



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)  
« 20 » травня 2024 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові \_\_\_\_\_ Масалітіну Роману Сергійовичу \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи \_\_\_\_\_ Розробка веб-сайту інтернет-магазину «DriveDesign» \_\_\_\_\_

Затверджена наказом по університету від \_\_\_\_\_ 20 травня 2024р. № 458 Ст \_\_\_\_\_

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії \_\_\_\_\_ 03.06.2024 р. \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи

Вид і призначення web-видання: інформаційний електронний ресурс видання – web-сайт; мови розроблення – HTML, CSS, JS; середовище поширення – мережа Інтернет.

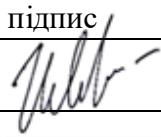
4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, визначення цілей і задач проектування; Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні WEB-видань; Проектування технологічного процесу виготовлення електронного видання; Вибір інструментальних засобів розробки; Проектування інформаційної структури та навігації; Розробка модульної сітки; Розробка графічного дизайну; Наповнення контентом сторінок видання; Тестування і публікація; Економічна частина; Висновки.

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

Вступ; Мета та цілі роботи; Задачі кваліфікаційної роботи; Цільова аудиторія; Розглянуті аналоги; Структура сайту; Модульна сітка; Кольорова гама; Шрифтове рішення; Логотип; Етапи реалізації проєкту; Навігація; Інтерактивні елементи; Готовий дизайн сторінок; Прототипування та тестування; Економічна частина; Висновки.

6. Консультанти розділів роботи

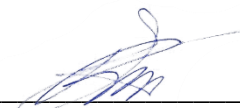
Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	проф. Левикін І.В.		29.05.2024
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		29.05.2024

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, визначення цілей і задач проектування	17.04.2024	виконано
2	Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні електронних видань	22.04.2024	виконано
3	Проектування технологічного процесу виготовлення електронного видання	26.04.2024	виконано
4	Вибір інструментальних засобів розробки	28.04.2024	виконано
5	Проектування інформаційної структури та навігації	30.04.2024	виконано
6	Розробка модульної сітки	04.05.2024	виконано
7	Розробка графічного дизайну	05.05.2024	виконано
8	Наповнення контентом сторінок видання	09.05.2024	виконано
9	Тестування і публікація	12.05.2024	виконано
10	Економічна частина	16.05.2024	виконано
11	Оформлення пояснювальної записки	17.05.2024	виконано
12	Оформлення графічної частини	21.05.2024	виконано

Дата видачі завдання «20» травня 2024 р.

Студент

  
(підпис)

Масалітін Р.С.  
(прізвище, ініціали)

Керівник роботи

  
(підпис)

проф. Левикін І.В.  
(посада, прізвище, ініціали)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка містить 57 с., 16 рис., 2 табл., 2 дод., 15 джерел.

РОЗРОБКА, САЙТ, ПРОТОТИП, КОНТЕНТ, МОДУЛЬНА СІТКА,  
ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, НАВІГАЦІЯ.

Метою цієї кваліфікаційної роботи є здобуття теоретичних і практичних навичок у розробці проєкту для створення сайту інтернет-магазину «DriveDesign».

Результат роботи передбачає створення готового прототипу, який можна буде реалізувати та зверстати за допомогою різних мов програмування. В процесі виконання були проведені дослідження цільової аудиторії, створено оригінальний контент, розроблено модульну сітку та графічний дизайн, а також налаштовано навігацію сайту.

## ABSTRACT

The explanatory note contains 57 p., 16 pic., 2 tabl., 2 app., 15 sources.

DEVELOPMENT, WEV-SITE, PROTOTYPE, CONTENT, MODULAR GRID, GRAPHIC DESIGN, NAVIGATION.

The purpose of this qualification work is to acquire theoretical and practical skills in developing a project for creating the website of the online store "DriveDesign".

The result of the work involves creating a ready-to-implement prototype that can be developed and coded using various programming languages. During the execution of the project, target audience research was conducted, original content was created, a modular grid and graphic design were developed, and the site navigation was configured.

## ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	7
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ .....	10
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ .....	12
2.1 Види сайтів та їх функціонал.....	12
2.2 Процес створення постеру .....	17
2.3 Основні етапи створення сайтів .....	18
2.4 Інструментальні засоби створення графічного дизайну .....	19
3 ПРОЕКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ .....	22
4 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ (ПРОГРАМНИХ І ТЕХНІЧНИХ) ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ .....	25
5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ, СКЛАДОВИХ ФІРМОВОГО СТИЛЮ .....	28
6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ І МОДУЛЬНОЇ СІТКИ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ .....	31
6.1 Розробка модульної сітки .....	31
6.2 Важливість дизайну для веб-сайту .....	33
6.3 Колірна гама сайту .....	34
6.4 Створення логотипу .....	36
6.5 Вибір шрифтового рішення .....	37
7 РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ МОДУЛЯХ І СТВОРЕННЯ НАВІГАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ .....	39
8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ .....	48
9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА .....	49
ВИСНОВКИ .....	55
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ .....	56
ДОДАТОК А Приклади сторінок.....	58
ДОДАТОК Б Візуалізація навігації.....	63

## ВСТУП

У 21 столітті майже кожна родина має власний автомобіль. Деякі сім'ї володіють навіть декількома автомобілями. Є багато молодих людей, які захоплюються автомобілями, навіть не маючи їх у власності. Кожен з них мріє одного дня придбати своє улюблене авто. Поки ця мрія не стала реальністю, вони постійно візуалізують її. Вони ставлять зображення улюблених автомобілів на шпалери телефонів або комп'ютерів, звертають увагу на такі автомобілі на вулицях своїх міст. Однак, є один спосіб візуалізації, який існує вже багато років і з'явився навіть раніше, ніж самі автомобілі, – це постери.

Постер може мати будь-який розмір, він може стояти на столі або займати всю стіну кімнати. Він може бути надрукований на звичайному папері або на тканині. Головне, що на ньому можна візуалізувати будь-що, будь-який сюжет в усіх кольорах спектру.

Оскільки багато людей захоплюються автомобілями і вони займають все більше місця в нашому житті, було вирішено обрати тему роботи, яка допоможе знайти, створити та придбати постер з улюбленим авто – розробка вебсайту інтернет-магазину "DriveDesign". Це може бути постер із звичайним автомобілем з вулиці, так і з тим авто, яким володіє сам користувач. Така можливість дає змогу залишити пам'ять про своє авто навіть скрізь роки і кожен день згадувати про нього.

Цей сайт має на меті зацікавити людей, надаючи їм унікальну можливість створити персоналізований постер зі своїм улюбленим автомобілем. Така унікальна можливість сама по собі робить сайт дуже привабливим для потенційного користувача.

До того ж дизайн сторінки повинен бути естетично привабливим та зручним для сприйняття. Використання відповідної кольорової гами, шрифтів і графічних елементів може значно покращити візуальне враження від сторінки і підвищити ймовірність конверсії.

Важливо також приділити увагу формі замовлення та контактній інформації. Вона має бути легко доступною і зрозумілою для користувачів, щоб спонукати їх до взаємодії.

Метою розробки є створення інтуїтивно зрозумілого і привабливого вебсайту, який дозволить користувачам легко створювати унікальні постери, з власним авто або з їхнім улюбленим автомобілем, реалізувати та залишити на пам'ять найулюбленіші спогади, або зробити крутий подарунок автоволодарю. Така розробка включає в себе проведення досліджень цільової аудиторії, створення оригінального контенту, розробку модульної сітки та графічного дизайну, а також налаштування навігації сайту. Кожен з вище перелічених елементів має велике значення та вплив на сприйняття користувачем інформації, що розміщується на сайті, що прямопропорційно впливає на попит.

Розроблюваний сайт створюється для браузерів і складається з багатьох сторінок, схожих за структурою. Він містить сторінки про нові автомобілі на сайті, з якими доступний конструктор, сторінки з автомобілями, розподіленими по марках, сторінку для створення власного постеру з улюбленим авто, сторінки конструктора та замовлення постеру. Також є інформаційна сторінка про сервіс та сторінка з профілем користувача.

Розміщена інформація буде не лише текстовою, але й ілюстративною, з реалізацією інтерактивності вибору користувачами товарів. Колірна гама сайту має асоціюватися з автомобільною тематикою і не відволікати користувача від основних елементів.

Отже розробка сайту «DriveDesign» має стати цікавим та унікальним проєктом, що популяризує тематику плакатів серед автолюбителів та дозволить їм залишити пам'ять про своє авто.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- дослідження ринку та аналізування інтерфейсів подібних сайтів;

- вивчення цільової аудиторії, визначення цілей проєкту та формулювання завдань;
- проведення ux-досліджень, що включають ux-аудит, налаштування ключових показників, аналіз даних сайту та його конверсійних показників;
- визначення ключових напрямків для покращення інтерфейсу;
- розробка каркасів (вайрфреймів), архітектури та структури сайту, створення користувацьких шляхів;
- створення дизайну, що базується на аналізі цільової аудиторії;
- формування візуального стилю сайту, включаючи вибір кольорової гами, шрифтів, форм і ілюстрацій для максимальної привабливості;
- розробка інтерактивного прототипу сайту.

У першому розділі пояснювальної записки проаналізовано завдання кваліфікаційної роботи, теми, які треба проробити, розглянуто потенційного користувача проєкту та висловлено побажання щодо очікуваного результату проєкту.

В другому розділі розглянуто досягнення у виробництві та застосуванні електронних видань.

Третій розділ містить відомості щодо етапів проєктування веб-сайту, його архітектури та мети розробки.

У четвертому розділі було досліджено та обрано інструментальні засоби розробки проєкту.

У п'ятому розділі було спроектовано інформаційну структуру електронного видання та складових фірмового стилю.

У шостому розділі описано процес створення графічного дизайну, обирання шрифтового рішення та модульної сітки електронного видання.

Сьомий розділ включає в себе інформацію про розміщення контенту в інформаційних модулях і створення навігації на веб-сайті.

Восьмий розділ містить в собі інформацію про вимоги до тестування і публікації електронного видання.

У дев'ятому розділі описано економічну частину створення веб-сайту.

## 1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Метою створення сайту для авто-постерів є надання користувачам можливості легко створювати індивідуальні постери з автомобілями, що відповідають їхнім особистим вподобанням. Важливо забезпечити стильову єдність та привабливість дизайну, з акцентом на десктопну версію.

Цільовою аудиторією є автолюбители, що мають або мріють про який-небудь автомобіль та бажають придбати собі портрет на пам'ять або для додаткової мотивації. Також до цільової аудиторії можуть відноситись люди, що хочуть зробити подарунок із портретом автомобіля його власнику. Це не обов'язково має бути автолюбитель, портрет також підійде і для звичайної людини яка просто має власний автомобіль. Але все ж таки основний критерій вибору аудиторії – це люди які полюбляють автомобілі, і для кого автомобіль це не просто механізм з колесами, а щось більше.

Потенційні користувачі цього сайту, молоді люди віком від 16 до 26 років, які є справжніми ентузіастами автомобільної тематики. Вони захоплюються автомобілями не тільки як засобом пересування, але й як об'єктом хобі та пристрасті. Ця категорія людей часто проводить багато часу, вивчаючи різні моделі автомобілів, технічні характеристики та історію їх розвитку.

Пристроєм потенційного користувача можуть бути девайси різного розміру, де можна буде в повній мірі відобразити конструктор постеру. Найліпше для цього підійде настільний комп'ютер, ноутбук, планшет із браузером. Мобільні пристрої, такі як смартфон, занадто малі щоб добре реалізувати весь потенціал сайту, і будуть не зручні у використанні.

Невід'ємною деталлю потенційного користувача сайту є доступ до мережі Інтернет з достатньою швидкістю з'єднання для оновлення елементів сайту та перегляду інформації.

Для гарної реалізації прототипу необхідно використовувати відповідні технології для графічної обробки та прототипування інтерактивного макету. Саме тому для створення графічної частини сайту було використано програми Adobe Illustrator для створення векторних елементів, Adobe Photoshop для створення растрових елементів, та розробка дизайну і прототипування було проведено у сервісу-програмі Figma.

Очікуваний результат проєктування – це сучасний, приємний на вигляд та зручний у використанні сайт, який приверне увагу відвідувачів, збільшить кількість клієнтів та допоможе користувачам здійснити їх бажання створити постер зі своїм авто.

## 2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ

### 2.1 Види сайтів та їх функціонал

Сайт – це сукупність веб-документів, об'єднаних у єдину структуру, розміщених на певній доменній адресі. Існує безліч типів і видів сайтів, тому важливо розібратися в цьому питанні детальніше. Зараз майже неможливо зустріти бізнес, який не представлений онлайн. Причина переходу бізнесів з офлайн у онлайн очевидна – всі споживачі тепер знаходяться в інтернеті.

