

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Автоматизації, комп'ютерно-інтегрованих технологій та систем
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Пояснювальна записка

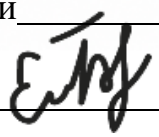
рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Ребрендинг та вдосконалення інформаційної структури
офіційного вебсайту кафедри МСТ
(тема)

Виконав:

здобувач 4 року навчання,

групи ВПВПС-22-2

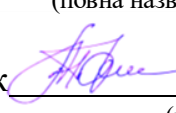
 Єлизавета БАБАЄВСЬКА
(власне ім'я, прізвище)

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

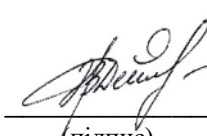
Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма

Видавничо-поліграфічна справа
(повна назва освітньої програми)

Керівник  доц. Павло КОЗУБ
(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ


(підпис)

Жанна ДЕЙНЕКО
(власне ім'я, прізвище)

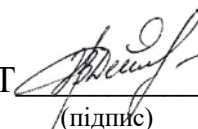
2026 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Автоматизації, комп'ютерно-інтегрованих технологій та систем
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)

« 8 » червня 2026 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві Бабаєвській Єлизаветі Сергіївні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Ребрендинг та вдосконалення інформаційної структури
офіційного вебсайту кафедри МСТ

затверджена наказом по університету від 1 червня 2026 р. № 454 Ст

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії 17 липня 2026 р.

3. Вихідні дані до роботи

Тип продукції – дизайн-проект інформаційного вебсайту; користувача;

Вихідні дані до об'єкт розробки – вебсайт кафедри медіасистем та технологій.

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; 1 Аналіз завдання та вихідних даних; 2 Аналітичний огляд літератури та аналогів;

3 Обґрунтування вибору програмного забезпечення; 4 Розробка концепції оновленого вебсайту;

5 Розробка дизайн-проекту вебсайту; 6 Тестування та оцінка якості отриманих результатів;

7 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 презентації; актуальність і мета роботи; аналіз чинного вебсайту та аналогів; цільова аудиторія; вимоги до оновленого сайту; огляд інструментальних засобів; планування UI/UX-проектування; розробка структури, логотипу та графічної концепції; створення дизайн-системи, макетів і адаптивної версії; розробка інтерактивного прототипу; тестування результатів; 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	доц. Павло Козуб		17.07.2026
Економічна частина	доц. Потій О.О.		14.07.2026

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	09.06.2026	Виконано
2	Формування вимог до оновленого вебсайту та вибір програмного забезпечення	13.06.2026	Виконано
3	Розробка концепції ребрендингу, структури та карти вебсайту	16.06.2026	Виконано
4	Розробка логотипу, модульної сітки та UI Kit	22.06.2026	Виконано
5	Розробка дизайн-макетів, адаптивної версії та інтерактивного прототипу	29.06.2026	Виконано
6	Тестування прототипу та економічна частина	02.07.2026	Виконано
7	Економічна частина	07.07.2026	Виконано
8	Оформлення пояснювальної записки	12.07.2026	Виконано
9	Оформлення графічної частини	13.07.2026	Виконано

Дата видачі завдання 8 червня 2026 р.

Здобувач


(підпис)

Керівник роботи


(підпис)

доц. Павло КОЗУБ
(посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 80 с., 20 рис., 2 табл., 1 дод., 28 джерел.

ВЕБСАЙТ, РЕБРЕНДИНГ, UI/UX-ДИЗАЙН, АДАПТИВНИЙ ДИЗАЙН, ІНФОРМАЦІЙНА СТРУКТУРА, UI KIT, МОДУЛЬНА СІТКА, ЛОГОТИП, FIGMA, ІНТЕРАКТИВНИЙ ПРОТОТИП.

