

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 Коріковій М.М.
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка дизайну мобільного трекера

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

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії 6 червня 2022 р.

3. Вихідні дані до роботи
Вид розроблюваного об'єкта: мобільний застосунок; середовище розповсюдження – GooglePlay, Instagram, Facebook.

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі
Вступ; Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, визначення цілей і задач проектування; Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні мобільних трекерів; Послідовність створення дизайну мобільного трекера; Вибір інструментальних засобів розробки; Проектування інформаційної структури та навігації; Розробка графічного дизайну; Наповнення контентом; Тестування і публікація; Результати проектування та розробки; Економічне обґрунтування роботи; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п.5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)
Актуальність роботи; Мета роботи; Види трекерів; Цільова аудиторія; Стандарти створення мобільних трекерів; Вибір інструментальних засобів; Інформаційна структура; Графічний дизайн; Головні екрани; Оцінка виконання завдань; Android; Публікація в «GooglePlay», «Instagram», «Facebook» ; Економічне обґрунтування; Висновки.

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	проф. Бізюк А.В.		
Економічна частина	проф. Полозова Т.В.		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ; Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, визначення цілей і задач проектування	23.05 - 26.05	виконано
2	Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні мобільних трекерів	23.05 - 26.05	виконано
3	Послідовність створення дизайну мобільного трекера; Вибір інструментальних засобів розробки	27.05 - 30.05	виконано
4	Проектування інформаційної структури та навігації	27.05 - 30.05	виконано
5	Розробка графічного дизайну	27.05 - 30.05	виконано
6	Наповнення контентом	31.05 - 03.06	виконано
7	Тестування і публікація	31.05 - 03.06	виконано
8	Результати проектування і розробки	31.05 - 03.06	виконано
9	Економічне обґрунтування роботи	31.05 - 03.06	виконано
10	Висновки	04.06 - 06.06	виконано
11	Оформлення пояснювальної записки	04.06 - 06.06	виконано
12	Оформлення графічної частини	04.06 - 06.06	виконано

Дата видачі завдання 23 травня 2022 р.

Студент



(підпис)

Корікова М.М.

Керівник роботи

(підпис)

проф. Бізюк А.В.

(посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 49 с., 12 ч., 4 табл., 25 рис., 28 джерел.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ТРЕКЕР, UI/UX ДИЗАЙН, USER FLOW, ВАЙРФРЕЙМ, ПРОТОТИП, ІНТЕРФЕЙС, НАВІГАЦІЯ, ЕКРАН-ЗАСТАВКА, ОНБОАРДИНГ.

Кваліфікаційна робота полягає в аналізі елементів дизайну специфічного мобільного застосування з метою створення власної ефектної та перспективної розробки. В ході цього аналізу були визначені складові UI-дизайну, а також особливості UX-дизайну, які вигідно відрізняють розроблюваний проект серед аналогів. Як такий був обраний мобільний трекер як засіб самоконтролю, який допомагає формувати корисні звички та вести здоровий спосіб життя. Серед функціональних особливостей застосування зазначимо можливість створювати шаблон дії, послідовне та регулярне виконання якої перетворюється на рутину та формує звичку.

В кваліфікаційній роботі описані цілі та задачі щодо створення дизайну мобільного трекера, обґрунтовано вибір програмних та технічних засобів, спроектовано інформаційну структуру та навігацію трекера, розроблено дизайн, застосовано сучасні програмні та технічні засоби, створено прототип.

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є розроблений дизайн для мобільного трекера та його прототипування.

ABSTRACT

Explanatory note contains: 49 p., 12 p., 4 tab., 25 pic., 28 sources.

KEYWORDS: TRAKER, UI / UX DESIGN, USER FLOW, WIREFRAM, PROTOTYPE, INTERFACE, NAVIGATION, SCREEN SAVER, UNBOARDING.

Qualification work is to analyze the design elements of a specific mobile application in order to create their own effective and promising development. In the course of this analysis, the components of UI-design were identified, as well as the features of UX-design, which favorably distinguish the developed project among analogues. As such, the mobile tracker was chosen as a means of self-control that helps to form useful habits and lead a healthy lifestyle. Among the functional features of the application, we note the ability to create a pattern of action, consistent and regular execution of which becomes a routine and forms a habit.

The qualification work describes the goals and objectives for the design of a mobile tracker, justifies the choice of software and hardware, designed the information structure and navigation of the tracker, developed the design, used modern software and hardware, created a prototype.

The result of the qualification work is a developed design for a mobile tracker and its prototyping.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ, ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАДАЧ ПРОЕКТУВАННЯ.....	11
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ МОБІЛЬНИХ ТРЕКЕРІВ.....	12
2.1 Принцип створення дизайну мобільних додатків.....	12
2.2 Види мобільних трекерів.....	13
2.3 Аналіз аналогів.....	14
2.4 Тренди веб дизайну.....	16
2.5 Висновки за розділом.....	17
3 ПОСЛІДОВНІСТЬ СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ МОБІЛЬНОГО ТРЕКЕРА... ..	18
4 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ.....	20
4.1 Sketch.....	20
4.2 Adobe XD.....	20
4.3 Figma.....	21
5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ.....	22
6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ.....	24
7 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ.....	27
8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ.....	29
8.1 Тестування.....	29
8.2 Публікація.....	29
8.2.1 Публікація в «Instagram» та «Facebook».....	30
8.2.2 Публікація в «Google Play».....	31
9 РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЕКТУВАННЯ ТА РОЗРОБКИ.....	33
10 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА.....	40
10.1 Характеристика продукту.....	40
10.2 Оцінка ринків збуту мобільного додатку та конкуренція.....	40
10.3 Бізнес-модель Canvas.....	41
10.4 План створення мобільного трекера, організаційний та фінансовий план проекту.....	44

10.5 Висновки.....	45
ВИСНОВКИ	46
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	47

ВСТУП

Повсякденні звички грають значну роль. Вони безпосередньо впливають на наше самопочуття та настрої. Усього одна-дві шкідливі звички можуть стати згубними, і навпаки – кілька корисних звичок здатні змінити якість життя на краще. Існує кілька способів вести трекер, наприклад, на папері або за допомогою веб-програм. Трекери-програми відрізняються мобільністю та зручністю використання. Достатньо завантажити програму на смартфон – і прогрес на шляху до мети можна відслідковувати з будь-якої локації. Також програми містять аналітичну статистику, нагадування та, що важливо, є завжди під рукою.

Зараз дуже популярним стала самоосвіта та введення в життя корисних звичок, тому мобільні трекери для контролю над виконанням цих звичок як ніколи актуальні.

Основною метою щодо властивостей інтерфейсу застосування обрана простота використання та інтуїтивна зрозумілість інтерфейсу. Користувачу не знадобиться багато часу для того, щоб розібратися, як працює трекер. Уся найнеобхідніша інформація знаходиться на головному екрані, у тому числі і важливі кнопки, які легко перенесуть до перегляду налаштування додатка, статистики звичок тощо.

Актуальність дослідження обумовлена тим, що людина, яка веде активний спосіб життя частіше за все має багато задач на день. Це свідчить про те, що звичні речі, які можуть покращити її самопочуття вона може просто забути зробити. Саме для цього і необхідний мобільний трекер, який автоматично буде нагадувати, що необхідно виконати. А також мотивувати на досягнення результату за допомогою незвичного дизайну інтерфейса.

Питання якості сучасного інтерфейсу неодноразово були розглянуті в дослідженнях студентів кафедри МСТ ХНУРЕ. Зокрема, в роботі [27] розглянуто поточні міждержавні стандарти, що стосуються ергономіки і юзабіліті користувацьких інтерфейсів. Коротко проаналізовані переваги і

недоліки моделей і методів, які не враховують сучасні технології управління системами, в тому числі безконтактних. На основі проведеного аналізу, який виявив сильні і слабкі сторони всіх моделей оцінки якості інтерфейсів, запропонована нова група критеріїв, які відповідають сучасному функціоналу, характеристикам і типам управління користувальницьких інтерфейсів нового покоління. В роботі [26] розглянуто особливості новітніх стилів дизайну, зокрема глассморфізм або скломорфізм у порівнянні з попереднім стилем неоморфізм. В роботі [28] розглянуто класифікацію планерів, які певною мірою нагадують трекери звичок за своєю композицією, в залежності від мети їх використання і технології виробництва. На підставі аналізу було сформульовано завдання розробки оригінал-макету планера для студентів.

Предметом дослідження є процес розробки мобільного трекера як засобу самоконтролю, який допомагає формувати корисні звички та вести здоровий спосіб життя. Об'єктом дослідження є аналіз елементів дизайну специфічного мобільного застосування з метою створення власної ефектної та перспективної розробки. В ході цього аналізу були визначені складові UI-дизайну, а також особливості UX-дизайну, які вигідно відрізняють розроблюваний проект серед аналогів. Це необхідно для подальшого уникнення труднощів використання трекера у користувача. Можна створити якісний дизайн, але не продумати схему користування додатком, що зробить його складним у застосуванні, тобто безкорисним. Або ж навпаки, дуже проста для розуміння навігація, але дизайн має кольори, які не гармонують або шрифт не зрозумілий, що також впливає негативно. Це все потрібно враховувати.

Проектування дизайну мобільного трекера складається з таких кроків:

- аналіз завдання та опис основних цілей;
- розгляд основних тенденцій;
- аналіз аналогів;
- вибір програмного та апаратного забезпечення;

- проектування інформаційної структури та навігації;
- розробка графічного дизайну;
- наповнення контентом;
- тестування та публікація.

В першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто вихідні дані до роботи. Конкретизується, що необхідно спроектувати, розрахувати і в якій послідовності. Також слід визначити цільову аудиторію та спрогнозувати поведінку потенційних користувачів. В другому розділі наведено принципи створення мобільних додатків, існуючі види трекерів та їх особливості. Також проведено аналіз аналогів та розглянуті тенденції у веб-дизайні. Третій розділ складається з детального опису послідовності створення дизайну мобільного трекера та відповідно представленої графічно схеми. У четвертому розділі слід здійснити вибір інструментальних засобів розробки. Обґрунтувати вибір програмних засобів для створення текстової, графічної, аудіо-, відео-інформації. У п'ятому розділі необхідно спроектувати інформаційну структуру та навігацію трекера, тобто продумати шлях користувача з головного екрану. Шостий розділ – розробка графічного дизайну. У цьому розділі слід розглянути варіанти художнього оздоблення інформаційних блоків і засобів навігації. Після створення графічного дизайну мобільного трекера можна приступити до наповнення контентом. У сьомому розділі слід навести детальний опис інформації, що розміщена у додатку та навести приклади готових сторінок. Тестування та публікація описані у восьмому розділі. Дев'ятий розділ показує результати проектування та розробки. У десятому розділі розробляється економічна частина. У висновках необхідно зазначити результат і повноту виконання завдання на кваліфікаційну роботу, аналіз досягнутих кількісних та якісних показників.

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

Мета кваліфікаційної роботи полягає в створенні інтерфейсу програми не схожого і кардинально відмінного від аналогів. Використання нестандартних рішень у дизайні є основою для залучення більшої кількості аудиторії. Якщо користувачеві важлива візуальна складова, ця програма стане добрим мотиватором.

Типовий користувач даного трекера, це людина, для якої відіграє важливу роль вигляд застосунку. Цільова аудиторія переважно дівчата від 18 до 30 років. Для яких важлива візуальна складова більшою мірою.

