої програми)

Керівник  ст. викл. Яценко Л.О.
(посада, прізвище, ініціали)

Допускається до захисту
Зав. кафедри МСТ

(підпис)

Дейнеко Ж.В.
(прізвище, ініціали)

2022 р.

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)

«23» травня 2022 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові _____ Григоренко Яні Анатоліївні _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ Проєктування та розробка навчального WEB-видання
_____ «Створення логотипів» _____

Затверджена наказом по університету від _____ 21 травня 2022 р. № 558 Ст _____

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії _____ 6 червня 2021 р. _____

3. Вихідні дані до роботи

Методи та принципи побудови інтерфейсу користувача; растрові та векторні зображення; інформаційна складова; відео.


4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, визначення цілей і задач проєктування; Послідовність виготовлення web-видання; Планування архітектури проєкту; Вибір та обґрунтування інструментальних засобів; Розробка дизайн-макетів сторінок; Наповнення контентом; Прототипування і тестування; Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)

Титульний слайд, Вступ, Аналіз завдання визначення цілей і задач проєктування, Поставлені задачі, Цільова аудиторія, Аналогічні видання, Про що курс?, Схема WEB-видання, Кольорова гама, Взаємодії елементів, Унікальний контент, Економічна частина.


6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)

Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ст. викл. Яценко Л.О.		30.05.2022
Економічна частина	проф. Полозова Т.В.		28.05.2022


КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	23 травня	
2	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, визначення цілей і задач проектування	23 травня	
3	Послідовність виготовлення web-видання	24 травня	
4	Планування архітектури проекту	24 травня	
5	Вибір та обґрунтування інструментальних засобів	25 травня	
6	Розробка дизайн-макетів сторінок	25 травня	
7	Наповнення контентом	26 травня	
8	Прототипування і тестування	27 травня	
9	Економічна частина	28 травня	
10	Оформлення пояснювальної записки	29 травня	
11	Оформлення графічної частини	30 травня	

Дата видачі завдання 23 травня 2022 р.

Студент 
(підпис)

Григоренко Я.А.

Керівник роботи 
(підпис)

ст. викл. Яценко Л.О.
(посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 49 с., 8 ч., 2 табл., 21 рис., 2 дод., 15 джерел.

ЛОГОТИП, НАВЧАЛЬНИЙ КУРС, МУЛЬТИМЕДІЯ, БРЕНДИНГ, WEB-ДИЗАЙН, WEB-ВИДАННЯ.

Кваліфікаційна робота бакалавра присвячена розробці навчального WEB-видання щодо процесів створення логотипів, технологій їх побудови, виготовлення, тестування й поширення. Web-видання проектується у вигляді web-сайту навчального курсу.

Метою створення видання є поширення структурованих знань для долучення нових фахівців у професію web-дизайнера, а саме у галузь створення логотипів.

Курс призначений для дизайнерів, що освоїли графічні програми та основи графічного дизайну та прагнуть отримати базові знання з теми створення логотипів.

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 49 p., 8 pt., 2 tabl., 21 pic., 2 app., 15 sources.

LOGO, TRAINING COURSE, MULTIMEDIA, BRANDING, WEB-DESIGN, WEB-PUBLICATIONS.

The bachelor's thesis is devoted to the development of an educational WEB-publication on the processes of creating logos, technologies for their construction, manufacture, testing and distribution. Web-edition is designed in the form of a web-site of the training course.

The purpose of the publication is to disseminate structured knowledge to attract new professionals in the profession of web-designer, namely in the field of logo creation.

The course is designed for designers who have mastered graphic programs and the basics of graphic design and seek to gain basic knowledge on the subject of creating logos.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ, ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАДАЧ ПРОЕКТУВАННЯ.....	11
1.1 Аналіз завдання	11
1.2 Загальні вимоги до дизайну WEB-видання.....	11
1.3 Розробка психологічного портрета споживача.....	12
1.4 Висновки по розділу	13
2 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ WEB-ВИДАННЯ	14
2.1 Основні етапи розробки курсу	14
2.2 Аналіз аналогічних WEB-видань	14
3 ПЛАНУВАННЯ АРХІТЕКТУРИ ПРОЕКТУ	20
3.1 Опис основних розділів WEB-видання.....	20
3.2 Навігаційна структура WEB-видання	22
4 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ	23
4.1 Інструментальні засоби для створення WEB-видання.....	23
4.2 Інструментальні засоби для створення контентного наповнення та розглядуваних прикладів WEB-видання	25
5 РОЗРОБКА ДИЗАЙН-МАКЕТІВ СТОРІНОК	27
5.1 Вимоги до WEB-видання «Створення логотипів».....	27
5.2 Опис розробки дизайн-макетів сторінок.....	29
6 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ	33
7 ПРОТОТИПУВАННЯ І ТЕСТУВАННЯ	38
7.1 Створення прототипу застосунка.....	38
7.2 Тестування дизайну WEB-видання.....	39
8 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	42
8.1 Характеристика продукції	42
8.2 Оцінка ринків збуту	42

ВИСНОВКИ	49
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	50
ДОДАТОК А Практична частина.....	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

В сучасному світі існує великий попит на ІТ-професії. Сучасні інформаційні технології (ІТ) – це сукупність методів і засобів, що використовуються для збору, зберігання, обробки і поширення інформації [1]. Останні роки прогресивність світових технологій безпрецедентно залежить від ІТ-технологій, які потребують постійного розвитку. Над розробками в галузі інформатики працюють безліч фахівців, які називаються ІТ-спеціалісти. Вони необхідні у різноманітних галузях від господарської справи до космічних промисловостей, зокрема також, в самій ІТ-індустрії.

Галузь інформаційних технологій об'єднує в собі безліч різнопланових професій, в тому числі й не пов'язаних з програмуванням.

Одним з найрозповсюдженіших є напрямок веб-дизайну. Веб-дизайнер – це фахівець, який створює графічні інтерфейси, основне завдання яких – вирішувати задачі користувачів [1]. Дизайнери в ІТ проектують логічну структуру веб-сайтів, додатків та програмного забезпечення, продумують найбільш зручні способи відображення інформації, а також займаються художнім оформленням проекту. Ключова особливість дизайну в ІТ – це те, що це не стільки мистецтво, скільки інструмент, який вирішує конкретні задачі [2].

Така популярність нових професій долучає до оволодіння ними майбутніх фахівців, тому вкрай необхідно забезпечення нових творців грамотною подачею перевіреної інформації. Саме це стало причиною створення навчального онлайн-курсу з розробки унікальних логотипів.

Актуальність роботи зумовлена поширенням замовлень бізнес-аудиторії щодо застосування у широкій практиці унікальних логотипів не лише як символу фірми, але й для окремих товарів, послуг і навіть рекламних кампаній. Таким чином визначена потреба створення та розвитку ресурсів за допомогою яких студенти та фахівці повинні встигати слідкувати за

трендами та набувати нових знань. Саме в режимі онлайн їх може отримати будь-хто та це вагома перевага способу освоєння нових навичок у наш час. Онлайн-курси дозволяють вивчати представлений матеріал у той час, коли зручно студентові, не вимагає підлаштування під узгоджений графік. Також можна навчатися у будь-якому місці, наприклад вдома після роботи або навчання, на впливаючи на темп життя сучасної людини.

Логотип – унікальний фірмовий знак, який асоціюється у аудиторії з брендом компанії [2]. Логотип некоректно вважати за бездумне зображення чи будь-яку геометричну фігуру, що було намальовано за декілька хвилин у графічному редакторі. Створення брендового символу можна прирівнювати до цілком громіздкої поступової проаналізованої роботи, адже цезнак, який повинен викликати емоції, відобразити настрій компанії, відповідати цільовій аудиторії та, найголовніше – бути унікальним. Логотип дуже важлива частина позиціонування компанії на ринку, оскільки допомагає споживачам скласти перше враження про компанію та запам'ятатися для здійснення асоціативної пам'яті у майбутньому.

Курс призначений для дизайнерів, що опанували графічні програми та основи графічного дизайну та прагнуть отримати базові знання з теми створення логотипів. Програма курсу складається з теоретичної частини та практичних завдань. Центральною фігурою курсу є розглядуваний рекомендований план побудови логотипу (виділено основні кроки) та основи успішного спілкування із замовником для раціонального підходу до роботи.

Предметом кваліфікаційної роботи бакалавра є навчальний дистанційний курс (web-ресурс), що сприяє розширенню базових знань з графічного дизайну та засвоєнню навичок створення унікальних логотипів. Об'єктом кваліфікаційної роботи бакалавра є технологія проектування, розробка та підготовка сайту з елементами для теоретичного та практичного опанування навичками створення логотипів.

Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

– аналіз досягнень у створенні web-ресурсів навчальної спрямованості;

- визначення структурних складових передбачуваного web-ресурсу;
- вибір та обґрунтування вибору програмного забезпечення;
- розробка дизайну web-ресурсу;
- збір матеріалів контенту для наповнення web-ресурсу;
- налаштування взаємодії створених сторінок, враховуючи підібрані матеріали;
- оцінка якості створеного web-ресурсу;
- розрахунок економічної собівартості та витрат на розробку.

В розроблюваному сайті заплановані певні особливості, які будуть вигідно виділяти web-ресурс від аналогічних видань. До таких належить унікальний план спілкування з замовником, що заснований на особистому досвіді. Його додавання обумовлене полегшенням початку роботи у новій сфері та уникненням можливості здійснення типових помилок початківців. Також виокремлена частина з підтвердження професійних навичок автора (прикріплені відгуки до моїх робіт та їх приклади з проектів розробки логотипів), щоб обґрунтувати чинність та користь курсу. Виділена окрема сторінка, на якій розглянуті актуальні тренди та класичні приклади вдалих логотипів, які можна відсортувати за стилістичними рисами. Також сторінки з актуальними книжками на теми графічного дизайну та посилання на корисні сервіси для роботи.

Робота виконана у вигляді веб-сайту, що діє на всіх можливих пристроях, включаючи домашні комп'ютери, ноутбуки, смартфони та планшетні комп'ютери. Розроблені макети відповідних розмірів.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ, ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАДАЧ ПРОЕКТУВАННЯ

1.1 Аналіз завдання

Web-видання проектується у вигляді web-сайту навчального курсу. У роботі над створенням WEB-видання головною метою є поширення структурованих знань для долучення нових фахівців у професію web-дизайнера, а саме у галузь створення логотипів. У процесі розроблення необхідно приділити значну увагу доступності та легкості сприйняття сервісу.

Курс призначений для дизайнерів, що освоїли графічні програми і основи графічного дизайну та прагнуть отримати базові знання з теми створення логотипів. Вони зможуть перейти на сторінку курсу у web-браузері та почати навчання, або подивитися тільки один пункт з курсу для поновлення знань.