Метою кваліфікаційної роботи є розроблення дизайн-проекту ребрендингу вебсайту кафедри, що має зрозумілу інформаційну структуру, зручну навігацію, цілісне візуальне оформлення та адаптацію до настільних і мобільних екранів. У роботі проаналізовано цільову аудиторію, чинний вебсайт кафедри та вебресурси інших освітніх підрозділів. Для уточнення потреб користувачів проведено опитування, у якому взяли участь 27 респондентів. За його результатами визначено основні проблеми сайту: складну багаторівневу навігацію, довгі текстові блоки та незручний пошук окремих матеріалів. Для виконання проекту обґрунтовано вибір програм Figma та Adobe Illustrator. Було сформовано нову структуру вебсайту, створено карту сторінок, розроблено логотип і візуальну концепцію. Також підготовлено модульну сітку, кольорову палітру, типографічну систему та UI Kit із повторюваними елементами інтерфейсу. Практичним результатом стали дизайн-макети головної та внутрішніх сторінок вебсайту, адаптивна версія для мобільних пристроїв і інтерактивний прототип. Під час тестування перевірено роботу меню, кнопок, переходів і розкривних елементів. Виявлені помилки в налаштуванні навігації було виправлено. Розроблений дизайн-проект може бути використаний як основа для подальшої програмної реалізації оновленого вебсайту кафедри медіасистем та технологій.

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 80 p., 20 fig., 2 tab., 1 app., 28 references.

WEBSITE, REBRANDING, UI/UX DESIGN, ADAPTIVE DESIGN, INFORMATION STRUCTURE, UI KIT, MODULAR GRID, LOGO, FIGMA, INTERACTIVE PROTOTYPE.

The purpose of the qualification work is to develop a design project for the rebranding of the department's website, which has a clear information structure, convenient navigation, a holistic visual design and adaptation to desktop and mobile screens. The work analyzed the target audience, the current website of the department and web resources of other educational units. To clarify the needs of users, a survey was conducted, in which 27 respondents participated. According to its results, the main problems of the site were identified: complex multi-level navigation, long text blocks and inconvenient search for individual materials. The choice of Figma and Adobe Illustrator programs was justified for the project. A new website structure was formed, a site map was created, a logo and a visual concept were developed. A modular grid, color palette, typographic system and UI Kit with repeating interface elements were also prepared. The practical result was the design layouts of the main and internal pages of the website, an adaptive version for mobile devices and an interactive prototype. During testing, the operation of menus, buttons, transitions and drop-down elements was checked. The identified errors in the navigation settings were corrected. The developed design project can be used as a basis for further software implementation of the updated website of the Department of Media Systems and Technologies.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ ТА ВИХІДНИХ ДАНИХ	9
1.1 Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	9
1.2 Аналіз цільової аудиторії.....	10
1.3 Аналіз існуючого вебсайту кафедри МСТ	11
1.4 Проведення опитування користувачів та аналіз його результатів	17
1.5 Формування вимог до оновленого вебсайту кафедри	22
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ТА АНАЛОГІВ.....	25
2.1 Поняття ребрендингу, його причини, цілі та різновиди	25
2.2 Принципи побудови інформаційної структури вебсайту.....	27
2.3 Роль UI Kit у проєктуванні користувацького інтерфейсу	28
2.4 Аналіз аналогів	29
3 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	36
3.1 Обґрунтування вибору програмного забезпечення для розробки дизайн-проєкту	36
3.2 Обґрунтування вибору програмного забезпечення для створення графічних елементів	40
4 РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ОНОВЛЕНОГО ВЕБСАЙТУ	45
4.1 Розробка концепції ребрендингу вебсайту	45
4.2 Визначення користувацьких цілей та логіки взаємодії.....	46
5 РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ ВЕБСАЙТУ	49
5.1 Розробка структури та карти вебсайту.....	49
5.2 Розробка логотипу кафедри	53
5.3 Розробка модульної сітки	56
5.4 Розробка UI Kit	58
5.5 Розробка дизайн-макетів сторінок.....	63
5.6 Розробка адаптивної версії	65

5.7 Розробка інтерактивного прототипу	66
6 ТЕСТУВАННЯ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ	68
6.1 Характеристика програмного продукту	70
6.2 Етапи реалізації проєкту	70
6.3 Обґрунтування економічної доцільності проєкту	71
6.4 Обґрунтування складу команди.....	71
6.5 Оцінка витрат на реалізацію проєкту	72
ВИСНОВКИ	76
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	78
ДОДАТОК А Приклади сторінок сайту.....	81