Для перевірки якості дизайну та юзабіліті застосування розробки програми було обрано графічний редактор Figma. Саме його найчастіше використовують для створення прототипів сайту, додаткових інтерфейсів.

Трекер створений в єдиному стилі для зручності використання. Для кожної звички створені індивідуальні ілюстрації. Вони влучно доповнюють дизайн.

Орієнтуватися дуже просто і зрозуміло. З головного екрану користувач одразу ж зможе відкрити необхідне вікно за допомогою навігаційних кнопок. А також легко додати нову звичку і контролювати її. Структура трекера не викличе у користувача непорозуміння і неможливості знайти потрібну інформацію.

Після створення дизайну буде розроблено прототип, у якому буде показано принцип створення корисної звички та її контроль.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ МОБІЛЬНИХ ТРЕКЕРІВ

На сьогоднішній день у світі десь 3,5 мільярда мобільних користувачів. Дизайн мобільних додатків – надзвичайно перспективний напрям, який досить швидко розвивається.

2.1 Принцип створення дизайну мобільних додатків

Існує два основних види робіт з мобільними додатками - редизайн вже існуючого додатка та створення нового додатка з нуля.

Якщо йдеться про редизайн програми, то тут є від чого відштовхуватися, а саме аналітика, відгуки користувачів та фідбек бізнесу. Можливість підключити інструменти для проведення юзабіліті аудиту та на підставі отриманих даних вже оптимізувати дизайн мобільного додатка для збільшення конверсії.

При проектуванні програми з нуля необхідний зовсім інший підхід. Створення дизайну мобільних програм починається зі збору інформації та вимог [15].

У свою чергу ці вимоги поділяються на 2 типи.

1. Вимоги користувача – кому створюється додаток, які завдання має вирішувати, навіщо потрібен цей продукт з погляду цільової аудиторії (ЦА) тощо.

2. Вимоги бізнесу – це те, як бізнес бачить продукт, які функції він повинен виконувати і як, на його думку, повинні сприймати програму користувачі.

Далі йде створення архітектури та навігації. Основне завдання - це продумати інформаційну та навігаційну архітектуру, тобто. з яких елементів складатиметься продукт, які функції повинні бути закладені і як користувач взаємодіятиме з ними.

Після затвердження ідеї та обговорення архітектури мобільного додатка, створюються мокапи (макети). Це необхідно для того, щоб визначити пріоритет та розташування елементів інтерфейсу на екрані, передбачити для них зручне для доступу місцезнаходження. Перевага інтерактивних прототипів у тому, що з ними можна взаємодіяти як із готовим додатком. Таким чином, є можливість протестувати інтерфейс, пройшовши шлях користувача, зібрати детальний зворотний зв'язок та зрозуміти, наскільки продукт цікавий для ЦА.

Підготовка контенту та публікація. На цьому етапі створюється опис для мобільного додатка та його основних функцій, створюються картинки інтерфейсу, які користувач бачитиме в App Store або Google Play. Правильно підібрані скрини, які розкривають можливості та переваги програми, допоможуть підвищити показники установок програми.

2.2 Види мобільних трекерів

Існує два види трекерів – паперові та електронні.

Базовий і найдоступніший трекер – це календар. У ньому легко обводити дати олівцем або закреслювати їх, робити нотатки про досягнуті результати (рис. 2.1). Також існують більш спеціалізовані чек-листи (рис. 2).



Рисунок 2.1 – Трекер-календар

план на неделю

Выполнить все пункты

понедельник	<input type="checkbox"/> Готовить по меню	<input type="checkbox"/> По парить лицо
<input type="checkbox"/> 20 минут уборка дома	<input type="checkbox"/> Сделать планку	<input type="checkbox"/> Купить продукты
<input type="checkbox"/> Почитать книгу	четверг	воскресенье
<input type="checkbox"/> Готовить по меню	<input type="checkbox"/> Помыть Холодильник	<input type="checkbox"/> Поменять полотенца
<input type="checkbox"/> Приседать	<input type="checkbox"/> Почитать книгу	<input type="checkbox"/> Постирать вещи
вторник	пятница	<input type="checkbox"/> Полить Цветы
<input type="checkbox"/> Готовить по меню	<input type="checkbox"/> Помыть ванну и раковину	
<input type="checkbox"/> Приседать	<input type="checkbox"/> Уход за волосами	
<input type="checkbox"/> Учить английский	суббота	
среда	<input type="checkbox"/> Сделать маску для волос	
<input type="checkbox"/> Учить Правила ДД	<input type="checkbox"/> Распечатать фото для рамок	

Список составлен айдептом
Конструктор чек-листов в сервисе
2000000.ru

Рисунок 2.2 – Чек-лист

Є трекери на тиждень, місяць, рік. Вибір залежить від того, яку звичку потрібно прищепити. Якщо це проста звичка, яка потребує мінімуму зусиль, можна обійтися тижневими трекерами.

Електронні трекери стежать за прогресом протягом різних періодів: тижні, місяць, рік. Все це можна налаштувати при необхідності. У програмі можна писати нотатки до будь-якого дня. Це зручно, якщо потрібно про щось собі нагадати або підбадьорити. Наприклад, можна нагадати собі підбити проміжний підсумок у середині місяця та оцінити прогрес. У календарі видно іконки з досягненнями та нотатки до конкретних дат.

Деякі електронні трекери мають елементи ігор. Користувачі виконують завдання та отримують заохочення, які є додатковим стимулом.

2.3 Аналіз аналогів

В ході дослідження були розглянуті різні аналоги, такі як Streaks, Lifewheel, Today, Habitica тощо. Streaks має яскравий лаконічний дизайн і можливість колірних змін інтерфейсу. Його особливість - створення смуг-шкал на основі вибраних звичок та завдань. Недолік в тому, що ця програма є платною (рис. 2.3) [25]. Lifewheel нестандартний трекер-радник, який

аналізує якість життя. Сутність його в тому, щоби створити своє колесо життя. Воно автоматично формується після проходження тесту. Коли якась із складових колеса знаходиться в дисбалансі, програма пропонує попрацювати над нею. Класичних графіків про одержані результати тут не буде (рис. 2.4) [11]. Today - це трекер звичок з надихаючим дизайном та великим набором функцій (рис. 2.5) [17]. Habitica надає можливість формування корисних звичок в ігровому форматі. Через веб-інтерфейс або мобільний додаток ви занурюєтеся у формат гри: виконання кожного поставленого завдання підвищує рівень та можливості вашого персонажа (рис. 2.6) [23]. Завданням було вибрати програми не схожі одна на одну, з різною цілеспрямованістю при цьому тією чи іншою мірою популярні, щоб визначитися з напрямом та цільовою аудиторією.

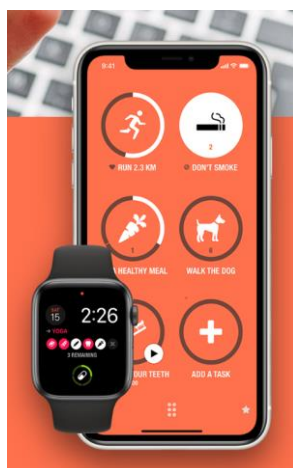


Рисунок 2.3 – Streaks

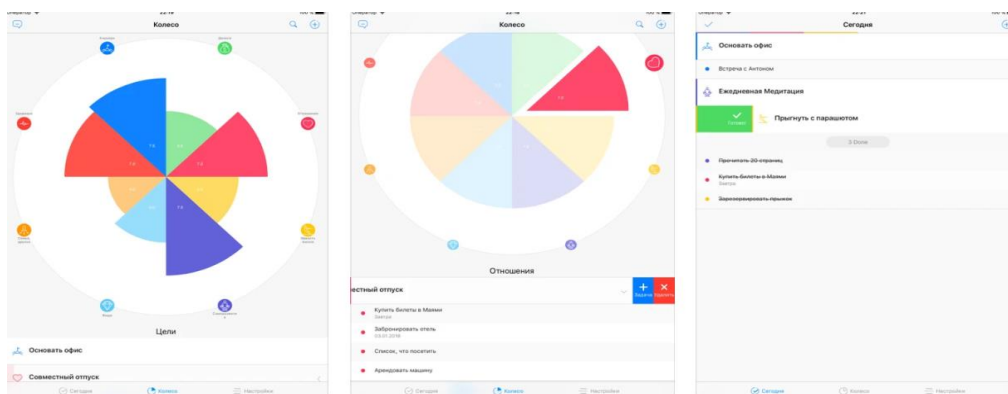


Рисунок 2.4 – Lifewheel

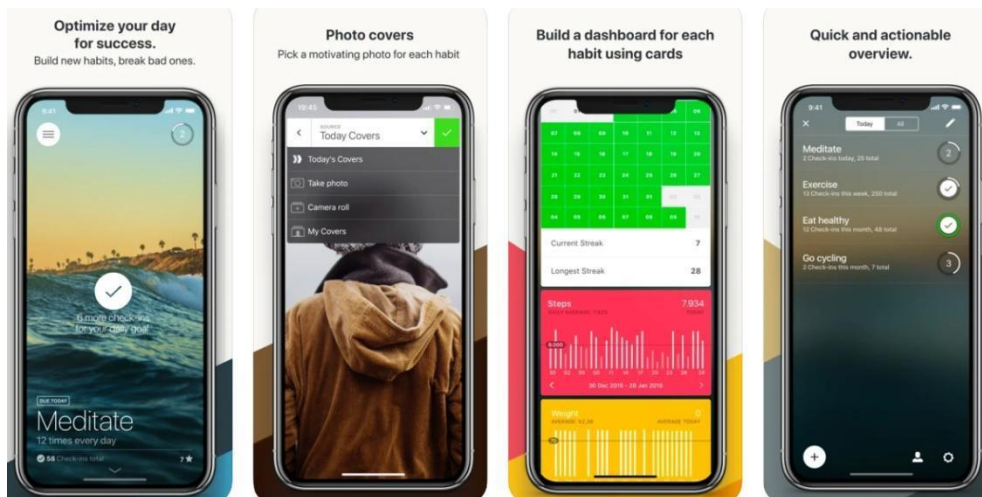


Рисунок 2.5 – Today

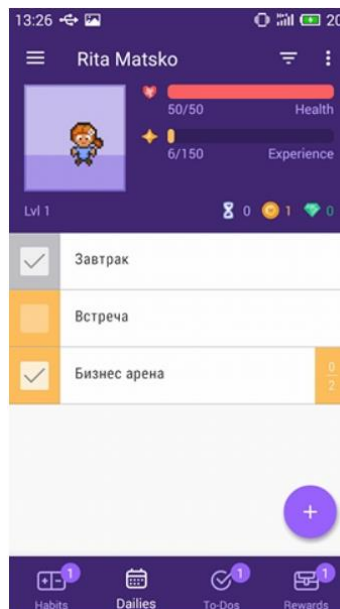


Рисунок 2.6 – Habitica

2.4 Тренди веб дизайну

До трендів веб дизайну цього року можна віднести:

– дизайн у стилі Memphis – один з визначальних естетики 1980-х – іноді вважається стилем, що кричить, що поєднує в собі безліч хаотичних візерунків і форм. Свого часу дизайн у стилі Мемфіс, одночасно барвистіший, доступніший і авантюрніший, ніж будь-коли був дизайн, став відмовою від мінімалізму і ймовірно вишуканого смаку мистецтвознавців [21];

– типографіка у головному банері (hero image) – ці перші екрани менше використовують або повністю виключають зображення, дозволяючи самому повідомленню брати він роль першого враження. Вони не здаються порожніми, вони сміливими у своїй простоті, привертаючи увагу так само, як захоплюючий заголовок новин. І принагідно надають простір для стильних, творчих написів;

– пастельні кольори – вони підкреслюють легкість ненав'язливість дизайну;

– графіка, намальована від руки – це можуть бути каракулі, неохайні вирізки, а також аналогові текстури, такі як крейди та фарби. Ефект полягає в тому, щоб зменшити розрив між онлайн та офлайн, за допомогою людського дотику “заземлити” ці занадто часто взаємозамінні екрани у реальний світ.