WEB-видання містить у собі образотворчі зображення, текст, відео, поля для введення тексту, посилання та анімації дій. Тому технічні обмеження не стосуються створюваного сервісу, бо всі подані вище елементи підтримуються усіма браузерами та девайсами і найбільша кількість зацікавлених користувачів зможе переглядати даний курс. Але при цьому сайт є функціональним та привабливим завдяки використанню новітніх технологій оформлення, сучасному дизайну та місткого обсягу даних.

1.2 Загальні вимоги до дизайну WEB-видання

У дизайн розроблюваного WEB-видання необхідно врахувати моменти, що допоможуть користувачам легко знаходити відповіді на свої питання та без труднощів зрозуміти призначення курсу, а саме вони зазначені нижче:

- світла кольорова гама для легкості сприйняття інформації;
- невеликі об'єми тексту для можливості швидкого сканування сторінок;

- логічно розташовані основні елементи та СТА елементи.

Шрифт Gilroy був обран за ознак простоти та зрозумілості, багатомовності. Акцентні елементи зображені більшим шрифтом та накресленням Bold, основні другорядні – накресленням Light.

Також даний шрифт відповідає основній використаній стилістиці, кнопкам, основним кольорам та іконкам.

Зображувальна інформація була використана у високій якості та правильних пропорціях, але легкою «вагою», щоб не перенавантажувати сторінки. Слід зазначити, що всі використані елементи мають ліцензію на безкоштовне використання та поширення для персональних та комерційних потреб.

Отже, для зручного та приємного досвіду аудиторії у користуванні створюваним WEB-виданням були використані вдалі та грамотні композиційні та візуальні рішення.

1.3 Розробка психологічного портрета споживача

Вік цільової аудиторії від 17 до 45 років, але, в цілому, він може бути необмеженим, бо освоювати нову професію ніколи не буває рано чи пізно. Курс призначений для дизайнерів, що освоїли графічні програми та основи графічного дизайну та прагнуть отримати базові знання з теми створення логотипів. Це переважно творчі люди, що готові до змін, у них є жага до створення та переглядання прекрасного. Вони володіють початковими знаннями роботи з графічними програмами та елементами, мають бажання їх удосконалювати та розвивати. Також усвідомлюють необхідність якісної взаємодії з клієнтом та розвиток своєї репутації.

1.4 Висновки по розділу

Отже, в цьому розділі було проаналізовано мету та завдання проекту, розглянуто загальні вимоги до створення WEB-видань та вимоги до розроблюваного видання. Опрацьовано психологічний портрет споживача та зроблена підготовка для переходу на наступні етапи проектування та визначення основних елементів ресурсу.

2 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ WEB-ВИДАННЯ

2.1 Основні етапи розробки курсу

Проектування і розробка WEB-ресурсів передбачає виконання послідовності етапів, серед яких основними є:

- визначення цілей і завдань проекту;
- планування архітектури проекту;
- вибір інструментальних засобів;
- проектування модульних сіток;
- розробка дизайн-макетів сторінок;
- наповнення контентом;
- тестування і запуск.

Послідовний розгляд кожного з названих етапів, їх змісту і способів реалізації дасть можливість найефективніше організувати роботу із створення WEB-ресурсу.

В попередньому розділі було розглянуто перший етап розробки із вказаних вище. А саме: визначення цілей і завдань проекту, тому далі буде розглянуто етап номер 2: планування архітектури проекту.

2.2 Аналіз аналогічних WEB-видань

Розглядуваний аналог є курс від Віктора Соловйова, що має назву «Логотип онлайн. Education» (рис. 2.1).

Даний курс навчання побудований на ознайомленні з новою інформацією, без роботи з домашніми завданнями чи викладачами. Такий вид навчання дає змогу студентам самостійно отримувати знання у зручний час, а також максимально знизити вартість курсів, щоб їх міг дозволити собі будь-який учень. На курсі можна дізнатися про основи дизайну логотипів і

здобути розуміння, як будується товарний знак, що запам'ятовується. Учні навчаються розбиратися в шрифтах та правильно підбирати колірну палітру.

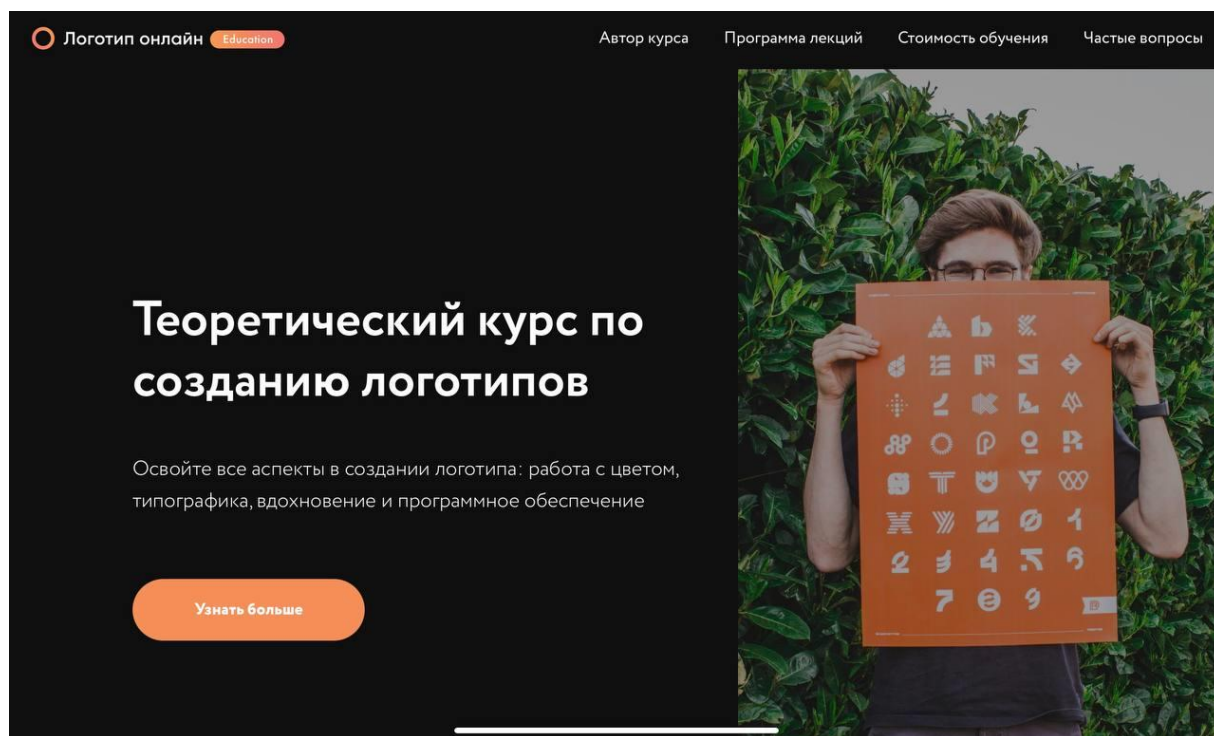


Рисунок 2.1 – Аналогічне WEB-видання

Курс підходить для новачків, які хочуть спробувати себе у брендингу, експериментувати та пізнавати нове. Для ілюстраторів або художників курс допоможе вивчити новий напрямок і почати заробляти на цьому. Дизайнерам курс просуне навички в друкарських технологіях та теорії кольору, заповнить прогалини в теорії брендингу та оформлення фірмового стилю.

Курс розрахований на 7 днів та представлений у вигляді лонгрідів. Учні можуть проходити уроки у будь-який зручний час.

Програма курсу складається з вступної лекції, обговорення фундаментальних знань, робота з кольором, робота з типографікою, джерел де брати натхнення та розділ про програмне забезпечення.

Вартість курсу – 2300 грн.

Другим розглядуваним аналогом є курс від агенції Skillbox, що має назву «Графічний дизайнер з нуля до Pro» (рис. 2.2).

На даному курсі є можливість вивчити основні інструменти графічного дизайнера, щоб створити елементи фірмового стилю та альтернативну графіку для бізнесу. Зможете стати багатими у студії чи на фрілансі.

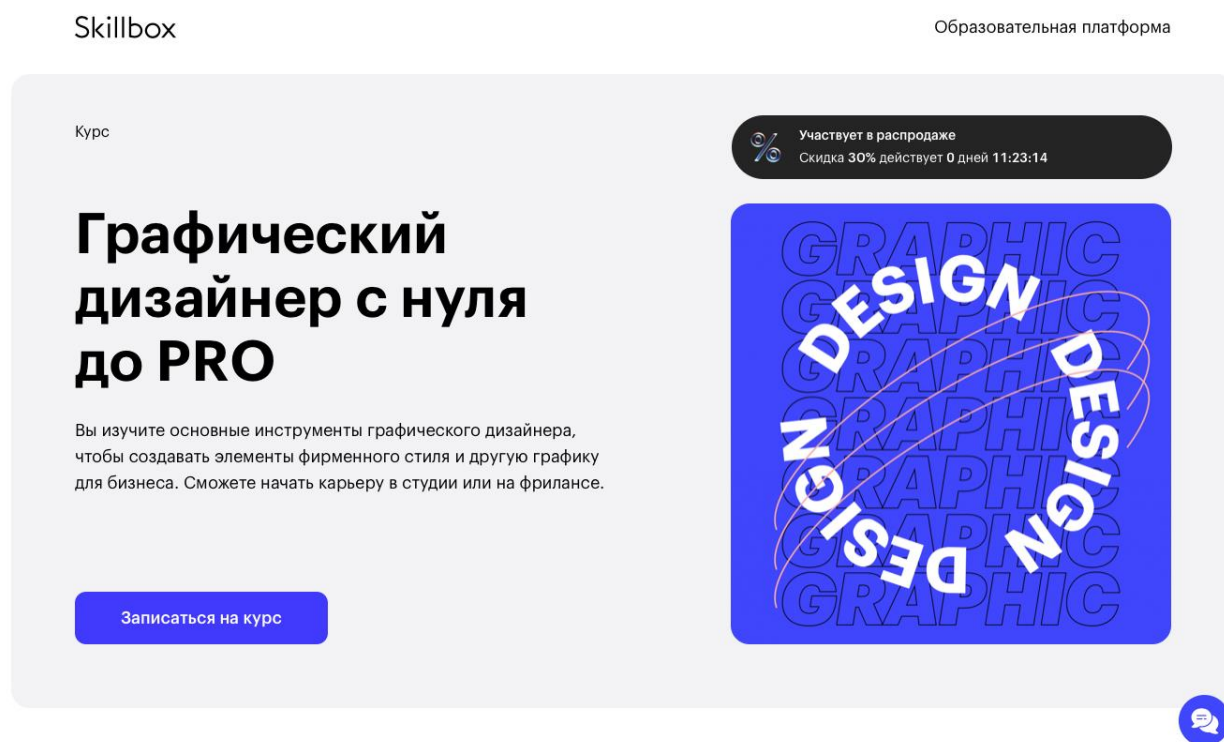


Рисунок 2.2 – Аналогічне WEB-видання

Розглядуваний курс підійде новачкам у дизайні. На курсі вони освоюють Photoshop, Illustrator, InDesign, Adobe Color. Після курсу зможуть розробляти фірмовий стиль та дизайн-концепції для бренду, вести завдання від брифу до презентації. Автор пропонує відточити навички на реальних проектах – заробляти вже під час курсу. Також підійде дизайнерам суміжних сфер, які зможуть поринути у специфіку графічного дизайну: дізнатися, як створюються елементи айдентики, розібратися у брендингу. Для них головною метою проходження курсу є розширення списку завдань, щоби більше заробляти на фрілансі або ефективніше працювати в команді.