ВСТУП

У сучасних умовах цифрової трансформації заклади вищої освіти дедалі активніше використовують вебресурси як один із ключових інструментів комунікації з абітурієнтами, студентами, викладачами, партнерами. Офіційний вебсайт кафедри є не лише джерелом інформації, а й важливим елементом її іміджу, засобом презентації освітніх програм, наукової діяльності, досягнень, новин та можливостей для навчання. Саме тому якість структури, зручність навігації, візуальна привабливість і відповідність сучасним вимогам вебдизайну мають безпосередній вплив на сприйняття кафедри цільовою аудиторією. Актуальність роботи зумовлена необхідністю оновлення підходів до представлення інформації на офіційному вебсайті кафедри медіасистем та технологій. У процесі розвитку освітнього середовища змінюються потреби користувачів, зростають вимоги до швидкого доступу до інформації, адаптивності інтерфейсу, логічної організації контенту та візуальної цілісності вебресурсу. Якщо структура сайту є застарілою або перевантаженою, користувачам стає складніше знаходити потрібну інформацію. Це погіршує зручність користування, знижує ефективність спілкування з аудиторією та може створювати негативне враження про кафедру. Ребрендинг офіційного вебсайту кафедри медіасистем та технологій передбачає не лише оновлення його візуального оформлення, а й комплексне переосмислення інформаційної архітектури, структури розділів, навігаційної системи та способів подання контенту. Важливим завданням є створення такого вебресурсу, який буде сучасним, зрозумілим, функціональним і зручним для різних груп користувачів. Особлива увага має приділятися абітурієнтам, які за допомогою сайту отримують перше уявлення про кафедру, освітні можливості, спеціальність, переваги навчання та перспективи професійного розвитку.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ ТА ВИХІДНИХ ДАНИХ

1.1 Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу

Вебсайт кафедри медіасистем та технологій є джерелом інформації для абітурієнтів, студентів, аспірантів, викладачів, партнерів і роботодавців. Проте чинний ресурс має складне багаторівневе меню, велику кількість підпунктів і сторінки з нерівномірно структурованим змістом. Через це пошук освітніх програм, навчальних матеріалів, розкладу, документів та контактів займає більше часу. Наявне візуальне оформлення також не повністю передає сучасні напрями роботи кафедри, до яких належать видавничо-поліграфічна діяльність, веброзробка, програмування, UI/UX- і графічний дизайн, створення електронних видань, анімація та 3D-моделювання. Тому актуальним є проведення повного ребрендингу вебсайту, який охоплює оновлення структури, навігації, логотипу, візуального стилю та дизайну інтерфейсу.

Метою кваліфікаційної роботи є розроблення дизайн-проекту ребрендингу вебсайту кафедри медіасистем та технологій, який матиме зрозумілу інформаційну структуру, зручну навігацію, цілісне візуальне оформлення та адаптацію до настільних і мобільних екранів.

Для досягнення мети необхідно проаналізувати чинний вебсайт кафедри; визначити потреби цільової аудиторії; опрацювати результати опитування користувачів; розглянути сайти-аналоги; сформулювати вимоги до оновленого ресурсу; розробити карту вебсайту; створити новий логотип і візуальну концепцію; побудувати модульну сітку; підготувати UI Kit; розробити макети основних сторінок для настільного та мобільного екранів; об'єднати їх в інтерактивний прототип і перевірити основні сценарії переходів.

Об'єктом розробки є інформаційний вебсайт кафедри медіасистем та технологій ХНУРЕ. Він призначений для представлення кафедри в цифровому середовищі та надання користувачам інформації про освітні програми, вступ,

навчальний процес, аспірантуру, наукову й міжнародну діяльність, новини та контактні відомості.

Основними користувачами сайту є абітурієнти віком від 16 років, студенти, аспіранти, викладачі, батьки вступників, партнери й роботодавці. Оскільки кожна група має власні потреби, структура ресурсу будується навколо основних користувацьких завдань. Оновлений сайт має містити розділи «Кафедра», «Абітурієнт», «Студенту», «Аспірантура», «Наука», «Новини» та «Контакти», а також забезпечувати швидкий перехід до освітніх програм, розкладу й навчальних матеріалів.

Кінцевим результатом роботи має стати комплект дизайн-матеріалів, до якого входять карта сайту, новий логотип, модульна сітка, UI Kit, настільні й мобільні макети сторінок та інтерактивний прототип.