Також зараз є дуже актуальним анімувати текст, додавати якісь інтерактиви для заохочення користувачів. Мінімалізм поки що відходить на задній план [20].

2.5 Висновки за розділом

Було вирішено створити інтерфейс програми у стилі неоморфізм, що є головною особливістю серед аналогів. Бо саме використання нестандартних рішень у дизайні є основою для залучення більшої кількості аудиторії. Якщо користувачеві важлива візуальна складова, ця програма стане добрим мотиватором. Щодо властивостей інтерфейсу застосування обрана простота використання та інтуїтивна зрозумілість інтерфейсу.

3 ПОСЛІДОВНІСТЬ СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ МОБІЛЬНОГО ТРЕКЕРА

По-перше, необхідно визначити цілі та задачі проекту. Визначитись із цільовою аудиторією, а також відмітити технічні обмеження.

По-друге, необхідно обрати інструментальні засоби, які допоможуть створити дизайн застосунку та прототипувати його. Для аналізу були обрані такі програми, як Figma, Sketch, Adobe XD.

Далі здійснюється проектування інформаційної структури та навігації мобільного трекера. Був розроблений user flow для візуального представлення послідовності дій, які користувач виконує для досягнення своєї мети, а саме створення звички, її контроль та налаштування додаткових функцій.

При розробці графічного дизайну обирається кольорова гамма. Підбираються шрифти. Будь-яка інформація розташовується у вигляді ієрархії – головна та другорядна частини, що виділяються за допомогою певної стилізації тексту. Створюється цільна композиція.

Наступний етап – це створення прототипів. Вони необхідні для тестування дизайну мобільного трекера. Публікація.

Зазначені етапи схематично наведені на рис. 3.1.

ПОСЛІДОВНІСТЬ СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ МОБІЛЬНОГО ТРЕКЕРА

01

Визначення цілей та задач проекту. Відмітити технічні обмеження та обрати цільову аудиторію.

02

Обрати інструментальні засоби, які допоможуть створити дизайн застосунку та прототипувати його.

03

Проектування інформаційної структури та навігації мобільного трекера. Розробка user flow для візуального представлення послідовності дій користувача.

04

Розробка графічного дизайну, де обирається кольорова гамма. Підбираються шрифти. Створюється цілня композиція.

05

Створення прототипів для тестування дизайну мобільного трекера. Публікація.

Рисунок 3.1 – Схема послідовності та змісту етапів

4 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ

Для кожного етапу роботи необхідно підібрати свій програмний продукт. У процесі створення дизайну макета, логотипу та іншої графіки існує безліч варіантів програм серед яких треба визначитись, яка саме підійде найліпше. Слід навести характеристики і зробити обґрунтований вибір програмного забезпечення.

Необхідні критерії вибору інструментальних засобів розробки:

- інструментарій;
- ціна;
- зручність використання;
- мобільність.

4.1 Sketch

Платний графічний редактор для MacOS. Він дозволяє створювати векторні зображення, іконки, ретушувати фотографії та готувати дизайн веб-сайтів. Плюс Sketch у тому, що на ринку він довший за Figma, тому в деяких випадках можливостей та інтеграцій для нього знаходиться більше. Але працювати буде непросто, оскільки це не крос-платформний інструмент. У Sketch можна також працювати в офлайн [5].

4.2 Adobe XD

Програма Adobe для проектування інтерфейсів. Дві головні причини популярності інструменту – він працює серед Mac або ПК і є безкоштовним для користувачів Creative Cloud. Для інших користувачів інструмент пропонує безкоштовний план з обмеженим сховищем і кількістю активних проектів [5]. У XD можна відкривати файли з інших продуктів Adobe та Sketch Плюси та мінуси аналогічні Sketch, крім того, що Adobe XD є

можливість створювати голосові прототипи за допомогою Amazon Alexa. Також постійні поновлення, які у даному випадку є мінусом: вони багато важать, а патчі не завжди працюють безпомилково. XD помітно менш популярний у порівнянні з Figma та Sketch.

4.3 Figma

Figma – це веб-додаток для редагування графіки та дизайну інтерфейсу користувача. Його можна використовувати для виконання будь-яких видів графічного дизайну від веб-сайтів, розробки інтерфейсів мобільних додатків, створення прототипів, створення публікацій у соціальних мережах і всього, що між ними [24].

Figma відрізняється від інших інструментів для редагування графіки. В основному тому, що він працює безпосередньо у браузері. Це означає, користувач отримує доступ до своїх проектів і починає проектування з будь-якого комп'ютера або платформи без необхідності купувати декілька ліцензій або встановлювати програмне забезпечення.

Ще один плюс полягає в тому, що Figma пропонує щедрий безкоштовний план, де можна створювати та зберігати 3 активних проекти одночасно.

Для розробки трекера було вирішено обрати веб-додаток Figma.

По-перше, проект буде створюватись на комп'ютері з ОС Windows. Це автоматично виключає графічний редактор Sketch. По-друге, можливість не встановлювати програмне забезпечення, а працювати з будь-якого комп'ютера це дуже вигідно та мобільно. Тому Adobe XD було також відхилено.

5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ

Навігація – це те, як користувачі взаємодіють з додатком, дизайном та переходять від одного пункту інтерфейсу до іншого. Дизайн навігації будь-якого продукту – один із головних пунктів розробки. Як мета навігації багато хто приписує переміщення користувачів за мінімально можливий час, але шлях користувача повинен бути не тільки швидким, але ще логічним і простим [9].

На цьому етапі був розроблений user flow мобільного трекера (рис. 5.1).

User flow – це візуальне уявлення про послідовність дій, які користувач виконує для досягнення своєї мети. Може охоплювати як якусь окрему функцію, і повністю весь продукт [15].

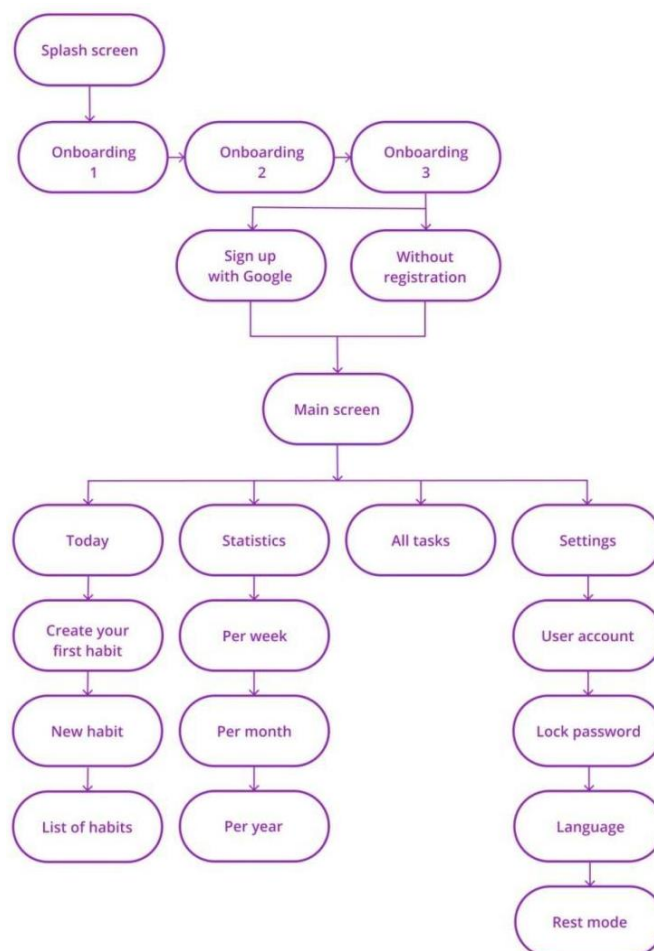


Рисунок 5.1 – User flow мобільного трекера

Дивлячись на розроблений user flow можна побачити шлях користувача з головного екрану. За допомогою графічного представлення дій можна обчислити позитивні та негативні сценарії на вибраному шляху досягнення мети потенційних користувачів. Він дає можливість зрозуміти, чи всі процеси в продукті мають логічне завершення та вибудовані ефективно, так, щоб користувач витрачав мінімум часу для досягнення мети.

З кожної сторінки, через навігаційні кнопки, розташовані унизу (Today, Statistics, All tasks, Settings) можна:

- створити звичку;
- виділити її у календарі та встановити за бажанням нагадування;
- простежити статистику виконання та прогресу звички;
- налаштувати функції трекера під себе.

Екран «Today» показує, які звички заплановані на сьогодні. На цьому екрані знаходиться календар, у якому можна робити замітки та розподілити звички. Натиснувши на дату, відкриється вікно із запланованою дією. Також через «Today» можна створити нову звичку.

На екрані «Statistics» можна подивитися на прогрес з прививання звички за неділю, місяць або рік. Дані графічно представлені у вигляді діаграми.

Тут вказані всі задачі, які були обрані. З цього екрану також можна створити нову звичку. Після створення вона автоматично додається до основного списку задач.

Відповідає за налаштування трекера. Через Settings можна створити пароль до акаунта, обрати мову додатка, змінити тему при бажанні (світла чи темна).

6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Оскільки тема трекера стосується здоров'я, то дизайн повинен надихати користувача, мотивувати його на дії. Метою є створення незвичного інтерфейсу програми, який буде кардинально відмінний від аналогів. Щодо властивостей інтерфейсу застосування обрана простота використання та інтуїтивна зрозумілість інтерфейсу, щоб допомогти користувачеві не загубитися, за допомогою навігаційних кнопок. Зробити трекер максимально зрозумілим для застосування.

До елементів графічного дизайну, розроблених для мобільного трекера можна віднести:

- екран-заставку або по іншому splash screen – екран, який бачить користувач, коли додаток завантажується;
- зображення для екранів онбоардингу, їх три;
- навігаційні кнопки для переходу на екрани «Today», «Statistics», «All tasks», «Settings»;
- відповідно чотири головних екрани: «Today», «Statistics», «All tasks», «Settings»;
- ілюстрації до звичок;
- діаграми для екрану зі статистикою;
- піктограма додатку;
- зображення «GooglePlay».

Шрифти були обрані Lato та Open Sans без засічок (рис. 6.1). Мають відмінну перебірливість форм літер. Мова програми – англійська.

Колір є одним з найважливіших елементів в веб-дизайні. Він психологічно сприяє на людину. У додатку переважають відтінки бузкового та рожевого кольорів (рис. 6.2). Також у налаштуваннях можна вибрати тему (світла, темна).

Використовувалася двоколонна модульна сітка для грамотного та зручного розміщення інформації. Дизайн програми створений у стилі неоморфізм, що є головною особливістю аналогів.



Рисунок 6.1 – Шрифти



Рисунок 6.2 – Колірна гама

Оскільки, більшість людей, а саме приблизно 88% користуються телефонами на Android [14]. Було вирішено розробити трекер лише для Android-користувачів.