Цільова аудиторія будь-якого виробника або постачальника послуг присутня саме тут. Всі великі компанії, малі бізнеси, мультимільйонні або персональні бренди, навіть найменші виробники хендмейду – всі мають свої веб-сайти. Кожен з цих сайтів виконує конкретні завдання, допомагаючи просувати саме цей бізнес.

Тому важливо чітко розуміти, як функціонує кожен конкретний сайт, щоб визначити, що потрібно для просування ваших ідей та який тип сайту найкраще підходить для ваших цілей.

Сайти можна класифікувати за двома основними категоріями: комерційні – пов'язані з веденням бізнесу та отриманням прибутку, та некомерційні – мають чіткий інформаційний характер і використовуються для самореклами або просування некомерційних проєктів. Ці основні категорії діляться на конкретні види, кожен з яких відповідає певним завданням і потребам.

Серед основних видів сайтів, виділяють наступні.

1. Сайт-візитка – призначений для надання загальної інформації про проєкт, бізнес, або особу. Він містить такі розділи, як загальна інформація, контакти, місцезнаходження, досягнення та інформація про колектив. Обсяг такого сайту зазвичай не перевищує десяти сторінок. Мета цього типу сайту

полягає в тому, щоб розповісти користувачам про себе, служачи своєрідною розширеною візитівкою з текстовим і графічним контентом. На сайті обов'язково повинна бути коротка інформація про те, хто ви і що пропонуєте. Це має бути лаконічна презентація, яка передає користувачам зрозумілий та очевидний меседж. Важливо, щоб дизайн був зручним для користувачів, з акцентом на UX, забезпечуючи приємний досвід взаємодії. Сайт-візитка повинен бути адаптивним, тобто підлаштовуватися під різноманітні пристрої, включаючи комп'ютери, ноутбуки, Smart TV та телефони будь-якого розміру і на будь-якому програмному забезпеченні. Важливими аспектами є висока швидкість завантаження та стабільна робота ресурсу, щоб користувачі могли швидко отримати доступ до інформації без затримок та технічних проблем.

2. Корпоративний сайт – основна функція полягає у забезпеченні повноцінної презентації компанії в інтернеті. Такий сайт включає графічний контент, розділ з блогом компанії, стрічку пошуку по сторінках, прайс-листи, калькулятор розрахунків, каталог, а також візуальне представлення продукції з детальними характеристиками. Обсяг корпоративного сайту залежить від потреб компанії та того, як вона хоче себе презентувати клієнтам. Це може включати сторінки другого та третього рівня складності, що забезпечують повний спектр інформації про компанію, її продукти та послуги. Основна мета корпоративного сайту – це повноцінна презентація компанії в мережі, вирішення завдань як для працівників, так і для клієнтів, можливість продажу послуг або товарів, розширення бази клієнтів та партнерів, пошук нових співробітників та формування позитивного іміджу компанії. Корпоративний сайт має бути високоякісним, оскільки якість розробленого сайту безпосередньо впливає на імідж компанії. Розробка повинна базуватися на останніх тенденціях у сфері веб-розробки. Важливо забезпечити зручну та зрозумілу структуру сайту, щоб користувачі могли легко знайти потрібну інформацію. Дизайн сайту має бути сучасним і відповідати фірмовому стилю компанії, підкреслюючи її переваги та викликаючи правильні асоціації. Сайт повинен надавати вичерпну інформацію, відповідаючи на всі можливі питання

користувачів. Адаптивність є ключовою вимогою, щоб сайт коректно відображався на всіх пристроях. Висока швидкість завантаження сайту є критично важливою, незалежно від пристрою, з якого користувач заходить на сайт.

3. Інтернет-магазин – основне призначення полягає в ефективному продажу товарів або послуг через інтернет. Для цього необхідно забезпечити можливість швидкого та зручного замовлення продуктів або послуг. Його зміст включає каталог продукції з графічним і візуальним представленням, докладні характеристики товарів або послуг, а також блог для додаткової інформації та залучення клієнтів. На сайті такого типу має бути можливість замовити послугу чи продукт максимально швидко і просто. Дизайн сайту повинен підкреслювати тематику бренду або компанії, оформлення всіх товарів має бути в єдиному стилі з правильно підібраними кольорами та пресетами. Нічого не повинно відвертати увагу клієнта від пропонованого продукту чи послуги. Додатковими перевагами будуть сторінки з відгуками, FAQ, акції. Найважливішим аспектом для інтернет-магазину є потужний та швидкий зворотний зв'язок. Клієнти хочуть максимально швидко обрати, оплатити, отримати та використовувати товар чи послугу.

4. Лендінг пейдж – це спеціально створена веб-сторінка, яка має чітку і лаконічну структуру для презентації конкретної пропозиції. Вона містить заклики до дії (САТ), які стимулюють користувача виконати певну дію, наприклад, підписатися на розсилку або залишити контактні дані. Контент на такій сторінці мінімальний і зазвичай обмежується однією сторінкою, хоча може бути й більше. Призначення сторінки полягає у презентації конкретних акцій, розіграшів, послуг чи продуктів. Вона також служить для збору контактних даних цільової аудиторії, таких як e-mail, номери телефонів або посилення на соціальні мережі, з метою подальшої комунікації та пропозицій, які можуть бути цікаві або корисні клієнту. На сторінці лендінгу обов'язково повинен бути дуже чіткий і зрозумілий на інтуїтивному рівні меседж. Користувач повинен миттєво зрозуміти, що йому пропонують і яку дію він має

виконати. Дизайн сторінки має бути таким, що не відволікає від основного змісту, спрямовуючи увагу користувача на головну пропозицію. Важливо продумати все настільки коротко і лаконічно, щоб користувач міг швидко отримати інформацію, зрозуміти її і здійснити потрібну дію.

5. Маркетплейс – це те, про що зараз говорять усі. Це місце, куди рано чи пізно приходять всі, електронні торгові площадки, які можна назвати простішим словом – ринок, тільки в мережі. Вони стали невід'ємною частиною сучасної комерції, надаючи можливість зібрати всіх продавців і покупців в одному місці. Контент маркетплейсу включає характеристики товарів і візуальний контент. Обсяг такого сайту є максимальним, оскільки він повинен охоплювати величезну кількість різноманітних товарів і послуг. Призначення маркетплейсу полягає в тому, щоб зібрати всіх продавців у одному місці, де кожен користувач зможе знайти те, що йому потрібно, серед безлічі пропозицій, і вибрати продавця, який йому подобається. Важливим аспектом є наявність надійного хостингу, який забезпечить стабільну роботу сайту. Структура сайту повинна бути зрозумілою як для продавців, так і для клієнтів, з простим і інтуїтивним дизайном. Сайт має включати кошики для покупок, функцію пошуку, карточки товарів, а також можливості обміну та повернення товарів. Ключовим фактором успіху маркетплейсу є добре налагоджена комунікація між усіма учасниками процесу – продавцями, клієнтами і адміністраторами. Це забезпечує ефективну взаємодію, що підвищує задоволеність усіх сторін і сприяє зростанню популярності платформи.

Також існує ще багато сайтів під різні види задач: для перегляду відео, для спілкування, для навчання, для самореклами, енциклопедії та інше, проте жоден з цієї безлічі сайтів не обходиться без добре спроектованої структури.

Головна сторінка відіграє ключову роль, оскільки саме вона першою відкривається перед користувачем. Її розробка дуже важлива, адже дослідження показують, що люди переглядають інформацію на екрані поверхово, схожим чином як рекламу, а не читають її уважно, як книги чи

журнали. Якщо головна сторінка зацікавлює відвідувача, він продовжує перегляд, якщо ні – переходить на інші сайти, яких в інтернеті безліч.

На верхній частині головної сторінки зазвичай розташовується так званий "хедер", яка повторюється на інших сторінках сайту. Це робиться спеціально, оскільки "хедер" першим привертає увагу відвідувача. Для забезпечення швидкого доступу до основних розділів сайту створюється меню – список гіперпосилань на розділи сайту. Горизонтальне меню зазвичай розташовують у "шапці", іноді дублюючи його в нижній частині сторінки, а вертикальне – переважно зліва, де користувач починає перегляд.

Меню є одним із найважливіших елементів сайту. Воно має бути зручним, помітним і зрозумілим, інакше користувач не знатиме, як перейти до потрібного розділу, і покине сайт. Пункти меню повинні бути чітко відокремлені один від одного. Гіперпосилання, розміщені в тексті чи у вигляді графічних об'єктів, дозволяють переходити на різні сторінки сайту або навіть на інші сайти.

На сайтах із великою кількістю інформації є сторінки третього, четвертого рівня і далі. Загалом, існує три основні типи структур веб-сайтів: лінійна, деревоподібна та довільна. Лінійна структура передбачає перехід від головної сторінки до другої, з другої – на третю і так далі. Деревоподібна структура дозволяє з головної сторінки перейти на одну зі сторінок другого рівня, з них – на сторінки третього рівня і так далі. Довільна структура надає відвідувачам можливість переходити між сторінками різними шляхами, без чітко визначеного порядку.

Вибір структури сайту визначається специфікою завдань, які він має виконувати. Незалежно від типу структури, важливо забезпечити користувачам інтуїтивний і логічний шлях для навігації, що значно покращує їхній досвід взаємодії з сайтом.

## 2.2 Процес створення постеру

Процес створення постеру є унікальним для кожного нового проєкту і залежить від індивідуальних побажань замовника. Робота може бути як простою, коли замовник надає конкретне зображення і фотографію автомобіля, який він хоче бачити на постері, так і складною, коли замовник не може визначитися з тим, чого він хоче. У таких випадках важливо запропонувати своє бачення постеру, враховуючи всі деталі та нюанси.

Постери можуть мати різний стиль і оформлення: мінімалістичні, наповнені деталями, однотонні або повнокольорові. Вони можуть містити мінімум тексту або бути наполовину складеними з текстових елементів. Кожен постер може відображати певну тематику або стилістику, включати декоративні елементи в тексті, підкреслюючи індивідуальність і особливості автомобіля.

Під час створення постеру необхідно визначити і узгодити з замовником кожен з цих аспектів. Наприклад, чи бажає він мінімалістичний дизайн з акцентом на автомобіль, чи наповнений деталями, яскравий постер з динамічним фоном. Крім того, важливо обговорити, які кольори, шрифти та декоративні елементи будуть використані.

Після узгодження візуальної частини постеру необхідно визначитися з розміром роботи, матеріалом для друку та обрамленням. Наприклад, чи буде це великий постер для стіни або компактний варіант для столу, чи буде використовуватися глянцева або матова папір, а також який тип рамки найбільше підходить для обраного дизайну.

Після остаточного узгодження всіх деталей дизайн адаптується відповідно до вимог замовника і відправляється в друк. Важливо, щоб кінцевий продукт був не тільки привабливим, але й якісним, викликаючи позитивні емоції та задоволення у замовника.

Очікуваний результат процесу створення постеру – це унікальний, яскравий та професійно виконаний продукт, який повністю задовольняє

вимоги і побажання замовника. Він повинен привертати увагу, бути естетично привабливим і виразним, відображати індивідуальність автомобіля і створювати незабутнє враження.

### 2.3 Основні етапи створення сайтів

Розробка сайту передбачає виконання великого обсягу робіт, незалежно від розміру майбутнього проєкту. Це процес, який вимагає ретельного планування та послідовного виконання всіх етапів для досягнення успішного результату. Щоб створити якісний продукт, необхідно чітко визначити всі кроки, які включають:

- визначення тематики та основної мети проєкту. Цей етап включає в себе обговорення з замовником, з'ясування його побажань та потреб, а також аналіз ринку і конкурентів;
- розробка технічного завдання. Це документ, який деталізує всі вимоги до функціональності сайту, його структури, дизайну, інтеграцій з іншими системами та технічних параметрів;
- прототипування, макетування та дизайн. На цьому етапі створюються ескізи та макети майбутнього сайту, які дозволяють візуалізувати його структуру і зовнішній вигляд;
- верстка та програмування. Цей етап передбачає перетворення макетів у функціональні веб-сторінки за допомогою мов програмування;
- наповнення контентом. Сайт заповнюється текстами, зображеннями, відео та іншими матеріалами, які є необхідними для його роботи;
- тестування. Важливий етап, на якому перевіряється коректність роботи сайту, його швидкість завантаження, адаптивність та відсутність помилок;
- здача готового проєкту. Після успішного тестування сайт передається замовнику.

