

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук  
(повна назва)


Кафедра Медіасистем та технологій  
(повна назва)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**Пояснювальна записка**

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка дизайну сайту для «KMD FACADE solutions»  
(тема)

Виконав:  
студент 4 курсу, групи ВПВПС-18-2

  
Ампілогова А.І.  
(прізвище, ініціали)

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

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма  
Видавничо-поліграфічна справа  
(повна назва освітньої програми)

Керівник проф. Бізюк А.В.  
(посада, прізвище, ініціали)

Допускається до захисту  
Зав. кафедри МСТ

Дейнеко Ж.В.  
(прізвище, ініціали)

2022 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

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

ЗАТВЕРДЖУЮ:  
Зав. кафедри МСТ \_\_\_\_\_  
(підпис)  
« 23 » травня 2022 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові \_\_\_\_\_ *Ампілоговій Альбіні Ігорівні* \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи \_\_\_\_\_ Розробка дизайну сайту для «KMD FACADE solutions» \_\_\_\_\_

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

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії \_\_\_\_\_ 14 червня 2022 р. \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи  
*Вид WEB-видання – Landing Page; призначення WEB-видання – продаж вентилязованих фасадів; середовище розробки WEB-видання – Figma та Tilda Publishing; середовище розповсюдження – Інтернет.*

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі  
*Вступ; Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; Визначення цілей і задач проектування; Аналіз аналогів; Структура сайту; Вибір інструментальних засобів розробки; Обґрунтування дизайнерського рішення; Інтерактивна складова; Прототипування; Відтворення в Tilda; Тестування та публікація сайту; Економічна частина; Висновки.*

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)  
*Титульний слайд; Актуальність роботи; Цілі та задачі; Аналіз компанії; Аналіз цільової аудиторії; Аналіз аналогів; Структура сайту; Вибір інструментальних засобів розробки; Обґрунтування дизайнерського рішення; Інтерактивна складова; Прототипування; Відтворення в Tilda; Тестування та публікація сайту; Економічна частина; 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	Отримання завдання на кваліфікаційну роботу	23.05.2022	Вик.
2	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	24.05.2022	Вик.
3	Пошук інструментальних засобів розробки	25.05.2022	Вик.
4	Проектування інформаційної структури та навігації	26.05.2022	Вик.
5	Розробка дизайну інтерфейсу лендингу	27.05.2022	Вик.
6	Перенос дизайну до Tilda	28.05.2022	Вик.
7	Економічна частина	01.06.2022	Вик.
8	Оформлення пояснювальної записки	05.06.2022	Вик.

Дата видачі завдання число 23.05.2022 р.

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис)

Ампілогова А.І.

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис)

проф. Бізюк А.В.  
(посада, прізвище, ініціали)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 72 с., 6 ч., 4 табл., 50 рис., 53 джерела.

ЛЕНДИНГ, САЙТ, FIGMA, TILDA, ДИЗАЙН, ЕФЕКТИВНІСТЬ.

Мета кваліфікаційної роботи – розробка дизайну сайту для «KMD FAÇADE Solutions» , який підвищив би ефективність сайту. У процесі дослідження визначено актуальність обраної теми, проведено аналіз компанії, аналогів, цільової аудиторії, побудовано логічну структуру сайту, обрано колірну гаму, шрифти та модульну сітку, обґрунтовано вибір програмного забезпечення, розроблено сайт, який був протестован на кросбраузерність, кросплатформеність та ефективність.

В ході роботи над завданням були визначені складові UI-дизайну, а також особливості UX-дизайну, які вигідно відрізняють розроблюваний проект серед аналогів.

В результаті дослідження розроблено свій особистий дизайн.

## ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 72 p., 6 pt., 4 tabl., 50 pic., 53 sources.

LANDING, SITE, FIGMA, TILDA, DESIGN, EFFICIENCY.

The purpose of the qualification work is to develop a site design for "KMD FAÇADE Solutions", which would increase the efficiency of the site. The research determined the relevance of the chosen topic, analyzed the company, analogues, target audience, built the logical structure of the site, chose colors, fonts and modular grid, justified the choice of software, developed a site that was tested for cross-browser, cross-platform and efficiency.

During the work on the task, the components of UI-design were identified, as well as the features of UX-design, which favorably distinguish the developed project among analogues.

As a result of the research he developed his personal design.

## ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	7
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ. ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАДАЧ ПРОЕКТУВАННЯ.....	10
1.1 Ефективність сайту. Конверсія.....	10
1.2 Аналіз компанії.....	11
1.3 Аналіз цільової аудиторії.....	13
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ WEB-ВИДАНЬ.....	16
2.1 Аналіз аналогів.....	16
2.2 Структура сайту.....	20
3 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ.....	27
4 ОПИС ДИЗАЙНУ.....	36
4.1 Обґрунтування дизайнерського рішення.....	36
4.2 Інтерактивна складова.....	42
5 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ.....	44
5.1 Прототипування.....	44
5.2 Відтворення в Tilda.....	44
5.3 Тестування та публікація сайту.....	54
5.4 Висновки, щодо якості та переваг.....	58
6 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА.....	59
6.1 Переваги проєктованого лендингу.....	59
6.2 Джерела економії, доходу, джерела фінансування.....	60
6.3 Порядок проєктування лендингу.....	60
6.4 Розрахунок собівартості і ціни розробки інтернет-магазину.....	61
ВИСНОВКИ.....	65
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	66

## ВСТУП

Стрімкий розвиток інформаційного суспільства породив безліч нових технологій, і життя тепер неможливе без швидкого доступу до інформації. Сьогодні доступ до інформації надзвичайно простий, і один із найшвидших способів отримати її – це веб-сайти.

Веб-розробка стає однією з найнеобхідніших та найпопулярніших послуг.

Більшість компаній відчувають усі переваги створення пропозиції веб-сайту та працюють над створенням необхідного ресурсу.

Користувачі воліють веб-сторінки, які елегантно оформлені, не використовують багато графіки або анімації, швидко завантажуються та правильно відображаються у вікні браузера. Проте, може виникнути й інша проблема. Сайт може не представляти інтересу для користувача або інформація, що міститься на ньому, може бути застарілою. Тому важливо, щоб сайт відповідав усім вимогам.

Метою даної атестаційної роботи є розробка ефективного сайту, з гарним дизайном та зрозумілими сенсами.

З технічної сторони це підтримка доброї оптимізації сайту, адаптивності та вмісних анімацій.

Тема роботи була розглянута в попередніх дослідженнях студентів кафедри МСТ ХНУРЕ. Визначається, що якість продукту пов'язана не тільки з його внутрішніми характеристиками, але також з особливостями використання продукту і суб'єктивним ставленням до нього користувача. Дослідження і поліпшення юзабіліті збільшує кількість користувачів, покращує зручність користувацького інтерфейсу [24]. Визначення та систематизація критеріїв оцінювання дизайну сайту та переведення оцінювання до кількісної міри є актуальним завданням [13, 14]. Значну увагу приділяється залученню уваги споживача за рахунок дизайнерської акцентації [8].

Об'єктом дослідження є сайт, який вирішує бізнес і маркетингові цілі компаній за допомогою підвищення ефективності сайту, а також інформаційні веб-технології, веб-дизайн, процеси візуалізації та обробки даних в мережі Інтернет. Предметом дослідження є низька конверсія сайту.

Актуальність проекту обумовлена тим, що створення веб-сайтів для підприємства – це досить позитивно позначається на іміджі. За допомогою сайту можна підвищити продажі, підняти репутацію компанії

Виконання атестаційної роботи бакалавра передбачає такі етапи:

- проведення аналізу завдання на кваліфікаційну роботу; розгляд основних тенденцій;
- проведення огляду аналогів та спеціальної літератури, визначення особливостей сайтів розглянутого типу;
- розробка технологічного процесу створення сайту з урахуванням визначених особливостей;
- вибір та обґрунтування вибору програмного забезпечення для розробки сайту;
- розробка дизайну та втілення розробленого рішення;
- перевірка працездатності сайту;
- оцінка економічної складової роботи над проектом.

Структура роботи обумовлена предметом, метою і завданнями дослідження. У вступі до кваліфікаційної роботи бакалавра розкриті актуальність розробки теми, об'єкт, предмет, предметна область, мета і завдання дослідження.

У першому розділі виконаний аналіз вимог замовника і поставлені завдання кваліфікаційної роботи. У другому розділі проведений аналітичний огляд літератури. У третьому розділі проведена класифікація видань та виявлені особливості виготовлення серійних видань і аналіз аналогів. У четвертому розділі обирається та обґрунтовується вибір програмного забезпечення. У п'ятому розділі розглядається технологічний процес виготовлення видання. У шостому розділі описується процес створення

оригінал-макету видання. У цьому розділі проводиться економічне обґрунтування проекту. Наприкінці підводяться підсумки дослідження, формуються остаточні висновки з даної теми та приводиться перелік посилань.

# 1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ. ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАДАЧ ПРОЕКТУВАННЯ

## 1.1 Ефективність сайту. Конверсія.

При проектуванні дизайну сайту головним є визначення цілей та завдань проекту. У нашому випадку головною метою сайту є збільшення продаж рішень (товару) [11]. У кожного покупця є шлях, який він здійснює від моменту, коли товар привернув увагу до моменту покупки. Це називається воронкою продажів і вона складається з певних етапів:

- інтерес;
- реклама;
- клік на сайт;
- заявка;
- зустріч;
- оплата [41].

Так ось сайт – це частина воронки між кліком на сайт і заявкою. Головним показником ефективності сайту є конверсія в цільову заявку. Розберемося, що це таке. Цільова заявка – це контакт людини, яка потенційно може купити. Конверсія обчислюється за такою формулою:

$$\frac{\text{Кількість заявок}}{\text{Кількість відвідувачів сайту}} \times 100\%.$$

В інтернет-маркетингу конверсія – співвідношення тих, хто відвідав сайт, до тих, хто вчинив цільову дію. Цільовою дією може бути покупка товару, реєстрація, підписка на розсилку, замовлення зворотнього дзвінка, відвідування певної сторінки це залежить від ваших завдань. Головне, що відвідувач зробив те, що ви від нього хотіли. Конверсія особливо важлива для інтернет-торгівлі, при цьому будь-якому сайту важливо підвищувати цей показник [3].

Показник конверсії сайту вимірюється у відсотках. Припустимо, за добу певний сайт відвідало 1000 осіб та 10 осіб вчинили цільову дію, наприклад, купили товар. Отже, у цьому випадку конверсія сайту становить 1% [24].

Що впливає на конверсію сайту:

а) правильні сенси:

- 1) зробити правильний заголовок;
- 2) написати правильний заклик до дії;
- 3) поставити релевантну (відповідну) картинку;
- 4) придумати правильні блоки у правильній послідовності;
- 5) написати на них зрозумілий та цікавий текст;

б) дизайн.

Підвищити конверсію можна наступним алгоритмом:

- дослідження, аналіз;
- збір матеріалів до купи;
- дизайн у Figma;
- збір сайту на Tilda;
- аналітика, запуск.

Тобто наше завдання зробити “хороший” сайт – значить він має бути ефективним для замовника. Конверсія важлива для будь-якого сайту, що продає. Якщо підприємець заробляє не розміщенням реклами інших, а просуванням своїх товарів, цей показник стає індикатором ефективності ресурсу. Конверсія показує, наскільки придатний сайт для досягнення кінцевої мети. Хорошим відсотком конверсії є що більше 3%. Її можна перевірити через сервіс Tilda Analytics.

## 1.2 Аналіз компанії

Аналіз компанії дуже важливий етап для проектування сайту. Його роблять для того, щоб:

- розуміти, що за бізнес та як він працює;
- розуміти переваги компанії;
- мати бачення того, що писати на сайті та в якій послідовності.

Для аналізу компанії ми ставимо багато запитань її власнику.

Є три категорії запитань:

- зрозуміти сам бізнес;
- зрозуміти переваги компанії;
- зрозуміти, чим зачепити відвідувача сайту.

В мене була змога поспілкуватись з представником компанії та задати певний ряд запитань. Їх перелік та відповіді представлений у вигляді табл.

1.1.

Таблиця 1.1 – Аналіз компанії

Зрозуміти сам бізнес	
Що ви продаєте?	Алюмінієвий профіль для скління та вентилявані фасади
Кому ви продаєте?	Забудовники та фізичні особи
У яких ситуаціях людина цікавиться продуктом?	При будівництві або для декору, реконструкції
Як відбувається покупка?	Людина заходить на сайт, щоб переглянути доступний асортимент, а потім може прийти у шоурум для того щоб на власні очі ознайомитися з товаром; або працює “сарафане радіо”
Які ціни у вас? Ви дорожчі за ринок чи дешевше?	Середній сегмент, вище ринкової ціни тільки вентилявані фасади, бо вони з Японії
Люди купують відразу чи довго приймають рішення?	Довго приймають рішення
Які найчастіші заперечення та страхи у клієнтів?	Терміни постачання; обсяг поставки(чи точно зможуть поставити товар); сертифікація продукції
Як виглядає послідовність надання послуг?	Реклама - дзвінок до компанії - шоурум - прорахунок розмірів (конструкторське рішення) - комерційна пропозиція - оплата
Які найцікавіші напрямки бізнесу для вас?	Будівництво
Зрозуміти переваги компанії	
Які переваги у вашого продукту?	Авторське рішення для скління, постачання фіброцементних плит провідних виробників світу
Які переваги у вас як у компанії?	Благонадійність, довголіття та розумні ціни з індивідуальним підходом до кожного клієнта
Що можете розповісти про свою команду?	Команда професіоналів, згуртований колектив. За 6 років кількість працівників збільшилась з 6 до 50 осіб.
З якими крутими компаніями ви працювали?	ЖК “Житлобуд 1”, ЖК “Житлобуд 2”, ЖК “Смарагдове місто” GoodWin, Авантаж, Екіпаж, Модерн-21, завод

	Стеко
У вас є якісь круті партнери?	Geze, Omax, Pulver, Група Kety, Benkam, Secil, Mungo, TechnoForm, Stublina, Enzinger

### Продовження таблиці 1.1

Що можна сказати про досягнення компанії у цифрах?	Кількість декларацій з імпорту зросла з 25 до 75 на рік; зріс прибуток за 6 років на 170 млн гривень; в 2016 був офіс і склад тільки в Харкові, то в 2022 продукція представлена в Харкові, Києві, Одесі та Львові; після акредитації на митниці географія імпортованого товару розширилася на Європу та Азію
Про вас говорили у ЗМІ, на ТБ?	Так
Які у вас є гарантії?	Сертифікована продукція, кількість років на ринку (6 років), відгуки
Які у вас особливості, котрі можна вигідно подати?	Авторське рішення вентиляваних фасадів та профілів скління
Зрозуміти, чим зачепити відвідувача сайту	
Чи потрібно у вашому бізнесі щось розрахувати? (наприклад кошторис)	Чи потрібно у вашому бізнесі щось розрахувати? (наприклад кошторис)
Який можна зробити легкий наступний крок? (екскурсія, консультація, аудит)	Який можна зробити легкий наступний крок? (екскурсія, консультація, аудит)

З цієї таблиці ми маємо уяву, що це за компанія та чим вона займається, якою інформацією можливо зачепити клієнта та які переваги компанії можна розмістити на блоках сайту.

### 1.3 Аналіз цільової аудиторії

Починаємо ми з дослідження та аналізу. Для нашої мети нам підійде Landing Page, а якщо конкретніше Quiz-сайт – це одноекранний сайт, який пропонує щось порахувати в обмін на контакти.

Наступним етапом є визначення цільової аудиторії (ЦА). Від того, наскільки добре ми знаємо клієнта, залежить конверсія сайту

Що відбувається з сайтом, коли ми добре знаємо ЦА:

- ми пишемо зрозумілою йому мовою;
- ми пишемо саме те, що йому потрібно прочитати;
- ми давимо на ті болі, які у нього є.

Підсумок : висока конверсія.

Що відбувається з сайтом, коли ми НЕ знаємо ЦА:

- ми пишемо те, що людині не цікаво, або надто складно;
- він нас не розуміє;
- ми давимо на ті болі, яких у нього немає.