На трьох екранах онбоардингу розміщується короткий опис про трекер. Він супроводжується ілюстраціями, які візуально доповнюють зміст. Зображення були запозичені та трохи редаговані під стиль додатка з «Figma Community». Splash screen має аналогічне оформлення.

Були створені піктограми для нижнього блоку з навігаційними кнопками. Вони необхідні для переходу на кожен екран («Today», «Statistics», «All tasks», «Settings»)

На екрані «Today» – можна побачити календар. Нижче знаходиться поле, де будуть, у майбутньому, знаходитись звички, які необхідно виконати.

Для зручності використання та економії простору екрану, календар може згорнутись та розгорнутись. При розгорнутому вигляді можна обрати день, який потрібен та зробити якісь помітки.

Далі користувач переходить до екрану зі статистикою. На цьому екрані були створені діаграми. Перша – основна, показує в цілому результат у відсотках. Та чотири допоміжні, результати яких підсумовуються в головну.

На екрані «All tasks» відображаються усі звички, які обрав користувач. Також на екрані розміщується піктограма «+», яка відповідає за додавання нової звички. Взагалі, ця піктограма знаходиться на кожному екрані для полегшення самого процесу створення звички. Не треба спеціально переходити на екран «All tasks». Це заощадить час.

Екран «Settings» відповідає за налаштування трекера. Кожна функція має, відповідно, піктограму, яка характеризує її.

При створенні нової звички відкривається екран «New habit», там навпроти кожної звички розташована ілюстрація, яка графічно описує її.

7 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ

Контент додатку – це його вміст. Інформація для трекера ретельно обиралась із різних ресурсів, для повного розкриття теми. Ілюстрації обирались та редагувались відповідно до теми та стилю.

Мобільний трекер зі створення корисних звичок не тільки допомагає користувачу привити нові корисні звички, а також позбутися старих. Тобто основна інформація йде про звички, а саме їхній опис, а також рекомендації щодо виконання. Приклад (рис. 7.1, 7.2)

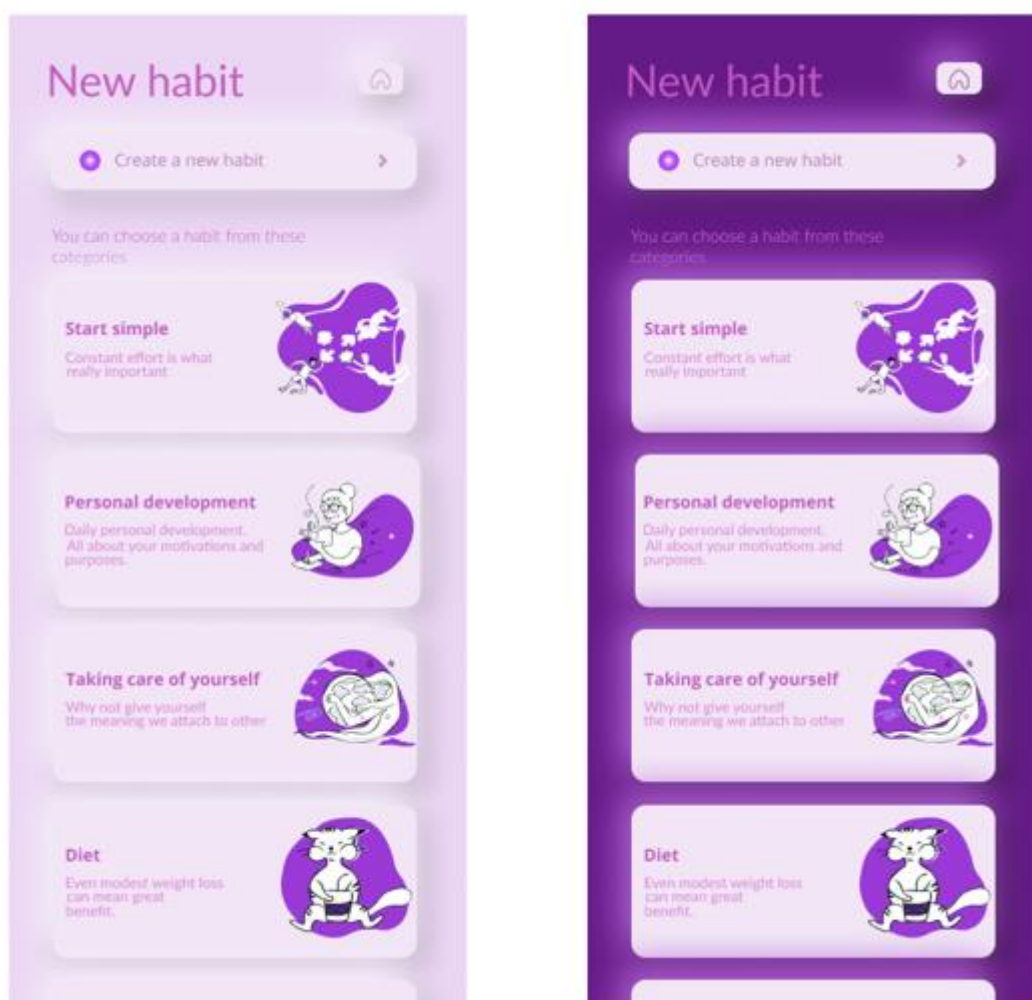


Рисунок 7.1 – Екран «New habit»

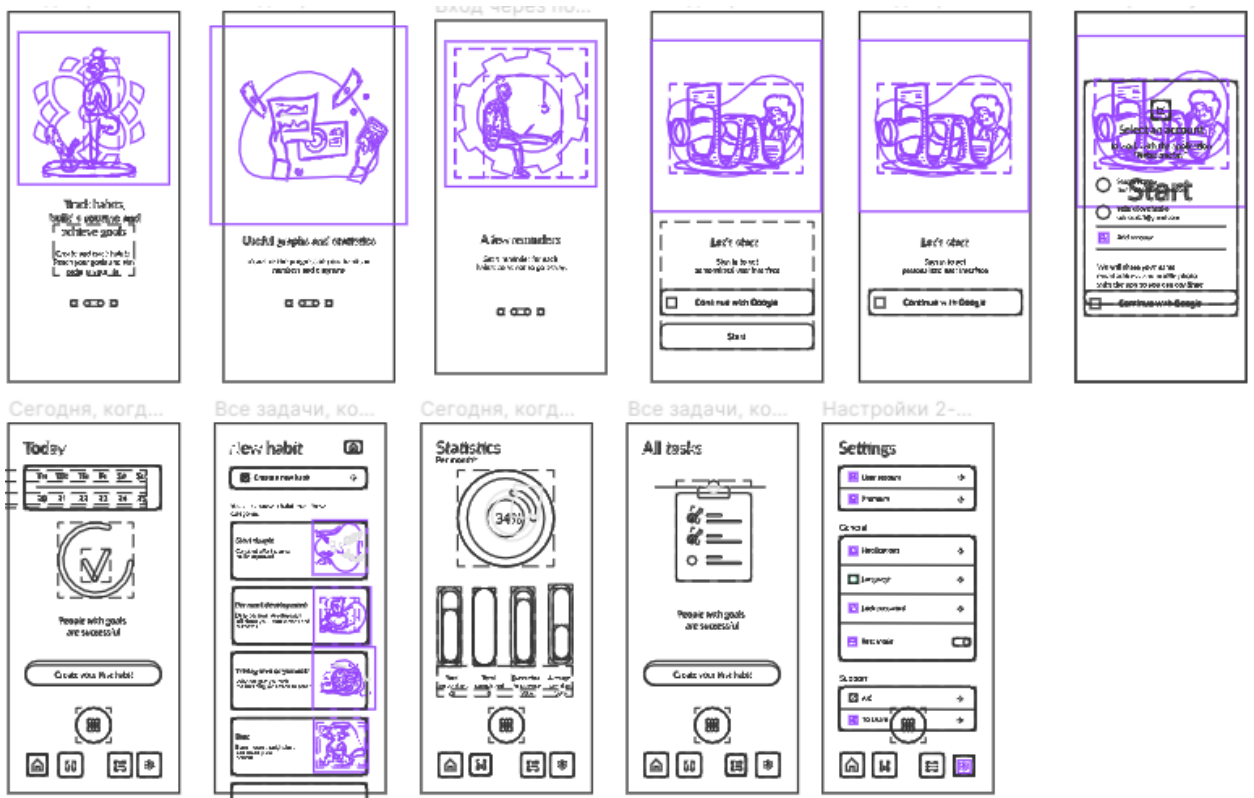


Рисунок 7.2 – Макет додатку

8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ

8.1 Тестування

Основна ціль тестування – це перевірка функціонування трекера на відповідність до висунутих вимог. Тестування мобільного трекера було проведено за його прототипами.

Головна вимога до прототипу тестування: прототип має бути максимально реалістичним. Тобто він має бути таким, щоб можна було повністю поринути у виконання завдань. Для максимальної реалістичності необхідно досягти повної адаптації прототипу під пристрій. Тому було вирішено одразу створювати прототип трекера під конкретний тестовий пристрій. В ідеалі бажано тестувати прототип у кінцевому дизайні, схожому на майбутню програму. Такий тест виявить не лише логічні, інтерфейсні проблеми, а й допоможе виявити юзабіліті-проблеми, пов'язані із зовнішнім виглядом інтерфейсу [19].

Для того, щоб перевірити чи логічно була розроблена структура мобільного додатка готовий прототип протестували звичайні користувачі смартфонами. Зробити це було не складно, оскільки прототип був повністю адаптований під пристрій та розроблений максимально реалістично.

Тестування пройшло досить успішно. Майже всі користувачі легко розібрались, як створити задачу. Лише в деяких виникли питання щодо реєстрації. Це спричинено скоріш за все тим, що тестування за допомогою прототипу має обмежені можливості. Був представлений перший варіант реєстрації через Google.

8.2 Публікація

Щоб опублікувати додаток в «Instagram», «Facebook» та «GooglePlay», необхідно підготувати зображення екранів, піктограму мобільного трекера, а

також банери, які будуть показувати головну інформацію про додаток перед скачуванням у «GooglePlay».

8.2.1 Публікація в «Instagram» та «Facebook»

Instagram та Facebook поступово ускладнюються та змінюються. Можливостей та форматів реклами та публікацій у них стає дедалі більше. І тому вони вважаються одними з найбільш ходових платформ для просування. Найпростіший формат візуального контенту – це зображення, одне або кілька. Варто пам'ятати про кількість тексту на зображенні: бажано, щоб вона не перевищувала 20%. Співвідношення сторін для органічних візуалів: від 9:16 до 16:9 для Facebook і 4:5 до 1.91:1 для Instagram [2]. Одним із плюсів на Facebook є можливість створити мультимовний пост. У цьому випадку можна додати кілька варіантів текстів різними мовами: користувачі, в налаштуваннях яких вказана мова з цього списку, будуть бачити відповідний текст, решта – текст мовою, який вказаний за замовчуванням.

Картинки у форматі JPG або PNG – основний формат контенту у Instagram та Facebook. Він повинен бути незвичайним і таким, що викликає емоції, щоб привернути увагу користувача і мотивувати перейти на сторінку [13].

Вимоги до формату зображень (Instagram):

- квадратні. Співвідношення сторін – 1:1, ширина – від 600 до 1936 пікселів;
- горизонтальні. Співвідношення сторін – 1,91:1, ширина – від 600 до 1936 пікселів;
- вертикальні. Співвідношення сторін – 4:5, ширина – від 600 до 1936 пікселів.