Вартість курсу – 2000 грн.

Третім розглядуваним аналогічним WEB-виданням є курс «Фабрика логотипів» (рис. 2.3).

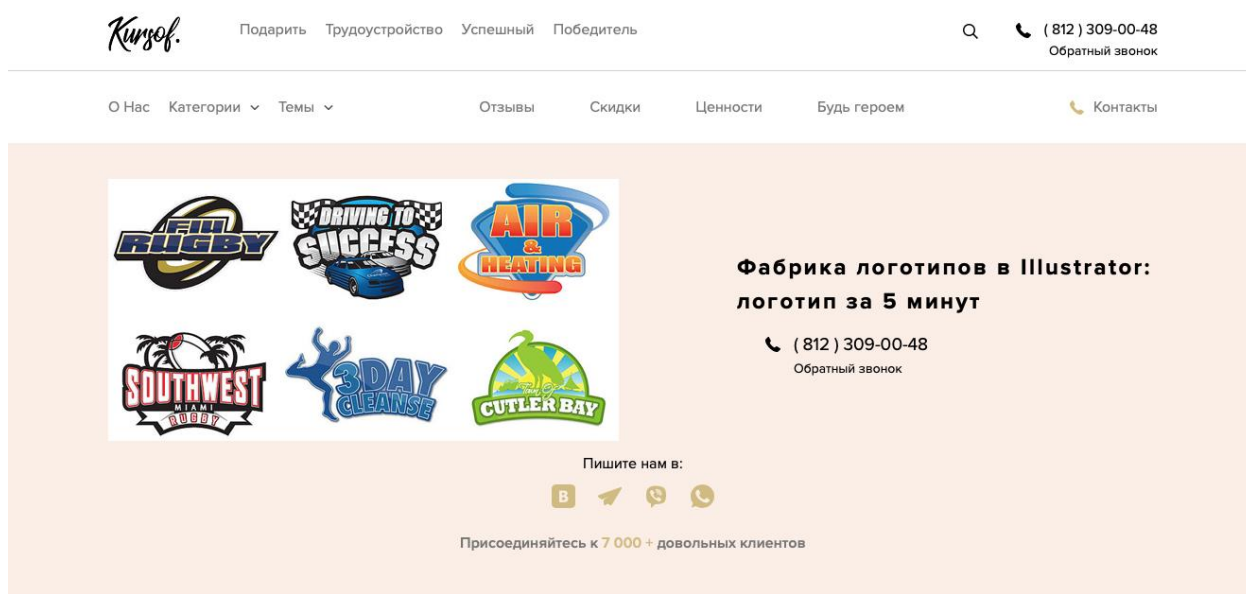


Рисунок 2.3 – Аналогічне WEB-видання

Опис курсу від засновника [9].

Створювати логотипи легко можна побудувати цілу фабрику логотипів. Логотип, шапка сайту повинні бути унікальними, решта по суті лише контент, який змінюється від сайту до сайту.

Ви навчитеся перетворювати свої ідеї на закінчені проекти, логотипи.

Чи зможете створювати екстраординарні логотипи, свіжі, незвичайні, які точно оцінять клієнти.

Або зайнятися штампуванням, розробити кілька стилів і генерувати новий логотип за 5 хвилин.

Як на цьому заробляти?

Можна знайти постійних клієнтів для генерування ним постійного потоку логотипів та шапок сайтів.

Можна брати участь у конкурсах логотипів та активно працювати на біржах фрілансерів.

Розмістити оголошення на форумах для вебмайстрів, розробників.

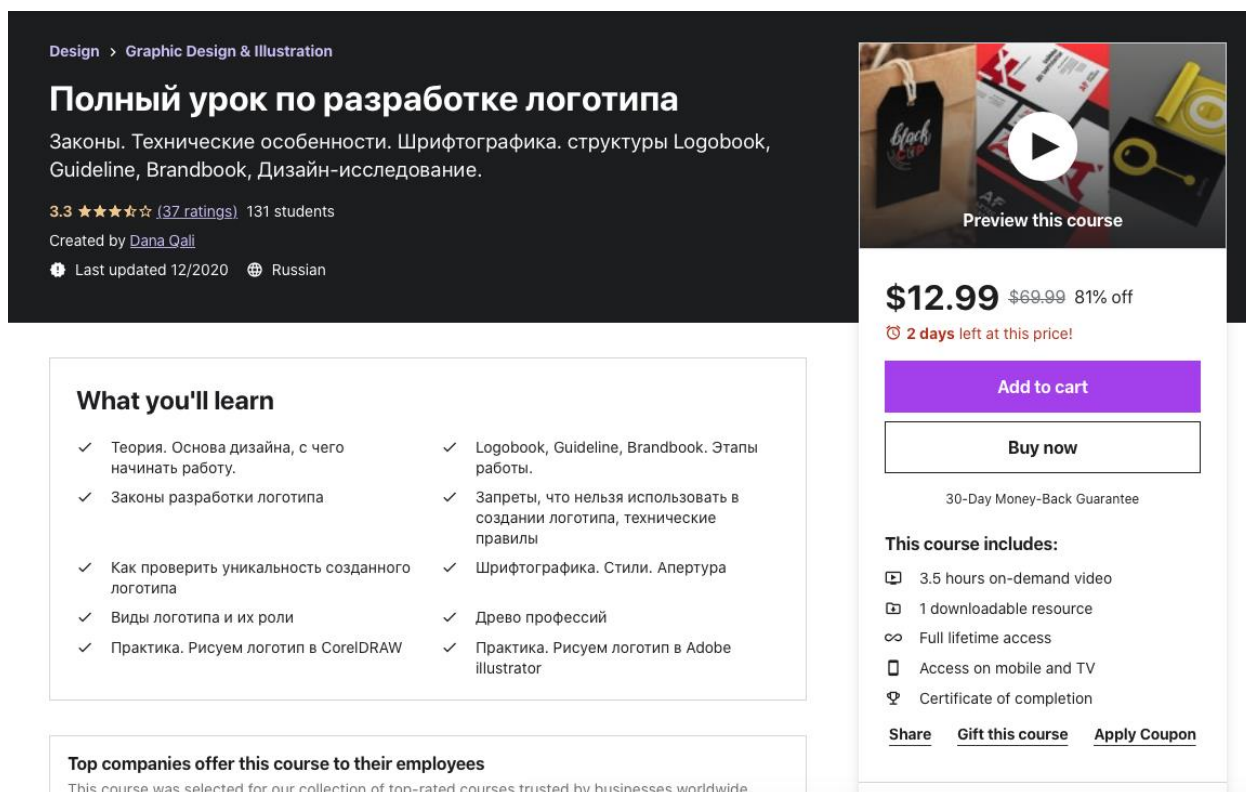
Також варто розглядати закордонні фріланс біржі.

Все це забезпечить вам потік замовлень, гарантований заробіток, лише на вузькій спеціалізації, на логотипах.

Тобто на даному курс студенти ознайомляться із роботою в Adobe Illustrator, навчаться генерувати чудові ідеї для логотипів, малювати швидкі скетчі, працювати зі шрифтами та текстами, налаштовувати колір та формат, збирати базу картинок та скетчів з ідеями, шукати шрифти, створювати унікальні символи, презентувати підсумкову роботу замовнику.

Вартість курсу – 1500 грн.

Четвертим розглядуваним аналогічним WEB-виданням є курс «Майстерність створення логотипів» (рис. 2.4).



The image shows a screenshot of a course page on the Udacity platform. The course is titled "Полный урок по разработке логотипа" (Full Course on Logo Development) and is categorized under "Design > Graphic Design & Illustration". The course description includes "Законы. Технические особенности. Шрифтографика. структуры Logobook, Guideline, Brandbook, Дизайн-исследование." (Laws. Technical features. Typography. Logobook, Guideline, Brandbook structures, Design research). It has a rating of 3.3 stars from 37 ratings and 131 students. The course was created by Dana Qali and last updated on 12/2020. The course is in Russian. The price is \$12.99, which is an 81% discount from the original price of \$69.99. There are 2 days left at this price. The course includes a 30-day money-back guarantee. The course includes 3.5 hours of on-demand video, 1 downloadable resource, full lifetime access, access on mobile and TV, and a certificate of completion. The course is also featured as a top-rated course trusted by businesses worldwide.

Design > Graphic Design & Illustration

Полный урок по разработке логотипа

Законы. Технические особенности. Шрифтографика. структуры Logobook, Guideline, Brandbook, Дизайн-исследование.

3.3 ★★★★★ (37 ratings) 131 students

Created by [Dana Qali](#)

Last updated 12/2020 Russian

What you'll learn

- ✓ Теория. Основа дизайна, с чего начинать работу.
- ✓ Законы разработки логотипа
- ✓ Как проверить уникальность созданного логотипа
- ✓ Виды логотипа и их роли
- ✓ Практика. Рисуем логотип в CorelDRAW
- ✓ Logobook, Guideline, Brandbook. Этапы работы.
- ✓ Запреты, что нельзя использовать в создании логотипа, технические правила
- ✓ Шрифтографика. Стили. Апертура
- ✓ Древо профессий
- ✓ Практика. Рисуем логотип в Adobe illustrator

Top companies offer this course to their employees

This course was selected for our collection of top-rated courses trusted by businesses worldwide.

\$12.99 ~~\$69.99~~ 81% off

2 days left at this price!

[Add to cart](#)

[Buy now](#)

30-Day Money-Back Guarantee

This course includes:

- 3.5 hours on-demand video
- 1 downloadable resource
- Full lifetime access
- Access on mobile and TV
- Certificate of completion

[Share](#) [Gift this course](#) [Apply Coupon](#)

Рисунок 2.4 – Аналогічне WEB-видання

На даному курсі учні отримують багатограний матеріал, який підіймає кваліфікацію на високий рівень. Матеріал підходить і для початківців із нульовим рівнем, і для просунутих дизайнерів.

Для початківців курс дозволяє отримати грамотний фундамент, у якому закладено 13-річний досвід.

Починаючи з самого основного, як, з чого розпочати роботу, що з чого складається, що таке Logo, Guideline, Brandbook, їх структури, чим відрізняються, поетапність роботи дизайнера. Уроки торкаються юридичних сторін, розбирають погані та добрі приклади, переходять на шрифтографіку, стилі, апертуру, як їх структурування, торкаються видів логотипу та їх ролі. А також, щоб поняття складності фірмового стилю, айдентики, розглянуто історію, і створено дерево професій. З'ясовується, як з'явилася сьогодення Айдентика.