Підсумок: низька конверсія.

Розглянемо як проводити аналіз ЦА.

Крок 1. Зібрати інформацію про клієнтів.

Крок 2. Виділити основних персонажів.

Персонаж – це збірний образ всіх людей одного типу. Краще брати його на прикладі однієї реальної людини. Краще нічого не вигадувати, а брати реальну людину [25].

Крок 3. Заповнити таблицю персонажів (табл. 1.2).

Докладно описати у ній кожного з персонажів.

А далі, при розробці сайту, зрозуміти яку аудиторію йде наголос і адаптувати інформацію під основного персонажа. Але при цьому, по можливості, додавати інформацію, яка закриває біль та потреби інших персонажів.

З цієї таблиці можна зробити висновок, що компанія має велику різноманітність клієнтів з різними страхами та запитамі. Починаючи від фізичних осіб, які будують котедж, закінчуючи величезними компаніями, які закупають матеріали оптом. А також люди, які хочуть додати естетики до свого будинку, офісу та ін. Та досить різно люди розуміються в темі компанії.

Таблиця 1.2 – Типи персонажів

	Тип 1	Тип 2	Тип 3
	Хто?		
Ім'я	Юрій	Компанія забудовник	Марина
Вік	35	-	27
Стать	Чоловік	-	Жінка
Місце проживання	Харків	Київ	Харків
	Критерії прийняття рішень		
Справжня потреба (чого хоче)	Особиста забудова (котедж)	Закупівля матеріалів	Естетичне задоволення

Як він хоче? Що для нього найважливіше?	Дизайнерське рішення та ціна	Терміни, якість та ціна	Ціна та естетичне рішення
---	------------------------------	-------------------------	---------------------------

### Продовження таблиці 1.2

Чого боїться (страхи)?	Терміни поставки	Терміни поставки	Боїться обману та сумнівається в якості товару
На що дивиться під час виборів компанії?	Скільки років на ринку, відгуки та сертифікати	Скільки років на ринку, відгуки та сертифікати	Територіальне розташування та ціна
Які особливості у клієнта?	Щоб все було якісно швидко та недорого	Якісно і вчасно	Індивідуальний підхід
На скільки добре людина розуміє тему?	Достатньо добре	На високому рівні	Погано

## 2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ WEB-ВИДАНЬ

### 2.1 Аналіз аналогів

Аналіз аналогів – обов'язковий етап розробки комплексної стратегії розвитку сайту.

Як правило, коли компанія виходить на ринок, вона знає основних конкурентів. Але якщо йдеться про створення сайту, слід оцінювати активність в мережі. Це можуть бути як суперники з ТОПу пошукової видачі, так і компанії, які активно використовують інші канали залучення клієнтів з інтернету. У кожному разі весь конкурентів можна розділити на категорії за напрямками діяльності: прямі та непрямі [20].

Прямі конкуренти – це компанії, які пропонують ті ж послуги, що аналогічно закривають потреби клієнтів. У нашому прикладі це ще одна фірма, яка пропонує фасадні системи. Аналіз прямих конкурентів дає основну базу знань для подальшого дослідження та побудови структури сайту.

Конкуренти непрямі – це компанії, які закривають ту саму потребу, але інакше. У таких неявних суперників, як правило, можна отримати цікаві рішення, методи взаємодії з цільовою аудиторією. В нашому випадку це компанії, які безпосередньо відносяться до ніші будівництва [9].

Був зроблений аналіз аналогів, як прямих конкурентів, так і непрямих.

Сайт фірми “Сервус” присвячений роботі виробничо-будівельної компанії (рис. 2.1). Основним офером (пропозицією) є замовлення розрахунку нового будинку, а заклик до дії є отримання розрахунку. Сайт виконаний у мінімалістичному дизайні, анімація додана доречно, вдало підібрана колірна гама. Структура сайту містить інформацію щодо цін та проектів, фахівців, партнерів, відгуки користувачів, кейси проектів, переваги

та факти компанії, також форму для отримання контактів. Перевагами є структура сайту, добре підібрана анімація та приємні кольори.



Рисунок 2.1 – Сайт фірми “Сервус”

Сайт фірми “Оконный стандарт” присвячений виробництву металопластикових вікон (рис. 2.2). Основним офером (пропозицією) є “Уже через 5 дней в вашем доме станет тепло и уютно с нашими энергосберегающими окнами”, а заклик до дії є викликання замірника. Сайту присутній приємний зелений колір, але десь відсутні фото та інші елементи дизайну. Структура сайту містить інформацію щодо цін з розмірами та проектів, сертифікатів, відгуки користувачів, кейси проектів, переваги та факти компанії, відповіді на запитання, контакти, також форму для отримання контактів. Перевагами є наявність відгуків, сертифікатів, детальна інформація з цінами.

Сайт фірми “Лінія вікон” присвячений встановленню металопластикових вікон (рис. 2.3). Основним офером (пропозицією) є “Заказывайте окна по выгодным ценам, пока действует выгодное предложение по остеклению!”, а заклик до дії є бронювання. Сайту присутньо дуже багато тексту, який не комбінується з ілюстраціями на сайті. Структура сайту містить інформацію щодо варіантів вікон та дверей, встановлення цих самих вікон та дверей, кейси проектів, переваги та факти

компанії, як замовити, контакти, також форму для отримання контактів. Перевагами є гарні та зрозумілі сенси на сайті, наявність кейсів.

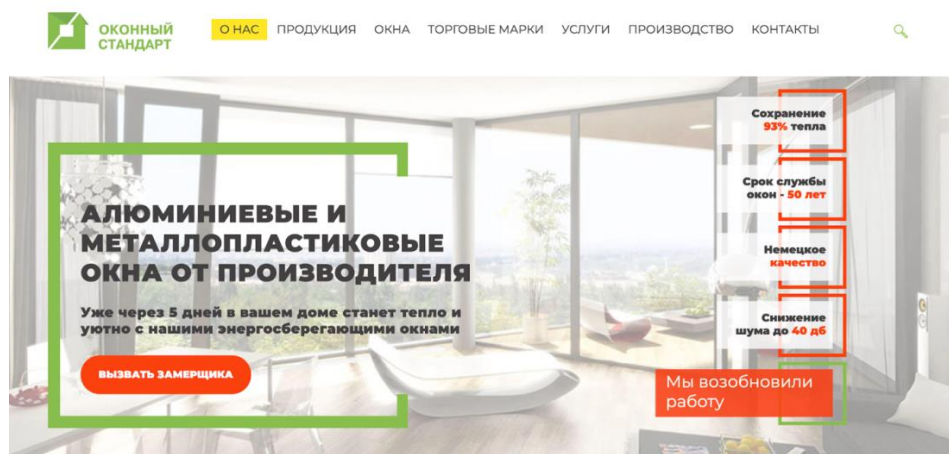


Рисунок 2.2 – Сайт фірми “Оконный стандарт”

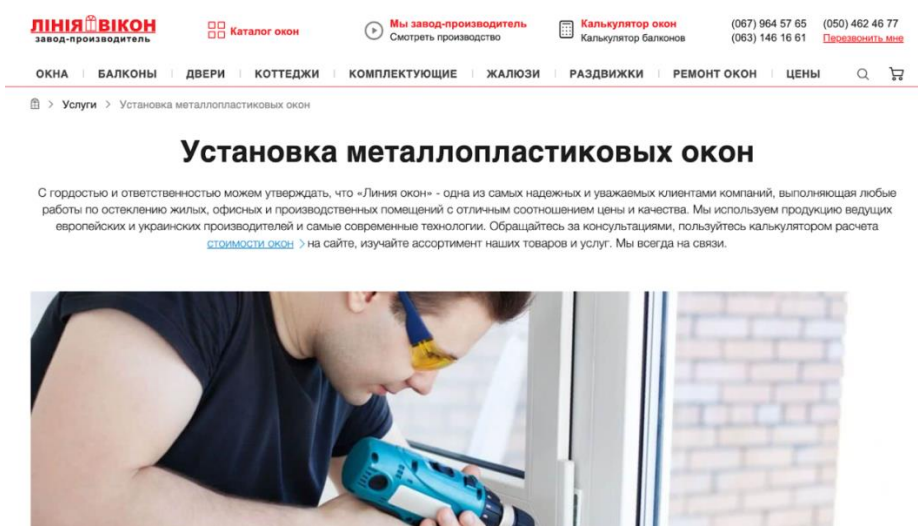


Рисунок 2.3 – Сайт фірми “Линия вікон”

Сайт фірми “Domostroi” присвячений будівництву будівель та котеджей (рис. 2.4). Основним офером (пропозицією) є “Замовте прямо сейчас”, а заклик до дії є замовити розрахунок. На сайті погано підбрані кольори, але є наявність анімації. Структура сайту містить інформацію щодо партнерів, відгуків, кейси проектів, чому вибирають саме цю компанію, також форму для отримання контактів. Перевагами є наявність відгуків, безкоштовного розрахунку

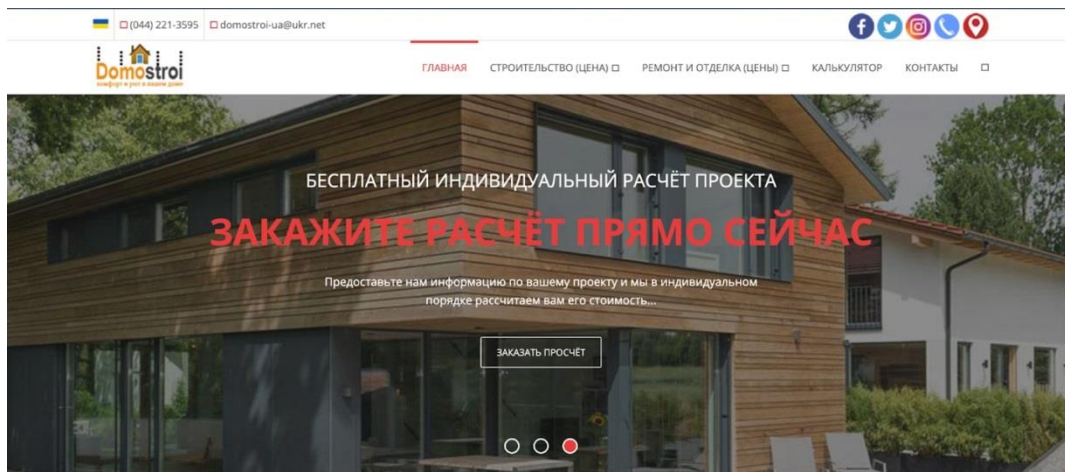


Рисунок 2.4 – Сайт фірми “Domostroi”

Сайт фірми “Wenster” присвячений встановленню пластикових вікон (рис. 2.5). Основний офер (пропозиція) відсутній, але присутній заклик до дії, який пропонує замовити консультацію. Сайт має поганий дизайн, відсутні ілюстрації та дизайнерські елементи. Структура сайту містить інформацію щодо встановлення пластикових вікон, ціни, також футер для отримання контактів. Перевагами є наявність фото та заклику до дії.

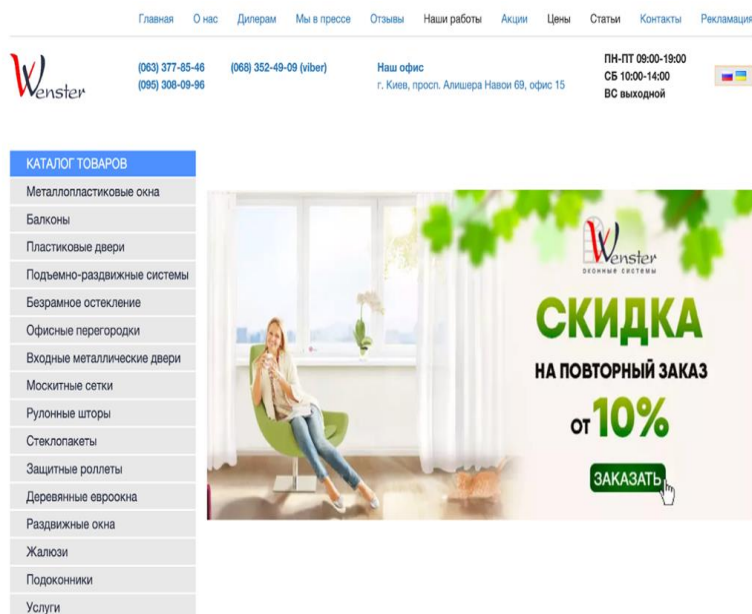


Рисунок 2.5 – Сайт фірми “Wenster”

Сайт фірми “RealStroy Service” присвячений будівництву будівель та коттеджей під ключ (рис. 2.6). Основним офером (пропозицією) є “Всегда соблюдаем сроки!”, а заклик до дії є розрахувати вартість. На сайті використовується багато шрифтів, дуже багато тексту на блоках, але приємні кольори. Структура сайту містить інформацію щодо компанії, особливості вибору компанії для будівництва будівель під ключ, кейси проектів, чому вибирають саме цю компанію, відповіді на запитання, також форму для отримання контактів. Перевагами є безкоштовний розрахунок, відповіді на найчастіші питання

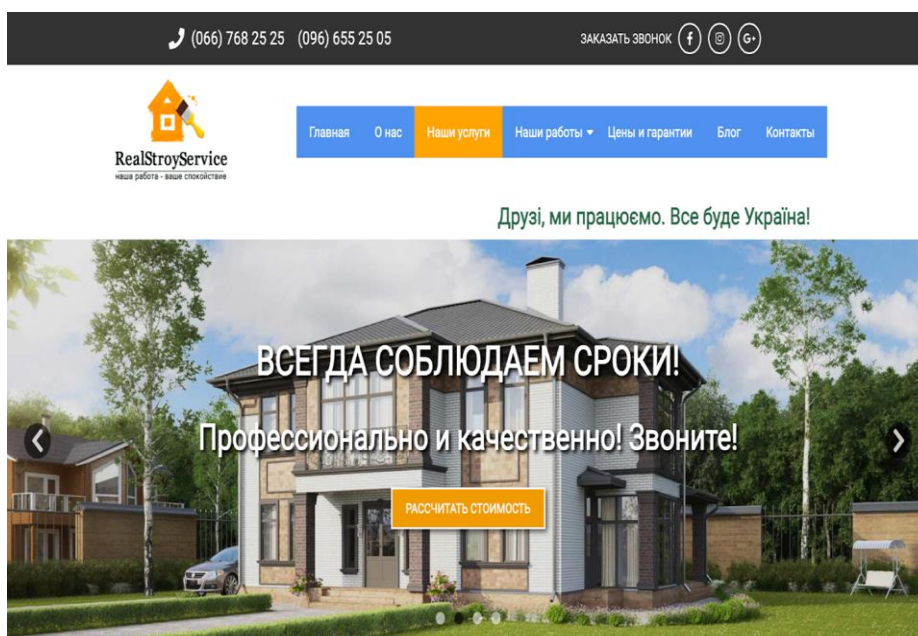


Рисунок 2.6 – Сайт фірми “RealStroy Service”

Можна зробити висновок, що середній обсяг сайту конкурентів складає 10 блоків, в яких майже в усіх є офер та заклик до дії. Дуже малий обсяг конкурентів змогли добре поєднати гарні сенси та сучасний дизайн.

## 2.2 Структура сайту

Яка має бути структура Landing page? Це розроблені та логічно структуровані блоки, які у вигляді своєрідної історії ведуть потенційного

клієнта до цільової дії. Звичайно, ніхто не може вам точно сказати, який блок за яким слід ставити з погляду логіки. Все це індивідуально, але є деякі рекомендації [5].

Кроки, як людина приймає рішення:

- де я?;
- що пропонуєте?;
- а детальніше?;
- скільки це коштує?;
- вам можна довіряти?;
- як з вами зв'язатися?;

Кожен з цих кроків має свій сенс.

По-перше: “Де я?”.

Це є головний екран, він являється найголовнішим, бо в середньому у нас є 4 секунди, щоб зацікавити людину. Тобто ефективність нашого сайту залежить від першого екрану [22]. На головному екрані потенційний клієнт приймає рішення чи буде він читати далі. Він складається з трьох секцій.