Вимоги до формату зображень (Facebook):

- зображення для обкладинки сторінки у Фейсбук має мінімальні рамки за розміром при завантаженні – 399x150, що перетворюється на формат 851x315 на робочому столі, та 640x360 – на смартфоні;

– для максимально швидкого завантаження фотографій на сторінці у ФБ краще використовувати файли з розширенням JPG та sRGB-колірним режимом;

– в розмірах слід дотримуватись такого діапазону – від 600x400 до 851x315 пікселів. Вагу файлу слід утримувати у межах 80-120 кб.

Для розміщення поста у ФБ оптимально використовувати картинки розміром 1200x630 пік. Максимальна можлива роздільна здатність - 2048 x 2048 пік.

8.2.2 Публікація в «Google Play»

Максимум скріншотів, доступних для завантаження до однієї програми, – вісім штук. Мінімум – два. Необхідно наочно та з вигідного боку показати функціональні особливості програми для користувача. А також сформувати у користувача прагнення завантажити програму та подивитися, що ж там є ще, чого не було на скріншотах [1].

Вимоги до скріншотів:

- JPEG-файл або 24-бітовий PNG-файл (без альфа-каналу);
- не менше 320 пікселів;
- трохи більше 3840 пікселів;
- відношення довгої сторони до короткої трохи більше 2:1;
- для програм та ігор потрібно не менше чотирьох скріншотів.

Для різних графічних об'єктів діють різні вимоги та платформи. Наприклад, щоб опублікувати сторінку в Google Play, потрібно додати піктограму програми. Він не замінює значок на панелі програм або головному екрані, але має бути високої якості та дозволу відповідно до специфікацій дизайну значків для Google Play.

Вимоги до піктограми:

- остаточний розмір: 512 x 512 пікселів;
- формат: 32-бітний PNG;

- колірний простір: sRGB;
 - максимальний розмір файлу: 1024 КБ;
 - форма: Повний квадрат – Google Play динамічно обробляє маскування. Радіус дорівнюватиме 20% від розміру значка;
 - тінь: ні – Google Play динамічно обробляє тіні.
- Банери також мають свої вимоги для публікації:
- JPEG-файл або 24-бітовий PNG-файл (без альфа-каналу);
 - розмір: 1280 x 720 пікселів.

9 РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЕКТУВАННЯ ТА РОЗРОБКИ

Представлені скріншоти готових екранів мобільного трекера (темна, світла теми), його піктограма (рис. 9.1-9.6). Екрани створені для користувачів Android, відповідно до вимог публікації на GooglePlay.

Також додаток було опубліковано у таких соціальних мережах як Instagram та Facebook (рис. 9.7-9.10).

Для публікації в GooglePlay був створений банер додатку (рис. 9.11). Це необхідно для того, щоб майбутній користувач мав уявлення про додаток, який він планує завантажити.

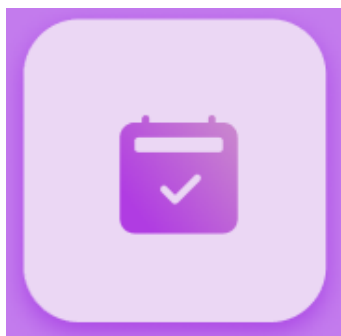


Рисунок 9.1 – Піктограма Mobile Habit Tracker

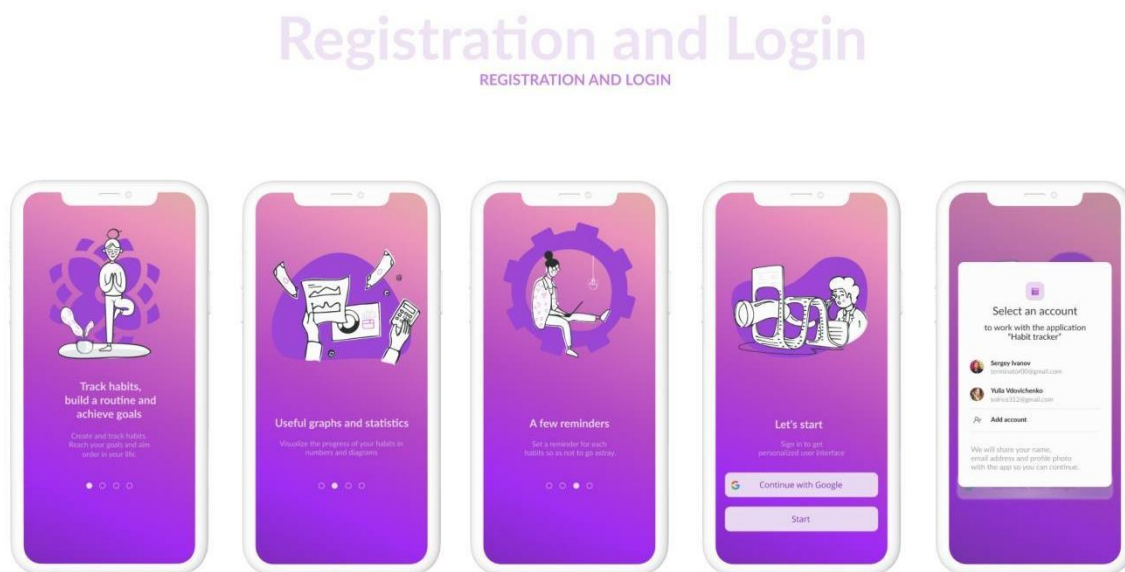


Рисунок 9.2 – Реєстрація, екран-заставка та онбординг

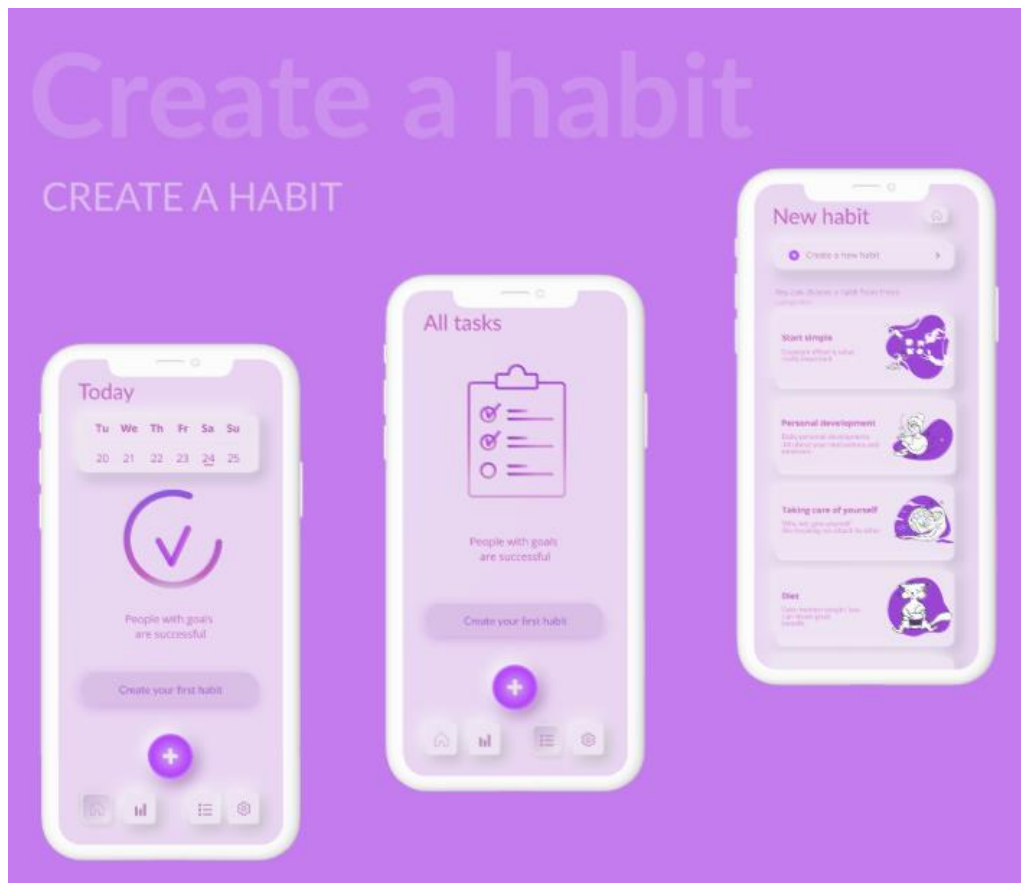


Рисунок 9.3 – Створення звички



Рисунок 9.4 – Екран зі статистикою (темна, світла теми)

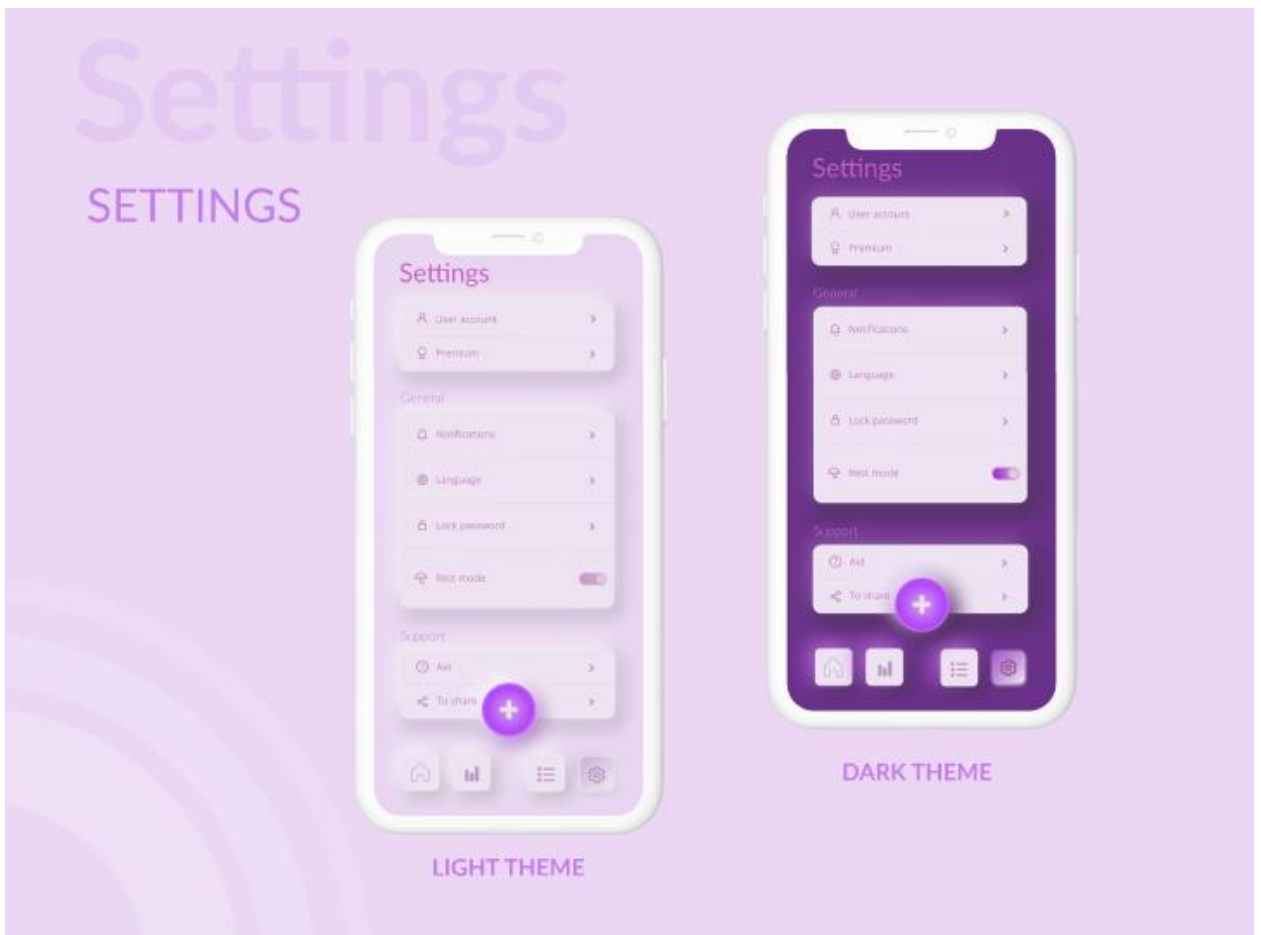


Рисунок 9.5 – Налаштування (темна, світла теми)