Об'єктом дослідження є користувацький інтерфейс вебсайту кафедри медіасистем та технологій.

Предметом дослідження є інформаційна структура, навігація, візуальна ідентичність та UI/UX-рішення, що використовуються під час ребрендингу й розроблення адаптивного дизайну вебсайту кафедри.

1.2 Аналіз цільової аудиторії

Перед початком створення прототипу для сайту кафедри МСТ необхідно провести аналіз цільової аудиторії. Цей крок допоможе краще дізнатись користувача, зрозуміти його потреби, з'ясувати проблеми які можуть виникнути під час експлуатації ресурсу. Отримані дані допоможуть мені зрозуміти, як ефективно згрупувати інформацію, побудувати зручну для користувача структуру та розробити відповідний дизайн.

Аудиторія доволі різноманітна. Вона складається з вступників, студентів, аспірантів, викладачів, а також партнерів. Наразі маємо, що кожна з цих груп має різні цілі й потреби, наприклад абітурієнти цікавляться освітніми програмами та правилами вступу, а студентам потрібен розклад, методичні

вказівки та інформація про різні заходи які проводить кафедра. У викладачів зовсім інша потреба, їм потрібен швидкий доступ до необхідної робочої документації, а аспірантам – вимоги до публікацій, наукова діяльність та атестація. Партери ж шукають контактну інформацію та оцінюють діяльність кафедри загалом. Тож сайт орієнтований на людей віком від 16 до 40 років незалежно від статі. Типовим користувачем сайту є першокурсник Андрій, йому 18 років і навчається він у ХНУРЕ на спеціальності G20 «Видавництво та поліграфія». Коли Андрій був ще абітурієнтом він переглядав вебсайти різних закладів вищої освіти, порівнював освітні програми, студентські проєкти та можливості працевлаштування. Зараз студент регулярно відвідує вебсайт, щоб переглянути розклад, навчальні плани, методичні матеріали, інформацію про майбутні конкурси та інші заходи кафедри. Найчастіше Андрій відвідує сайт з телефона, тому для нього є важливим сучасний дизайн, зрозуміла навігація та швидкий доступ до потрібної інформації.

Отже, вебсайт кафедри МСТ має бути орієнтований на різні категорії відвідувачів та враховувати інформаційні потреби кожного. Під час проєктування сайту необхідно приділити увагу сучасному дизайну, адаптивності, зрозумілій структурі сторінок. Враховуючи ці потреби можна забезпечити комфортне користування вебресурсом.

1.3 Аналіз існуючого вебсайту кафедри МСТ

Перед початком розробки оновленого вебсайту було проаналізовано чинний ресурс кафедри медіасистем та технологій (рис. 1.1). Під час аналізу враховувалися його структура, навігація, зміст сторінок, візуальне оформлення та зручність пошуку інформації. Це дозволило визначити, які елементи сайту є вдалими, а які ускладнюють взаємодію користувача з вебресурсом [2].