Секція 1. Шапка (контакти, логотип, дескриптор-текст ( він допомагає людині орієнтуватися на якому сайті вона знаходиться)).

Секція 2. Заголовок та підзаголовок – основний сенс пропозиції.

Секція 3. Кнопка та заклик до дії.

У заголовку має бути не більше 9 слів, щоб забезпечити контрастність та виділення. Щоб зробити ефективний заголовок є 3 формули.

Формула 1. 4U .

1U – Корисність. Яку користь ви надасте вашому клієнту?

2U – Специфічність. Наскільки це вигідніше

3U – Терміновість. За який проміжок часу це клієнт отримає?

4U – Унікальність. За допомогою чого Ви це зробите?

Формула 2. Отримайте (вигода) + удар по болю.

Формула 3. "Скажи конкретно". Для дуже складних тем.

Я буду використовувати формулу 4U, бо вважаю що вона найефективніша для моєї роботи.

Завдання підзаголовка - розкрити переваги та описати заклик до дії, тобто детальніше розкрити сенс заголовка [13].

По-друге: “Що пропонуєте?”. Це ми можемо показати за допомогою кейсів, булетів, відео. Тобто тут наше завдання показати, що є ідеєю нашого сайту. Цей крок складається з 1-2 блоків.

По-третє: “А детальніше?”. Тут ми повинні детальніше розписати пропозицію. Тобто для кого вона, які технології використовують, що отримає клієнт, переваги компанії та інше. Цей крок складається з 2-4 блоків.

По-четверте: “Скільки коштує?”. Тут все легко, треба вказати ціну. Цей крок складається з 1 блоку.

По-п’яте: “Вам можна довіряти?”. Ця частина сайту містить у собі найбільшу кількість різних блоків (3-5 блоків):

- команда;
- партнери;
- ЗМІ про нас;
- клієнти;
- нагороди;
- сертифікати;
- відгуки;
- цифри;
- гарантія;
- відповіді на запитання, що часто ставляться.

По-шосте: “Як з вами зв’язатися?”. Тут можна вказати контакти, місцезнаходження, а також заклик до дії [6].

Завдяки цим крокам можна зробити ефектний сайт з зрозумілими текстами та логікою. Приклад структури для нашого сайту:

а) головна: шапка. Лого. Дескриптор: Фасадні системи: системи кріплення вентиляованих фасадів. Контакти: +38 067 550 00 13. info@kmd.ua.

Оффер: Авторське рішення вентилязованих фасадів із безкоштовним розрахунком за 1 місяць . Підзаголовок: Виробляємо та комплектуємо надійні фасадні системи з гарантією 10 років. 1000+ Об'єктів по всій Україні. 5500+ Задоволених клієнтів. 10+ Років на ринку. Кнопка «Розрахувати»;

б) закриваємо «болі» клієнта: чому саме нас порекомендували ваші друзі? Конкурентна ціна. Профільні системи KMD – це гідні системи європейського рівня. За ціною в 2-3 рази дешевшими за європейські аналоги. Власне виробництво. Власне виробництво комплектуючих гарантує найкращу ціну на ринку за постійної якості. Свої лінії пофарбування віддають профілю вже в кольорі, які потрібен клієнту. Надійний постачальник. Ми зарекомендували себе як перевірений постачальник з багаторічною історією. Запаси на двох складах забезпечують безперебійне постачання профілю. Міцність. Алюмінієві системи розраховані на високі навантаження. Товщина стін дверних профілів 1,8-2 мм. Це є стандарт для комерційного використання. Універсальність. За допомогою KMD VF можна монтувати практично будь-який облицювальний матеріал та кріпитися до будь-якого типу несучих поверхонь. Стислі терміни поставки. Два великі склади в Києві та Харкові забезпечує оптимальну швидкість доставки до об'єктів клієнтів. Своя служба доставки;

в) пояснюємо пропозицію:

1) що таке система вентилязованих фасадів KMD? Економічна система навішування вентилязованих фасадів із оцинкованої сталі. Підходить для об'єктів з незначним бюджетом, під облицювання профнастилом, касетами, легким сайдингом. Оцинковані підсистеми для вентилязованих фасадів є досить надійними та міцними. За допомогою систем з оцинкованої сталі можна монтуватися практично будь-який облицювальний матеріал: профнастил, керамограніт, металеві касети, фіброцементні плити, фіброцементний сайдинг, алюмінієві композитні панелі;

2) як проводиться кріплення плит . До кронштейнів за допомогою витяжних заклепок монтується напрямний профіль. До профілю –

керамограніт. Є три способи кріплення плит. Кляймерне. Плита тримається на кляймері. Кляймер – спеціальна пластина з декількома гачками. Перевірене та надійне рішення. Рекомендується від 2-го поверху та вище. Клейове. Керамограніт кріпиться до алюмінієвого профілю за допомогою спеціальної клейової системи. Система складається з очищувача поверхні, праймера, монтажної стрічки тимчасової фіксації та поліуретанового клею. Чи не дешевий варіант невидимого кріплення - відмінно підійде на нижніх поверхах. Рустове. Плити утримуються суцільними горизонтальними профілями-рустами ДК10/26. Відмінне з естетично-економічного погляду відмінно закріпилося на цокольних поверхах і невисоких будівлях;

3) переваги системи вентилязованих фасадів KMD. Економічний, індивідуальний підхід, має високий запас міцності, кріпитися до будь-якого типу несучих поверхонь;

4) кейси. За 10 років наша компанія допомогла реалізувати понад 1000 об'єктів по всій Україні;

г) пояснюємо пропозицію:

1) за шість років ми. На 170 млн зросли продажі на рік, на 100 осіб зросла кількість працівників, + 4 офіса на території України, у 3 рази зросла кількість декларацій з імпорту;

2) супер команда. Співробітники “KMD FACADE SOLUTIONS” - справжні професіонали. Ми постійно підвищуємо свою кваліфікацію, вивчаємо новини законодавства, обмінюємося один з одним досвідом та знаннями – і щодня намагаємося стати кращими, ніж учора;

3) працюємо тільки з кращими;

г) запитання, які частіше виникають та відповіді: з чого складається вартість вентилязованих фасадів? Вартість вентфасаду складається з ціни за основний матеріал (фіброцементні плити, композитна панель, керамограніт, оцинковані металокасети), підсистеми та утеплювач. Також враховуються монтажні та проектні роботи. Остаточна вартість залежить від конфігурацій матеріалів, кількості віконних, дверних обрамлень, парпетних кришок. Чи

даєте ви гарантію на матеріали? Звичайно, виробництво та монтаж вентилязованих фасадів здійснюються з наданням гарантії терміном до 10 років кожному замовнику. Ми несемо повну відповідальність за якість продукції та виконуваних робіт, тому Ви можете бути впевнені у дотриманні нами гарантійних зобов'язань. Чи можна за допомогою вентфасадів заощадити енергію? Забезпечення енергозбереження є однією з основних переваг вентилязованих фасадів. Розрахунки проводяться з урахуванням особливостей конкретного проекту, залежно від регіону будівництва та матеріалів стін будівлі. Який матеріал найвигідніший при влаштуванні вентилязованих фасадів? Як показує практика, таким матеріалом є керамограніт. Він чудово переносить атмосферні впливи (ультрафіолет, перепади температур, зміг), має високий опір ударам і вигину, має високу вогнестійкість;

д) заклик до дії: ми на зв'язку. +38 067 550 00 13. info@kmd.ua. vera@kmd.ua. Кнопка «Розрахувати».

Схема загального технологічно процесу розробки поділяється на п'ять основних етапів (рис. 2.7):

- дослідження компанії;
- дизайн;
- прототипування;
- перенос лендингу на Tilda;
- тестування.

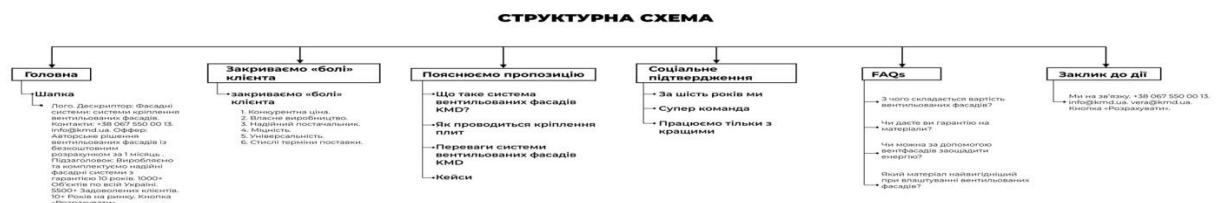


Рисунок 2.7 – Структурна схема сайту

Перший етап складається з аналізу компанії (детальніше у розділі 1.2), аналізу цільової аудиторії (детальніше у розділі 1.3), аналізу аналогів (детальніше у розділі 2.1).

Другий етап складається з обрання стилю, підбору шрифтової пари, створення модульної сітки, підбору кольорової гами та ілюстративного матеріалу.

Третій етап складається прототипування для різних пристроїв, створення UI-елементи та UX-дизайн. Саме прототипування дозволяє з'ясувати, як лендінг буде виглядати на різних пристроях

Четвертий етап складається з переносу лендинга на Тільду, додавання анімацій, налаштування адаптивів та налаштування кнопок.

П'ятий етап складається тестування на кросбраузерність, кросплатформеність та конверсію сайту.

Детальніша схема зображена нижче на рисунку 2.8.

### СХЕМА ЗАГАЛЬНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ

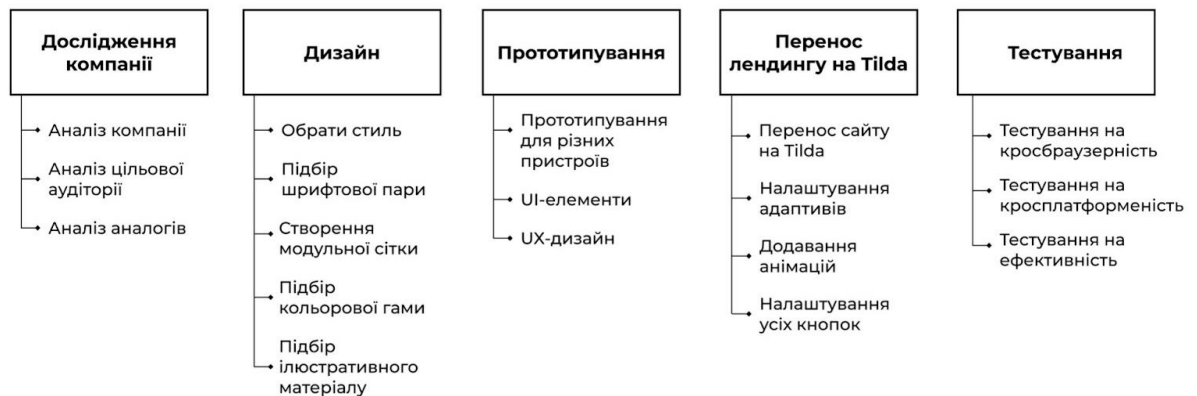


Рисунок 2.8 – Схема загального технологічного процесу

### 3 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ

Коли стоїть завдання розробити дизайн сайту, це означає для замовника знайти відповідну команду виконавців [26]. А решта – проблема цієї команди. Остання ж, спираючись на власний досвід, насамперед визначається з пріоритетними цілями і концепцією, виходячи з яких вибирає інструментарій [50].

Щоб створити оригінальну, чіпляючу та ефективну візуальну оболонку, потрібне правильне програмне забезпечення [1].

Було проведено порівняння трьох програмних забезпечень для прототипування, а саме Axure, InVision та Figma.

Критерії порівняння:

- зручність використання для досвідченого користувача;
- зручність опанування для користувача-новачка;
- багатофункціональність;
- взаємодія з іншими поширеними середовищами для роботи з сайтами;
- вартість.

Axure (рис. 3.1). За допомогою унікального програмного забезпечення Axure можна повністю спланувати функціональність вашої послуги, веб-сайту або продукту. Отримані прототипи можуть бути повністю клікабельними та змінними, можна вводити глобальні змінні, створювати та тестувати різні потоки користувачів для зареєстрованих та незареєстрованих користувачів [29].

Програмне забезпечення також дозволяє створювати прототипи різних продуктів та впроваджувати онлайн-калькулятор на сайті [31]. Він також має такі переваги:

- можливість створення анотацій для декількох елементів інтерфейсу;
- можливість створювати прототипи у форматі HTML або .chm;

- можливість створення проектів із декількома учасниками, по одному прототипу за раз;
- багато переваг, таких як можливість швидко створювати прототипи та модифікувати їх.

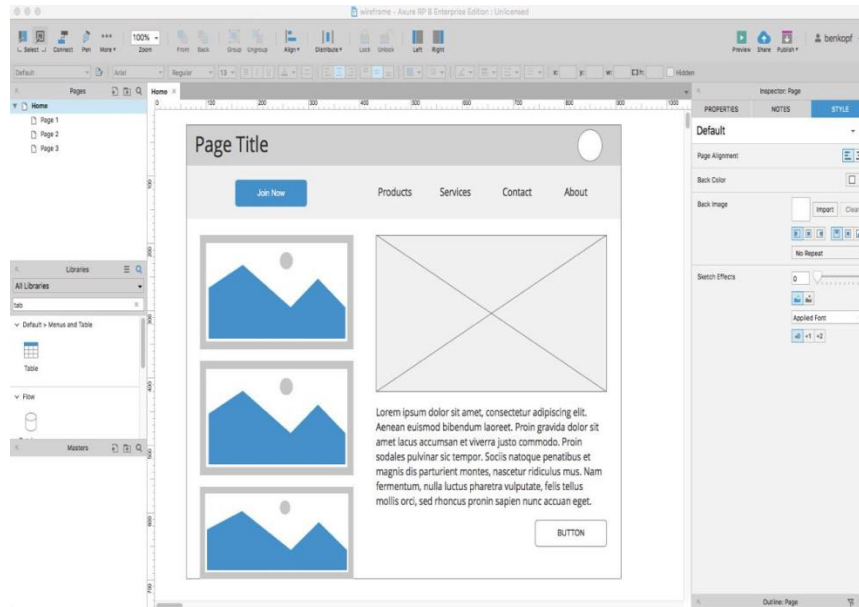


Рисунок 3.1 – Програмне забезпечення Ахуре

Проте ця система має й недоліки:

- інтерфейс застарів і має мало елементів керування;
- потрібно входити у систему на середньому та високому рівні (користувачам необхідно вивчити безліч функцій, щоб використовувати їх);
- перехід від Ахуре до інших програм проектування відбувається повільно.

Ахуре – це платний продукт, і його ціна значно вища, ніж у інших продуктів на ринку.

InVision (рис. 3.2) На відміну від Ахуре, InVision - це служба, яка просто завантажує екрани, вже намальовані іншими програмами, та вставляє необхідні посилання. Сервіс заснований на інтерфейсі drag-and-drop та наборі інструментів для швидкої обробки та роботи в самому браузері [40].

Переваги:

- ключові особливості включають інтуїтивно зрозумілий сучасний дизайн та легке перемикання між екранами;
- можливість створювати базу даних відкладених завдань та надсилати повідомлення всій команді або окремим розробникам, які працюють над проектом;
- контроль та редагування всіх версій прототипу на загальній платформі;
- можливість встановлювати та відображати терміни для завершення окремих завдань або всього проекту [55].