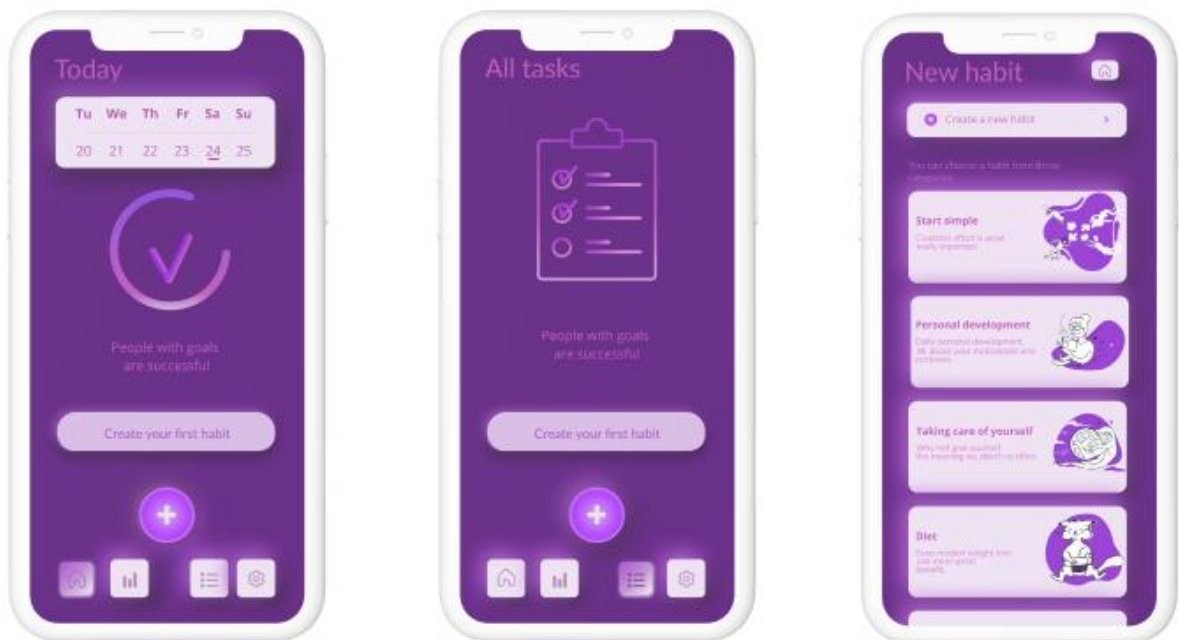


Рисунок 9.6 – Інші екрани з темною темою

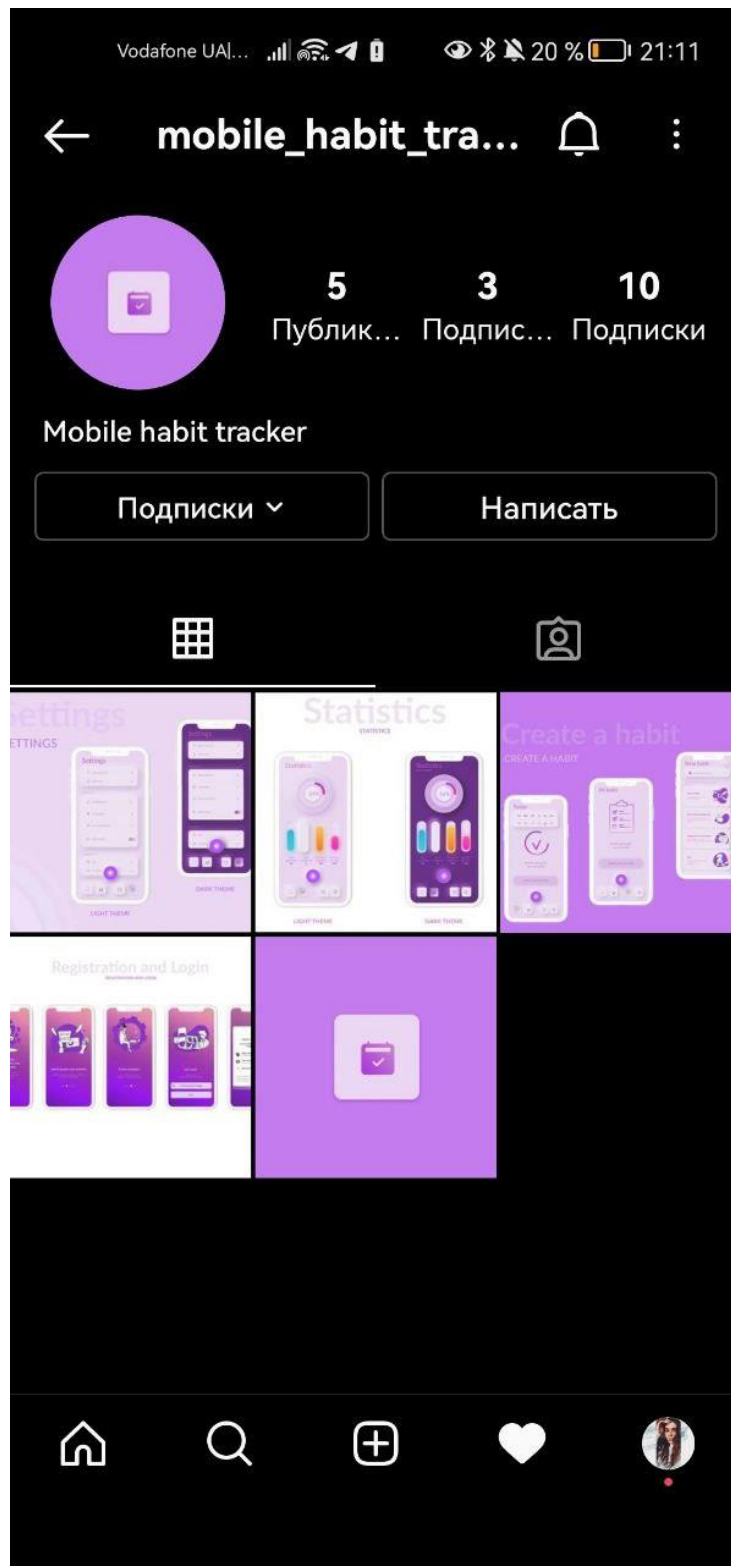
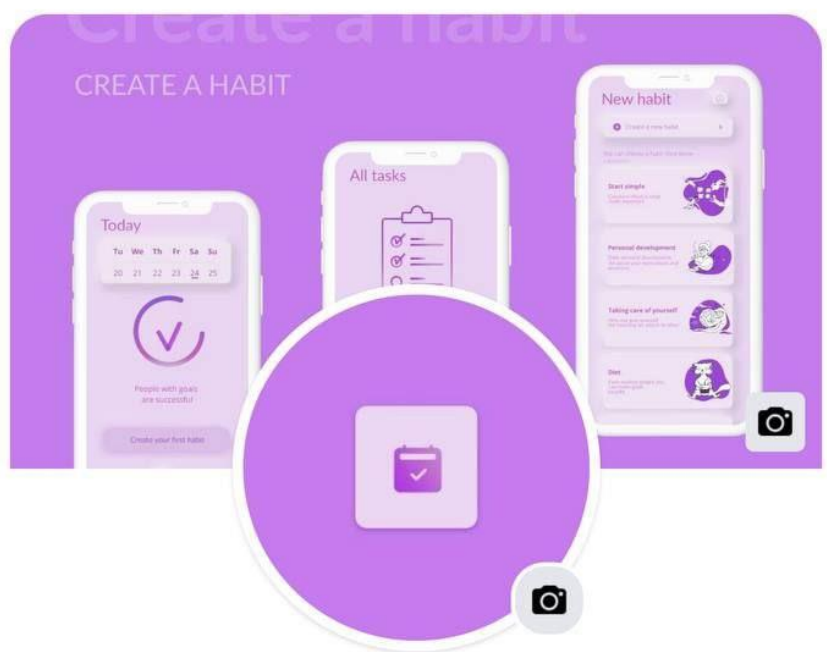