Також додані практичні уроки з розробки логотипу.

На курсі малюють один ескіз на різних програмах, щоб познайомитися і з CorelDRAW, і з Adobe illustrator.

Причому, якщо у учнів немає навичок володіння даними програмами, то уроки складені таким чином, що з нульового рівня кожен зможе освоїти їх за два уроки.

Завершуваним етапом є розгляд практики Дизайн-дослідження, де кожен зможе показати себе і висловити всі свої внутрішні бажання, думки, кожен зможе плисти у вільному плаванні на повні груди.

Вартість курсу – 1500 грн.

Отже, при опрацюванні аналогів було виявлено, що в розроблюваний курс необхідно включити окремими розділами освоєння типографіки та кольорів на новому рівні. Також слід звернути увагу на роботу з деяким програмним забезпеченням.

3 ПЛАНУВАННЯ АРХІТЕКТУРИ ПРОЕКТУ

Програма курсу складається з теоретичної частини та практичних завдань. Центральною фігурою курсу є розгляд рекомендованого плану побудови логотипу (виділено основні кроки) та основи успішного спілкування із замовником для раціонального підходу до роботи.

Детальний зміст курсу:

- вступ;
- з чого починати;
- план створення логотипу;
- спілкування із замовником;
- трендові рішення;
- додаткові смаколики.

Також виділена частина з підтвердження професіональних навичок автора (прикріплені відгуки до моїх робіт та їх приклади з проектів розробки логотипів), щоб обґрунтувати чинність та користь курсу. Виділена окрема сторінка, на якій розглянуті актуальні тренди та класичні приклади вдалих логотипів, що можна відсортувати за стилістичними. Також сторінки з актуальними книжками на теми графічного дизайну та посилання на корисні сервіси для роботи.

Робота виконана у вигляді веб-сайту, що діє на всіх можливих пристроях, включаючи домашні комп'ютери, ноутбуки, смартфони та планшетні комп'ютери. Розроблені макети відповідних розмірів.

3.1 Опис основних розділів WEB-видання

Перед тим, як розпочинати роботу з курсом користувач потрапить на вітальну сторінку з запрошенням створити аккаунт чи увійти в існуючий. Це необхідно, по-перше, безпосередньо користувачу для того, щоб він міг

слідкувати за своїм прогресом, починати навчання знову з того місця, де закінчив у минулий раз, мати персональну підтримку в чаті від модераторів, тощо. По-друге, для модераторів WEB-видання для відслідковування статистики з метою подальшого розвитку та покращення проекту.

Вступна сторінка з привітанням – на цій сторінці користувач, що вже пройшов реєстрацію може розпочати освоєння курсу, або обрати іншу потрібну сторінку.

Доступні наступні сторінки.

1. «Зміст курсу»

Тут можна перейти до визначеного розділу курсу та загалом познайомитися з його наповненням.

2. «Про автора»

На даній сторінці користувач має змогу побачити автора курсу, дізнатись коротку інформацію про нього та ознайомитися з його роботам. Цей розділ створений для підкріплення довіри між користувачем та курсом, щоб у нього було враження, що він працює з реальною людиною та вивчає дійсно корисний матеріал, що був здобутий автором протягом здобуття досвіду роботи.

3. «Актуальні джерела»

Допомагають обрати для себе додаткову літературу, що наповнена актуальними рішеннями та допомогою початківцю та дизайнеру на достатньому рівні здобути нові знання та розвинути професійні якості. Розділ поповнюється по мірі поступлення нових джерел.

4. «Корисні джерела»

Містять у собі посилання на сервіси та сайти, що можуть знадобитися у роботі над завданнями та взагалі у подальшій професійній діяльності. Тут наведені назви, посилання та їх відповідні короткі описи.

5. «Трендові рішення»

На даній сторінці можна знайти актуальні підбірки для натхнення, останні тенденції та нові прийоми користування програмами чи взаємодії з аудиторією.

3.2 Навігаційна структура WEB-видання

Розробка навігації є одним з найважливіших кроків у розробці будь-якого WEB-ресурсу. На перших етапах розробки WEB-видання необхідно потурбуватися та ретельно прорахувати шляхи пересування сайтом користувачем. Необхідно максимально доступно та зрозуміло скласти можливі маршрути та зробити їх у швидкому доступі з будь-якого місцезнаходження на сайті.

Основні моменти, що були використані для досягнення цілі спростування навігації для будь-якого користувача: на кожній сторінці курсу користувач може знайти кнопку для переходу на головну сторінку «Додому», щоб почати шлях спочатку; на кожній сторінці можна знайти меню, з якого можна перейти на будь-яку сторінку WEB-ресурсу. Таким чином кожна сторінка взаємодіє з кожною іншою (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Навігаційна панель

4 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ

4.1 Інструментальні засоби для створення WEB-видання

Розглянемо програмні забезпечення для дизайну зі схожим функціоналом Zeplin та Figma.

Zeplin – сервіс для спільної роботи між дизайнерами та розробниками, покликаний збільшити швидкість виконання проектів. За допомогою Zeplin верстальники сайтів та фронтенд розробники додатків можуть отримати необхідний програмний код для верстки (рис. 4.1).

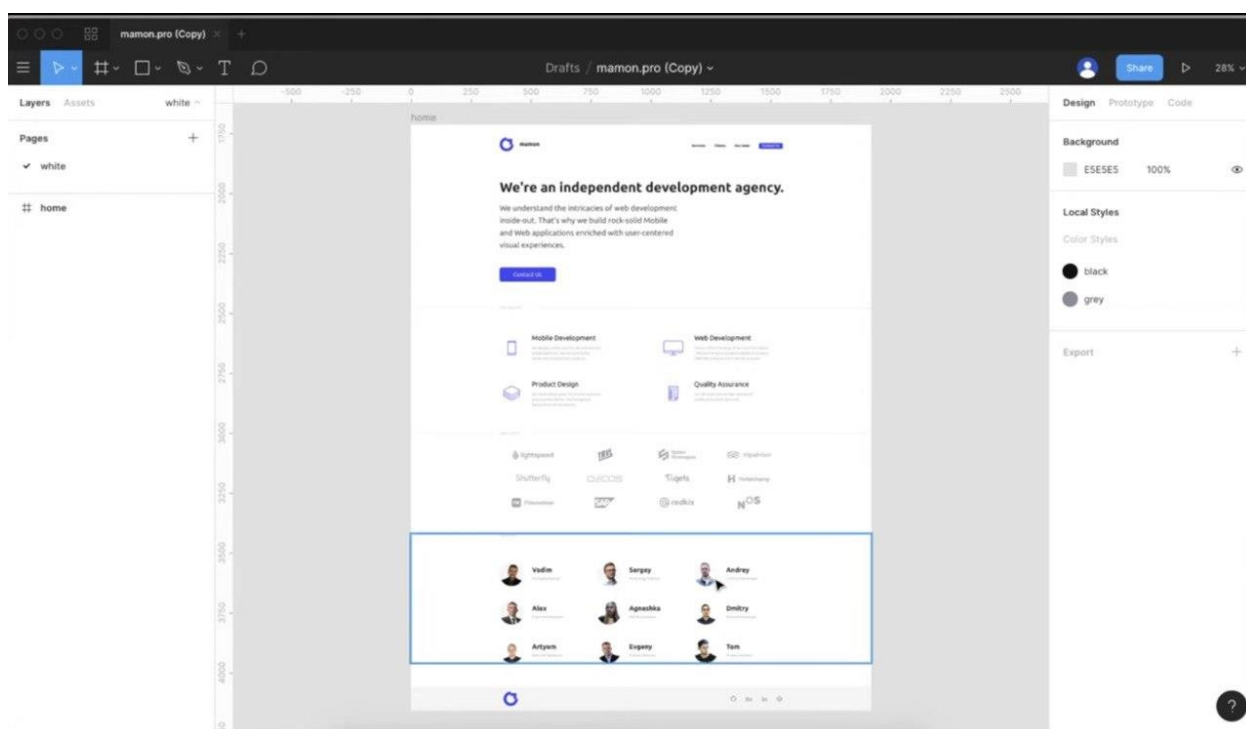


Рисунок 4.1 – Інтерфейс Zeplin

Сервіс не надає інструменти для розробки графічного дизайну проекту з нуля.

Для зв'язку розробника та дизайнера існує система коментарів. Користувач, який має доступ до проекту, може залишити коментар до макету

в цілому або до окремого елемента для внесення змін або позначки статусу. У коментарях можна відзначати людину, до якої звертається користувач. Всі коментарі можна групувати за кольорами та відзначати їх одним із статусів: «Відкритий», «Згаданий» та «Вирішений».

Особливості Zeplin:

- встановлення ролей та дозволів для працівників: адміністратор, редактор, розробник, браузер;
- перегляд макетів сайтів, мобільних програм та інших інтерфейсів;
- експорт макетів у форматі XML або CSS;
- можливість угруповання шарів та елементів у макеті;
- зміна кольору елементів та шарів.

Figma – векторний онлайн-сервіс розробки інтерфейсів та прототипування з можливістю організації спільної роботи, що розробляється однойменною компанією. Працює у двох форматах: у браузері та як клієнтський додаток на десктопі користувача. Зберігає онлайн-версії файлів, з якими працював користувач (рис. 4.2) [3].

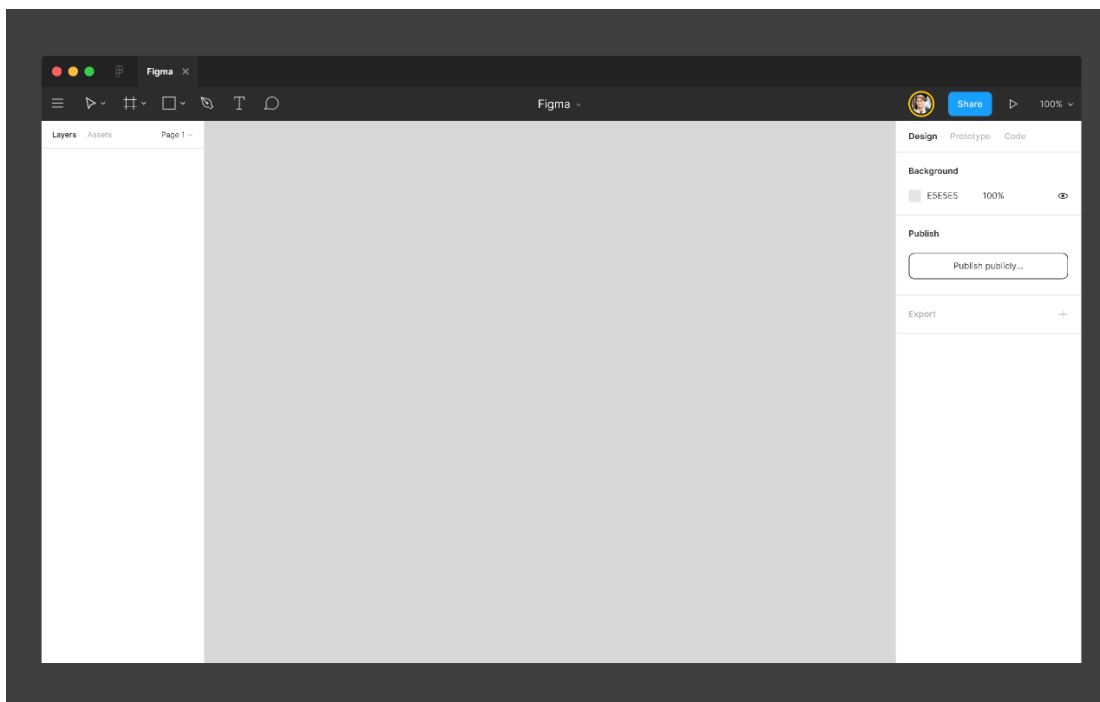


Рисунок 4.2 – Інтерфейс Figma

Особливості Figma:

- створення прототипів товару;
- створення дизайну інтерфейсів;
- колекція шаблонів;
- контроль версії;
- співробітництво дизайнерів та розробників;
- експорт у SVG та CSS;
- взаємодія з учасниками за допомогою коментування та залишення емоцій;
- інтеграція з популярними сервісами: Dropbox, Zeplin, Jira, Trello та інші.