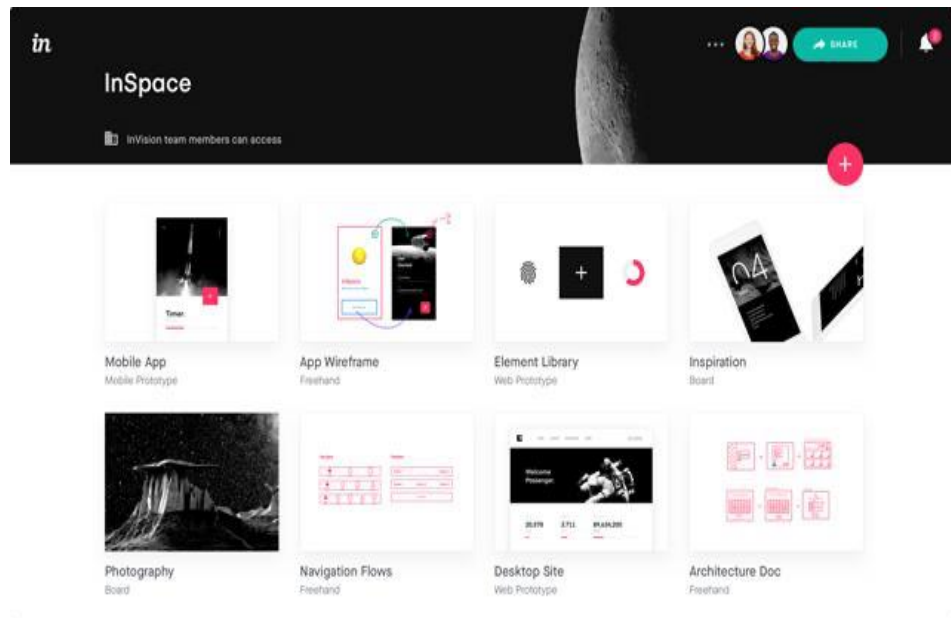


Рисунок 3.2 – Програмне забезпечення InVision

Програмне забезпечення має очевидні недоліки:

- неможливо малювати безпосередньо на сайті, їх необхідно експортувати з іншого додатка, що є величезною втратою часу (найбільший недолік усієї системи);
- при надто великій кількості посилань та поганому наведенні на них відбувається збій;
- у безкоштовній версії програми можна створити лише обмежену кількість елементів;

– InVision є платною системою.

Та третє програмне забезпечення це Figma. Веб-дизайн Фігма – це відносно новий, але дуже перспективний напрямок, здатний на високому рівні конкурувати з такими гігантами, як Photoshop, Скетч і т.д.

Figma (Фігма) – це графічний онлайн-редактор для спільної роботи. У ньому можна створити прототип сайту, інтерфейс програми та обговорити редагування з колегами в реальному часі (рис. 3.3).

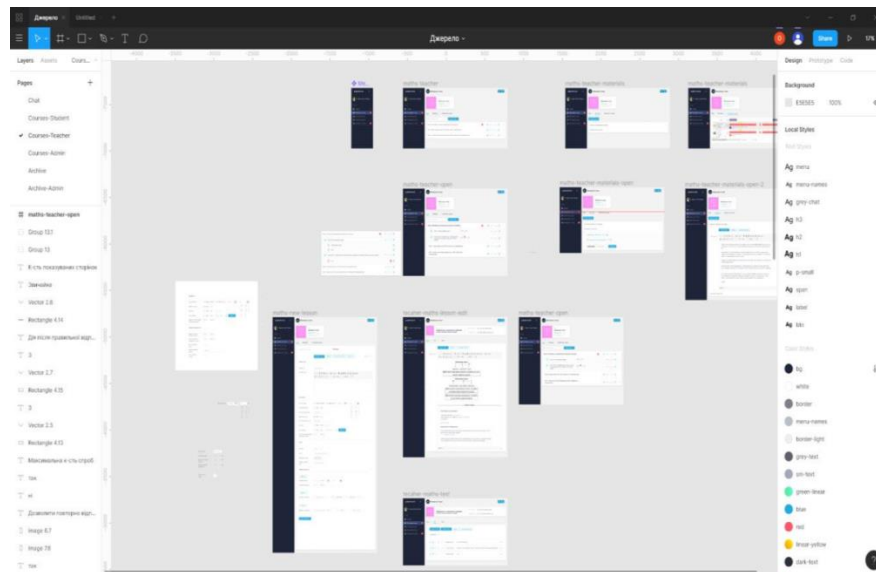


Рисунок 3.3 – Програмне забезпечення Figma

Одним з найважливіших переваг цієї програми є простота використання і легкість в освоєнні. Все більше дизайнерів та компаній по всьому світу переходять на Figma [33].

У ній можна створювати:

- інтерактивні прототипи сайтів та мобільних додатків;
- елементи інтерфейсу, а саме іконки, кнопки, меню, вікна, форми зворотнього зв'язку;
- векторні ілюстрації [27].

У Figma всі документи зберігаються у хмарі. Завдяки цьому в редакторі можна колективно працювати над макетами та відкривати їх за посиланням, без завантаження.

Можна заходити в Figma через браузер або завантажити програму на комп'ютер. Вона підходить як для Windows, так і Mac. У десктопній версії можна працювати в автономному режимі, а коли з'являється доступ до інтернету, зміни синхронізуються.

Для своєї дипломної роботи я обрала програмне забезпечення Figma для реалізації етапу “Прототипування та дизайн”.

Найпростіший спосіб запустити сайт – використовувати конструктор, який може значно скоротити час. Усуваються найбільш трудомісткі процеси верстки та програмування, а використання шаблонів дозволяє заощадити гроші на дизайні [43].

Для вибору програмного забезпечення конструктора-сайтів був проведений аналіз відомостей в інтернет-просторі, зокрема розглянуто у порівнянні конструктори Wix, SITE123 та Tilda.

Wix (рис. 3.4) – найпопулярніший конструктор сайтів у світі, і це говорить саме за себе. Він найкраще підходить для дизайну сайту-візиток, портфоліо та лендингів [56].

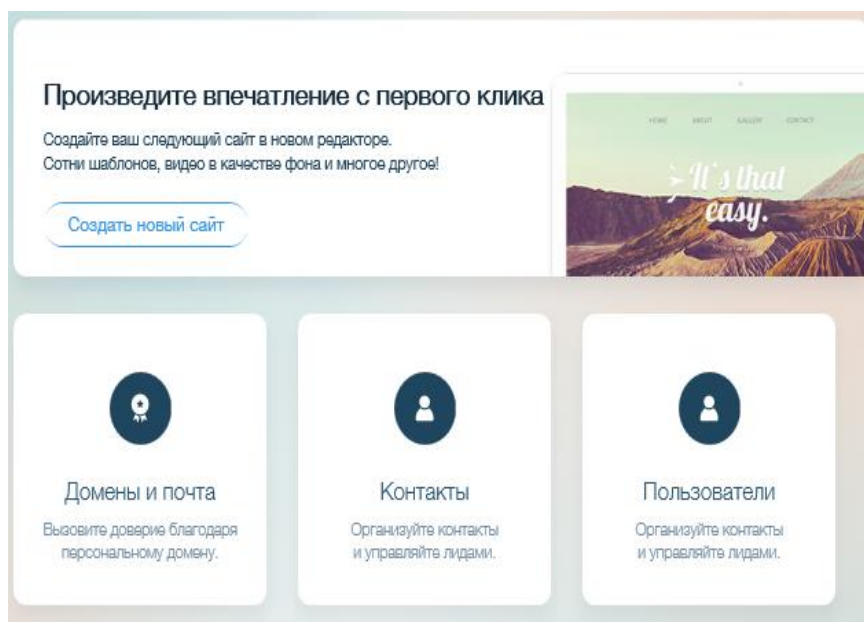


Рисунок 3.4 – Програмне забезпечення Wix

Існує безліч шаблонів, багато з них красиві та різноманітні. Широкий вибір тем дозволяє самостійно змінювати дизайн різних типів пристроїв. Існує також Wix ADI – інструмент штучного інтелекту, який сам створить сайт на основі введених вами даних, включаючи дизайн та загальний зміст [49]. Редактор сайту дуже просунутий. Можливості безмежні, особливо коли йдеться про додатки. Практично будь-яке завдання: бронювання авіаквитків, бронювання номерів, продаж музики, інтеграція з чимось іншим [44].

Переваги:

- гнучкий та простий у використанні редактор, що дозволяє створювати дуже красиві та складно структуровані сторінки;
- багато корисних програм, більшість з яких безкоштовні;
- тематичні шаблони з безліччю варіантів налаштування;
- брендингові хитрощі. Wix ADI, Ascend, Code, Arena та багата система розробників;
- можливість додати на сайт свій власний код – HTML або JavaScript;
- вбудована CRM-система та інші ключові модулі;
- різні інструменти для спілкування з клієнтами та маркетингу;
- вміння продавати цифрові товари, такі як фотографії, музика та інші файли;
- для веб-сайтів туризму, готелів та ресторанів -з окремими програмами для конкретних функцій.

Недоліки:

- деякі речі не встановлені, вони неактивні, і ви можете знайти те, що вам потрібно, і додати його як програму;
- редактори прості, але не всі інтуїтивно зрозумілі у використанні. Всіх їх багато, тому розуміння нюансів потребує певного часу.

Перейдемо до SITE123. SITE123 (рис. 3.5) – це зручний інструмент для створення візитних карток, блогів та магазинів для початківців. Візуальний редактор простий та дозволяє детально налаштовувати макет сторінки та окремі розділи. Багатомовні сторінки можуть бути створені в зручному

інтерфейсі [30]. Базова функціональність значно розширена за рахунок підтримки множини плагінів для аналітики, маркетингу, спілкування з відвідувачами і т.д. За необхідності їх можна встановити з панелі керування. Усі сайти, створені серед обслуговування, є адаптивними. Вони можуть перемикатися між односторінковими та багатосторінковими макетами.

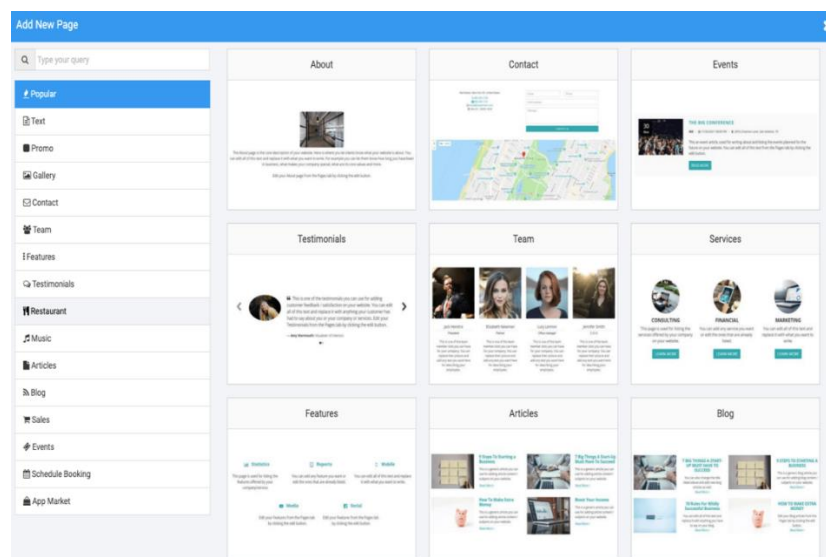


Рисунок 3.5 – Програмне забезпечення SITE123

Немає десятків шаблонів. Є 16 різних макетів для різних типів сайтів, таких як бізнес, блог, бізнес-сайт, портфоліо, музика, їжа та ресторан, технології та ін. Потім ви можете використовувати редактор для тонкого налаштування кожної сторінки або блоку відповідно до ваших цілей і створити красивий та сучасний сайт.

Переваги:

- чудові шаблони, гнучкі можливості їх налаштування;
- багато корисних та безкоштовних доповнень;
- можливість створення багатомовних сайтів;
- просте настроювання магазинів та блогів;
- інтуїтивно зрозумілий візуальний редактор для початківців;
- ідеальне SEO-налаштування;
- 24/7 Технічна підтримка через чат;
- безкоштовні підписки доступні для тестування.

Недоліки:

- більшість готових шаблонів, розділених на категорії за темами, що полегшує вибір для новачків, але може заплутати;
- витрати на конструктор вищий за середній;
- обмежений простір у прејскуранті.

Перейдемо до останнього програмного забезпечення Tilda.

Tilda (рис. 3.6) – це конструктор для створення лендінгів, включаючи прості веб-ресурси і навіть нескладні інтернет-магазини. Спочатку вони позиціонували себе як платформу для журналістів, письменників та блогерів. Однак, ринок глянув на нього з іншого боку, і тепер можливо створювати продукти для свого бізнесу, використовуючи цей ресурс [51].

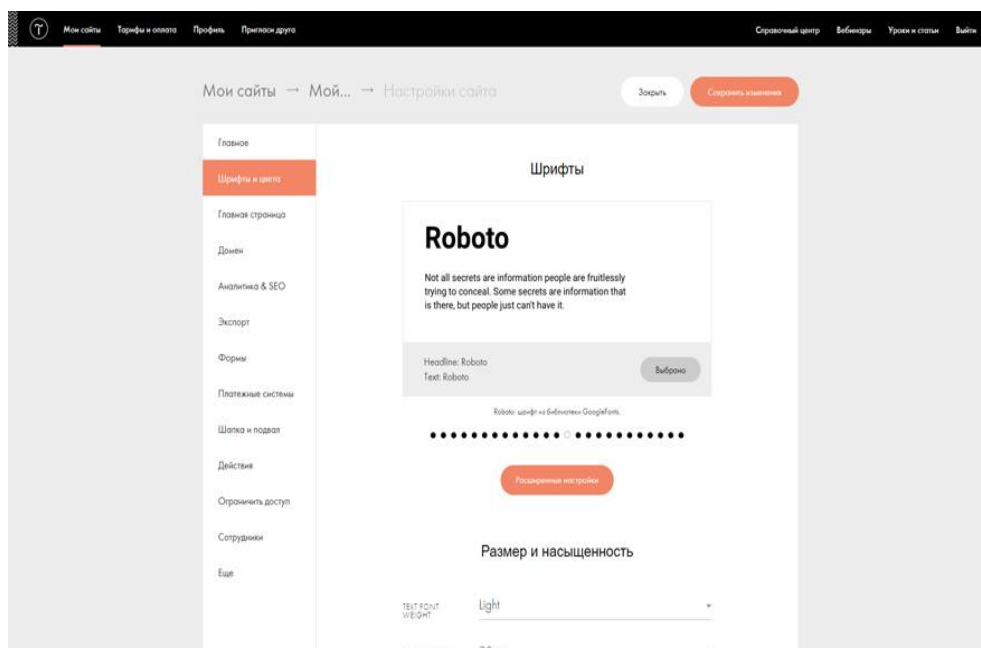


Рисунок 3.6 – Програмне забезпечення Tilda

Можливо визначити основні особливості платформи:

- блочний дизайн;
- адаптивність;
- zero-block;
- власна CRM-система;
- анімація.

Був обраний конструктор-сайтів Tilda.

Можна підбити підсумок, що Figma виглядає як добре продуманий інструмент, зроблений дизайнерами дизайнерів. Головні переваги редактора дозволяє спільно працювати над документами - створювати та редагувати командою в режимі реального часу; зберігає документи у хмарі - макети не займають місце на диску; кросплатформеність – можливість працювати з редактором на Windows, Mac, Linux; можливість створювати інтерактивні прототипи, векторні сітки, головні та залежні компоненти [42].

Tilda ідеально підходить для лендінгів, корпоративних сайтів, редакторських спецпроектів та інтернет-магазинів. Тоді, коли сайт потрібен швидко і вимоги до нього стандартні, або клієнт не має великого бюджету. Для великих проектів зі складним функціоналом краще використати традиційний підхід.

## 4 ОПИС ДИЗАЙНУ

### 4.1 Обґрунтування дизайнерського рішення

Колір у дизайні – це суб'єктивне питання. Кольори, що викликають сильні емоції в одних людей, зовсім інакше діють на інших. Це може бути пов'язане з особистими уподобаннями чи культурними особливостями. Теорія кольору – це ціла наука [35]. Багато людей присвячують себе вивченню впливу спектру кольорів на людей як окремих індивідів, так і груп. І на те є причина. Невелика зміна відтінку чи насиченості може повністю змінити враження глядача [7].

Психологія кольору використовується в дизайні інтерфейсів для впливу на сприйняття користувача. Це може бути підвищення впізнаваності бренду або збільшення кількості кліків на кнопку "купити". Ще одним важливим наслідком вибору правильних кольорів є те, що вони можуть покращити зручність використання [28].