Рисунок 9.7 – Instagram-профіль

← Мобільний Трекер



Мобільний Трекер (Mobile Habit Traker) ✎

[✎ Редактировать профиль](#) ⋮

- 🏠 Город проживания
- 👜 Место работы
- 🎓 Учебное заведение

Рисунок 9.8 – Facebook-профіль

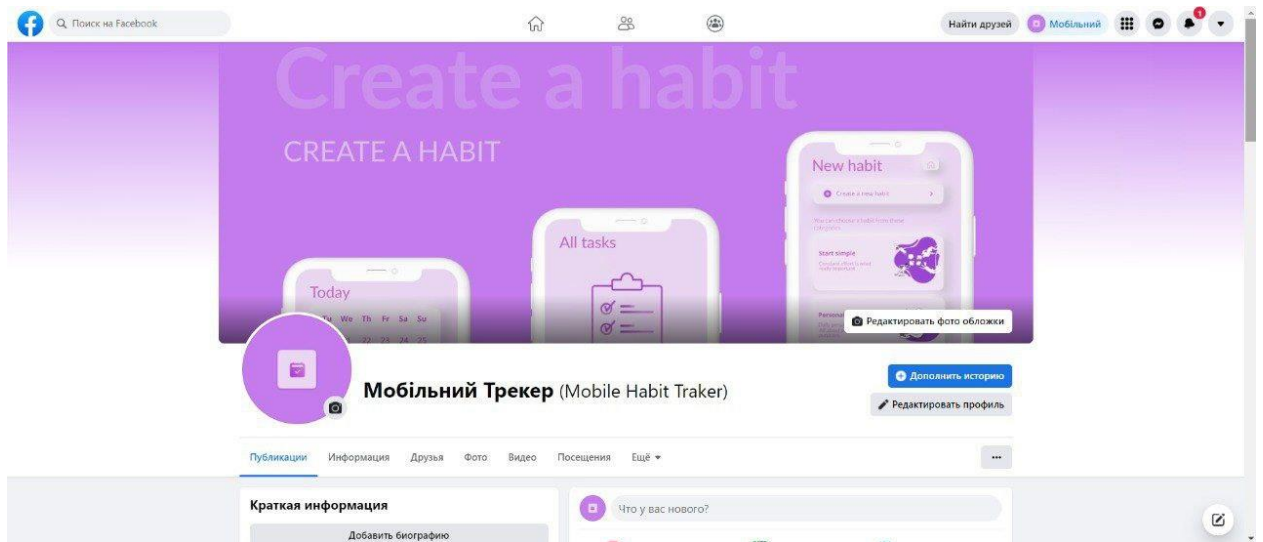


Рисунок 9.9 – Facebook-профіль

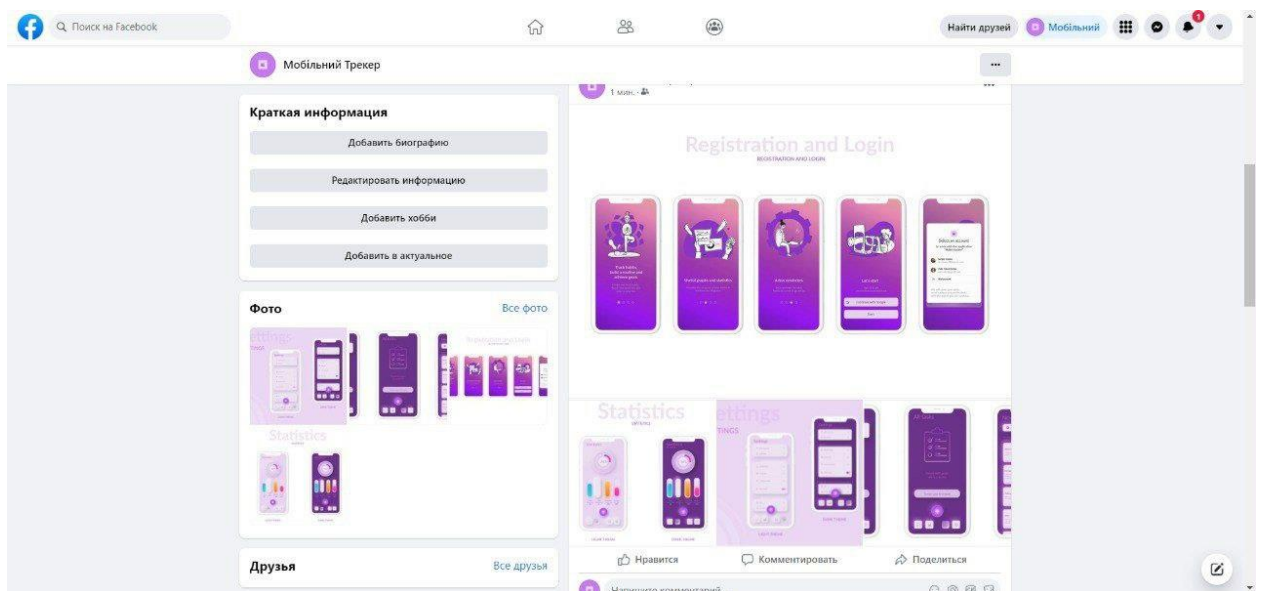


Рисунок 9.10 – Facebook-профіль

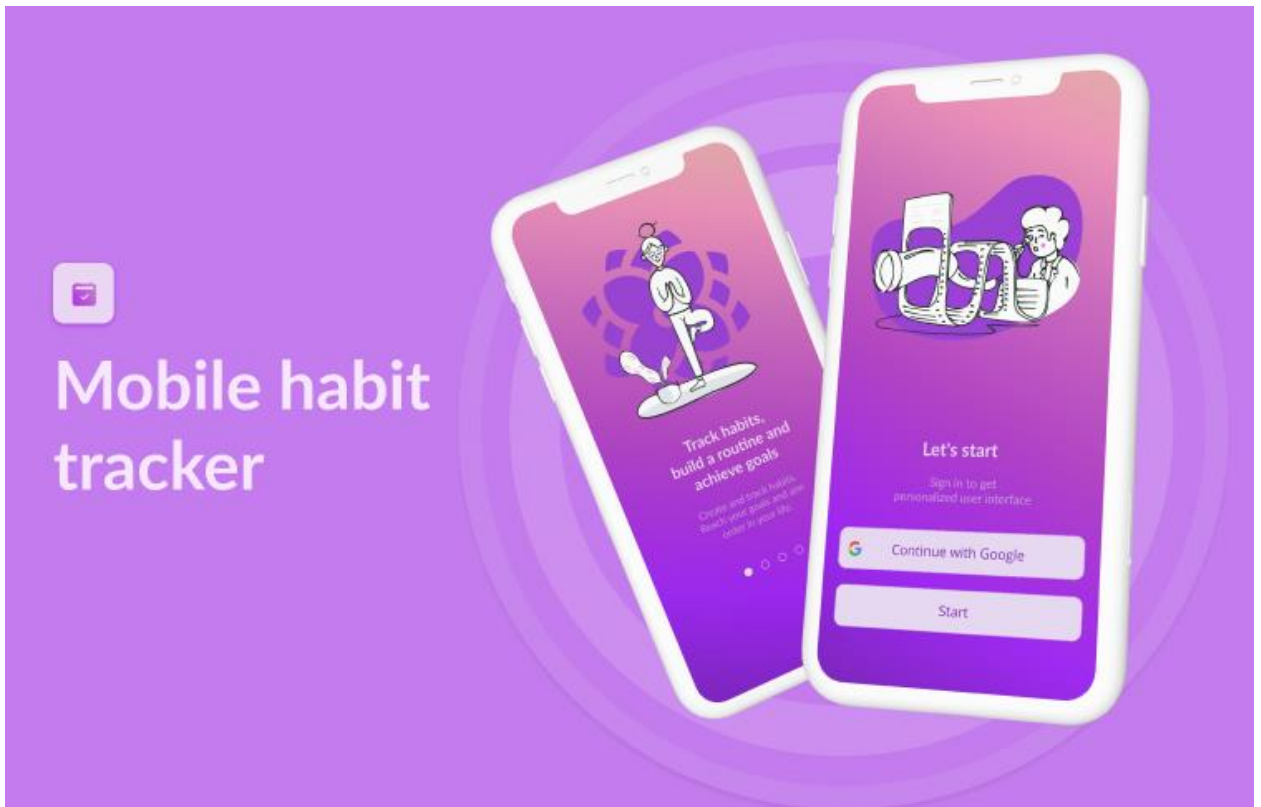


Рисунок 9.11 – Приклад банеру

10 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

10.1 Характеристика продукту

У результаті виконання кваліфікаційної роботи створений дизайн мобільного трекера зі створення корисних звичок. За допомогою нього можна позбутися шкідливих звичок, а також привити корисні.

Мобільний трекер складається з таких елементів:

- екран «Today» – показує, які звички заплановані на сьогодні;
- екран «Statistics» – можна подивитися на прогрес з прививання звички за тиждень, місяць або рік;
- екран «All tasks» – вказані всі задачі, що були обрані;
- екран «Settings» – відповідає за налаштування трекера.

Цільова аудиторія – переважно дівчата від 18 до 30 років, для яких важлива візуальна складова у значній мірі.

10.2 Оцінка ринків збуту мобільного додатку та конкуренція

Мобільний трекер буде опублікований в «GooglePlay» для потенційних користувачів з ОСAndroid.

Додаток зможе завантажити хто завгодно, обмежень ніяких немає. Типовий користувач даного трекера – це людина, для якої відіграє важливу роль вигляд додатка. Головний конкурент – це трекер, у якого візуал також є головною родзинкою, а саме Streaks. Хоча це платний додаток, він всеодно користується великою популярністю через лаконічний яскравий дизайн. Однак Streaks – давній резидент App Store, тому вірогідність того, що потенційний користувач вирішить використовувати для тих же цілей інший додаток – невисока.

10.3 Бізнес-модель Canvas

На рис. 10.1 представлена бізнес-модель Canvas для мобільного трекера зі створення корисних звичок.

<p>Ключові Партнери</p> <p>Партнери: 1. Журнал «Cosmopolitan» (статті); 2. Анита Лупенко - спортивний блогер; 3. Дмитро Карпачов - психолог.</p>	<p>Ключові види діяльності</p> <ul style="list-style-type: none"> - Постійне оновлення та додавання нових функцій у додаток; - Розробка мотиваційних статей; - залучення нових та підвищення лояльності існуючих клієнтів; - Регулювання якості за допомогою зворотного зв'язку з користувачем. <p>Ключові ресурси</p> <ul style="list-style-type: none"> - Дизайнери: мінімум 2. Які будуть відповідати за UI (візуальну складову додатку) та UX (легкість користування додатком); - SMM-менеджер, який буде відпо-відати за соціальні мережі; - Web-аналітик, який збирає та аналізує дані про поведінку користувачів додатку; - Back-end розробник, який займається розробкою внутрішньої частини програми; - QA-інженер - спеціаліст, який проводить тестування проекту на всьому етапі його розробки з метою оперативного виявлення помилок та відхи-лень від заданого курсу та своєчасного коригування процесу розробки. 	<p>Ціннісні пропозиції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Брак часу і через це забудькуватість про виконання необхідних речей (елементарно вийти склянку води). <p>Рішення: повідомлення із нагадуваннями, які при-ходять на телефон; 2. Складність вийти палити або вчасно лягти спати.</p> <p>Рішення: мотиваційні меседжі, поради та бонуси; 3. Люди найчастіше за все у паперовому зразку трекера забувають відмічати дні.</p> <p>Рішення: автоматичне нагадування, а також статисти-ка.</p>	<p>Взаємовідносини з клієнтом</p> <p>Використовуються різні канали первинного залучення клієнтів (див. вище): - instagram маски, на які можна буде перейти за qr-кодом (розташований у додатку); - регулярні відновлення з додаванням нових ф-ій; - цікаві статті про здоровий спосіб життя (спортивні вправи, правильне харчування та інше)</p> <p>Канали збуту</p> <p>Реклама в інстаграм; Маски для інстаграму, спеціально створені під дизайн додатку; Робота з блогерами (інстаграм).</p>	<p>Споживчий сегмент</p> <p>Міста та країни, де розмовляють та розуміють англійську мову: - дівчата від 18 до 30 років, котрі бажають привити корисні звички до свого життя або позбутися шкідливих; - користувачі, яким важлива візуальна складова; - користувачі, яким важлива мобільність.</p>
<p>Структура витрат</p> <ul style="list-style-type: none"> - Персонал - Податки - Реклама у соціальних мережах - Реклама блогерами - Аккаунти для створення дизайну з сервером (Tilda) 		<p>Джерела доходів</p> <ul style="list-style-type: none"> - Монетизація, за кількість завантажень додатку - Соціальні мережі - Акции 		

Рисунок 10.1 – Бізнес-модель Canvas

Бізнес-модель Canvas – це односторінкова схема, що відображає всі бізнес-процеси підприємства [10].

Споживчий сегмент.

1. Дівчата від 18 до 30 років. Також основним доповненням буде те, що вони повинні бажати привити корисні звички до свого життя або позбутися шкідливих.

2. Користувачі, яким важлива візуальна складова і простий інтерфейс. Трекер має дуже приємний до ока дизайн, тому це є також важливим критерієм.

3. Користувачі, яким важлива мобільність. У наш час смартфон вважається нашою "правою рукою", тому додаток завжди є під рукою у твоєму телефоні.

Ціннісні пропозиції.

Людина не може тримати в голові багато планів і речей або того, що вона планує робити кожного дня. Це може бути пиття води, прийом ліків, заняття спортом або просто відмітка про погані звички, які необхідно кинути.

Усі ці речі можуть контролюватися через додаток та систематично нагадувати користувачу про них, таким чином, посилювати мотивацію.