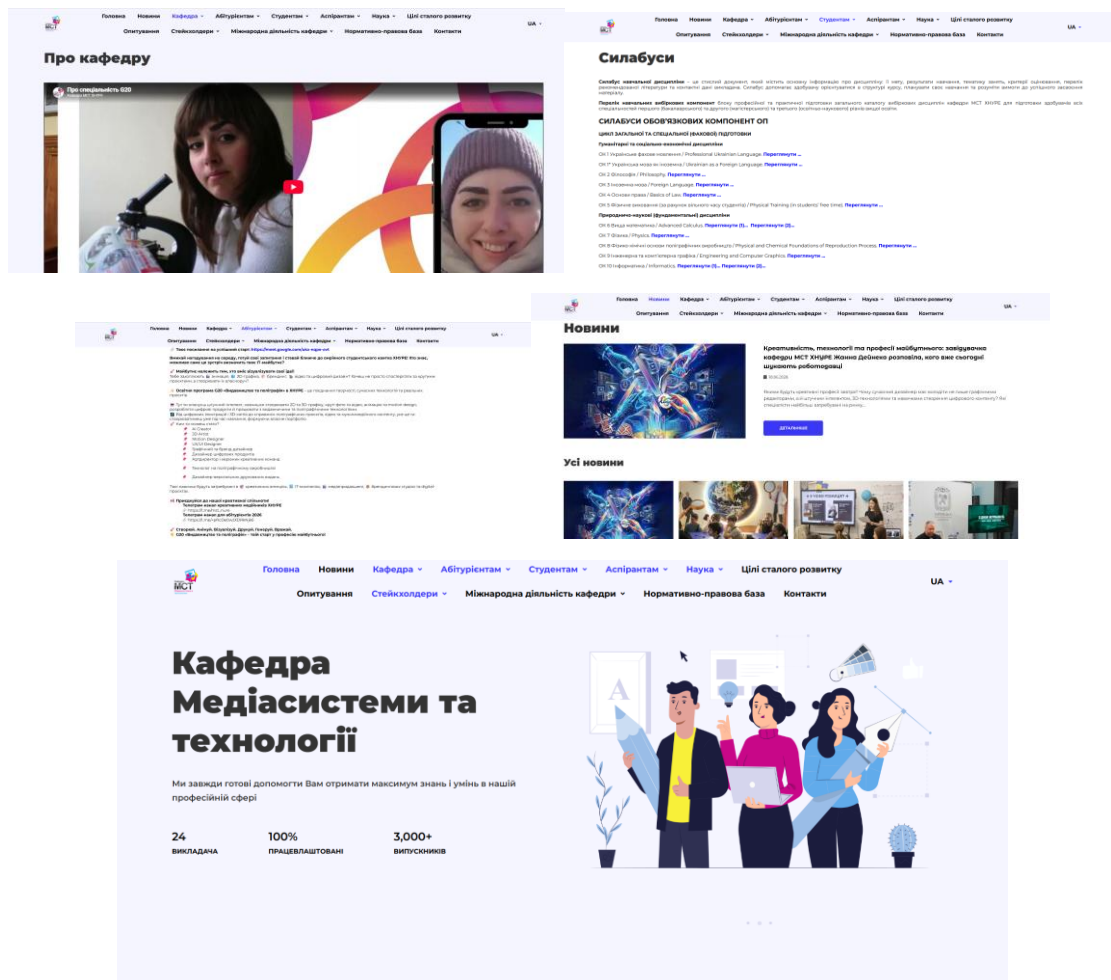


Рисунок 1.1 – Структура офіційного сайту кафедри медіасистем та технологій
Джерело: mst.nure.ua [1]

Існуючий сайт містить значний обсяг інформації про кафедру, освітні програми, навчальні матеріали, наукову діяльність, викладачів і студентське життя. До вдалих рішень можна віднести стриману біло-фіолетову кольорову гаму, достатній розмір шрифту та хороший контраст між текстом і фоном. Завдяки цьому більшість матеріалів комфортно читати. На сайті також є окрема сторінка з контактами, посилання на соціальні мережі та перемикач мови [1]. Позитивним рішенням є розміщення на головній сторінці студентських робіт. Вони наочно показують результати навчання та дають абітурієнтам змогу побачити приклади графічного дизайну, відео, анімації, 3D-модельовання й інших проєктів. Цей блок варто зберегти та зробити більш помітним. На головній сторінці також представлені освітні програми кафедри,

проте їхній опис займає багато місця, а різницю між ними складно зрозуміти під час швидкого перегляду. Кожну програму доцільно подати окремою карткою із зазначенням рівня освіти, основних напрямів навчання та навичок, які отримає студент. Детальну інформацію можна розмістити на окремих сторінках. Перший екран вебсайту містить назву кафедри, короткий текст, статистичні показники та слайдер із векторними ілюстраціями. При цьому на ньому немає помітної кнопки, яка вела б до освітніх програм, умов вступу або розкладу занять. Використані ілюстрації мають спрощений вигляд і недостатньо передають технологічне та творче спрямування кафедри. Вони нагадують стандартні зображення з готових бібліотек, тому не формують власного візуального образу сайту. Сам слайдер також не надає користувачеві додаткової корисної інформації. Замість нього можна створити статичний перший екран із лаконічною композицією або абстрактною графікою, коротким описом кафедри та кнопкою «Дізнатися про вступ».