Деякі кольори асоціюються із певними емоціями, але не завжди [48]. Наші очі вивчають кольори в реальному світі з самого народження, згодом вони запам'ятовують їх та асоціюють з певним досвідом та факторами. Це дає користувачеві уявлення про призначення інтерфейсу [2].

Для сайту були використані відтінки синіх кольорів, а саме #123358 та #F3F4F9 (рис. 4.1).



#123358



#F3F4F9

Рисунок 4.1 – Кольорова палітра сайту

В англійській мові синій колір часто асоціюється із смутком. Синій колір також часто використовується для відображення спокою та відповідальності.

Світлі відтінки синього створюють свіже та приємне враження. Більш темні відтінки синього здаються сильними та потужними [12]. Синій колір також асоціюється зі світом та має релігійний підтекст у багатьох країнах.

Значення синього кольору може відрізнятись залежно від його відтінку. Відтінки, вибрані для дизайну, можуть суттєво вплинути на враження користувача [54]. Світло-блакитний колір розслаблює та заспокоює, синій освіжає та заряджає енергією, а темно-синій ідеальний, коли дизайн має передавати відчуття сили та надійності, наприклад, на корпоративному сайті [32].

Контрастні кольори надають інтерфейсу динамічності. Інша форма колірної гармонії досягається шляхом використання додаткових кольорів, розташованих один навпроти одного на колірному колі [10].

Перевага контрастних кольорів у тому, що вони привертають увагу користувача одночасно посилюючи ключові точки енергії та ефекти руху. Досягти гармонії між цими кольорами непросто [22]. При неправильному використанні вони можуть бути візуально заплутаними та захарашченими. Пропорція – ключ до успіху. Щоб перевірити контрастність кольорів був використаний спеціальний сервіс, результати перевірки показані нижче на рис. 4.2.

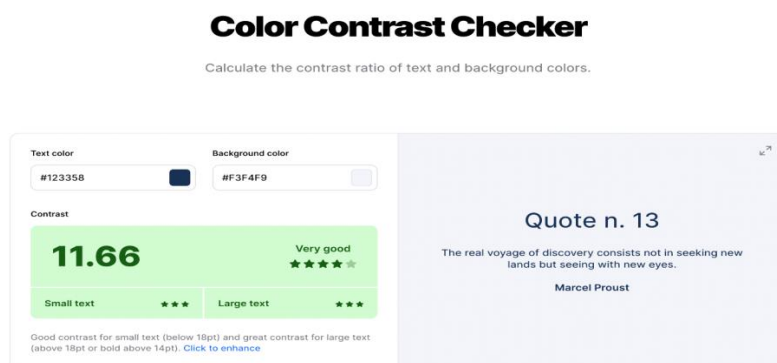


Рисунок 4.2 – Контрастність кольорів

Типографіка в дизайні інтерфейсу користувача працює як інструмент візуальної комунікації, щоб залучити користувачів і переконати їх затриматися або щось купити [47].

Коли користувачі заходять на сайт, замість читати текст рядок за рядком, вони часто спочатку сканують всю сторінку, щоб зрозуміти, чи є там потрібна їм інформація. У цей момент зручна для сканування і добре організована друкарня вразить та привабить потенційних клієнтів чи користувачів [4].

Був вибраний шрифт з сервісу Google Fonts, бо там їх велика кількість та Google Fonts також дозволяє безкоштовно використовувати шрифти в особистих та комерційних проєктах [37]. Враховуючи складнощі з цінами та ліцензуванням, які супроводжують більшість преміальних шрифтів, Google Fonts – це просто безцінний ресурс [53].

Був обраний шрифт з сімейства Sans Serif – Montserrat. У цьому сімействі шрифтів немає засічок. Це означає, що ці шрифти можна ефективно використовувати на сучасних пристроях, оскільки символи займають менше місця [45]. Однак ці шрифти також є виразом чистоти і ясності і особливо помітні в компаніях, які віддають перевагу зовсім іншому підходу і орієнтовані на мінімалістський дизайн [38].

Які емоції спричиняють шрифт Montserrat (рис. 4.3):

- чистота;
- ясність;
- сучасність;
- продуктивність;
- простота.

**Montserrat ExtraBold**  
**Montserrat SemiBold**  
Montserrat Medium  
Montserrat Regular

Рисунок 4.3 – Накреслення шрифту Montserrat

Для заголовків я використовувала накреслення ExtraBold, Semibold та Medium, а для основного тексту Regular.

Одним з найважливіших рішень, які потрібно прийняти при розробці сайту, є визначення структури дизайну. Необхідно передбачити окремі компоненти та подумати про те, як сайт має виглядати загалом. Це визначення є модульною сіткою сайту [18].

Модульна сітка – це тип каркасу веб-сайту, який покликаний візуально впорядкувати всі компоненти. Концепції, розробленої на початковому етапі, йдуть на всіх етапах проектування та впливають на зовнішній вигляд та функціональність готового веб-сайту.

Модульна сітка розміщує найважливіші текстові, графічні та функціональні елементи у просторі конкретної сторінки або всього сайту [19].

Модульна сітка потрібна, бо:

- сітки є стандартом для організації елементів. Це полегшує організацію елементів, додавання нових елементів та подальше обслуговування сторінки. Сітки дозволяють працювати швидше;

- зменшує кількість помилок під час переміщення елементів з однієї сторінки на іншу;

- покращує зовнішній вигляд сторінки, оскільки елементи розташовані рівномірно та структуровані;

- сітки завжди логічні [52].

Крім того, коли в дизайні використовуються сітки, користувачі можуть швидше зчитувати інформацію. Сітки створюють візуальний порядок та полегшують навігацію [17].

Для свого лендингу я використовувала 12-колонну сітку для десктопів (рис. 4.4), бо вона добре ділиться на три, чотири та шість стовпців, що досить гнучко та підходить для різних типів контенту.

Та логічно, що для інших пристроїв кількість колонок зменшується. Для планшетів це 8 колонок (рис. 4.5) та для телефонів – 4 колонки (рис. 4.6)

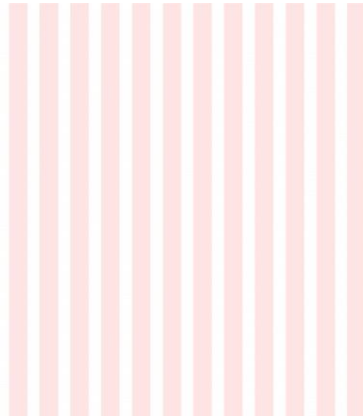


Рисунок 4.4 – Модульна сітка для декстопів

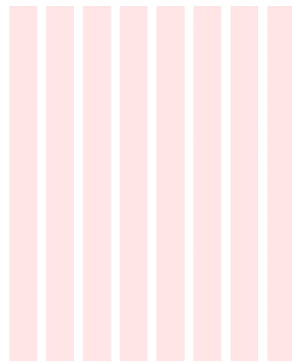


Рисунок 4.5 – Модульна сітка для планшетів

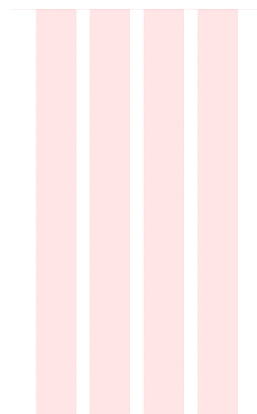


Рисунок 4.6 – Модульна сітка для телефонів

Кожен якісний контент складається з двох основних компонентів: тексту та зображень. Візуальний компонент дозволяє легше і швидше зрозуміти зміст написаного тексту [36].

Текст із картинками читати цікавіше, а ілюстрації можуть замінити тисячі символів у рукописному тексті. Зображення відразу викликають емоції, і разом із текстом вони найкраще передають кінцевий зміст інформації, що публікується [21].

Зображення на сайті потрібні, щоб:

- продемонструвати "Про що сайт?";
- привернути увагу;
- викликати довіру [34].

Крім того, важливо пам'ятати, що на всі зображення поширюється авторське право і, яке захищене законом. Для роботи я брала ілюстрації з безкоштовних стоків таких як unsplash (рис. 4.7), pexels (рис. 4.8), stocksnap (рис. 4.9) та фото самої організації «KMD».

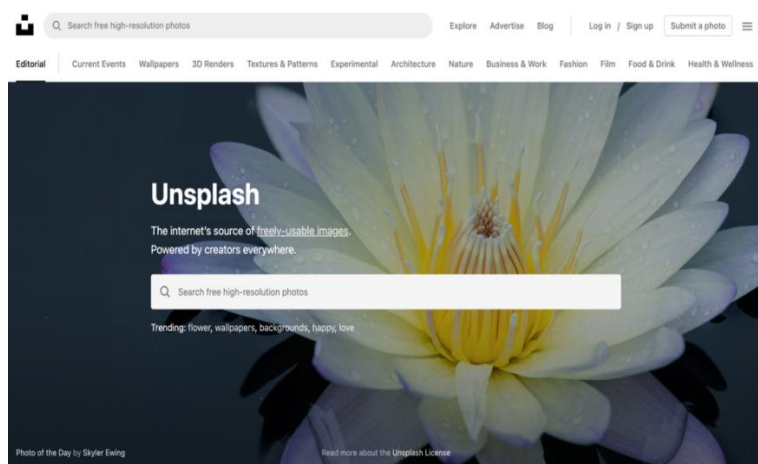


Рисунок 4.7 – Безкоштовний сток unsplash

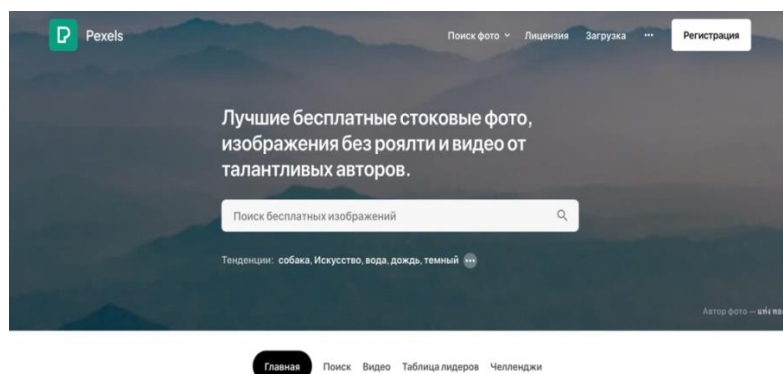


Рисунок 4.8 – Безкоштовний сток pexels

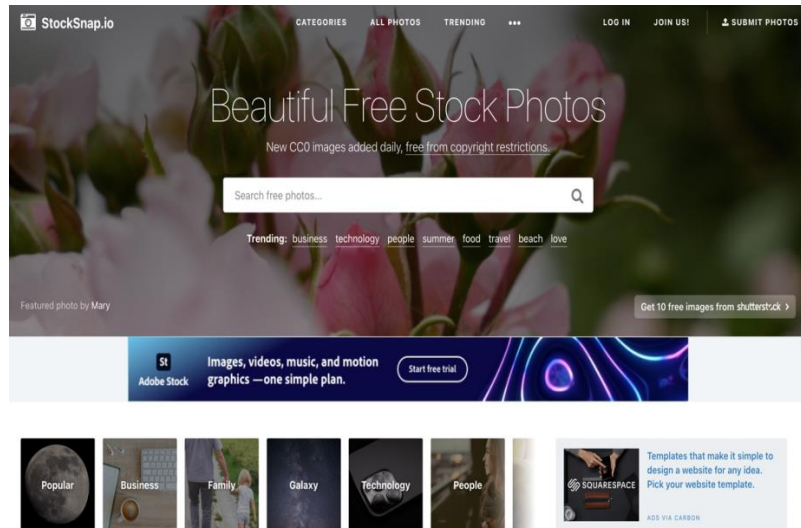


Рисунок 4.9 – Безкоштовний сток stocksnap

## 4.2 Інтерактивна складова

Лендинг містить 11 блоків. На головному екрані є меню завдяки якому можливо перейти на інші блоки, такі як:

- про компанію;
- послуги;
- переваги послуг;
- кейси;
- досягнення компанії;
- команда;
- партнери;
- FAQs;
- контакти.

Також на головному екрані є кнопка «Розрахувати вартість» при натисканні на яку виклається форма для заповнення заявки.

На другому екрані знаходиться акордеон натискаючи на якій можливо детально побачити переваги компанії.

На четвертому екрані є слайдер за допомогою якого можливо побачити всі три види кріплення плит.

На п'ятому екрані також присутня кнопка «Розрахувати вартість» при натисканні на яку виклається форма для заповнення заявки.

На шостому екрані з кейсами є слайдер за допомогою якого можливо побачити шість різних проектів компанії.

На сьомому екрані також присутня кнопка «Розрахувати вартість» при натисканні на яку виклається форма для заповнення заявки.

На дев'ятому екрані з партнерами є слайдер з адопомогою якого можливо побачити всіх.

На десятому екрані з запитаннями є аккордеон при натисканні на який можливо побачити відповідь на запитання.

На одинадцятому екрані також присутня кнопка «Розрахувати вартість» при натисканні на яку виклається форма для заповнення заявки.

У футері при натисканні на логотип можливо перейти на першого екрану та при натисканні на іконки соціальних мереж відвідувач сайту зможе перейти на соціальні мережі компанії.

## 5 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ

### 5.1 Прототипування

Прототип сайту – це інтерактивний ескіз, креслення майбутнього сайту, який графічно представляє найважливіші елементи сайту та показує, як вони реагують на поведінку користувача. Прототипи використовуються для представлення ідей зацікавленим сторонам на ранніх етапах розробки сайту [23].

Основна мета створення макета – економія часу. Прототипи дають уявлення про кінцеву мету, щоби проект не довелося переглядати по ходу роботи. Дуже легко змінити розташування блоків, додати форми та кнопки до того, як буде створено інфраструктуру сайту [16].

Нижче представлені прототипи для десктопу (рис. 5.1), для планшету (рис. 5.2), для телефону (рис. 5.3). По даним прототипам був зроблений дизайн для десктопу (рис. 5.4), для планшету (рис. 5.5), для телефону (рис. 5.6).

### 5.2 Відтворення в Tilda

Сайт в Tilda ми будемо створювати в основному в нульовому блоці, а саме в Zero-block. Zero-block – це вбудований редактор, який дозволяє створювати власні блоки з нуля. Можна реалізувати будь-який елемент, зробити свій власний дизайн або додати анімацію.

Спочатку нам всі екрани потрібно перенести у Zero-block. В цьому блоці можна налаштовувати дизайн для різних пристроїв, в нас це десктоп, планшет та телефон (рис. 5.7).

Після переносу налаштуємо всі інші блоки. Почнемо з меню, для цього потрібно створити блок ME403 «Приховане меню з «гамбергером»» та налаштувати його (рис. 5.8).

Потім потрібно скопіювати ід блоку та вставити, як посилання в іконку меню на дизайні, який ми перенесли (рис. 5.9).