Канали збуту:

- реклама в інстаграм;
- маски для інстаграму та фейсбуку спеціально створені під дизайн трекера;
- робота з блогерами (інстаграм);
- «GooglePlay».

Взаємовідносини з клієнтами.

Дуже важливо щоб клієнти отримували так званий "фідбек" від компанії. Для цього можна прислуховуватися до порад клієнтів, створювати нові функції та виправляти помилки за допомогою оновлень додатку. Також додавати статті про здоровий спосіб життя та інше. Для залучення клієнтів також підійдуть соціальні мережі, у яких можливо створювати маски, тим самим поширюючи інтерес до додатку.

Джерела доходів.

Можуть поповнюватися в залежності від поширення додатку, але на початковому рівні достатньо таких джерел:

- преміум аккаунти;
- монетизація, за кількістю завантажень;
- соціальні мережі;
- акції;
- спонсори.

Ключові ресурси:

- UI/UX Дизайнери;
- СММ-менеджер;
- Back-end розробник;
- QA-інженер.

Ключові види діяльності:

- регулювання якості за допомогою зворотнього зв'язку з користувачем;
- постійне оновлення та додавання нових функцій у додаток;
- розробка мотиваційних та пізнавальних статей про здоровий спосіб життя, красу та інше;
- залучення нових споживачів та підвищення лояльності існуючих клієнтів.

Ключові партнери представлені на рис. 10.2.

Ключові партнери


		
Журнал "Cosmopolitan" Міжнародний жіночий журнал. Статті взяті з цього журналу будуть залучені до самого додатку. Також додаток може бути поширений у самих статтях цього журналу.	Аніта Луценко Найпопулярніший тренер-мотиватор України, експерт з схуднення, тренер 5-ти сезонів та телеведуча проекту "Зважені та щасливі".	Дмитро Карпачов Український психолог, телеведучий. Також можуть братися його статті, цитати з книг для створення заохочуючих постів для додатку.

Рисунок 10.2 – Ключові партнери

Структура витрат:

- персонал;
- податки;
- реклама у соціальних мережах;
- реклама блогерів;
- акаунти для створення дизайну з серверами (Tilda).

10.4 План створення мобільного трекера, організаційний та фінансовий план проекту

План створення мобільного трекера наведено у табл. 10.1.

Таблиця 10.1 – План створення мобільного трекера

№	Операція	Спеціаліст	Кіль. спеціалістів	Час, год	Витрати на 1 спец., грн.	Загальні витрати, грн.
1	Створення дизайну Android-версії	Дизайнер мобільних додатків	2	150	25800	51600
2	Розробка Android-версії	Back-end розробник	1	150	35000	35000
3	Тестування Android-версії	QA-інженер	1	150	16500	16500
4	Реклама	СММ-менеджер	1	150	20190	20190
	Усього	-	5	-	-	123290

План публікації мобільного трекера наведено у табл. 10.2.

Таблиця 10.2 – План публікації мобільного трекера

№	Операція	Час, год	Витрати, грн.
1	Публікація Android-версії в GooglePlay	145	856,70
	Усього	-	856,70

Загальні витрати на створення та публікацію мобільного додатку – 124146,70 грн.

Необхідно також врахувати те, що кожна фізична особа підприємець зобов'язана сплачувати єдиний соціальний внесок (ЄСВ), який дорівнює 22 % від заробітної плати кожний місяць. У таблиці нижче представлена заробітна плата кожного спеціаліста з урахуванням цього внеску (табл. 10.3).

Таблиця 10.3 – Заробітна плата спеціалістів

№	Спеціаліст	Заробітна плата, грн.	Зар. плата з урахув. ЄСВ, грн.
1	Дизайнер мобільних додатків	25800	20124
2	Back-end розробник	35000	27300
3	QA-інженер	16500	12870
4	СММ-менеджер	20190	15748,2

10.5 Висновки

Отже, було розраховано, що замовник витратить 124146,70 грн. на реалізацію проекту.

Сюди входять витрати на публікацію мобільного трекера в «GooglePlay» та оплата послуг найманих спеціалістів:

- 2 дизайнера мобільних додатків;
- 1 Back-end розробник;
- 1 QA-інженер;
- 1 СММ-менеджер.

Визначено час, який потрібен на кожному етапі роботи.

ВИСНОВКИ

В ході виконання кваліфікаційної роботи були виконані такі етапи:

- аналіз завдання та опис основних цілей;
- розгляд основних тенденцій;
- аналіз аналогів;
- вибір програмного та апаратного забезпечення;
- проектування інформаційної структури та навігації;
- розробка графічного дизайну;
- наповнення контентом;
- тестування та публікація.

Розроблений мобільний трекер простий у використанні та має інтуїтивну зрозумілість інтерфейсу. На етапі проектування інформаційної структури та навігації був розроблений user flow мобільного трекера. Це було необхідно для того, щоб побачити шлях користувача з головного екрану. Зрозуміти, чи мають логічне завершення процеси, щоб користувач витрачав мінімум часу для досягнення мети.

Мета мобільного трекера полягає в тому, щоб допомогти користувачу привити нові корисні звички та позбутися старих. Цей трекер підійде для тих, кому важлива візуальна складова, ця програма стане добрим мотиватором.

Трекер створений в сучасному стилі у світі останніх тенденцій розробки веб-дизайну, інтерфейс спроектовано з урахуванням зручності використання.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. By`strushkina I. Instrukcziya po publikaczii Android-prilozheniya v Google Play. URL: <https://habr.com/ru/company/livotyping/blog/326874/> (дата звернення: 23.05.2022).
2. Vidy` publikaczij v Facebook i Instagram: vse o sushhestvuyushhikh tipakh postov – OdesSeo. URL: OdesSeo. <https://odesseo.com.ua/keep-calm-and-make-posts-formaty-publikaciy-v-facebook-i-instagram/> (дата звернення: 23.05.2022).
3. Deineko, Zh., & et al.. (2022). Usage and Application Prospects QR Codes. International Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS), 6(7), 40-48.
4. Dizajn mobil`ny`kh prilozhenij: proccess razrabotki i e`tapy` proektirovaniya. URL: turumburum-ua. <https://turumburum.ua/blog/dizayn-mobilnykh-prilozheniy-protsess-razrabotki-i-etapy-proektirovaniya/> (дата звернення: 23.05.2022).
5. Дизайн мобільних додатків: розробка UX/UI дизайну мобільних застосунків – KITAPP. URL: <https://kitapp.pro/uk/rozrobka-dizajnu-dodatktiv/> (дата звернення: 23.05.2022).
6. Sotnik S., & et al.. (2022). Key Directions for Development of Modern Expert Systems. International Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS), 6(5), 4-10.
7. 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.
8. 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.

9. Osnovy` navigaczii dlya mobil`ny`kh prilozhenij. URL: <https://appcraft.pro/blog/osnovy-navigaczii-dlya-mobilnykh-prilozhenij/> (дата звернення: 23.05.2022).

10. Nicza A. Business Model Canvas. Stroim model` biznesa na primere Uber i Netflix. URL: <https://skillbox.ru/media/management/business-model-canvas/> (дата звернення: 23.05.2022).

11. Pravil`ny`j obraz zhizni, polezny`e privy`chki s prilozheniem «Treker privy`chek Loop». URL: <https://irecommend.ru/content/pravilnyi-obraz-zhizni-poleznye-privychki-s-prilozheniem-treker-privyчек-loop> (дата звернення: 23.05.2022).

12. 10 prilozhenij dlya formirovaniya polezny`kh privy`chek. URL: <https://arena.ua/2017/10/04/productivity-apps/> (дата звернення: 23.05.2022).

13. Razmer kartinki dlya posta v Facebook, Instagram. URL: <https://infounion.com.ua/blog/razmer-kartinki-dlya-posta-v-facebook-i-instagram.html> (дата звернення: 23.05.2022).

14. Razrobotka i sozдание mobil`ny`kh prilozhenij dlya Android. URL: <https://appcraft.pro/blog/razrobotka-prilozhenij-dlja-android/> (дата звернення: 23.05.2022).

15. Skvorczov M. User flow: kak sozdayutsya populyarny`e prilozheniya i sajty`. URL: <https://habr.com/ru/post/496760/> (дата звернення: 23.05.2022).

16. Tonkosti pervoj publikaczii mobil`nogo prilozheniya. URL: <https://punicapp.com/blog/pages/596/publikatsiya-mobilnogo-prilozheniya-nachalo/> (дата звернення: 23.05.2022).

17. Trekery` polezny`kh privy`chek: kakie prilozheniya pomogut dobit`sya rezul`tata. URL: <https://behipo.com/articles/trekery-poleznykh-privyчек-kakie-prilozheniya-pomogut-dobitsya-rezultata> (дата звернення: 23.05.2022).

18. Tretyak S. Kak sozdayotsya dizajn mobil`ny`kh prilozhenij. URL: <https://netology.ru/blog/09-2020-design-prilojeniy> (дата звернення: 23.05.2022).

19. Yuzabiliti-testirovanie prototipa mobil`nogo prilozheniya: chto nuzhno znat`. URL: <https://usabilitylab.ru/blog/mobile-mockup-testing/> (дата звернення: 23.05.2022).

20. Top 10 trendov veb-dizajna 2022 goda. URL: <https://webpromoexperts.net/blog/10-luchshih-trendov-veb-dizajna-na-2022-god/> (дата звернення: 23.05.2022).

21. 9 innovacionny`kh trendov v veb-dizajne na 2022 god. URL: <https://vc.ru/design/346411-9-innovacionnyh-trendov-v-veb-dizayne-na-2022-god> (дата звернення: 23.05.2022).

22. Google Play icon design specifications. URL: <https://developer.android.com/distribute/google-play/resources/icon-design-specifications> (дата звернення: 23.05.2022).

23. Overclockers.ru: Vy`biraem treker privy`chek dlya android-ustrojstv: Habitica i Todoist, a takzhe itogi rassmotreniya chety`rekh prilozhenij. URL: <https://overclockers.ru/lab/show/87261/vybiraem-treker-privyчек-dlya-android-ustrojstv-habitica-i-todoist-a-takzhe-itogi-rassmotreniya-chetyreh-prilozhenij> (дата звернення: 23.05.2022).

24. What is Figma? (And How to Use Figma for Beginners). URL: <https://www.theme-junkie.com/what-is-figma/> (дата звернення: 23.05.2022).

25. Streaks – iOS treker formirovaniya privy`chek bez podpiski dlya iPhone. URL: <https://apps4.life/streaks-dobrotnyj-treker-privyчек-bez-podpiski/> (дата звернення: 23.05.2022).

26. Сальнікова Т.С., Бокарева Ю.С. Глассоморфізм в дизайні інтерфейсу користувача // Радіоелектроніка та молодь у ХХІ столітті: ХХV матеріали форуму. 2019. Т 6. С. 407-408.

27. Діденко М.В., Вовк О.В. Дослідження методів оцінки UX інтерфейсів нового покоління // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: матеріали Молодіжної школи-семінару V Міжнародної науково-технічної конференції, 3 листопада 2020 р. м. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид». 2021. Т2. С. 128-130.

28. Петрова К.К., Дейнека Ж.В. Аналіз і класифікація засобів ефективного планування подій на прикладі планерів // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: матеріали молодіжної школи-семінару IV Міжнародної науково-технічної конференції, 18-22 травня 2021 р. м. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид». 2021. Т2. С. 35-36.