Для створення даного WEB-видання було використано інструмент для дизайну WEB-сторінок Figma.

Було обрано онлайн-сервіс Figma, тому що на даний момент це найпрогресивніша та найзручніша програма для заданих цілей, у порівнянні з її аналогами. Вона дає змогу легко управляти елементами дизайну, змінювати, повторювати їх та виконувати інші необхідні операції для розробки гнучкого та зручного для верстки WEB-сайту. У Figma є можливість створити реальний прототип сайту, що буде містити переходи між сторінками, реагувати на натискання кнопок та показувати ховери, які можна налаштувати за потреби. Це вкрай необхідно для якісного виконання даного проекту, за умовою якого не стоїть створення коду сторінки.

4.2 Інструментальні засоби для створення контентного наповнення та розглядуваних прикладів WEB-видання

Для створення контенту курсу, а саме приклади робіт, навчання яких розглядаються в курсі було використано програмні засоби Adobe Illustrator та Adobe Photoshop.

Adobe Illustrator – професійний графічний редактор для створення та редагування векторної графіки від компанії Adobe.

У даній програмі були розроблені всі розглядувані логотипи та саме її рекомендується використовувати учням у майбутньому відпрацюванні завдань, що розглянуті у курсі.

Adobe Photoshop – графічний редактор, розроблений і поширюваний фірмою Adobe Systems. Цей продукт є лідером ринку в галузі комерційних засобів редагування растрових зображень і найвідомішим продуктом фірми Adobe.

За допомогою даного програмного забезпечення були розроблені мокапи створених логотипів для гідної презентації робіт замовнику та подальшого їх використання у портфоліо.

5 РОЗРОБКА ДИЗАЙН-МАКЕТІВ СТОРІНОК

5.1 Вимоги до WEB-видання «Створення логотипів»

Перед початком розробки курсу «Створення логотипів», були враховані декілька груп вимог, для здійснення якісного процесу проектування електронного видання, це – технічні, технологічні, психологічні та економічні.

Технічні вимоги створення WEB-сайтів, які будуть відображатися на будь-яких пристроях потребують розробки дизайну макетів у найпопулярніших серед користувачів розмірах. Це необхідно для коректного відображення сайту на різних екранах. Однак, у процесі проектування таких видань, їх інтерфейсів треба враховувати технічні особливості пристроїв, на яких буде відображатись контент.

Таким чином для проектування були обрані такі основні розміри:

- 1920 x 1080 px – для десктопів;
- 375 x 812 – для смартфонів.

Вибір обґрунтовано потребами сучасної людини. Частина потенційних користувачів зацікавлені у перегляді розроблюваної інформації курсу у «звичних» умовах – вдома, на комп'ютері за столом та зошитом для нотаток, або в кафе з кавою та гарним видом за вікном. В той самий час існує інша половина користувачів, які звикли сприймати та засвоювати інформацію на ходу, у дорозі в міському транспорті, або просто лежачи в ліжку. Також потрібно враховувати, що один і той самий зацікавлений читач повинен мати можливість починати та продовжувати навчання, повторювати вивчені розділи на різних пристроях, тому ніяка інформація не може бути проігнорована у мобільних чи комп'ютерних версіях сторінок. В наш час кожен учень потребує мати якісний доступ до навчальних даних у будь-яких

обставинах його життя, які були враховані при розробці даного WEB-видання «Створення логотипів».

Операційна система і технічні характеристики пристроїв можуть бути будь-якими, бо всі графічні та текстові дані оптимально налаштовані за рекомендаціями фахівців щодо обробки інформації перед завантаженням у мережу, це стосується технологічних вимог.

Технологічні вимоги включають в себе технологію оброблення зображень, відео-фрагментів, текстів, гіперпосилань.

Оптимальні розміри для WEB-середовища не повинні перевищувати за шириною 1000 пікселів і по висоті 750 пікселів, мати якісну структуру та насичені кольори. Оптимальна вага картинки – 200-400 кілобайт, в залежності від розміру. Важливо стежити за тим, щоб кожне зображення, яке міститься у WEB-виданні було виконані у пропорціях. Це можуть бути такі пропорції: 1:1, 4:3, 16:9. Такий прийом зможе додати акуратності сторінкам та допоможе користувачу прослідкувати структуру сторінок, що спростить сприйняття інформації. Також необхідно звертати увагу на пропорції розміщення текстових блоків, вони повинні поєднуватися з зображенням у свою рівномірно розподілену по сторінці сітку, причому вона може відрізнятися на окремих сторінках, але бажано знаходити спільні елементи для тієї ж цілі – спрощення сприйняття даних [5].

Відео-фрагменти були виконані у форматі .gif або .mp4 у окремих випадках. Рекомендується використовувати саме .gif, якщо не потрібен звук та до відео немає потреби додавати панель управління часом і швидкістю, бо таким чином у декілька разів економляться мегабайти користувача при завантаженні сторінки, на якій міститься файл.

До психологічних вимог відносять якості, що відчуюються при роботі з курсом. Це відносне поняття рівня зрозумілості та логічності інтерфейсу, приємна оку кольорова гамма, ненапружливі Call To Action елементи.

Економічні вимоги будуть розглянуті у наступних розділах.

5.2 Опис розробки дизайн-макетів сторінок

Перед початком розробки авторської концепції щодо реалізації проекту, були зазначені мета та завдання, цільова аудиторія WEB-видання.

Завдяки зазначеним характеристикам були виділені важливі елементи, що мають зміст у даному WEB-виданні.

Виходячи із зазначених аспектів була розроблена структурна схема і схема мультимедійного контенту розподіленого по компонентах розробленого проекту (рис. 5.1).



Рисунок 5.1 – Структурна схема WEB-видання «Створення логотипів»

На головній сторінці комплексу містяться наступні елементи:

- «Старт» – основний розділ видання. За натисканням кнопки користувач направляється до початку роботи з курсом;
- «Зміст курсу» – опис розділів курсу;
- «Про автора» – коротка інформація про автора курсу та його роботи.
- «Актуальні джерела» – перехід на сторінку з рекомендованим списком сучасної та корисної літератури для опрацювання;
- «Корисні посилання» – сервіси, що можуть знадобитися у роботі за фахом курсу;

– «Трендові рішення» – перехід на сторінку з рекомендованим списком сучасної та корисної літератури для опрацювання;

– «Профіль користувача» – кнопка дає можливість перейти на сторінку власного профілю, створити його, змінити або видалити.

Безпосередньо розробка курсу була розпочата з проєтування сітки вирівнювання елементів, на які слід спиратися у подальшій роботі.

Вона містить 6 колонок з відступами 20 px одна від іншої та відступами від полів 337 px (рис. 5.2).

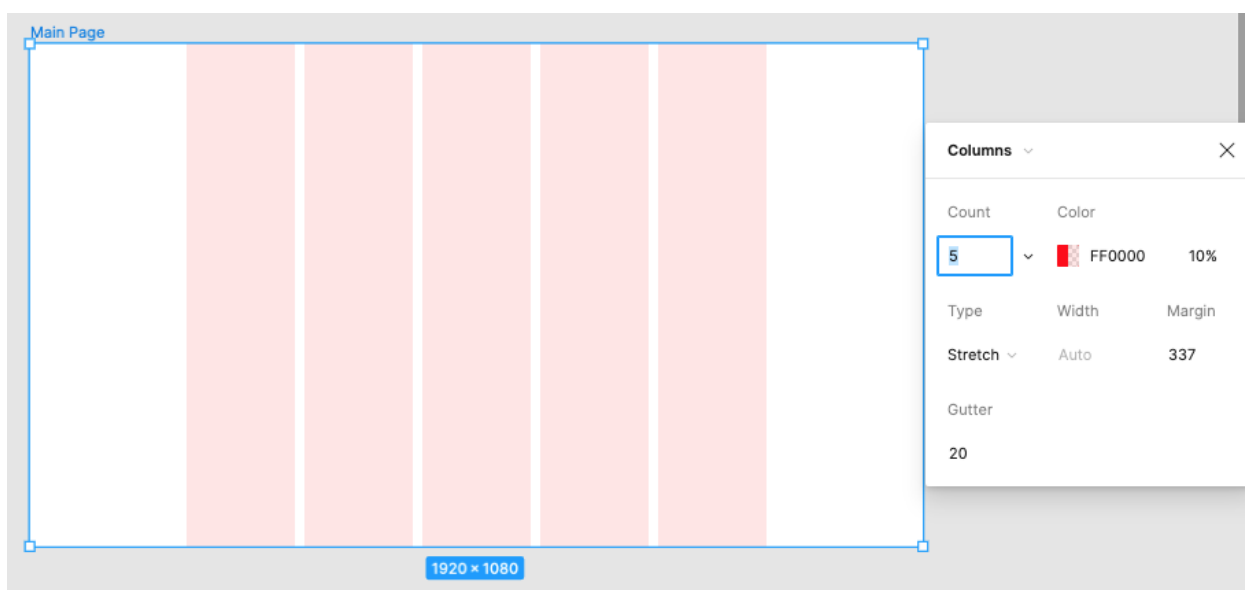


Рисунок 5.2 – Сітка вирівнювання елементів

Була визначена основна кольорова гамма, що складається з кольору тексту за номером #323232 та акцентного кольору за номером #FF7A4F. Також були визначені додаткові кольори для градієнтного фону (рис. 5.3).



Рисунок 5.3 – Кольорова гамма видання

Одним з головних трендів останнього часу у 2022 році є м'які градієнти у будь-якому своєму проявленні. Тому було прийнято рішення створити унікальний градієнтний фон, що буде гармоніювати з тематикою курсу, підкреслювати основні елементи та слугувати ненав'язливим втручанням у сучасні напрямки у дизайні, бо, як відомо, необхідно створювати дизайн класичним, щоб зберегти в ньому довготривалість сприйняття та звертати увагу на тенденції, щоб задіяти почуття перебування в сучасному середовищі у споживачів (рис. 5.4).