Одним з найважливіших етапів створення сайту вважається розробка дизайну. На цьому етапі створюється макет, який перетворює ідеї в реальний об'єкт. Це не просто розробка зовнішнього вигляду, але й створення функціональної та зручної структури сайту. Дизайнери працюють над кількома варіантами ескізів, беручи за основу технічне завдання, щоб знайти найкраще рішення для замовника.

Багато хто помилково вважає, що цей етап стосується лише зовнішнього оформлення сторінок. Насправді, велика увага приділяється правильному розташуванню елементів з урахуванням правил юзабіліті та інших технічних особливостей. Враховуючи всі ці етапи, можна забезпечити швидку та стабільну роботу ресурсу.

Після підготовки прототипів та макетів, їх узгоджують із замовником. Якщо виникають потреби у змінах, вони вносяться до остаточного затвердження проєкту. Це гарантує, що кінцевий продукт повністю відповідатиме очікуванням замовника і буде готовий до подальшої реалізації та використання.

## 2.4 Інструментальні засоби створення графічного дизайну

Незалежно від сфери створення графіки, використання правильних інструментів може експоненціально примножити якість результату. Добре створене програмне забезпечення для графічного дизайну забезпечує інтуїтивно зрозумілі елементи керування та гнучкість, які легко зрозуміти початківцю, але також має значно кращі інструменти для досвідченого користувача.

Найкращий спосіб дізнатися, яке програмне забезпечення підійде для конкретної роботи найкраще, це навчитися працювати з інструментом і експериментувати з ним. Кожне програмне забезпечення характеризується своїми функціями, простотою використання, продуктивністю, вартістю та

доступністю. Багато платних програм графічного дизайну надають користувачам безкоштовну пробну версію, щоб краще зрозуміти продукт.

Перш за все, слід розуміти, що перш за все, графіка ділиться на растрову та векторну, і як слід, програми для оброблення графіки діляться відповідно. В даному випадку ми не беремо до уваги відео-графіку, а зупиняємось лише на растрі та векторі.

Adobe Photoshop, мабуть, є найпопулярнішим програмним забезпеченням графічного дизайну, яким користуються мільйони художників у всьому світі. Програма створення для редагування і створення растрових зображень. Незалежно від того, чи хочете ви створити банери, плакати, веб-сайти чи логотипи, це найкраще програмне забезпечення для графічного дизайну зробить усе за вас. Від невеликих змін до витонченого дизайну, Adobe Photoshop має інструменти для кожного рівня. Якщо ви працюєте в графічному дизайні з ілюстративними дизайнами, ви навіть можете намалювати або розфарбувати все, що завгодно. Разом із редагуванням зображень у цьому програмному забезпеченні можна створювати натуралістичні ілюстрації та композиції. Ви можете визначати розмір полотна, ізолювати елементи від фону, створювати власні пензлі, працювати в 3D, зробити набагато більше.

Adobe Illustrator – це програмне забезпечення для дизайну, яке зосереджено навколо векторного дизайну. Ця програма – кровний брат Adobe Photoshop, проте розроблена для редагування векторних зображень. Ви можете створювати ілюстрації, значки, плакати тощо, а дизайни, створені в Adobe Illustrator, можна використовувати у візитних картках чи рекламних щитах, а також на смартфонах і на екранах 8k. Ви можете використовувати це програмне забезпечення для малювання, змішування та вдосконалення дизайнів, щоб створити щось вражаюче. Adobe створила мобільну версію під назвою Adobe Illustrator Draw, яка є однією з найкращих програм для графічного дизайну.

У CorelDRAW ви можете створювати професійні векторні ілюстрації. Є потужні інструменти проєктування, які допоможуть вам працювати швидше

та розумніше. Ви знайдете численні варіанти налаштування, незалежно від того, працюєте ви над логотипами, веб-дизайном чи друкованими проектами. Тепер CorelDRAW використовує технологію штучного інтелекту, щоб надати вам LiveSketch, який перетворює ескізи на точні векторні криві. Пакет містить інструменти для графічного дизайну, а також верстки. Він має Photo-Paint і Corel Font Manager для редагування фотографій і керування шрифтами. [2]

Веб-сервіс Figma це найпопулярніший сервіс для макетування додатків, вебсайтів та інших медіавидань. Серед його основних переваг можна виділити велику кількість плагінів, які дозволяють детально візуалізувати роботу видання та можливість створення навігації на сторінці для інтерактивного відображення при перегляді макету.

### 3 ПРОЕКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ

Розробка сайту для створення авто-постерів включає кілька важливих етапів, кожен з яких відіграє ключову роль у створенні успішного продукту. Процес створення сайту починається з визначення цілей і аудиторії. Необхідно чітко встановити мету сайту та визначити, для кого він призначений. Цільовою аудиторією можуть бути молоді люди, переважно чоловіки віком від 16 до 26 років, які захоплюються автомобілями.

Далі слідує планування контенту. Це включає розробку плану контенту, який визначає тематику, структуру, категорії, розділи та інші елементи, що організують інформацію на сайті. Важливо розробити такий контент, який буде цікавим і корисним для цільової аудиторії

Розробка дизайну є наступним важливим кроком. На цьому етапі створюється графічний дизайн сайту, включаючи вибір кольорової палітри, шрифтів, візуальних елементів, структури сторінок та інших дизайнерських елементів. Дизайн має бути сучасним і привабливим, щоб привернути увагу користувачів.

Створення контенту передбачає розробку та наповнення сайту цікавим інформаційним контентом. Контент має бути релевантним і привабливим для цільової аудиторії.

Наступним етапом необхідно реалізувати веб-сайт за допомогою мов програмування та/або конструкторів. Під час розробки веб-сайту «DriveDesign», було проаналізовано необхідний план дій для коректного перенесення в мережу Інтернет, та вирішено передати цю та наступні частини роботи програмісту після написання технічного завдання, оскільки для реалізації проєкту необхідно працювати з базами даних, підключенням сторонніх сервісів на сайт, та реєстрацією фізичної особи підприємця згідно законодавства України.

Після написання коду йде етап тестування та оптимізації. Цей етап включає перевірку належної роботи сайту, виявлення та виправлення помилок, випробування сумісності з різними браузерами та пристроями.

Після досягнення оптимізації та тестування, сайт необхідно розгорнути та запустити на веб-сервері і опублікувати в Інтернеті. Для привернення аудиторії можуть використовуватися рекламні кампанії або інші засоби просування.

Метою розробки сайту для авто-постерів є створення зручної та зрозумілої платформи, де користувачі можуть легко створювати унікальні постери зі своїми улюбленими автомобілями. Сайт надасть можливість вибору з різноманітних шаблонів та дизайнів, що дозволить користувачам персоналізувати свої постери відповідно до власних уподобань.

Сайт дозволить користувачам ознайомитися з основними аспектами створення авто-постерів, можливостями, які пропонує платформа, та перспективами використання створених продуктів. Загальна ціль цієї сторінки – зацікавити автомобільних ентузіастів, надати їм зручний інструмент для втілення своїх ідей та стимулювати до дії, такої як замовлення постеру для себе або в подарунок.

Архітектура проєкту – це детально продуманий план, який встановлює структуру та взаємодію різних компонентів і модулів системи. Головна мета архітектури полягає у створенні логічної, ефективної та масштабованої системи, яка відповідає потребам проєкту та очікуванням користувачів.

В даному проєкті архітектура містить такі ключові елементи:

- хедер сайту, для швидкого переходу на головну сторінку сайту, інформаційну сторінку та у профіль;
- навігація для пересування по сторінках веб-сайту;
- картки з автомобілями, для яких доступний швидкий конструктор або є готові варіанти постерів;
- футер з контактною інформацією для зв'язку з сервісом;

- сторінка конструктора для замовлення готового постеру з автомобілем;
- сторінка конструктора для замовлення індивідуального постеру з автомобілем;
- сторінка вводу контактної інформації для замовлення;
- сторінка вводу інформації для доставки постеру отримувачу;
- сторінка з вибором варіанту оплати, де користувач може обрати найбільш зручний варіант для нього;
- сторінка з підтвердженням усієї інформації перед замовленням, щоб користувач міг ще раз передивитися чи вся інформація вірна перед сплатою;
- сторінка з екраном про успішне замовлення, для підтвердження що замовлення відбулось успішно;

Дана архітектура була розроблена для найзручнішого і логічнішого користування і має на меті зробити замовлення простим, без потреби у зайвих розмовах між замовником і менеджером сервісу.

## 4 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ (ПРОГРАМНИХ І ТЕХНІЧНИХ) ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ

Графічна складова є невід'ємною, і напевно, найважливішою частиною роботи над проектом, бо в першу чергу, навіть перед тим як доторкнутися до миші і щось натиснути на сайті, користувач бачить дизайн сторінки. Саме в цей момент у користувача з'являється перше враження, відштовхуючись від якого він буде дивитися на все інше на сайті.

Тому дуже важливо створити гарний дизайн при розробці проекту, а для цього необхідно використовувати відповідно гарні та зручні інструменти, що дозволяють якісно обробляти та створювати графіку, як векторну, так і растрову.

Вибір зупинився на продуктах Adobe – Photoshop та Illustrator, які славляться своєю широкою відомістю та безмежними можливостями. Ці програми надають широкий спектр інструментів для творчого створення та редагування зображень, дозволяючи втілювати творчі задуми, проводити кольорокорекцію, ретушування, створювати колажі та підготовлювати зображення до друку. Вони стали невід'ємною частиною друкарської індустрії та мультимедіа, де використовуються для ретушування портретів, підкреслення яскравості зображень, створення спеціальних світлових ефектів та усього іншого, що потребує редагування графічної інформації. Крім того, ці програми дозволяють працювати з векторною графікою, що є ключовим для створення високоякісних графічних матеріалів. Adobe Photoshop надає можливості для детального редагування фотографій, що включає роботу з шарами та масками, дозволяючи дизайнерам досягати високого рівня точності та деталізації. Adobe Illustrator, з іншого боку, є незамінним інструментом для створення векторних ілюстрацій, логотипів та інших графічних елементів, що робить його ідеальним вибором для створення масштабованих зображень без втрати якості.

Для створення макетів було обрано сервіс Figma. Завдяки великому функціоналу зі створення макетів видань, програма стала базовою при розробці сайтів або додатків. Figma надає можливості для спільної роботи в реальному часі, що значно спрощує комунікацію та співпрацю між членами команди. Користувачі можуть одночасно редагувати макети, залишати коментарі та відслідковувати зміни, що робить процес розробки більш прозорим та ефективним. Велику кількість плагінів дозволяють детально візуалізувати роботу видання, додаючи функціональність та гнучкість до процесу створення дизайну. Крім того, Figma підтримує інтеграцію з іншими популярними інструментами, такими як Slack та Trello, що полегшує управління проєктами та забезпечує безперебійний робочий процес. Завдяки своїй адаптивності та широким можливостям, Figma стала незамінним інструментом для дизайнерів, розробників та інших професіоналів, що працюють над створенням сучасних веб- та мобільних додатків.

Для перенесення сайту в мережу Інтернет, написання коду та підключення сторонніх сервісів для приймання платежів необхідно використовувати спеціальне програмне забезпечення, яке підходить для таких завдань. Це програмне забезпечення дозволяє забезпечити стабільну роботу сайту, обробку даних та безпечно здійснення фінансових операцій. В рамках дипломної роботи було вирішено спростити цей процес та передати реалізацію найманому програмісту, для якого розробляється технічне завдання. Це рішення обумовлене тим, що ретельна реалізація проєкту в Інтернеті вимагає роботи з базами даних, інтеграції сторонніх сервісів та реєстрації фізичної особи підприємця для отримання платежів відповідно до законодавства України.

Передача реалізації професійному програмісту дозволяє зосередитися на ключових аспектах проєкту, таких як дизайн та користувацький досвід, тоді як технічні аспекти будуть виконані фахівцем. Це забезпечить високу якість коду, надійну інтеграцію платіжних систем і відповідність всім необхідним нормативним вимогам. Враховуючи складність роботи з базами даних та

необхідність забезпечення безпеки фінансових транзакцій, залучення спеціаліста допоможе уникнути потенційних проблем і забезпечить успішну реалізацію проєкту. Крім того, це дозволить швидше вивести сайт на ринок та почати приймати платежі, що є критично важливим для комерційного успіху проєкту

## 5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ, СКЛАДОВИХ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

Проектування інформаційної структури електронного видання є дуже важливим етапом у створенні ефективного та зручного для користувача ресурсу. Інформаційна структура визначає, як інформація організована, подана та взаємодіє з користувачами. Вона включає в себе планування контенту, розробку навігаційних елементів, структурування сторінок та інтеграцію різних медіа-елементів.