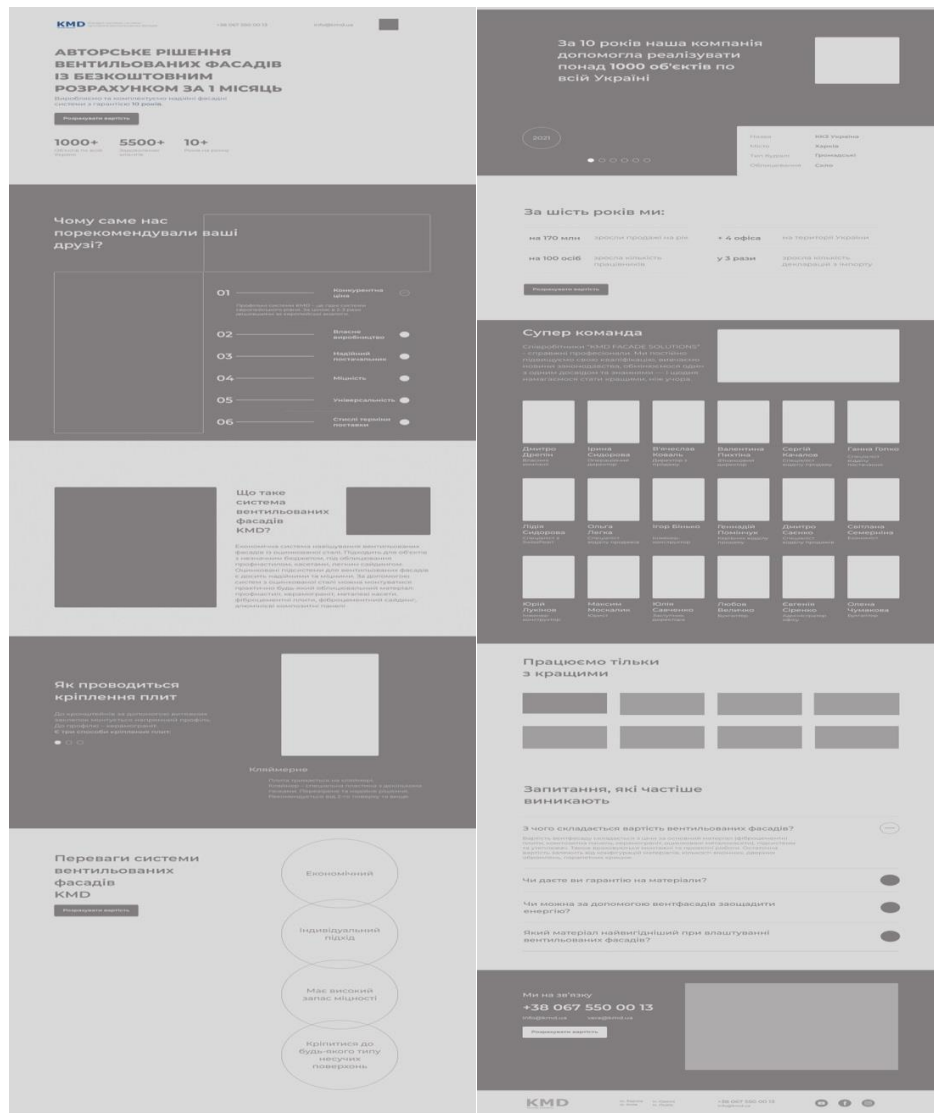


Рисунок 5.1 – Прототип для десктопу



Рисунок 5.2 – Прототип для планшета

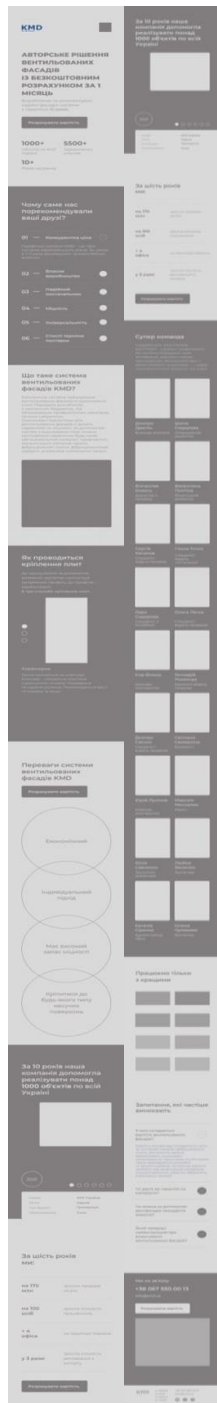


Рисунок 5.3 – Прототип для телефону

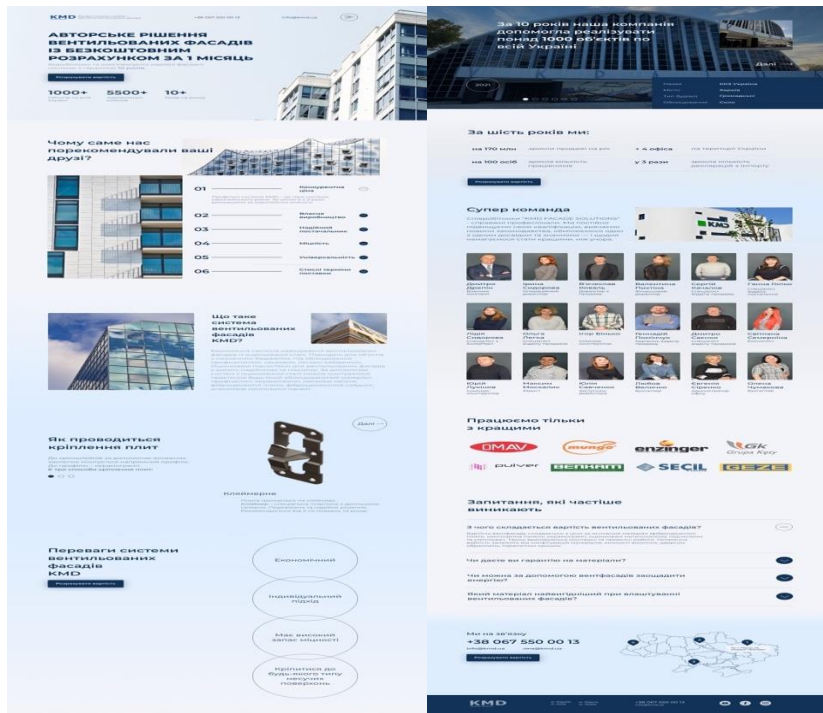


Рисунок 5.4 – Дизайн для десктопу

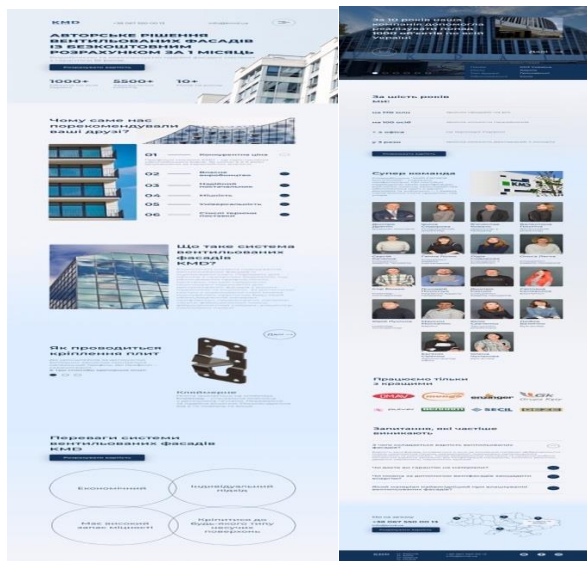


Рисунок 5.5 – Дизайн для планшета

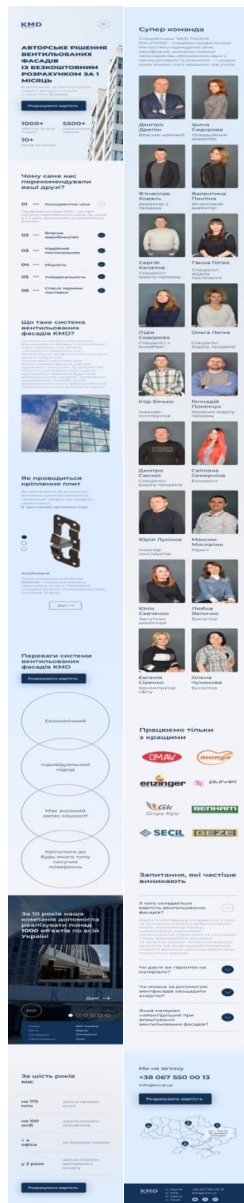


Рисунок 5.6 – Дизайн для телефону

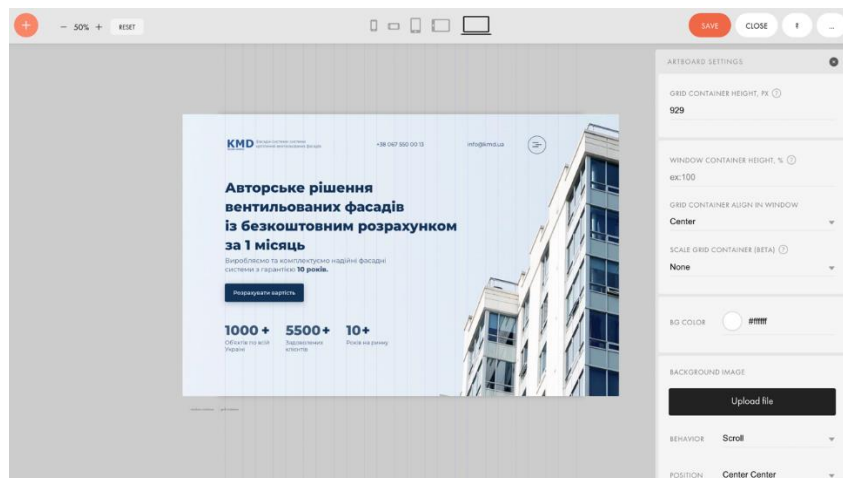


Рисунок 5.7 – Zero-block з дизайном



Рисунок 5.8 – Налаштування меню

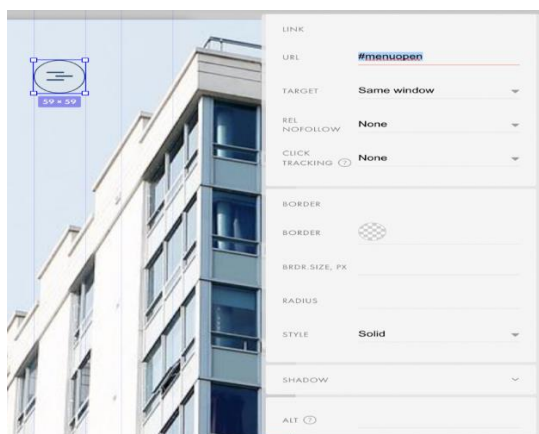


Рисунок 5.9 – Вставка ід меню

Також на першому, п'ятому, сьомому та одинадцятому блоках є кнопка «Розрахувати вартість», яка повинна переводити на форму для заповнення. Для цього потрібно створити блок VF502N «PopUp: форма з безліччю полів», додати поля, які нам потрібно та ід блока вставити, як посилання в кнопку (рис. 5.10).

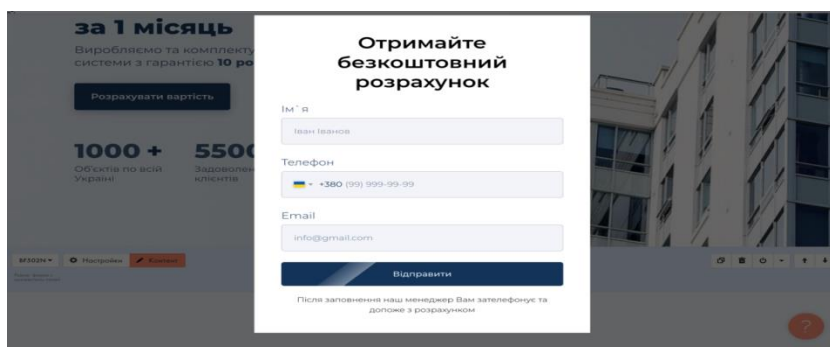


Рисунок 5.10 – Блок VF502N «PopUp: форма з безліччю полів»

Перейдемо до другого блоку, там у нас буде акордеон. Для цього створюємо блок TX16N «Текст у розкритих картках» та пишемо текст та налаштуємо інші параметри (рис. 5.11).

Цей блок треба розташувати на другому екрані, для цього ми використаємо код. Для цього ми створюємо блок T123 та вставляємо наш код, який є у відкритому доступі в Інтернет (рис. 5.12).

Четвертий екран це в нас слайдер, щоб його зробити з Zero-block потрібно спочатку створити блок CR30N «Промо слайдер» убрати заливку та налаштувати декоративні елементи у ньому (рис. 5.13).

Після цього ми повинні створити нульові блоки, які будуть знаходитись усередині слайдера та створити дублікати першого та останнього блоку. Щоб наш слайдер працював нам потрібен код, який є у вільному доступі Інтернет та додаємо його у блок T123 (рис. 5.14).

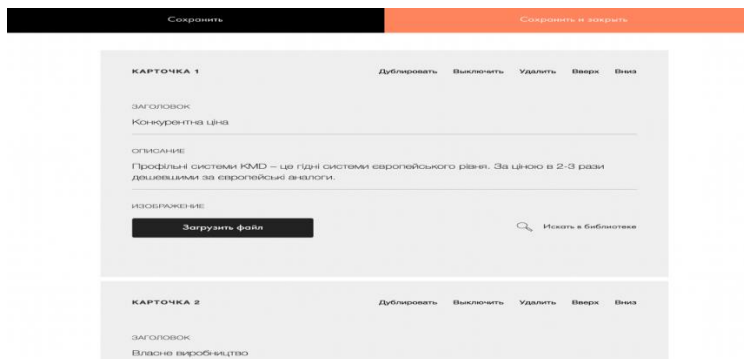


Рисунок 5.11 – Блок TX16N «Текст у розкритих картках»

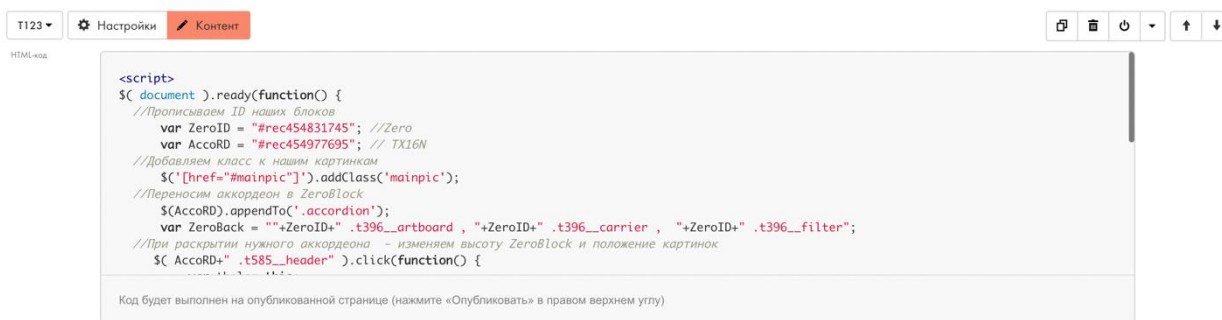


Рисунок 5.12 – Блок T123 з кодом



Рисунок 5.13 – Блок CR30N «Промо слайдер»

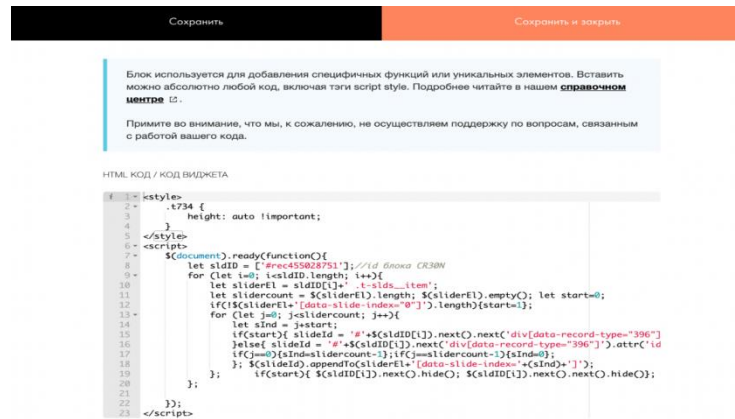


Рисунок 5.14 – Код для слайдеру

Шостий екран ми робимо по аналогії з четвертим.

Для того зоб зробити дев'ятий екран з партнерами ми повинні обрати блок PR201N «Логотипи у слайдері» та додати логотипи партнерів компанії (рис. 5.15).



Рисунок 5.15 – Блок PR201N «Логотипи у слайдері»

Для десятого екрану нам потрібен акордеон, який ми використовували для другого екрану, але цей без коду.