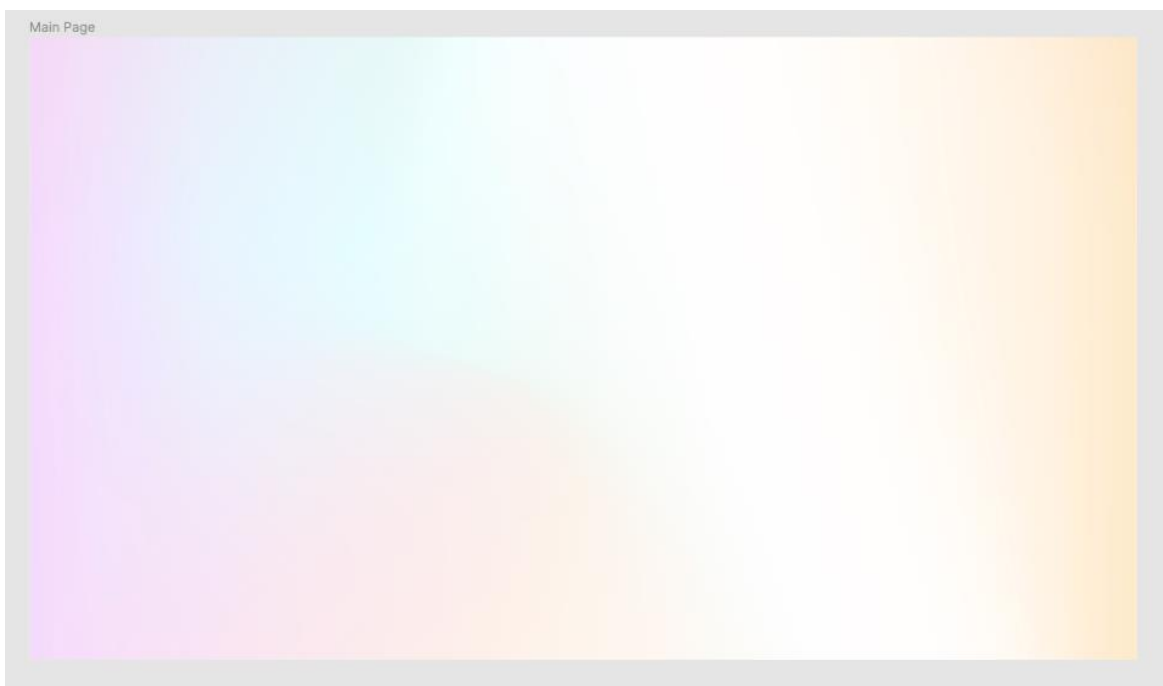


Рисунок 5.4 – Створення унікального фону

Наступним кроком були розроблені елементи взаємодії користувача з виданням. Це кнопки та всеможливі меню, для них також розроблені і ховер-ефекти за допомогою можливостей програми Figma (рис. 5.5).

Такі елементи були створені для подальшого їх використанні у прототипі сайту. Прототипи Figma дозволяють створювати імітацію працюючого продукту, в якому працюють деякі елементи управління, є можливість переходити на сторінки і взаємодіяти з інтерфейсом.

Прототипи дозволяють відкрити створюваний проект у браузері і вже на етапі розробки дизайну оцінити досвід користувача при роботі з ним. Крім того, це зручний спосіб демонстрації роботи.

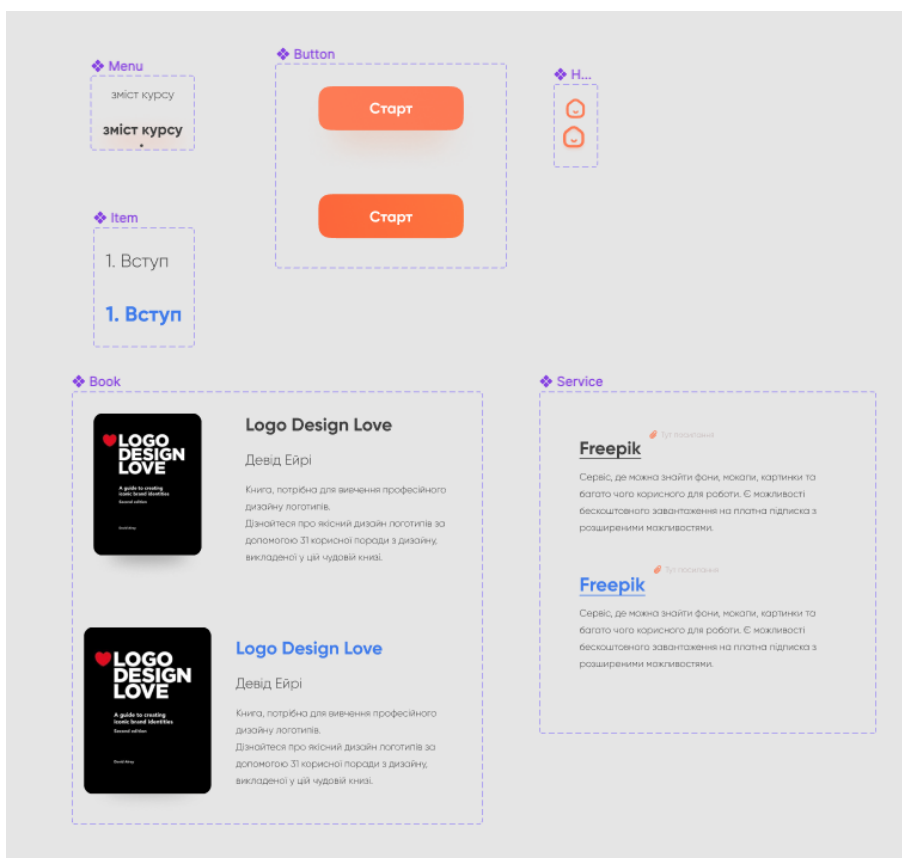


Рисунок 5.4 – Створення елементів курсу

Спираючись на зазначені фактори було спроектовано сучасне WEB-видання у вигляді сайту з дотриманням норм та правил створення оптимальних WEB-сторінок. На ескізах показано його типові сторінки (Додаток А). Головною особливістю дизайну видання є його простота у сприйнятті та концентрація на унікальному контенті.

6 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ

Перед початком роботи над наповненням WEB-видання було розроблено його зміст, в якому зазначені основні розглядувані розділи. Таким чином, маючи план курсу роботи складання теоритичних матеріалів пришвидшується та окреслюється уявними межами, за які не варто виходити для зосередження уваги на основному.

Інформаційне наповнення курсу було складене у сервісі Word у створеному окремому документі для зручності у використанні у майбутньому та можливості зберегти копії текстової і ілюстраційної інформації. Ілюстраційні матеріали було створено у програмному забезпеченні Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, в залежності від випадків. Наприклад, розроблення ескізів логотипу, модульної сітки, шрифтових рішень та безпосередньо створення логотипу було повністю реалізовано у програмі Adobe Illustrator. А накладання логотипу на мокап та подальша обробка для використання візуалізацій роботи для замовника виконано у програмному забезпеченні Adobe Photoshop.

Контент був створений у максимально ненапружливому стилі, для надання дружелюбного емоційного забарвлення між автором та читачем курсу. Такий прийом використаний для розслаблення психологічного стану користувача під час навчального процесу, оскільки при засвоєнні інформації в такій формі зникає відчуття бездумного завчання даних, а з'являється уявна бесіда із другом чи просто людиною, що розповідає цікаву історію.

Поради, що надані у курсі були зібрані впродовж років практичних застосувань теоретичних знань, спілкування з іншими дизайнерами, замовниками. Також вони витікають із осмислення порад у літературі та підсумування власними висновками про той чи інший етап роботи.

Було зроблено акцент на тому, що подані відомості не є прямою і незмінною інструкцією до використання, а лише направлення до вірного

шляху, який кожен користувач обирає для себе сам. У будь-якому разі успішним у сфері WEB-дизайну стане той фахівець, якому буде під силу перетворювати опрацьовану інформацію у власний унікальний потік думок та надавати їй нове забарвлення, доповнюючи індивідуальними примітками.

Основну увагу приділено розробці плану, яким може скористуватися кожен дизайнер для побудови робочого процесу. Він складається з таких пунктів:

- надіслати бриф замовнику;
- перші задумки;
- пошук референсів;
- розробка ескізів;
- підбір кольорової гами;
- підготовка мокапів та презентації логотипу.

Детально розглянемо контент, що було написано для кожного з пунктів.

1. Надіслати бриф замовнику.

Якщо ти розробляєш логотип для себе - відповідай на ті ж питання.

Бриф – це документ, коротка письмова форма погоджувального порядку між сторонами, що планують співпрацювати, в якій прописуються основні параметри майбутнього програмного, графічного, медійного або будь-якого іншого проекту [9].

Тобто бриф містить у собі питання, на які потрібно відповісти замовнику щоб найбільш чітко сформулювати задачу для тебе.

Прикладаю ключові питання, які я сформулювала зі свого досвіду методом аналізу помилок:

- «Вкажіть назву, яка має відобразитися в логотипі. Якщо необхідно, додайте слоган»;
- «Опишіть своє бачення логотипу, якщо це можливо. Вкажіть стиль, у якому має бути розроблено логотип»;
- «Якою ви бачите цільову аудиторію вашої компанії?»;

- «Чи є основні кольори чи бажані кольори?»;
- «З яких елементів має складатися логотип? Що слід показати? (наприклад: логотип має складатися із назви та графічного знаку, назва «HOUSE», знак має бути будинком у стилі лофт)»;
- «Додайте кілька прикладів логотипів, які вам подобаються, якщо маються»;
- «Опишіть свій майбутній логотип у 5 словах. (емоції, які він повинен викликати. Наприклад: сучасність, дорогий бренд, інноваційність, надійність ...)»;
- «Будь ласка, додайте будь-яку додаткову інформацію, яку ви вважаєте важливою».

Важливо, щоб твій власний бриф не містив занадто багато питань, які могли б налякати замовника. Але занадто мало питань також можуть справити враження не зацікавленості у досягненні ідеального результату. Тому це цілком нормально складати нові чи прибирати старі питання в залежності від замовлення.

2. Перші задумки.

Після ознайомлення з вимогами замовника якщо в тебе з'являється асоціація – вона повинна одразу бути зафіксована на будь-якому носії.

Якщо прямої асоціації немає – рекомендують скористатися методом пошуку ідей «карта асоціацій».

Для цього візьми аркуш паперу та по центру запиши слова, що несуть головну місію бренду. Від центру починай вимальовувати лінії, що будуть прямувати до основних характеристик, що клієнт вказав у брифі та які спадають на думку при аналізуванні бренду. При промальовці всіх віток асоціацій необхідно знайти точки перетину між словами та з них скласти візуальне зображення.