Дуже важливо зберігати послідовність і логічність структури, бо це дуже впливає на лояльність користувачів.

При створенні інформаційної структури електронного видання, слід враховувати наступне.

1. Цілі видання та аудиторію.
2. Планування контенту.
3. Розробку навігаційної системи.
4. Структурування сторінок.
5. Інтеграцію медіа-елементів.

Існує кілька моделей організації сайту: лінійна, ієрархічна та заплутана. Кожна з них має свої переваги. Найбільш поширеною для бізнес-сайтів, таких як корпоративні та представницькі ресурси, є ієрархічна структура або «дерево». Цей підхід дозволяє користувачам легко орієнтуватися, керуючи глибиною перегляду сайту. В рамках ієрархічної моделі, інформація поділена на розділи, які включають категорії та підкатегорії, причому кожен елемент контенту зазвичай належить до однієї конкретної підкатегорії, категорії або розділу.

Що стосується конкретних розділів та категорій для бізнес-сайту, то тут немає однозначного підходу, оскільки кожна компанія має свої особливості. Проте, часто використовуються «стандартні» розділи, які можна знайти на

більшості сайтів незалежно від їх специфіки. До таких стандартних розділів належать, наприклад, сторінка з контактною інформацією або розділ про компанію.

Для створення проєкту було обрано ієрархічну модель, приклад якої зображено на рисунку 5.1. Саме така структура найбільше підходить проєкту, бо користувач має можливість вибору з кількох варіантів.

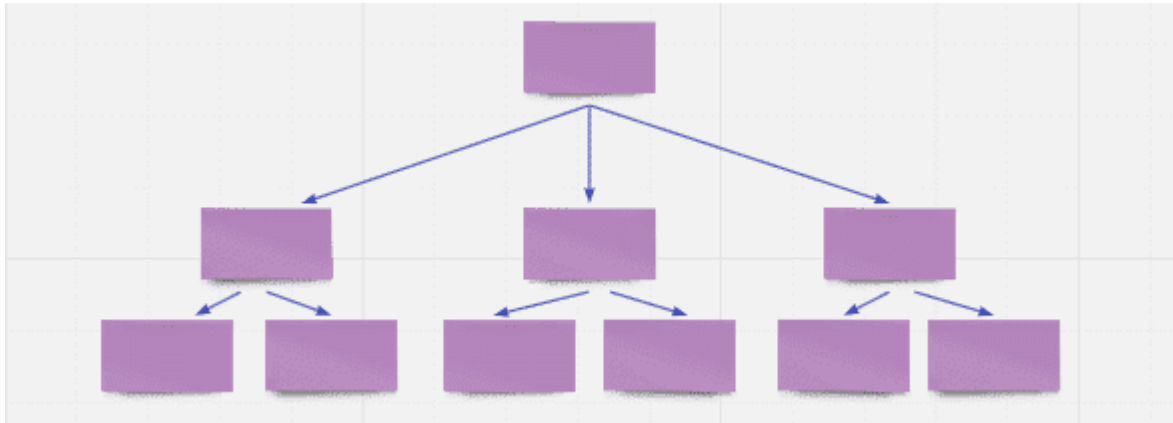


Рисунок 5.1 – Приклад ієрархічної моделі

Проте мало обрати структурну модель, без повного комплексу всіх планованих матеріалів Створення інформаційної структури сайту є невдалою стратегією. Без всіх необхідних інформаційних елементів важко правильно організувати їх взаємодію на сайті. Це означає, що первісну структуру доведеться постійно змінювати і підлаштовувати під новий контент, що може призвести до хаосу і потреби у повній перебудові інформаційної архітектури з самого початку.

В нашому випадку маємо наступну структуру. На головному екрані розташовано перелік автомобілів, які нещодавно стали доступні для конфігурування на сайті. Над автомобілями розроблена навігація по розділах, де всі автомобілі відсортовані за маркою. Також є кнопка, яка веде на сторінку створення власного постера.

Натискаючи на ілюстрацію автомобіля, користувач потрапляє на екран конфігурації, де може обрати потрібні графічні елементи для постера та

перейти до оформлення замовлення. Після завершення процесу замовлення користувач переходить на екран з повідомленням про успішне замовлення, де може побачити підтвердження і отримати деталі про подальші кроки.

У верхній частині кожного екрану знаходиться шапка з логотипом сервісу та кнопками «Про нас», «Instagram», «Профіль». Це забезпечує швидкий доступ до важливої інформації та персонального кабінету. У нижній частині розташований футер з контактною інформацією сервісу, такою як електронна пошта, номер телефону, що дозволяє легко зв'язатися з підтримкою.

Також на сайті є інформаційна сторінка про сервіс, де користувач може ознайомитися з можливостями платформи та зрозуміти, як вона працює і які послуги надає. Це допомагає новим користувачам швидко орієнтуватися на сайті та ефективно використовувати його функції.

## 6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ І МОДУЛЬНОЇ СІТКИ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ

### 6.1 Розробка модульної сітки

Модульна сітка є ключовим інструментом у веб-дизайні, що допомагає організувати візуальний порядок на сайті. Вона базується на поділі сторінки на рівномірні секції, які називаються модулями або колонками. Цей каркас проходить через всі веб-сторінки, забезпечуючи єдину схему розташування всіх елементів і блоків сайту. Основна ідея модульної сітки полягає в тому, що сторінка розбивається на горизонтальні та/або вертикальні лінії, утворюючи сітку з рівномірних прямокутних модулів. Ці модулі використовуються для розташування елементів контенту, таких як тексти, зображення, кнопки тощо. Структура сітки допомагає керувати пропорціями елементів, забезпечуючи їх вирівнювання на сторінці. Хоча лінії сітки можуть бути непомітними, вони допомагають підтримувати візуальний порядок.

До переваги використання модульної сітки включають наступні.

1. Консистентність. Модульна сітка забезпечує однорідний вигляд і розміщення елементів на всіх сторінках сайту, що допомагає підтримувати єдиний стиль та візуальну гармонію.

2. Гнучкість. Завдяки модульній сітці, веб-дизайнер може легко розміщувати, переміщати та масштабувати елементи на сторінці, що дозволяє адаптувати макет під різні розміри екранів та пристрої.

3. Візуальна структура. Модульна сітка допомагає створювати чітку візуальну структуру сторінки, де різні елементи розташовані відповідно до логічних принципів, що полегшує сприйняття та навігацію користувача.

4. Респонсивний дизайн: Використання модульної сітки сприяє створенню адаптивного дизайну, де елементи можуть автоматично переставлятися та змінювати своє розташування залежно від розміру екрану.

Модульна сітка може складатися з напрямних, блоків або їх комбінацій. Зазвичай вона має вертикальні колонки, кількість яких залежить від дизайну конкретного сайту. Після підготовки загального макету сайту, його структура стає більш значущою. Це допомагає структурувати інформацію та вирівнювати вміст сторінки, створюючи збалансовану та пропорційну композицію.

Загалом, модульна сітка є потужним інструментом, який допомагає веб-дизайнерам створювати збалансовані та привабливі сторінки з легкістю. Вона дозволяє зберігати консистентність та гнучкість дизайну, що сприяє покращенню користувацького досвіду та досягненню високої естетики веб-сайту.

Для створення проєкту було вирішено використовувати модульну сітку, що складається з 12 стовпців рівної ширини без відступів з обох боків. Такий варіант сітки є найбільш популярним при створенні браузерних електронних видань завдяки своїй універсальності та зручності.

Модульна сітка з 12 стовпців дозволяє легко організувати контент, надаючи можливість створювати різноманітні макети за допомогою комбінування стовпців. Це забезпечує високу гнучкість у дизайні, оскільки стовпці можна групувати в різні комбінації.

Крім того, використання 12-стовпцевої сітки полегшує роботу з CSS фреймворками, такими як Bootstrap, який за замовчуванням використовує саме таку структуру. Це значно прискорює процес верстки та впровадження дизайну, оскільки багато готових компонентів і шаблонів вже розроблені з урахуванням цієї сітки. Приклад сітки у проєкті показано на рисунку 6.1

Таким чином, вибір 12-стовпцевої модульної сітки забезпечує проєкту не лише візуальну гармонію та структурованість, але й значно спрощує процес розробки та подальшого обслуговування сайту, роблячи його зручним та доступним для користувачів.

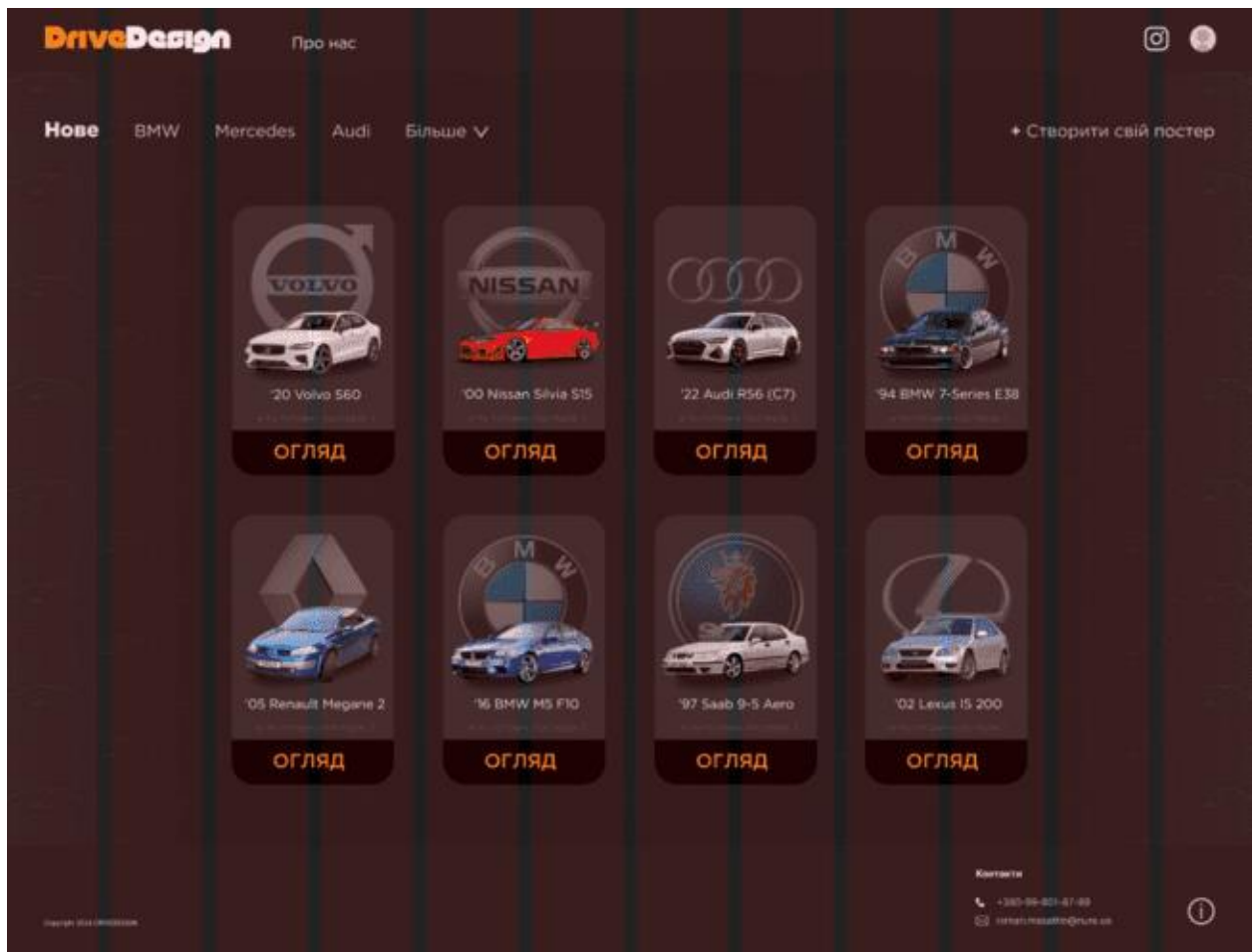


Рисунок 6.1 – Модульна сітка для сайту, що розроблюється

## 6.2 Важливість дизайну для веб-сайту

У сучасному цифровому світі кожен веб-сайт має лише кілька секунд, щоб привернути увагу відвідувача. Якщо сайт не зацікавить користувача миттєво, він швидко залишить його в пошуках іншого. Графічний дизайн відіграє ключову роль у створенні привабливого та зручного середовища для користувачів. Основна мета веб-дизайнера – створити естетично приємний і функціональний сайт, де графіка та текст гармонійно поєднуються.