Особливістю одинадцятого екрану є Tooltip. Він використовувався, щоб при наведенні на кружечок була відображена адреса (рис. 5.16)

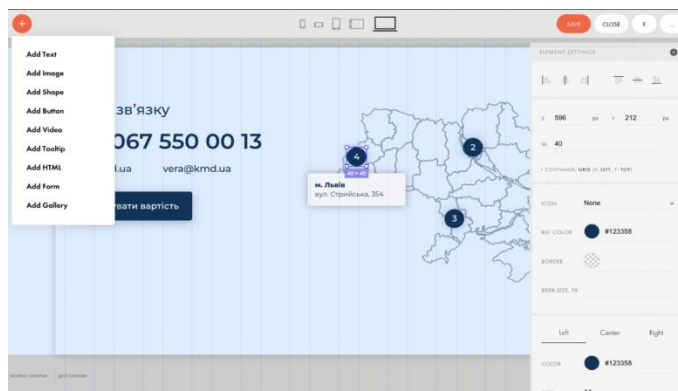


Рисунок 5.16 – Tooltip

Особливістю сайту є preloader, який з'являється перед тим як загрузиться сам сайт. Для цього ми зробили нульовий блок, де зробили сам екран, який буде з'являтися та добавили код у блок T123.

На сайт були добавлені анімації, для цього потрібно перейти у редагування Zero-block, обрати елемент до якого буде застосовуватися анімація та обрати ту, яка сподобалась (рис. 5.17).

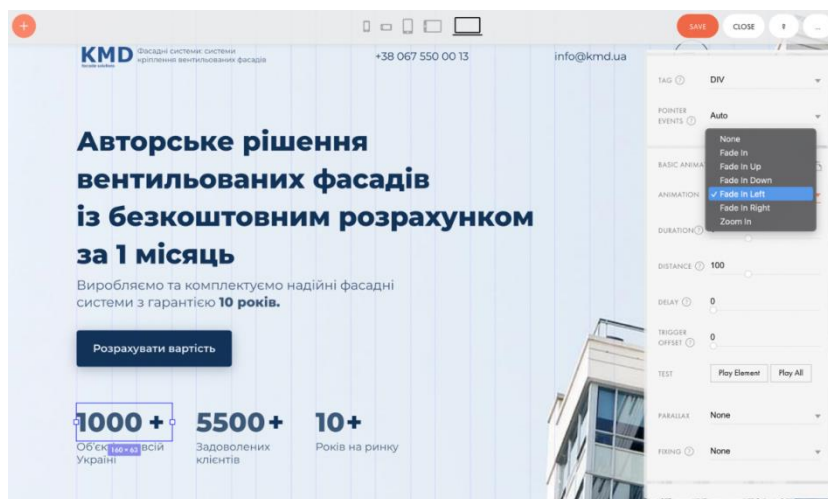


Рисунок 5.17 – Додавання анімацій

Також крім базових анімацій була використана «Step-by-Step». Step-by-step анімація – це налаштування трансформації або руху елемента для кожного кроку. Якщо в базовій анімації в Zero-блоці після появи елемент прийматиме статичне положення або фіксуватися при скролі, то в покроковій

анімації значно більше можливостей. Можна змінювати траєкторію руху, швидкість, прозорість, повертати елемент і задавати йому дії з наведення або натискання курсора (рис. 5.18).

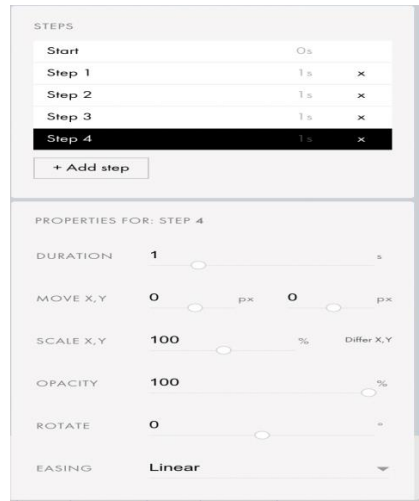


Рисунок 5.18 – Step-by-step анімація

### 5.3 Тестування та публікація сайту

Ми вибрали два методи для тестування сайту. «Кросбраузерні тестування» і «Тестування відображення на різних моніторах».

Кросбраузерність - це поняття, яке описує характеристики веб-сайту, який веде себе і відображається однаково у всіх браузерах (зазвичай розглядаються тільки найпоширеніші браузери). Характерний означає, що сайт представлений в тому ж читабельному вигляді без будь-яких втрат в оформленні. Тестування проводилося у найпопулярніших браузерах: Google Chrome, Microsoft Edge, Opera, Safari [15].

У всіх браузерах відображення та функціонал сайту не загубився. Все гарно відображалось та працювало без ніяких проблем (рис. 5.19-5.22).

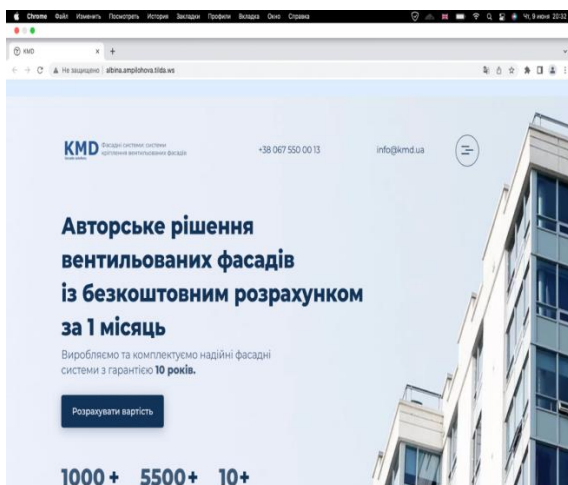


Рисунок 5.19 – Відображення у браузері Google Chrome

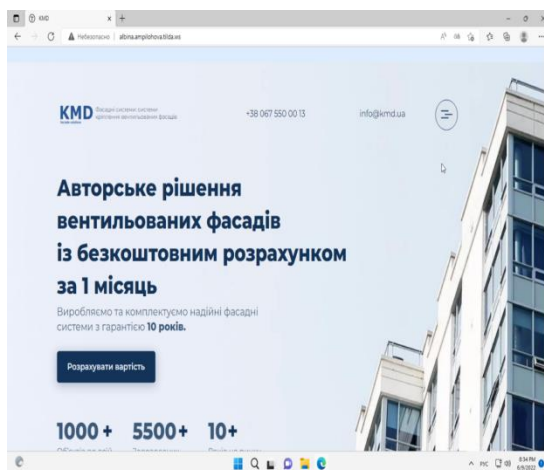


Рисунок 5.20 – Відображення у браузері Microsoft Edge

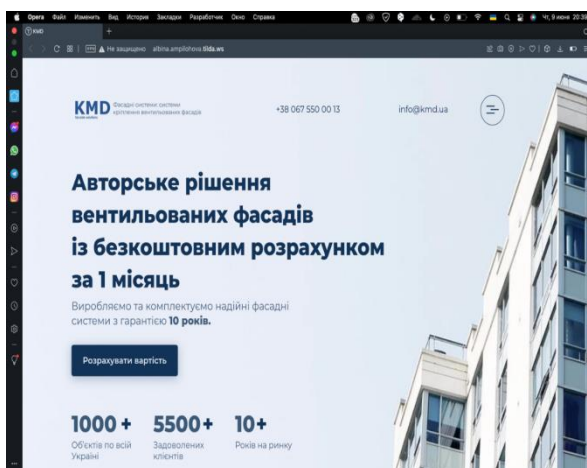


Рисунок 5.21 – Відображення у браузері Opera

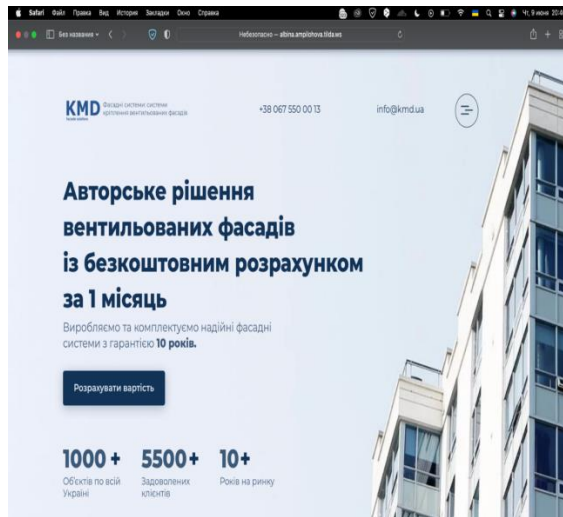


Рисунок 5.22 – Відображення у браузері Safari

Адаптивний веб-дизайн – дизайн веб-сторінок, що забезпечує оптимальне відображення та взаємодію сайту з користувачем незалежно від роздільної здатності та формату пристрою, з якого здійснюється перегляд сторінки [46].

Також сайт був протестований на різних пристроях (рис. 5.23-5.25).

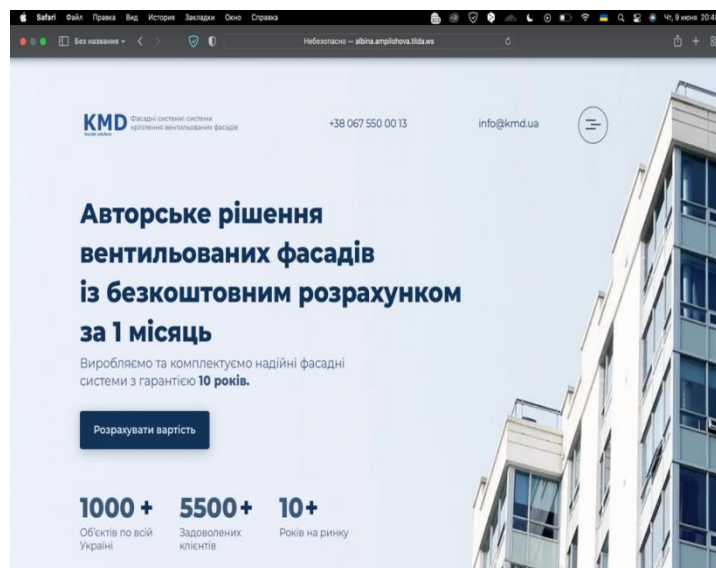


Рисунок 5.23 – Відображення сайту на десктопі

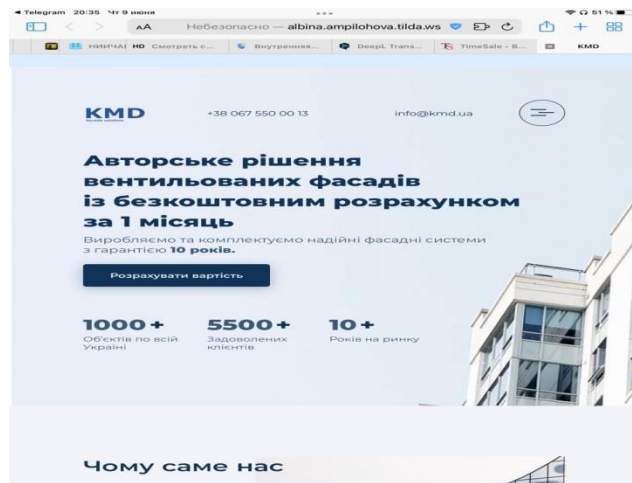


Рисунок 5.24 – Відображення сайту на планшеті



Рисунок 5.25 – Відображення сайту на телефоні

Було проведено тестування на ефективність сайту. Щоб показати, що сайт є ефективним в ньому повиний бути відсоток конверсії більше 3%. Це тестування було проведене всередині самої платформи Tilda (рис. 5.26).

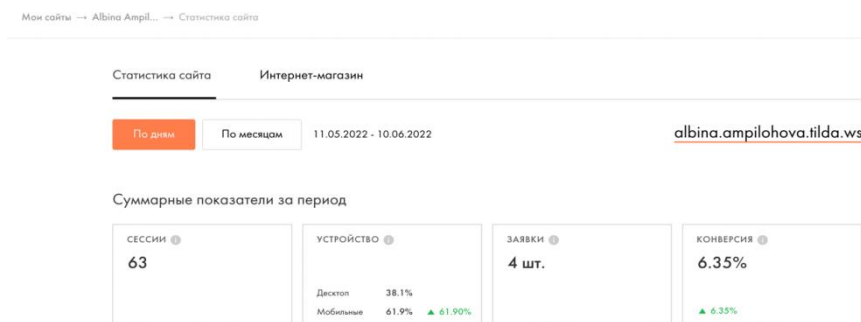


Рисунок 5.26 – Тестування на ефективність

## 5.4 Висновки, щодо якості та переваг

Кожна організація намагається надати на сайті найбільшу кількість інформації про саму компанію, послуги, додаткові можливості, досягнення. Кожен намагається проводити структурування інформації так, щоб сайт відповідав критерію можливості, що робить його більш зручним у використанні. Намагаються зробити свій сайт іміджевим компонентом, тим самим намагаючись наголосити на своєму статусі [39].

Розробка веб-дизайну для комерційного сайту потребує його великої функціональності. Це означає, що всі елементи дизайну насамперед мають вирішувати завдання щодо забезпечення продажу товарів чи послуг.

Тому я виключила елементи «красивості», такі як нестандартні шрифти, різноманітність графіки, «кислотні кольори». одним словом, все те, що відволікає користувачів від предмета продажу.

Функціональний дизайн призначений для вирішення насамперед прикладних завдань. Це особливо важливо для комерційних сайтів, тому що їх призначення – продавати, а не розважати користувачів. У зв'язку з цим розробка веб-дизайну бізнес сайтів виключає занадто креативні моделі.

У лендингу була ретельно продумана концепція та схематично зображена на прототипах. Тому можна було паралельно працювати над окремими блоками. Відразу стає видно - що найважливіше і на чому слід зробити акцент.

Функціональність гарантує більшу надійність, оскільки кожен модуль веб-сайту виконує лише одну функцію з мінімумом на інші модулі ресурсу. Функціонально-спроектований дизайн у майбутньому буде легше змінювати, тому що кожна його частина відповідає тільки те, за те, для чого вона призначена.

Ще одна важлива перевага сайту - це функціональність, вона більш легка в реалізації, а отже, менш дорога в проектуванні та втіленні.

## 6 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

У результаті виконання кваліфікаційної роботи створений дизайн сайту для «KMD FACADE solutions». Стрімкий розвиток інформаційного суспільства породив безліч нових технологій, і життя тепер неможливе без швидкого доступу до інформації. Сьогодні доступ до інформації надзвичайно простий, і один із найшвидших способів отримати її – це веб-сайти. Веб-розробка стає однією з найнеобхідніших та найпопулярніших послуг. Більшість компаній відчують усі переваги створення пропозиції веб-сайту та працюють над створенням необхідного ресурсу.

Економічна ефективність проекту розраховується перед проектуванням і розробкою лендингу, у результаті чого можливо спрогнозувати потенційний ефект і доцільність впровадження даного WEB-сайту підприємстві.

Для того, щоб спрогнозувати потенційний ефект та доцільність створення лендингу для компанії, необхідно розрахувати його економічну ефективність.

Навіть найкращий лендинг не принесе прибутку, якщо на послугу немає попиту, а маржа менша від накладних витрат. Економіка лендингу – це баланс доходів та витрат.

### 6.1 Переваги проектного лендингу

Для проектування сайту-лендингу потрібен тільки один спеціаліст. Розробник на Tilda – це програміст, верстальник та дизайнер в одній особі. Проект не поетапно передаватиметься з рук одного спеціаліста в руки іншого, все зробить одна людина, це значно економить час.

При розміщенні сайту в Інтернеті використовується безкоштовний хостинг, що суттєво скорочує загальну вартість проекту.

Платформа має вбудовану аналітику, що дозволяє скоротити кошти на використання додаткових інструментів.

Впроваджуваний сайт має максимально просту структуру й може бути розроблений мінімальною кількістю інструментальних засобів.

У даного сайту невеликий обсяг займаного дискового простору, що може заощадити кошти при переході на платний хостинговий майданчик. Розглянемо конкурентне середовище стосовно до тематики проєктованого сайту. Для бізнесу важливо, щоб сайт виглядав професійно та відповідав загальному стилю бренду. Часто сайт – це перше, що бачать майбутні клієнти, ним судять про компанію і визначають, чи можна їй довіряти. WEB-сайт є конкурентоспроможним середінших магазинів з ряду причин:

- проєкт має актуальний мінімалістичний дизайн та зручну структуру;
- проєкт виконаний на одній платформі, що дозволяє легко редагувати структуру, дизайн та контент;
- проєкт не вимагає оплати за хостинг.