3. Пошук референсів.

Створи для себе мудборд з логотипами, які відповідають ідеям та стилістиці твоєї роботи. Важливо приступати до цього кроку тільки після

фіксування перших думок після вивчення брифу, щоб дати волю фантазії без помічних матеріалів.

4. Розробка ескізів.

Ескіз – це попередній начерк картини, малюнка або їх частин. Вони розробляються у будь-якому зручному вигляді, наприклад, від руки на папері, або у графічних програмах на комп'ютері, планшетному комп'ютері.

5. Підбір кольорової гами.

Кольорова гама має виходити із політики бренду, відповідати його ідеї, чітко асоціюватися з ним і бути універсальною та читабельною.

Нерідко замовник має визначені бажані кольори, що він хоче бачити у роботі, але це відбувається не завжди.

Для досягнення цілі візуально виділитися на тлі конкурентів необхідно проаналізувати використовувані кольори зазначених компаній та внести у них корективи шляхом порівняння.

6. Підготовка мокапів та презентації логотипу.

Довівши ескізи до кінцевого результату необхідно вибрати найбільш вдалий варіант та розмістити його на мокап, що відповідає реальному способу використання логотипу в майбутньому. відбувається його презентація замовнику. Мокап - це макет, який використовується дизайнерами для того, щоб продемонструвати замовникові виріб або продукт. Наприклад, майбутню візитну картку або обкладинку. Також на цьому етапі оцінюють реакцію потенційних покупців чи партнерів на логотип. За наявності недоліків здійснюється доопрацювання та коригування проекту.

Отже, було розроблено унікальну теоретичну складову курсу, що містить у собі опрацювання основ графічного дизайну, основ типографіки та колористики, наведено поради спілкування із замовником у різних ситуаціях. Також створено унікальну практичну частину, що містить наглядний розгляд прикладів розробки логотипів та типові помилки новачків. І відсортована та

наведена бібліотека сучасних джерел і корисних посилань для використання у роботі над логотипами та взагалі у сфері графічного дизайну.

7 ПРОТОТИПУВАННЯ І ТЕСТУВАННЯ

7.1 Створення прототипу застосунка

Для запобігання внесення поправок у роботу програмістів, що переносять макет дизайну на реальний сайт, необхідно використовувати прототип.

Прототип – це зразкова версія кінцевого варіанту дизайну, що містить у собі переходи між сторінками та клікабельний макет, який команда розробників видань використовує для тестування перед запуском.

Метою прототипу є перевірка та підтвердження роботи дизайну, перегляд перед розповсюдженням серед споживачів.

Прототипування займає ключову позицію у процесі тестування, виявлення та вирішення проблем, що можуть виникнути у користувачів під час користування розробкою. Тестування за допомогою прототипу сайту з кінцевими користувачами дасть можливість команді розробників оптимізувати роботу та запобігти виникненню питань чи незрозумілих моментів користування.

Прототипування даного WEB-видання розроблено за допомогою програмних можливостей Figma. Для цього з кожного клікабельного елемента була встановлена взаємодія з елементом, до якого необхідно реалізувати перехід. При наведенні на кнопку - вона дещо змінює свій зовнішній вигляд (стає темнішою, тінь більше підсвічується для створення ефекту натискання реальної кнопки). Такі прийоми добре відгукуються у показниках конверсії сайту, людям хочеться натискати на кнопки більше.

В результаті було отримано клікабельний прототип WEB-видання, що готовий для подальшого тестування у вигляді імітації реального сайту (рис. 7.1).

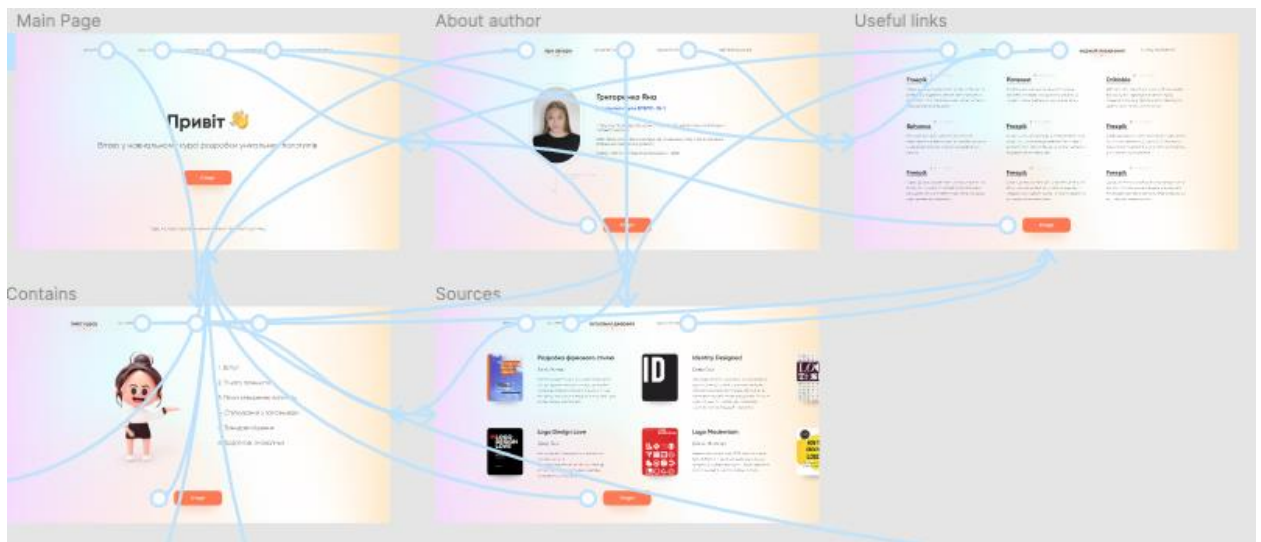


Рисунок 7.1 – Прототипування типових сторінок видання

7.2 Тестування дизайну WEB-видання

Етап тестування WEB-видання вкрай важливий. На ньому можна дослідити роботу сайту та виявити можливі помилки у роботі.

Під час перевірки необхідно загострити увагу на досягнення мети видання, запевнитися, що розроблений макет відповідає початковому концепту. Також розглянути доступність дизайн-рішень до користувача, спробувати відчувати себе людиною, яка вперше відвідує сайт, зрозуміти емоції і відзначити складності взаємодії, якщо такі є.

Після цього корисним буде запросити людей, що входять у коло визначеної цільової аудиторії і запропонувати їм ознайомитися з прототипом майбутнього сайту.

Були розглянуті варіанти користування WEB-виданням на телефоні (рис. 7.2) та на комп'ютері (рис. 7.3).

Часто при розробці адаптивних макетів виникає враження, що розміри тексту чи кнопок виглядають гарно на комп'ютерній версії, але на мобільній версії здаються малими. Такі ж особливості зустрічаються і з іншими елементами, наприклад, розміром тексту. Тому при розробці сторінок були враховані особливості розробки окремих елементів на мобільних та десктоп

пристроях, а при здійсненні перевірки курсу на коректну роботу проблем з розмірами елементів не було виявлено.

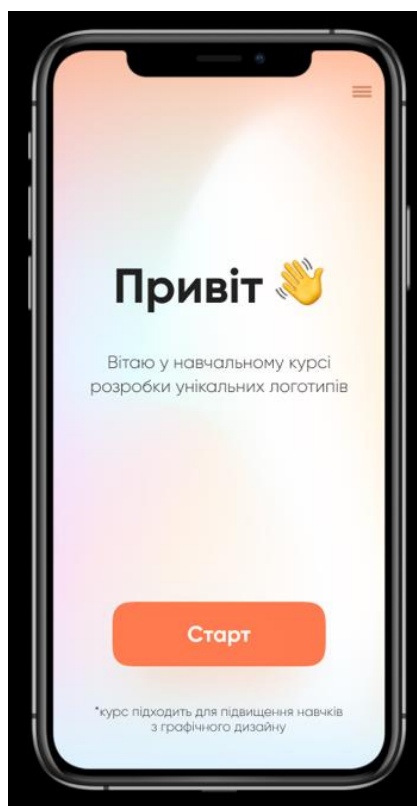


Рисунок 7.2 – Тестування WEB-видання на мобільному пристрої

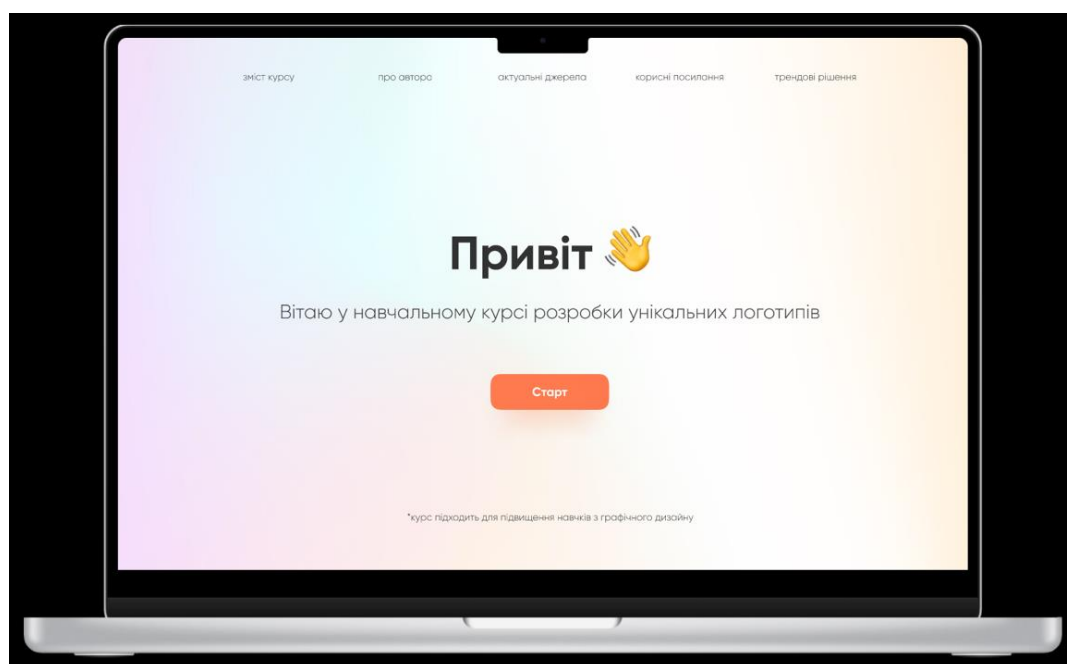


Рисунок 7.3 – Тестування WEB-видання на комп'ютері

Під час такої перевірки у даному випадку проблеми були усунуті на етапі перевірки макетів дизайнером, а опитана аудиторія залишилася щасливою від користування WEB-виданням та не помітила труднощів у роботі з ним.