Перше, що бачить користувач, зайшовши на сайт, – це його дизайн. Це момент, коли формується початкове враження про компанію та її продукцію. Дизайн сайту стає візитною картою компанії, і від його якості залежить, чи залишиться користувач на сторінці. Візуальне оформлення впливає на

сприйняття рівня професійності та уваги до деталей, що є важливим для створення довіри.

Дизайн сайту можна порівняти з фасадом: як фасад привертає увагу перехожих, так і дизайн сайту має захопити відвідувача і спонукати його залишитися. Гарний дизайн забезпечує позитивний користувацький досвід, полегшуючи навігацію та забезпечуючи естетичне задоволення.

Оформлення сайту повинно бути не лише привабливим, але й відповідати тематиці та філософії компанії. Воно має викликати довіру та створювати комфортні умови для взаємодії. Високоякісний дизайн сприяє тому, що користувачі бажають повернутися на сайт і скористатися його послугами. Візуальна привабливість та функціональність дизайну підвищують задоволеність користувачів, роблячи їхній досвід більш приємним і ефективним.

### 6.3 Колірна гама сайту

Оскільки сайт має автомобільну тематику, доцільно використовувати кольори, які найчастіше зустрічаються в цій сфері та автоспорті. Для визначення кольорової палітри варто звернути увагу на автомобільні компанії та їхні фірмові кольори. Ми не враховуємо білий та срібний, бо це базові кольори для будь-якого автовиробника. Натомість ми шукаємо кольори, які виділяються у потоці автомобілів і привертають увагу так само, як ми маємо привертати увагу користувача.

Зробивши невеликий пошук в Інтернеті, можна помітити, що окрім білого, срібного та чорного, найпопулярнішими є червоний та його похідні (помаранчевий, жовтий). Далі йдуть сині кольори, а після них усі інші. Тому доцільно обрати акцентний колір з червоної гами або схожий на нього. Було вирішено зупинитися на помаранчевому, оскільки багато автовиробників випускають спортивні версії автомобілів саме в цьому кольорі, окрім випадків,

коли червоний колір є фірмовим. Наприклад, BMW M3 GTS у фірмовому помаранчевому кольорі або Porsche 911 991 у кольорі Lava Orange.

Наступним кроком було визначення основного кольору сайту, зокрема його яскравості. Вирішено звернути увагу на відтінки білого або чорного, виходячи з дизайну автомобілів. Спортивні авто часто мають карбонові деталі, включаючи колеса, які зазвичай чорні. Колеса привертають найбільше уваги, навіть якщо автомобіль не має дзеркал, скла чи капоту.

Тому було вирішено створити сайт у темних відтінках з помаранчевими акцентами (рис. 6.2). Таке поєднання кольорів символізує автомобіль, який виділяється в потоці. Аналогічний ефект має досягатися і у користувача – сайт повинен привертати увагу і бути запам'ятовуваним.



Рисунок 6.2 – Кольорова гама сайту

Після вибору кольорової гами, необхідно визначитися з простотою або складністю дизайну, наявністю додаткових градієнтів, фонових зображень, патернів та інших ледве помітних елементів. Ці елементи можуть або відволікати користувача, або навпаки, створювати затишок і залучати його до глибшого вивчення сайту.

Було вирішено зробити дизайн сайту відносно простим, з великими картинками та кнопками, що полегшує розуміння того, куди натискати. Головний екран було розділено на категорії, кожна з яких містить картки з автомобілями. Кожна картка має на задньому плані логотип автомобіля, його зображення без фону, тінь для створення ефекту присутності та кнопку акцентного кольору.

На задньому плані присутнє фонове зображення з векторним малюнком автомобіля, яке повторюється, створюючи патерн. Це рішення дозволяє

заповнити пустоту навколо основного об'єкту, не відволікаючи увагу користувача, оскільки патерн зроблений ледве помітним із плавним затемненням всередині екрану.

У верхній частині екрану розташований хедер темно-сірого кольору з яскравим контрастним логотипом сервісу, кнопкою для входу в профіль та посиланням на Instagram. У нижній частині екрану розташований футер, виконаний у темних тонах з текстом білого кольору, що забезпечує зручність у читанні та підкреслює загальну естетику сайту. Загальний вигляд головної сторінки показано на рисунку 6.3.

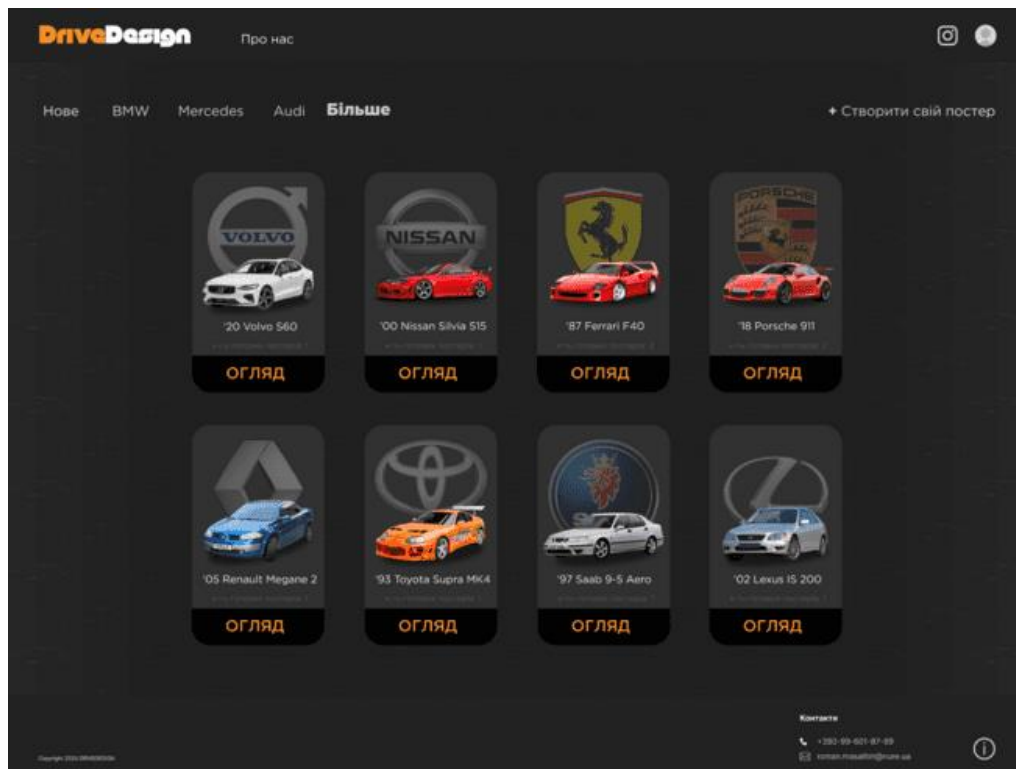


Рисунок 6.3 – Дизайн розділу головної сторінки

#### 6.4 Створення логотипу

Під час створення логотипу для веб-сайту було розроблено кілька різних варіантів, включаючи як текстові, так і ілюстративні. Проведено численні обговорення та перегляди, щоб вибрати найкращий дизайн. Після ретельного аналізу зупинилися на текстовому варіанті, використовуючи шрифт Null. Цей

шрифт вразив своєю плавністю та гармонійністю, оскільки всі елементи мають однакову ширину. Його особливе накреслення нагадує дорогу, що ідеально підходить для тематики нашого проєкту. Готовий логотип зображено на рисунку 6.4



Рисунок 6.4 – Створений логотип

### 6.5 Вибір шрифтового рішення

Для зручного сприйняття інформації користувачем необхідно ретельно підібрати шрифтову композицію та продумано розташувати її на сторінках. Для веб-сторінок зазвичай використовуються гротескні шрифти (без засічок), оскільки вони легко читаються на екранах різного розміру та гарно виглядають при різному масштабуванні. Водночас важливо, щоб шрифт був приємний для очей, адже від цього залежить комфорт користувачів.

Для роботи з проєктом було обрано шрифт Gotham Pro, який відзначається своєю варіативністю. Він пропонує широкий вибір варіантів, від легкого (Light) до дуже насиченого (Black) накреслення, що означає різну товщину ліній. Крім того, цей шрифт має варіанти з курсивом та підкресленням, що дозволяє використовувати його для різних типів контенту.

Для заголовків першого рівня було обрано жирне накреслення, яке привертає увагу і виділяється на сторінці. Для заголовків другого рівня використано середнє накреслення, яке також добре помітне, але менш домінуюче. Для основного тексту та звичайної інформації обрано стандартне накреслення, що забезпечує легкість читання і комфорт для очей. Приклад накреслення шрифту відображено на рисунку 6.5.

Gotham Pro Medium

**Бойовик, з'їдаючи в куцах**

Gotham Pro Medium Italic

***Бойовик, з'їдаючи в куцах***

Gotham Pro Regular

**Бойовик, з'їдаючи в куцах**

Рисунок 6.5 – Обраний шрифт

## 7 РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ МОДУЛЯХ І СТВОРЕННЯ НАВІГАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ

Наступний крок перед написанням коду – підбір цікавого та захоплюючого контенту і заповнення ним сторінок. Виконання цього етапу визначить, чи знайде користувач потрібну інформацію, або залишить сайт, так і не знайшовши нічого корисного. З перших секунд користувач повинен побачити те, що його зацікавить і дасть зрозуміти, що він потрапив саме туди, куди треба.

Відкриваючи сайт, користувач одразу потрапляє на головну сторінку, яка розділена на категорії. Таке рішення було обрано для того, щоб не перевантажувати користувача великою кількістю тексту, а одразу показати йому те, за чим він прийшов.

На кожному з екранів розташовані хедер з логотипом сервісу, кнопкою «Про нас», яка веде до відповідної сторінки, кнопкою «Профіль» для переходу до персонального кабінету та кнопкою «Instagram», яка перенаправляє користувача на Instagram акаунт сервісу. У футері вказана контактна інформація сервісу та є кнопка для переходу на інформаційну сторінку «Про нас».

На головному екрані розташовані:

- елементи навігації для пересування між розділами головного екрану;
- картки з автомобілями, де користувач може знайти потрібний автомобіль для себе;
- кожен з розділів головного екрану схожий на інші та містить схожі елементи. Розділи поділяються на:
  - розділ «Нове», де розташовані нові автомобілі, для яких з'явився конструктор на сайті;
  - розділи за популярними брендами, де відсортовано автомобілі за маркою;

- розділ «Більше», де розташовані менш популярні марки авто, яких небагато на сайті і робити для них окрему сторінку не доцільно;
- сторінка «Створити свій постер», де користувач може на прикладі шаблону вказати інформацію, яку б хотів бачити у своєму постері.

Приклад одного з розділів головного екрану зображено на рисунку 7.1

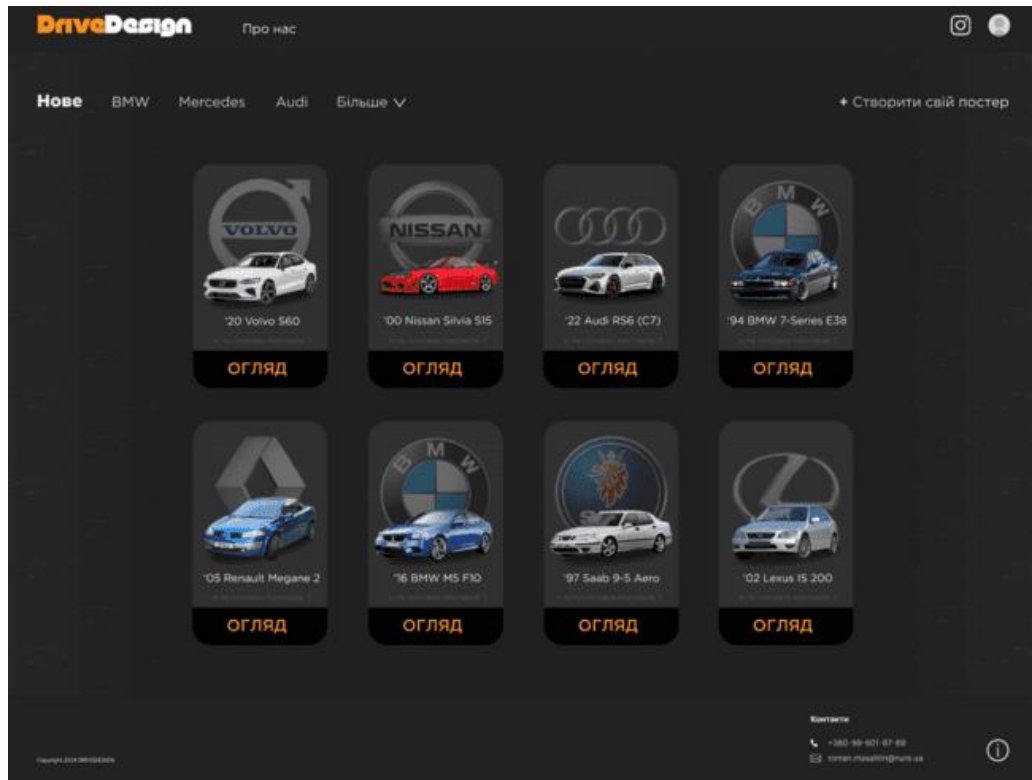


Рисунок 7.1 – Розділ головного екрану «Нове»

Натискаючи на картку з автомобілем, користувач потрапляє на екран з конфігуратором, де може створити свій власний постер, обираючи певні елементи з запропонованих варіантів. Серед цих елементів:

- стиль написання назви автомобіля: користувач може обрати з кількох варіантів, які вже використовувалися в інших роботах або розроблялися раніше;
- фонове зображення: можна обрати однотонне, градієнтне або додати власний медіаелемент, використовуючи відповідні інструменти;
- зображення автомобіля: доступні різні варіанти, які можуть відрізнятися кольором чи формою кузова;

- технічні дані автомобіля: користувач може вибрати, які саме дані хоче бачити на постері. Серед варіантів – прапор країни виробника, потужність та швидкість автомобіля, рекламний слоган тощо;
- формат постера: користувач може вибрати бажаний розмір і формат;
- власні побажання: є можливість вказати індивідуальні побажання для створення постера;
- готові постери: можна обрати вже створений варіант і кастомізувати його на свій смак;
- кнопка замовлення: переходить на сторінку вводу даних для оформлення замовлення.