## 6.2 Джерела економії, доходу, джерела фінансування

Кошти фірми-розробника являються джерелом фінансування лендингу. Для фірми-розробника джерелом доходу є отримання потенційних клієнтів з сайту. Витрати фірми містять у собі витрати на розробку сайту-лендингу.

Для підприємства-замовника джерелом економії виступає заміна ручної праці машинною, що в значній мірі скорочує час. Витрати підприємства: заробітна плата працівникам, витрати на комунікацію, оплата бензину та ремонт використовуваних транспортних засобів, а також витрати, безпосередньо пов'язані з проведенням аналізу й супроводом лендингу.

## 6.3 Порядок проєктування лендингу

У загальному випадку розробка лендингу містить у собі наступні етапи:

- початковий етап, на якому відбувається дослідження компанії, на якому відбувається аналіз компанії, аналіз цільової аудиторії, аналіз аналогів;
- етап дизайну, що складається з обрання стилю, підбору шрифтової пари, створення модульної сітки, підбору кольорової гами та ілюстративного матеріалу.;
- етап прототипування, де відбувається прототипування для різних пристроїв, створення UI-елементи та UX-дизайн. Саме прототипування дозволяє з'ясувати, як лендінг буде виглядати на різних пристроях;
- етап наповнення контентом, де створюється текстовий матеріал, підбираються зображення та відео;
- етап переносу лендингу на Tilda, де відбувається саме перенос сайту, додавання анімацій, налаштування адаптивів та налаштування кнопок;
- заключний етап, на якому проводиться тестування на кросбраузерність, кросплатформеність та конверсію сайту.

#### 6.4 Розрахунок собівартості і ціни розробки інтернет-магазину

Розробкою усього лендингу займається один дизайнер. Його заробітна плата складає 200 грн./год. Робочий день складає 8 годин мінус одна година на перерву. Отже, 5 робочих днів на тиждень по 7 годин.

Проект досить масштабний, тому дизайнер розроблював його 11 робочих днів, включаючи внесення правок замовника та узгодження остаточних варіантів кожного елементу інтернет-магазину.

До собівартості розробки проекту входить основна заробітна плата, єдиний соціальний внесок та інші витрати.

Розрахунок основної заробітної плати наведений у таблиці 6.1.

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

$$15400 * 0,22 = 3388 \text{ грн.}$$

Таблиця 6.1– Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Годинна ставка, грн./год	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
Дослідження компанії	Аналіз компанії, аналіз аналогів, аналіз ЦА	200	1	1400
Дизайн	Обрання стилю, підбір шрифтової пари, створення модульної сітки, підбір кольорової гами та ілюстративного матеріалу.	200	1	1400
Прототипування	Прототипування для різних пристроїв, створення UI- елементи та UX-дизайн	200	5	7000
Перенос лендингу на Tilda	Переносу сайту на Tilda, додавання анімацій, налаштування адаптивів та налаштування усіх кнопок.	200	3	4200
Тестування	Тестування на кросбраузерність, кросплатформеність та конверсію сайту.	200	1	1400
Усього			11	15400

Розрахуємо інші витрати до яких входять:

- обслуговування ЕОМ;
- оплата рахунків за електроенергію;
- купівля тарифу «Personal» у програмі Tilda Publishing.

Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності використовуваних пристроїв і тарифу на електроенергію. У даному випадку передбачається використання одного комп'ютера потужністю 1,2 кВт/год. Вартість однієї кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 1,68 грн. Час використання електроенергії в процесі розробки складає:

$$11 * 7 = 77 \text{ годин.}$$

Отже, плата за електроенергію складе:

$$1,2 * 1,68 * 77 = 155,23 \text{ грн.}$$

Витрати на обслуговування ЕОМ визначаються з її вартості та часу експлуатації, після закінчення якого вона підлягає заміні (звичайно цей час не перевищує 3-х років). Протягом року ЕОМ використовує 254 робочих дні. Вартість використовуваного ЕОМ складає 34000 грн. Отже, витрати на обслуговування ЕОМ складатимуть:

$$(34000 / (3 * 7 * 254)) * 77 = 490,81 \text{ грн.}$$

Тариф «Personal» у програмі Tilda Publishing коштує 120\$ за рік. По курсу це 3543,24 грн.

Складемо отримані дані та отримаємо собівартість розробки сайту:

$$15400 + 3388 + 155,23 + 490,81 + 3543,24 = 22977,28 \text{ грн.}$$

Проект розроблюється для однієї компанії, тому собівартість розробки становитиме 22977,28 грн.:

$$22977,28 / 1 = 22977,28.$$

Розрахуємо суму прибутку від реалізації розробки (виходячи з рівня рентабельності 35 %):

$$22977,28 * 0,35 = 8042,05 \text{ грн.}$$

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

$$22977,28 + 8042,05 = 31019,33 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, вона дорівнює 20% від ціни:

$$31019,33 * 0,2 = 6203,87 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну інтернет-магазину з урахуванням ПДВ:

$$31019,33 + 6203,87 = 37223,2 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 6.2.

Таблиця 6.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни інтернет-магазину

Показник	Сума, грн.
Основна заробітна плата	15400
Єдиний соціальний внесок	3388
Витрати на обслуговування ЕОМ	490,81
Витрати на електроенергію	155,23
Витрати на купівлю тарифу «Personal»	3543,24
Собівартість розробки сайту	22977,28
Прибуток (рівень рентабельності 35 %)	8042,05
Ціна без ПДВ	31019,33
Податок на додану вартість (ПДВ)	6203,87
Ціна з урахуванням ПДВ	37223,2

Виходячи з виконаних розрахунків, вартість розробки лендингу складатиме 37223,2 грн. Розробка здійснюватиметься 11 днів одним дизайнером. Очікувана сума прибутку складе 8042,05 грн.

## ВИСНОВКИ

У результаті кваліфікаційної роботи, відповідно до індивідуального завдання було отримано ефективний сайт для «KMD FAÇADE SOLUTIONS». Також розроблено необхідну інформацію щодо технології виготовлення сайту.

Робота є прикладом сучасного сайту, який вирішує бізнес і маркетингові цілі компаній за допомогою підвищення ефективності сайту. Використане втілення інформаційних веб-технологій, веб-дизайну, процесів візуалізації та обробки даних в мережі Інтернет.

Були виконанні етапи атестаційної роботи бакалавра такі, як :

- проведення аналізу завдання на кваліфікаційну роботу;
- проведення огляду аналогів та спеціальної літератури, визначення особливостей сайтів розглянутого типу;
- розробка технологічного процесу створення сайту з урахуванням визначених особливостей;
- вибір та обґрунтування вибору програмного забезпечення для розробки сайту;
- розробка дизайну та втілення розробленого рішення;
- перевірка працездатності сайту;
- оцінка економічної складової роботи над проектом.

Протягом роботи вдалося виконати основну мету - розробка ефективного сайту, з гарним дизайном та зрозумілими сенсами. На прикладі аналогів, але з урахуванням конкретних параметрів проекту було розроблено економічне обґрунтування та приблизні витрати на виробництво сайту для «KMD FAÇADE SOLUTIONS».

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Chekiant. Топ программ для создания сайтов. URL: <https://blog.checkiant.com/ru/blog-o-produktivnosti/215-top-9-programm-dlya-professionalnogo-dizajnera> (дата звернення: 23.05.2022).
2. Adams S., Stoun T.L. Dizajn i czvet. Praktikum. Real`noe rukovodstvo po ispol`zovaniyu czveta v graficheskom dizajne. KoLibri.2020. 240 s.
3. Bejrut M. Teper` vy` e`to vidite i drugie e`sse o dizajne. Mann, Ivanov i Ferber. 2018. 256 s.
4. Efimov V. Grazhdanskij shrift i kirillicheskij Kish. Sankt-Peterburg. Shrift. 2021. 48 s.
5. Vroblevski L. Snachala mobil`ny`e. Mann, Ivanov i Ferber. 2012. 176 s.
6. Raskin D. Interfejs. Novy`e napravleniya v proektirovanii komp`yuterny`kh sistem. The Human Interface: New Directions for Designing Interactive Systems. Simvol- Plyus, 2009. 272 s.
7. Krouder D. Sozдание veb-sajta dlya chajnikov. Dialektika. 2019. 336 s.
8. Заворуєва Ю.Л., Чеботарьова І.Б. Дизайн сайту як спосіб залучення уваги споживача // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: матеріали молодіжної школи-семінару IV Міжнародної науково-технічної конференції, 18-22 травня 2021 р. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид». 2021. Т 2. С. 98-100.
9. Baranova, V., & et al.. (2019, October). Stochastic Frontier Analysis and Wavelet Ideology in the Study of Emergence of Threats in the Financial Markets. In 2019 IEEE International Scientific-Practical Conference Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T) (pp. 341-344). IEEE.
10. Іттен Й. Мистецтво кольору. Видавництво Дмитра Аронова. 2020. 96 с.
11. Kallakhan I. Vasha WEB-stranicza. Problemy` i resheniya. Shtutgart: E`KOM, 2011. 290 s.
12. Sen-Kler K. Tajnaya zhizn` czveta. E`ksmo. 2017. 410 s.

13. Makogon O.O., Vovk A.V., Tkachenko V.F. Razrabotka metodiki ocenivaniya veb-sajta sredstvami e`ksperimenta // Bionika intellekta. 2017. № 2 (89). S. 138-142.
14. Manakov V.P., Bizyuk E.A., Bizyuk A.V. Issledovanie formal`ny`kh ocenok kachestva UI/UX sajtov // Bionika intellekta. 2017. № 2 (89). S. 132-137.
15. Mikovski P. Razrabotka odnostranichny`kh veb-prilozhenij. DMK-Press. 2018. 512 s.
16. Mak-Donal`d M. Sozdanie Web-sajta. Nedostayushhee rukovodstvo. BHV. 2013. 624 s.
17. Myuller-Brokmann J. Modul`ny`e sistemy` v graficheskom dizajne. Posobie dlya grafikov, tipografov i oformitelej vy`stavok. Izdatel`stvo Studii Artemiya Lebedeva. 2018. 184 s.
18. Petrochenkov A., Novikov E. Ideal`ny`j Landing Page. Sozdaem prodayushhie veb-stranicy`. Piter, 2017. 320 s.
19. Пронтопринт. Сайт поліграфії та мобільної друкарні. URL: <https://www.prontoprint.com.ua/technical-requirements> (дата звернення: 23.05.2022).
20. Pulin R. Shkola dizajna. Maket. Prakticheskoe rukovodstvo dlya studentov i dizajnerov. Mann, Ivanov i Ferber. 2019. 232 s.
21. Грінгард С. Інтернет речей. Кембрідж: Масачучетс, Альпина Паблишер. 2018. 189 с.
22. Krug S. Ne zastavlyajte menya dumat`. Veb-Yuzabiliti i zdruvy`j smu`sl. Massachuchets. Vombora 2014. 252s.
23. Тимченко Є.М., Ткаченко В.П. Вибір і обґрунтування критеріїв оцінки якості інтерфейсу сайту // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: колективна монографія. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид», 2021. С. 137-138.
24. Trofimov, Evseev. Web-dizajn v primerakh i zadachakh. Uchebnoe posobie. Knorus. 2018. 264 s.
25. Adobe Illustrator. URL: <https://www.adobe.com/products/illustrator.html> (дата звернення: 23.05.2022).

26. Adobe Photoshop. URL: <https://www.adobe.com/products/photoshop/free-trial-download.html> (дата звернення: 23.05.2022).
27. Adobe Xd. URL: <https://www.adobe.com/products/xd.html> (дата звернення: 23.05.2022).
28. Axure. Онлайн додаток для дизайну майбутніх веб-сайтів. URL: <https://www.axure.com> (дата звернення: 23.05.2022).
29. Balsamiq. Конструктор з великим вибором варфреймів. URL: <https://balsamiq.com> (дата звернення: 23.05.2022).
30. Lyashenko, V., & et al.. (2021). Wavelet ideology as a universal tool for data processing and analysis: some application examples. *International Journal of Academic Information Systems Research (IJASIR)*, 5(9), 25-30.
31. Figma. Ресурс для створення веб-графіки, працює як настільний додаток до ПК, так і в онлайн режимі. URL: <https://www.figma.com/>. Дата звернення: 07.05.2022
32. Fusemedia. Сайт по розробці візуального контенту Fuse Media. URL: <https://www.fusemedia.eu> (дата звернення: 23.05.2022).
33. Getcolorcode. Коди на кольори для застосування у веб-оформленні. URL: <https://getcolorcode.com/ru> (дата звернення: 23.05.2022).
34. Goodfon. Ресурс по пошуку та зберіганню зображень. URL: <https://www.goodfon.com> (дата звернення: 23.05.2022).
35. Google Fonts. Шрифт для оформлення графічних робіт. URL: <https://fonts.google.com/specimen/Josefin+Sans> (дата звернення: 23.05.2022).
36. Hostinger. Адаптація сайтів під мобільні пристрої. URL: <https://www.hostinger.ru/rukovodstva/kak-adaptirovat-sait-pod-mobilnyje-ustroistva> (дата звернення: 23.05.2022).
37. Invision. Ресурс для тестування зовнішнього вигляду веб-сторінок. URL: <https://www.invisionapp.com> (дата звернення: 23.05.2022).
38. Bartlett J. THE DARK NET. Random house. 2015. 320 с.
39. Lookcolor. Трендові кольори. URL: <https://lookcolor.ru/cvet-v-mode/modnyj-cvet-2014-goda/Nplus1> (дата звернення: 23.05.2022).

40. Kleppmann M. Designing Data-Intensive Applications: The Big Ideas Behind Reliable, Scalable, and Maintainable Systems. London: O'Reilly Media., 2017. 616 с.

41. Mockups. Ресурс з великим найменуванням шаблонів для оформлення сайтів. URL: <https://mockups.com> (дата звернення: 23.05.2022).

42. MyFonts. Шрифт, який був застосований для оформлення веб портфоліо. URL: <https://www.myfonts.com/fonts/mti/gill-sans> (дата звернення: 23.05.2022).

43. Phase. Прототипи сайтів у стилі мінімалізм. Andrii Burckovich. URL: <https://phase.com> (дата звернення: 23.05.2022).

44. Pixate. Програма, яка спеціалізується на створенні веб-дизайну для мобільних додатків. URL: <https://pixate.apkcafe.com.ua/blu/studio-g-hd> (дата звернення: 23.05.2022).

45. Pngaaa. Тематичний збірник PNG файлів. URL: <https://www.pngaaa.com/detail/3317047> (дата звернення: 23.05.2022).

46. Principle. Онлайн програма для створення візуального оформлення для сайту. URL: <https://principleformac.com> (дата звернення: 23.05.2022).

47. Sozдание Sayta. Загальні правила частин оформлення веб-сторінок. URL: <https://создание-сайта.net/news-new/structura-web-stranicy.html> (дата звернення: 23.05.2022).

48. Tilda. Сайт для створення веб-дизайну сторінки. URL: <https://tilda.cc/ru> (дата звернення: 23.05.2022).

49. Ukoz. Онлайн конструктор сайтів. URL: <https://www.ucoz.ua> (дата звернення: 23.05.2022).

50. Turk V. Digital Etiquette: Everything you wanted to know about modern manners but were afraid to ask. Ebury Press. ISBN 9781529102406, 2019. 224 с.

51. Waytostart. Основи прототипування. Зовнішній вигляд та вимоги. URL: <https://waytostart.ru/blog/prototype> (дата звернення: 23.05.2022).

52. Welovebrands. Переваги стиля мінімалізма. URL: <https://welovebrands.com.ua/blog/minimalism-style/> (дата звернення: 23.05.2022).

53. Wix. Ресурс для створення сайтів. URL: <https://ru.wix.com> (дата звернення: 23.05.2022).