8 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

8.1 Характеристика продукції

Основною метою кваліфікаційної роботи є розробка і проектування дизайну навчального WEB-видання «Створення логотипів», який дозволить споживачам оволодіти знаннями графічного дизайну у напрямку створення логотипів, повторювати засвоєні знання та отримати доступ до підбірки чинних джерел у досліджуваній сфері.

Метою даного розділу є економічне обґрунтування витрат на розробку дизайну WEB-видання, що містить в себе оцінку ринків збуту, розробку стратегії маркетингу, організаційного та фінансового планів.

8.2 Оцінка ринків збуту

Створене WEB-видання планується розповсюджувати через Інтернет за допомогою рекламних двигунів, таких як Google та у рекламі через соціальні мережі з найбільш потенційною цільовою аудиторією WEB-видання Instagram, Youtube та Facebook.

Реклама у соціальних мережах стимулює ефективне SEO просування, оскільки завдяки переходам зацікавлених користувачів з неї на сторінку курсу – трафік сайту буде поступово зростати, що, в свою чергу, піднімає його вище у списку при введенні запиту по ключовим словам через пошукові сервіси [6].

За перший рік планується досягти 10000 покупок розробленого WEB-видання споживачами вікової категорії, що входить до цільової аудиторії – від 17 до 45 років.

8.3 Стратегія маркетингу

Маркетингова стратегія – це сукупність довгострокових рішень щодо способів задоволення потреб існуючих і потенційних клієнтів компанії за рахунок використання її внутрішніх ресурсів і зовнішніх можливостей [7].

Для поширення WEB-видання та пошуку зацікавлених у даній тематиці користувачів буде використано наступні канали:

- контекстна реклама у Google AdWords;
- реклама в соціальних мережах Instagram, Youtube, Facebook;
- реклама у популярних блогерів, пов'язаних зі сферою WEB-дизайну.

У плані просування визначена основна мета – виведення сайту на першу сторінку при пошуковому запиті у Google.

Наступним кроком є збір власної аудиторії та позитивних відгуків для формування нових підстав для стимулювання подальших продажів курсу.

8.4 Організаційний план

Над розробкою даного курсу дизайн-студії працювали такі спеціалісти: менеджер по роботі з клієнтами (отримує та оброблює завдання, організовує роботу), аналітик даних (проводить дослідження ніші, аналізує конкурентів та їх сильні і слабкі якості), UI/UX-дизайнер (працює над проектуванням дизайну) та копірайтер (працює над складанням грамотних текстів), які займаються комунікацією із замовниками.

8.5 Фінансовий план

У собівартість розробки WEB-видання входять такі витрати:

- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;

- єдиний соціальний внесок;
- інші витрати.

Для повної оцінки вартості розробки WEB-видання розглянемо кожен з етапів, що необхідно виконати для реалізації кінцевої мети, прикріпимо до них фахівців та обчислимо витрати за їх працю:

- початковий етап обговорення деталей завдання із замовником, підготування задач для передачі відповідним працівникам. Початковим етапом займається менеджер по роботі з клієнтами;

- етап дослідження, на якому створюється образ ринку, проводиться аналіз конкурентів, визначається цільова аудиторія. Даним етапом займається аналітик даних;

- етап написання текстового контенту, на якому створюється наповнення WEB-видання. Етап опрацьовується копірайтером;

- етап розробки дизайну, в який входить створення архітектури та навігації WEB-видання, розробляється інтерфейс. На цей етап призначається UI/UX дизайнер;

- етап прототипування, на якому створений дизайн сайту оформляється у реальний прототип сайту. За етап також відповідальний UI/UX дизайнер;

- заключний етап, в який входить тестування готового WEB-видання. Етап призначений для опрацювання аналітиком даних.

Заробітна плата менеджера по проектах становить 25 000 грн./міс., аналітика даних – 27 500 грн./міс., UI/UX дизайнера – 32 000 грн./міс., копірайтер – 17 500 грн./міс. [8].

Передбачено, що робочий місяць триває 160 годин (40 годин на тиждень). Таким чином, годинна ставка кожного працівника команди складає:

- менеджер по проектам: $25\,000 / 160 = 156$ грн./год.;
- аналітик даних: $27\,500 / 160 = 172$ грн./год.;
- UI/UX дизайнер: $32\,000 / 160 = 200$ грн./год.;

– копірайтер: $17\,500 / 160 = 109$ грн./год.

Розробка WEB-видання була здійснена за 144 години (18 робочих днів).

Розрахунок основної заробітної плати наведено в таблиці 8.1.

Таблиця 8.1– Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка	Тривалість виконання, годин	Заробітна плата, грн
		Кількість	Фахівець			
Початковий	Складання технічної документації проекту	1	Менеджер по проектам	156	8	1 248
Дослідження	Аналіз проблеми, ринку та конкурентів	1	Аналітик даних	172	16	2 752
Створення контенту	Написання інформаційного наповнення	1	Копірайтер	109	48	5 232
Дизайн	Розробка архітектури і навігації	1	UI/UX дизайнер	200	8	1 600
	Дизайн інтерфейсу	1	UI/UX дизайнер	200	48	9 600
Прототип	Створення прототипу	1	UI/UX дизайнер	200	8	1 600
Тестування	Тестування дизайну WEB-видання	1	Аналітик даних	172	8	1 376
Разом						23 408
Додаткова заробітна плата (20%)						4 681,6
Усього						28 089,6

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати,

передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Розглянемо випадок, коли додаткова заробітна плата становить 20 % від основної:

$$23\,408 * 0,2 = 4\,681,6 \text{ грн.}$$

Відсоток єдиного соціального внеску становить 22% від величини основної і додаткової заробітної плати:

$$(23\,408 + 4\,681,6) * 0,22 = 6\,179,7 \text{ грн.}$$

Такое необхідно врахувати інші витрати, а саме плату за електроенергію та Інтернет.

Для розрахування електроенергії визначаємо величину її споживання у використовуваних пристроях і тариф, за яким ведуться підрахунки оплати. Для виконання поставленої задачі використано 4 комп'ютери з потужністю 0,6 кВт/год.

Вартість однієї кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 1,44 грн.

Отже, плата за електроенергію складе:

$$0,6 * 1,44 * 144 * 4 = 497,6 \text{ грн.}$$

Для розрахування витрат на Інтернет обираємо тариф вартістю 250 грн/місяць. Тоді вартість користування послугами за 18 днів складає:

$$(250 * 18) / 30 = 150 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму прибутку від реалізації розробки (виходячи з рівня

рентабельності 60 %):

$$28\,089,6 * 0,6 = 16\,853,8 \text{ грн.}$$

Розрахуємо вартість розробки без податку на додану вартість (ПДВ):

$$28\,089,6 + 16\,853,8 = 44\,943,4 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ПДВ, 20% від ціни:

$$44\,943,4 * 0,2 = 8\,988,7 \text{ грн.}$$

Розрахуємо вартість розробки з урахуванням ПДВ:

$$44\,943,4 + 8\,988,7 = 53\,932,1 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 8.2.

Таблиця 8.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни WEB-видання

Стаття витрат	Сума, грн.
Основна заробітна плата	23 408
Додаткова заробітна плата	4 681,6
Єдиний соціальний внесок	6 179,7
Витрати на електроенергію	497,6
Витрати на Інтернет	150
Собівартість розробки WEB-видання	28 089,6
Прибуток (рівень рентабельності 60%)	16 853,8
Ціна без ПДВ	44 943,4
Податок на додану вартість (ПДВ)	8 988,7
Ціна з урахуванням ПДВ	53 932,1

Отже, базуючись на виконаних розрахунках повна вартість розробки WEB-видання складе 53932,1 грн. Робота виконана за 144 години (18 робочих днів) командою у складі з одного менеджера по проектам,

аналітика даних, UI/UX дизайнера і копірайтера. Очікувана сума прибутку за перший місяць складе 16 853,8 грн.

ВИСНОВКИ

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є розроблений дизайн інтерфейсу та контенту для наповнення WEB-видання у вигляді сайту «Створення логотипів». WEB-видання дозволяє користувачам поглибити знання з графічного дизайну, а саме розвинути якості розробки логотипів.

Впродовж опрацювання поставлених завдань були виконані такі основні етапи: аналіз аналогів подібних видань, розглянуті загальні вимоги до створення WEB-видань, розроблено психологічний портрет споживача. Далі було зазначено аспекти, на які потрібно звернути увагу при розробці курсу, з яких в подальшому складені модульні сітки і розділи. Розроблені сторінки WEB-видання представлені у прототипі, максимально приближеному до сайту, який може бути зверстаним та протестовані на виконання дій та можливості навігації.

Ще одним етапом опрацювання кваліфікаційної роботи є економічне обґрунтування витрат на розробку дизайну WEB-видання. В ході економічного дослідження було оцінено ринки збуту, була розроблена стратегію маркетингу, зазначені організаційний та фінансовий плани.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Хто такий ІТ спеціаліст? URL: <https://creativesmm.com.ua/it-specialist/amp/> (дата звернення: 13.05.2022).
2. Моріока Н., Стоун Т.Л., Адамс С. Зошит з дизайну логотипів: практичний посібник зі створення логотипів. England: Rockport Publishers, 2006. 23 с.
3. Ейрі Д. Любов до дизайну логотипу: Посібник зі створення знакових брендів, 2 видання (Voices That Matter). England: Peachpit Press, 2014. 57 с.
4. 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.
5. Deineko, Zh., & et al.. (2021). Color space image as a factor in the choice of its processing technology. Abstracts of I International scientific-practical conference «Problems of modern science and practice» (September 21 -24, 2021). Boston, USA, pp. 389-394.
6. Енж Е., Спенсер С., Стрикчиола Дж. SEO – мистецтво розкрутки сайтів. БХВ-Петербург: Oreilly, 2016. 193 с.
7. Основи маркетингової стратегії. URL: <https://leosvit.com/art/osnovy-marketyngovoyi-strategiyi> (дата звернення: 15.05.2022).
8. Статистика зарплат В Україні. URL: <https://www.work.ua/salary/> (дата звернення: 15.05.2022).
9. Фабрика логотипів. URL: <https://spb.kursof.ru/fabrika-logotipov/> (дата звернення 25.05.2022).
10. Lyashenko, V., & et al.. (2021). Wavelet ideology as a universal tool for data processing and analysis: some application examples. International Journal of Academic Information Systems Research (IJAISR), 5(9), 25- 30.

11. Кісейн Э. Основи контентної стратегії. М: Манн, Фербер, 2012. 36 с.
12. Як обрати інструмент для прототипування в 2018 році? URL: <https://bitly.su/Sq4byOJ> (дата звернення 25.05.2022).
13. Sketch and Zeplin: Designer und Entwickler bei der Zusammenarbeit unterstützen. URL: <https://bitly.su/xqmo80> (дата звернення 25.05.2022).
14. Лаврентьев А.Н. Л13 Історія дизайну: навч. посібник. М.: Гардарики, 2007. 303 с.
15. Добробабенко Н.С. Фірмовий стиль: принципи розробки. Київ: Київ-друк, 2016. 193 с.