Сторінка з замовленням власного постера дуже схожа на базовий конфігуратор, але без конкретних пропозицій для кастомізації. Користувач може вказати свої побажання та додати власні медіаелементи, на основі яких буде розроблений індивідуальний дизайн, не схожий на інші. Також присутня кнопка для замовлення, що дозволяє швидко оформити свій унікальний постер. Приклади конфігураторів вказано на рисунках 7.2 та 7.3.



Рисунок 7.2 – Конфігуратор готового постера

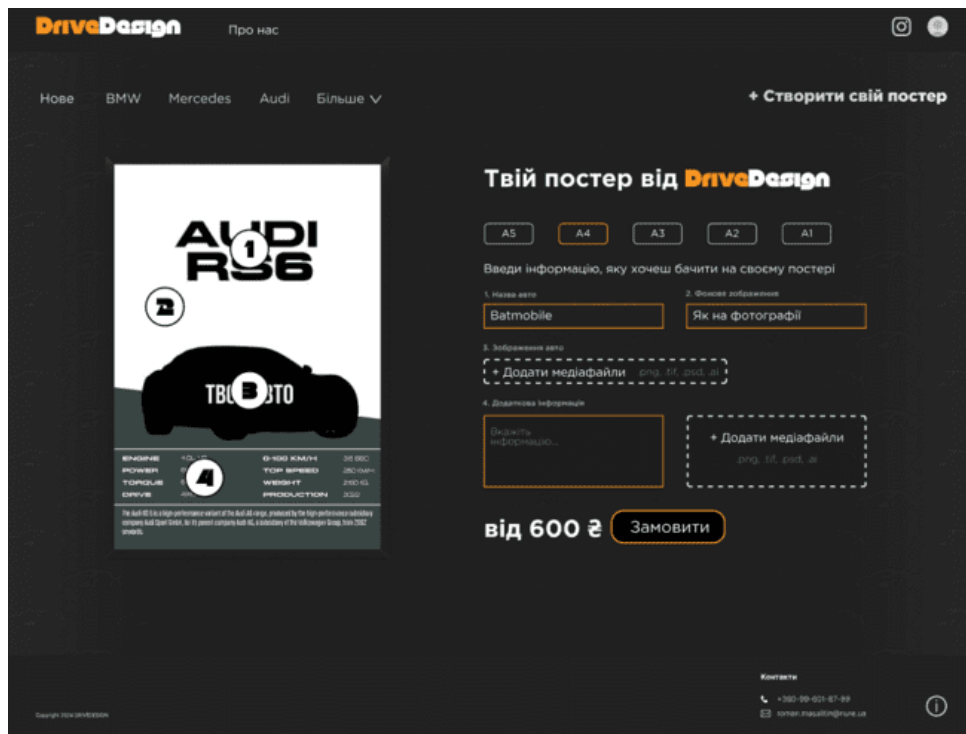


Рисунок 7.3 – Конфігуратор власного постеру

Потрапляючи на екран замовлення, користувачу необхідно ввести особисту інформацію, таку як ім'я, прізвище, номер телефону та посилання на месенджер для зворотного зв'язку. Усі ці дані необхідні для коректного оформлення замовлення та забезпечення оперативного зворотного зв'язку з клієнтом.

Якщо користувач вже зареєстрований і має акаунт у сервісі, йому пропонується авторизуватися. Після успішної авторизації всі необхідні дані автоматично заповнюються з його профілю, що значно спрощує процес оформлення замовлення. Після цього користувач одразу потрапляє на екран вибору способу доставки.

На кожному етапі оформлення замовлення (рис. 7.4-7.8) зверху розташована кнопка для повернення на попередній екран, що дозволяє легко вносити зміни у введені дані. Крім того, є індикатор, який показує, на якому етапі процесу знаходиться користувач, що допомагає орієнтуватися в процесі замовлення. Також є можливість додати промокод, якщо користувач його має, що дозволяє отримати знижку.

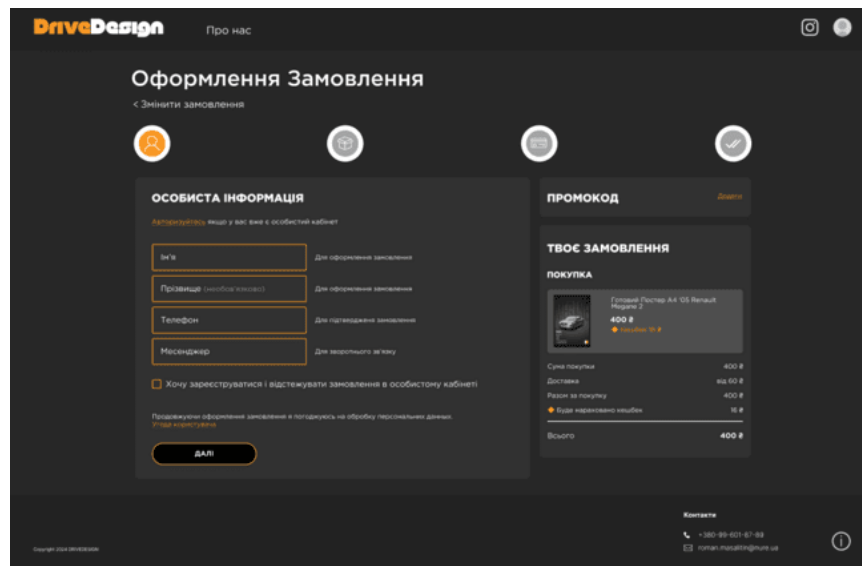


Рисунок 7.4 – Перший етап оформлення замовлення

На екрані вибору (рис. 7.5) доставки користувач може обрати найбільш зручний для нього варіант. Далі користувач має обрати та вписати дані для відправки майбутнього постеру. Серед необхідних даних мають бути місто отримання, поштовий перевізник, ім'я, прізвище, номер телефону та адреса відділення.

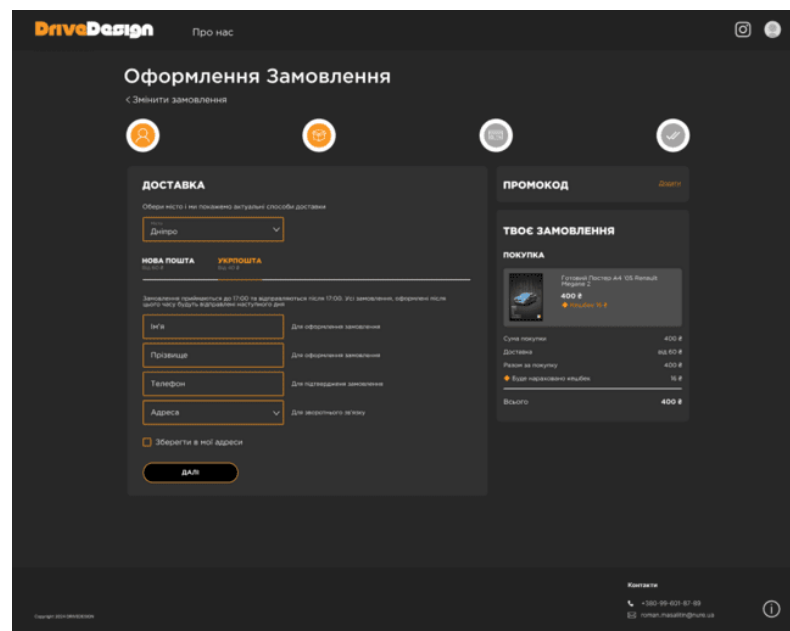


Рисунок 7.5 – Другий етап оформлення замовлення

На третьому етапі (рис. 7.6) пропонується обрати спосіб оплати замовлення. На вибір запропоновані два варіанти: готівкою при отриманні замовлення, або ж сплатити на сайті, проте треба сплатити додатковий відсоток від суми, яку бере собі платіжний сервіс.

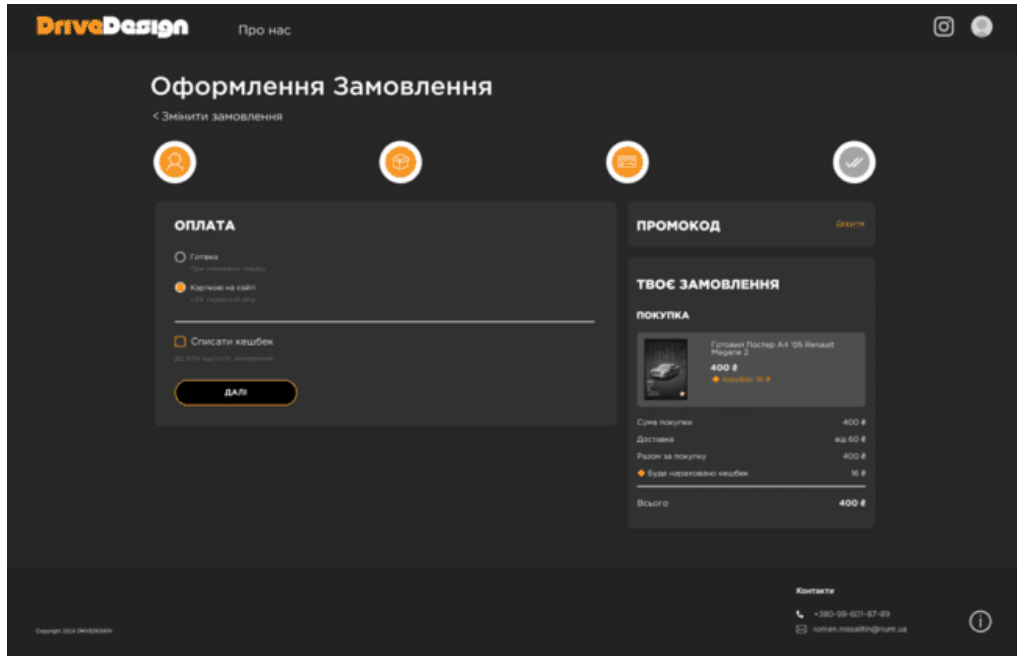


Рисунок 7.6 – Третій етап оформлення замовлення

На фінальному етапі (рис. 7.7) замовлення користувач має можливість ще раз переглянути всі введені дані та, за потреби, повернутися на попередній етап для внесення змін. Також є спеціальне поле для введення додаткових побажань або коментарів щодо замовлення, що дозволяє врахувати всі індивідуальні вимоги.

Коли вся інформація перевірена і підтверджена, користувач може завершити оформлення замовлення, натиснувши на відповідну кнопку. Після цього він буде перенаправлений на захищений сторонній сервіс для здійснення оплати.

Після здійснення оплати користувач перенаправляється на екран, де відображається підтвердження успішного замовлення та його номер (рис. 7.8).

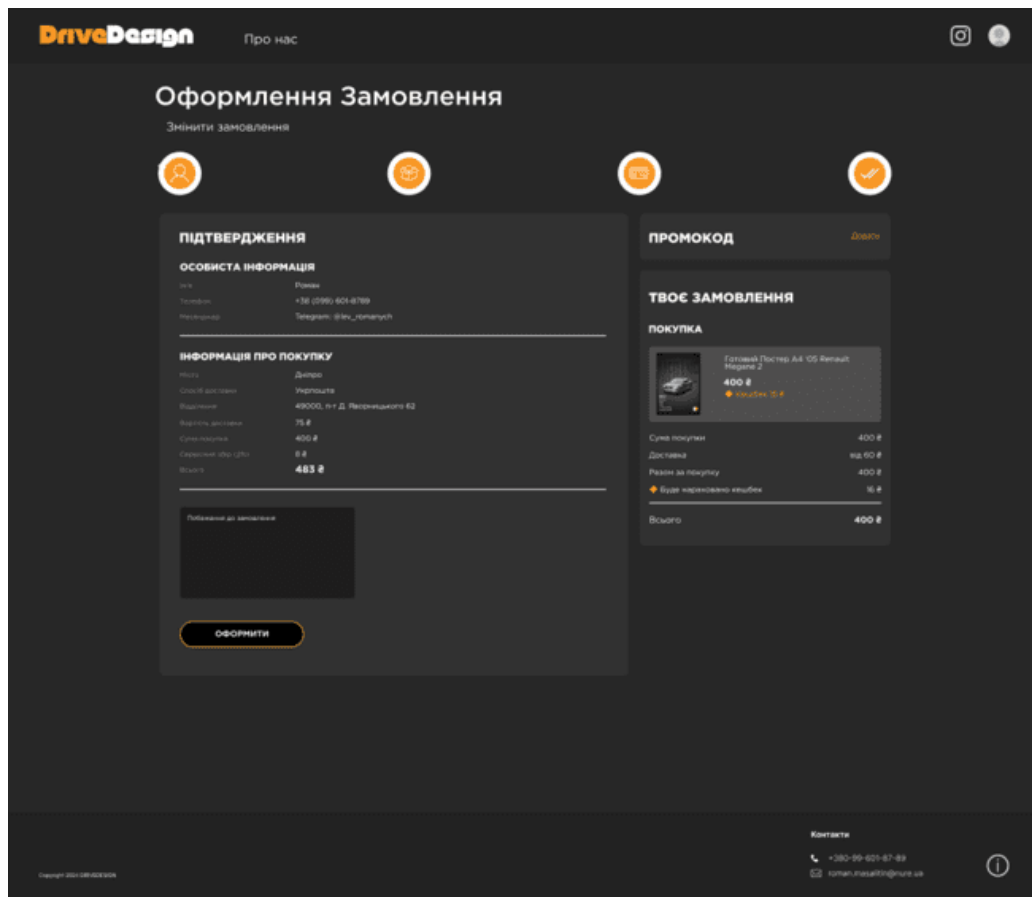


Рисунок 7.7 – Фінальний етап оформлення замовлення

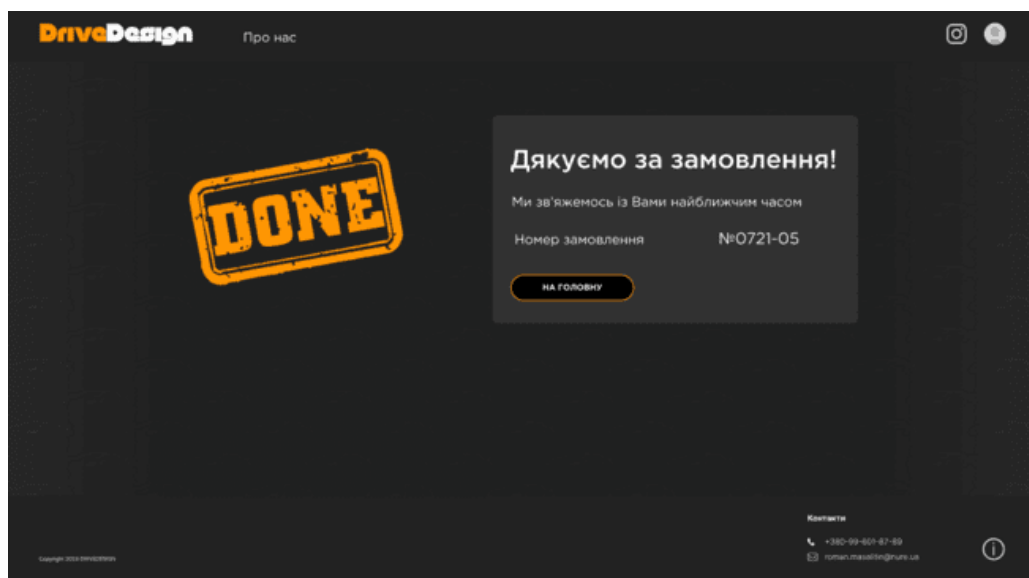


Рисунок 7.8 – Екран успішного замовлення

На сайті є інформаційна сторінка (рис. 7.9), до якої користувач може перейти з хедера або футера, натиснувши на кнопки «Про нас» та «Інформація» відповідно. На цій сторінці представлена інформація про сервіс,

його переваги, а також коротка інструкція про те, як замовити постер. Крім того, на цій сторінці розміщені відповіді на найпоширеніші запитання, щоб допомогти користувачам швидко знайти потрібну інформацію. З інформаційної сторінки користувач може легко повернутися на головну сторінку, скориставшись відповідною кнопкою.

**DriveDesign**

Автомобіль - це щось елегантне, загадкове, зачаровуюче. З моменту свого з'явлення, автомобілі заворожують серця мільйонів людей по всьому світу. Ними захоплюються, ними любуються, їх боготворять.

І вся історія автомобілебудування, як і в будь-якій субкультурі, мала місце бути плакати. На таких плакатах зображували спортивні авто, розкішні авто, незвичайні авто.

У наш час автомобіль став настільки доступним, що є практично в кожній родині. А його власники, завдяки сучасним технологіям, можуть собі дозволити створити автопортрет, щоб зберегти пам'ять про свій улюблений автомобіль. Сервіс "DriveDesign" дозволяє автолюбителям знайти плакат з їх улюбленим авто або замовити свій, індивідуальний на замовлення. Варіанти плакатів безмежні і підбираються для кожного клієнта індивідуально. Колір, шрифт, інформація і навіть картинка - ВСЕ для ВСІХ.

### ЧОМУ САМЕ МИ?

- Великий вибір авто на будь-який смак
- Конфігуратор постерів
- Завжди на зв'язку
- Можливість створити автопортрет з власним фото
- Понад 1000 унікальних замовлень
- Найнижчі ціни на ринку

### ЯК ЗАМОВИТИ ПОСТЕР ДЛЯ СЕБЕ?

1. Виберіть авто з яким хочете постер або створіть свій варіант із власним авто
2. Перегляньте готові варіанти з цим авто, можливо Ваш ідеал вже чекає на Вас
3. Внесіть зміни в конфігуратор, якщо це потрібно
4. Додайте власний коментар до постеру та залишіть свій контакт для зворотнього зв'язку
5. Чекайте на повідомлення! Ми завжди знаходимо те, чого прагнуть клієнти!

ПОЇХАЛИ!

**Контакти**  
 +380 99 601 87 89  
 roman.mazutko@ukr.ua

Рисунок 7.9 – Інформаційна сторінка

На сторінці профілю (рис. 7.10) користувач може знайти свою особисту інформацію, таку як ім'я, номер телефону, посилання на месенджер та поштову адресу, встановлену за замовчуванням. Також тут відображається

кількість бонусів на рахунку та історія замовлень. З цієї сторінки користувач має можливість легко повернутися на головну сторінку за допомогою відповідної кнопки.

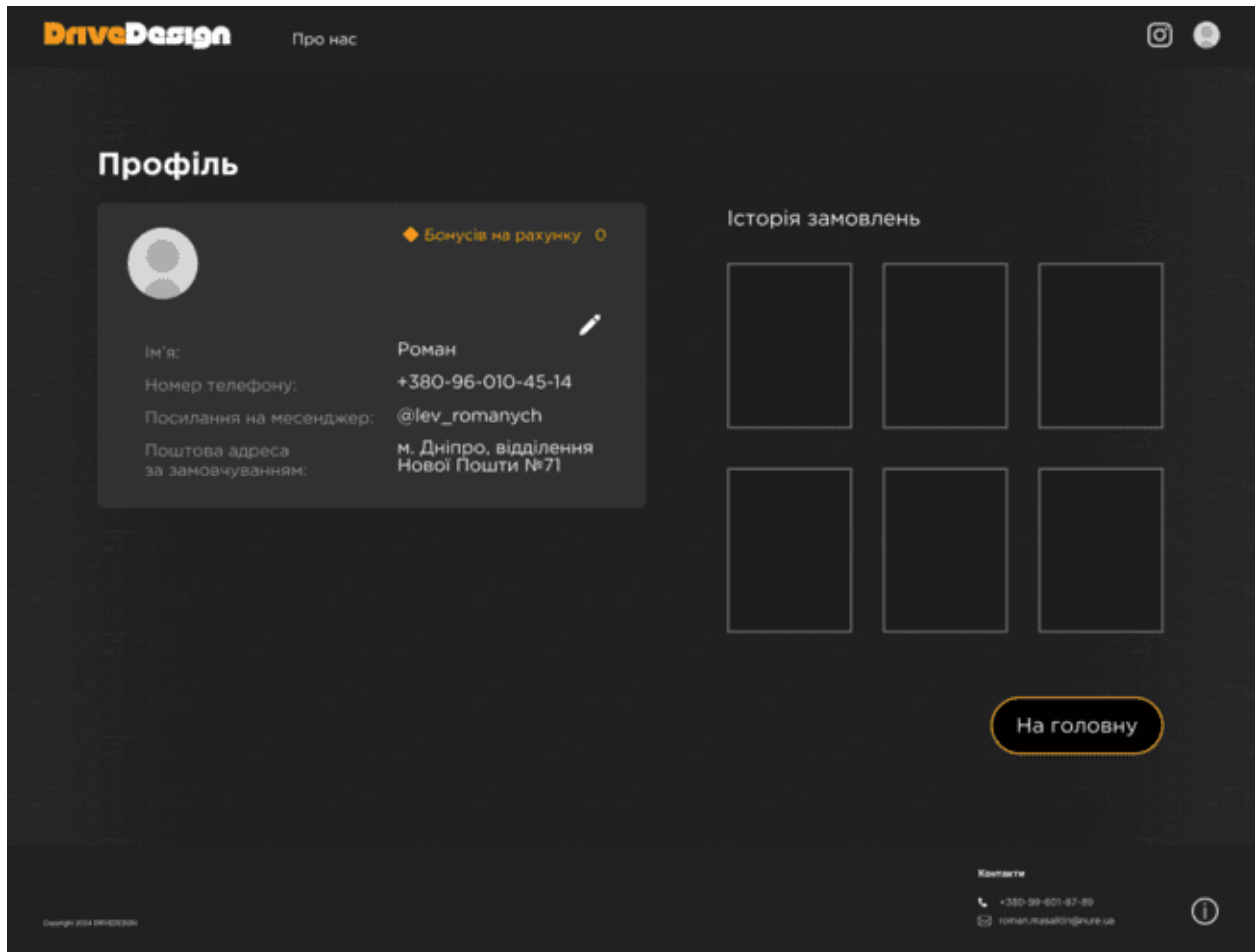


Рисунок 7.10 – Сторінка профілю

Зображення усіх сторінок проєкту відображено в додатку А. Зображення моделі навігації на веб-сайті зображено в додатку Б.

## 8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВИДАННЯ

Після проєктування веб-сайту та перед запуском у вільний доступ, необхідно протестувати його на відповідність ряду вимог, серед яких оптимізація, кросбраузерність та швидкість роботи.

Оптимізації та швидкості роботи сайту можна досягти за допомогою спрощення та видалення зайвих непомітних елементів інтерфейсу або коду. Важливо забезпечити, щоб сайт не завантажував зайві елементи, оскільки це може сильно вплинути на швидкість роботи.

Тестування кросбраузерності є важливим, оскільки різні браузери можуть по-різному завантажувати сторінки, не підтримувати певні технології або по-різному відображати елементи інтерфейсу. Це впливає на сприйняття проєкту користувачем. Найчастіше проблеми пов'язані з розміщенням елементів та підтримкою HTML, CSS та JavaScript.

Для тестування кросбраузерності необхідно перевірити роботу веб-сайту у різних браузерах, таких як Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge, та дотримуватися стандартів HTML, CSS та JavaScript. Це значно зменшує ймовірність виникнення проблем із кросбраузерністю.

Для якісної реалізації проєкту на мовах програмування було вирішено залучити до роботи кваліфікованих програмістів, оскільки для повної реалізації проєкту необхідно працювати з базами даних, взаємодією між комп'ютерами та підключенням сторонніх сервісів на сайт. В межах дипломної роботи цей обсяг роботи було важко реалізувати через завантаженість програміста в період виконання роботи. На даному етапі для розгортання проєкту в мережі Інтернет створюється технічне завдання, що дозволить співробітнику якісно реалізувати проєкт з дотриманням усіх вимог.

## 9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

В результаті виконання кваліфікаційної роботи було створено прототип веб-сайту інтернет-магазину «DriveDesign». Мета проекту – зацікавлення користувача та надання можливості швидкого створення постерів з автомобілями для себе або у подарунок.

Перш ніж розпочати проектування та розробку сайту, важливо провести оцінку економічної ефективності проекту. Це допомагає прогнозувати потенційні результати та визначити доцільність впровадження сайту на підприємстві. Спершу здійснюється розрахунок вартості розробки, після чого встановлюється ціна. Нижче розглянемо переваги запропонованого веб-сайту.

Для грамотної реалізації сайту необхідно залучати додаткових спеціалістів, підключати сторонні ресурси, орендувати хостинги з внутрішнім сховищем, оскільки безкоштовний хостинг не дозволить зберігати ресурси користувачів, їхні дані, та матиме недостатню швидкість, що впливатиме на враження від проекту.

Було проаналізовано конкурентоспроможність розроблюваного веб-сайту, проте аналогів не знайдено. Зі схожою тематикою на ринку України присутні лише сервіси, що дозволяють створювати постери лише вручну через зв'язок із менеджером у соціальних мережах.

В такому випадку дуже важко проаналізувати тематичні сервіси та виявити їхні недоліки для подальшого виправлення у власному проєкті, проте можна спроектувати веб-сайт з використанням певних переваг над іншими можливими конкурентами:

- швидкість сайту за допомогою розгортання на якісному хостингу;
- привабливий та інтуїтивно-зрозумілий дизайн;
- проєкт дозволяє отримувати бажаний продукт без зв'язку із менеджером.

Розглянемо джерела економії, доходу, джерела фінансування.

У більшості випадків основною метою будь-якого проєкту є отримання прибутку. Для власника-розробника веб-сайту основним джерелом доходу є продаж створених постерів, які замовляють клієнти. Витрати включають розробку та підтримку сайту, оплату хостингу, витрати на доставку замовлень, обрамлення постерів та їхній друк. Фінансування проєкту здійснюється з власних коштів розробника.

Розглянемо процес розробки веб-сайту. Зазвичай створення інформаційного веб-сайту включає наступні етапи.

– початковий етап: визначаються основні вимоги до сайту, формулюються його головні цілі та розробляються специфікації. Іншими словами, виявляються ключові характеристики та їхні показники;

– етап зовнішнього проєктування: розробляється архітектура та структура сайту, визначається алгоритм побудови, виявляються підсистеми та окремі складові модулі, а також створюється зовнішній інтерфейс користувача;

– етап проєктування і кодування компонентів: відбувається проєктування і кодування окремих модулів сайту, використовуючи обрану мову програмування;

– основний етап є найбільш трудомістким. Відбувається налагодження і тестування окремих програмних модулів, після чого проводиться комплексне налагодження всього веб-сайту;

– заключний етап: На цьому етапі проводиться остаточна корекція веб-сайту та підготовка необхідної супровідної документації.

Окрім цих етапів, присутній організаційний етап, на якому необхідно отримати статус фізичної особи підприємця, відкрити рахунок підприємця у банку та підписати договір з платіжною системою, з якою будемо співпрацювати. Ця процедура безкоштовна, проте потребує щомісячної сплати в подальшому. Далі необхідно визначити собівартість і ціну розробки веб-сайту. Для цього слід врахувати основну та додаткову заробітні плати, єдиний соціальний внесок (податки) та інші супутні витрати.

Для розробки сайту було залучено двох фахівців: дизайнера для створення дизайну сайту та прототипування, а також фахівця, який виконуватиме функції фронтенд-інженера та програміста-верстальника для перенесення сайту в Інтернет, розгортання на хостингу та підключення сторонніх сервісів.

Середня заробітна плата в Україні графічного дизайнера складає 105,00 грн/год, а фронтенд-інженера та програміста-верстальника – 165,00 грн/год. Тривалість кожного робочого дня становить 8 годин, у т.ч. перерва. Загалом сайт розроблявся протягом 12 робочих днів.

Розрахунок основної заробітної плати наведено в таблиці 9.1.

Таблиця 9.1 – Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, грн	Заробітна плата, грн
		к-ть осіб	посада			
1. Початковий	Формулювання вимог до веб-сайту	1	фронтенд-інженер	165,00	0,5	660,00
2. Графічна частина	Розробка графічного матеріалу	1	дизайнер	105,00	4	3360,00
3. Розробка й кодування компонентів	Розробка компонентів і верстка	1	програміст-верстальник	165,00	3	3960,00
4. Основний етап	Тестування компонентів	1	програміст-верстальник	165,00	1	1320,00
	Комплексне тестування сайту	1	програміст-верстальник	165,00	1	1320,00
	Оформлення програмної документації	1	програміст-верстальник	165,00	1	1320,00
5. Заключний етап	Корекція програмної документації	1	фронтенд-інженер	165,00	1	1320,00
6. Додатковий етап	Підключення платіжних сервісів, налаштування	1	програміст-верстальник	165,00	0,5	660,00
Разом					12	13920,00
Додаткова заробітна плата (20 %)						2784,00
Усього						16704,00

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові досягнення та винахідливість, а також за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством, а також премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій. У даному випадку додаткова заробітна плата становить 20% від основної.

$$13920,00 * 0,2 = 2784,00 \text{ грн.}$$

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

$$(13920,00 + 2784,00) * 0,22 = 3674,88 \text{ грн.}$$

До інших витрат відносимо витрати на обслуговування техніки (амортизацію), що використовується робітниками при виконанні проекту і плату за електроенергію.

Вартість 1 кВт/год електроенергії для населення складає 2,64 грн. Передбачається використання одного комп'ютера на кожного зі співробітників. Маємо два комп'ютери з потужністю 0,75 кВт/год. Час використання електроенергії розраховується як добуток кількості днів та робочих годин:

$$8 * 12 = 96 \text{ год.}$$

Плата за електроенергію складе:

$$0,75 * 2,64 * 96 * 2 = 380,16 \text{ грн.}$$

Для розрахунку собівартості використання техніки під час виконання проєкту необхідно розрахувати вартість та час експлуатації, після якого її необхідно замінити. Якісний комп'ютер може працювати більше п'яти років, проте для розрахунку беремо середній термін оновлення комплектуючих, який складає 5 років. Отже, при вартості кожного комп'ютера 45000,00 грн та використанні протягом 254 робочих днів протягом року, отримуємо розрахунок:

$$(90000,00 / (5 * 8 * 254)) * 96 = 850,39 \text{ грн.}$$

Проєкт створюється для однієї компанії, тому собівартість розробки становить:

$$(16704,00 + 3674,88 + 380,16 + 850,39)/1 = 21609,43 \text{ грн.}$$

Розраховуємо суму прибутку від реалізації виходячи з рівня рентабельності 30 %:

$$21609,43 * 0,3 = 6482,83 \text{ грн.}$$

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

$$21609,43 + 6482,83 = 28092,26 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, що складає 20 % від ціни без ПДВ:

$$28092,26 * 0,2 = 5618,45 \text{ грн.}$$

Сумуємо розрахунки та отримуємо ціну розробки сайту з урахуванням ПДВ:

$$28092,26 + 5618,45 = 33710,72 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 9.2.

Таблиця 9.2 – Розрахунок ціни розробки веб-сайту

№ з/п	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	13920,00
2	Додаткова заробітна плата	2784,00
3	Єдиний соціальний внесок	3674,88
4	Витрати на обслуговування техніки	850,39
5	Витрати на електроенергію	380,16
6	Собівартість розробки сайту	21609,43
7	Прибуток	6482,83
8	Ціна без ПДВ	28092,26
9	ПДВ	5618,45
10	Ціна з урахуванням ПДВ	33710,72

Повна вартість розробки сайту складає 33710,72 грн при виконанні усіх етапів розробки протягом 12 днів. До команди розробників входять двоє працівників: дизайнер, та фахівець, який виконує роботу фронтенд-інженера і програміст-верстальника.. Очікувана сума прибутку складе 6482,83 грн.

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розроблено проєкт веб-сайту інтернет-магазину «DriveDesign», який спеціалізується на створенні автомобільних постерів. У процесі розробки було враховано основні принципи створення веб-сайтів, включаючи вибір кольорової гами, організацію контенту та структуру сторінок.

Під час розробки сайту особлива увага приділялася структурі сторінок, забезпеченню ефективного розташування елементів та чітким закликам до дії. Було визначено важливість розуміння цільової аудиторії та її потреб, тому контент розроблявся таким чином, щоб залучати та заохочувати користувачів до дії.

Сайт має просту та зрозумілу структуру, що дозволяє користувачам легко орієнтуватися. Навігація розроблена таким чином, щоб бути максимально інтуїтивною, що допомагає відвідувачам швидко знаходити потрібну інформацію. Дизайн сайту приємний та захоплюючий, з використанням відповідних кольорів, ефектних зображень та читабельних шрифтів.

У підсумку, цей веб-сайт приверне увагу та залишить позитивне враження на користувачів завдяки своїй простій структурі, цікавому дизайну та зручній навігації. Він запропонує користувачам зручний інтерфейс для створення унікальних постерів з автомобілями, задовольняючи їхні потреби та очікування.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. WebTune. Етапи створення вебсайтів. URL: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/etapy-stvorennya-veb-sajtiv/#id5> (дата звернення: 14.05.2024).
2. Піхра. 21 найкраще програмне забезпечення для графічного дизайну у 2024 році. URL: <https://www.pixra.com/uk/blog/graphic-design-software> (дата звернення: 14.05.2024).
3. WebTune. Види сайтів та їх функціонал. URL: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/vydy-sajtiv-ta-yih-funkczional/> (дата звернення: 17.05.2024).
4. WebTune. Структура сайту: основні види і правила їх розробки. URL: <https://webtune.com.ua/ru/statti/web-razrobotka-ru/struktura-sajta/> (дата звернення: 17.05.2024).
5. Art Lemon. Дизайн сайтів. URL: <https://art-lemon.com/ua/site-design> (дата звернення: 18.05.2024).
6. Work UA. Front-end developer: середня зарплата в Україні. URL: <https://www.work.ua/ru/salary-front-end+developer/> (дата звернення: 20.05.2024).
7. Work UA. Графічний дизайнер: середня зарплата в Україні. URL: <https://www.work.ua/ru/salary-графический+дизайнер/> (дата звернення: 20.05.2024).
8. Designtalk. Модульні сітки в UI дизайні: що таке модульна сітка. URL: <https://designtalk.club/modulni-sitky-v-ui-shho-take-modulna-sitka/> (дата звернення: 16.05.2024).
9. Hostzealot. Що таке кросбраузерність і як цього домогтися. URL: <https://www.hostzealot.com.ua/blog/how-to/shho-take-krosbrauzernist-i-yak-syogo-domogtisyu> (дата звернення: 18.05.2024).
10. SE Ranking. Як створити оптимальну структуру сайту. URL: <https://seranking.com/ru/blog/struktura-sajta/> (дата звернення 17.05.2024).
11. Методичні рекомендації до виконання економічної частини дипломних проєктів, робіт для студентів денної та заочної форми навчання

усіх спеціальностей / Л.В. Соколова, О.І. Горбач, С.В. Гришко, Є.В. Діденко, Л.В. Левченко, Г.М. Путятіна, В.Г. Харченко. Харків: ХНУРЕ, 2015. 49 с.

12. 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.

13. Єгорова І.М. Проектування та розробка Web-документів: навч. посібник. Харків: ХНУРЕ, 2018. 264 с.

14. Єгорова І.М., Филипенко О.В. Розробка методики створення графічного інтерфейсу веб-сайтів // ScienceRise. 2016. № 1/2 (18). С. 58-61.

15. Дурняк Б.В., Ткаченко В.П., Чеботарьова І.Б. Стандарти в поліграфії та видавничій справі: довідник. Львів: УАД, 2011. 320 с.