Чітка цільова дія допоможе користувачеві одразу зрозуміти, куди він може перейти далі [5]. Після першого екрана розміщено великий блок новин. Вони показують діяльність кафедри, однак не є основною інформацією для більшості відвідувачів. Оскільки в меню вже існує окрема вкладка «Новини», немає потреби дублювати на головній сторінці велику кількість публікацій. Це місце краще відвести освітнім програмам, студентським роботам, партнерам і перевагам навчання на кафедрі. Структура сайту перевантажена великою кількістю розділів і довгими випадаячими списками. Найбільше підпунктів містять вкладки «Кафедра», «Абітурієнтам», «Студентам», «Аспірантам» і «Наука». Користувачеві доводиться переглядати багато схожих назв, перш ніж знайти потрібну сторінку. Вступ до аспірантури розміщено у вкладці для абітурієнтів, хоча для аспірантів уже існує окремий розділ. Для покращення навігації пов'язані матеріали потрібно об'єднати, а на першому рівні меню залишити лише основні розділи [4]. Кожен із них має вести на оглядову сторінку, де інформація буде згрупована за змістом. Такий підхід дозволить скоротити меню та зробити шлях до потрібної сторінки більш зрозумілим.

У розділі «Кафедра» окремо розміщено сторінки «Кафедра сьогодні», «Про кафедру», «Склад кафедри», «Рейтинги НПП кафедри», «Стажування викладачів», «Документообіг», «Ресурсне забезпечення» та «Історія кафедри» [1]. Частину цих матеріалів можна об'єднати на сторінці «Про кафедру». На ній доцільно послідовно подати короткий опис, основні напрями діяльності, інформацію про викладачів, історію та стажування. Кожен вид інформації потрібно оформити окремим блоком, оскільки логічне групування полегшує сприйняття сторінки [7]. Відомості про викладачів краще подавати у вигляді карток із фотографією, посадою та контактами, а документи й рейтинги залишити на окремих сторінках. Історія кафедри представлена у вигляді довгої вертикальної часової шкали. Такий формат є зрозумілим, але потребує значного прокручування сторінки. Для зручнішого перегляду події можна розділити за десятиліттями або додати навігацію за роками. Це дозволить перейти до потрібного періоду без перегляду всієї хронології.

У вкладці «Абітурієнтам» розміщено допомогу абітурієнту, профорієнтаційну діяльність кафедри, вказівник вступника, правила прийому, міжнародні рейтинги, освітні програми та інформацію про вступ до аспірантури [1]. Профорієнтаційні заходи краще перенести до новин, а вказівник абітурієнта, правила прийому та допомогу вступнику об'єднати на одній сторінці. Сторінка «Допомога абітурієнту» містить інформацію про роботу приймальної комісії, онлайн-зустрічі та канали зв'язку, проте її оформлення є неоднорідним. На сторінці двічі повторюється звернення до абітурієнта, використовується велика кількість жирних виділень, знаків оклику та емодзі. Довгі абзаци ускладнюють швидкий пошук важливої інформації. Посилання на Google Meet і Telegram-канали зазначені безпосередньо в тексті та не завжди є активними, тому їх доводиться копіювати вручну, краще оформити як кнопки «Приєднатися до онлайн-зустрічі», «Telegram для абітурієнтів» і «Написати приймальній комісії». Саму сторінку краще поділити на короткі змістові блоки, а емодзі замінити лаконічними іконками в єдиному стилі. Таке оформлення буде стриманішим і допоможе

швидше знайти потрібну інформацію. Вкладка «Студентам» містить освітні програми, робочі програми, силабуси, курсове проєктування, практику, атестацію, академічну доброчесність, гуртки кафедри та інші матеріали. Більшість цих сторінок веде до PDF-файлів, папок Google Drive або ресурсів офіційного сайту ХНУРЕ. Створення окремої вкладки для кожного виду документів перевантажує меню, тому їх доцільно об'єднати на сторінці «Навчальні матеріали». На такій сторінці можна розмістити окремі блоки з освітніми програмами, навчальними планами, робочими програмами, силабусами, матеріалами до курсового проєктування, практики та атестації. Сторінки робочих програм і силабусів зараз містять багато однакових посилань із назвою «Переглянути», через що складно знайти документ певної дисципліни. Замість цього варто вказувати конкретну назву матеріалу, навчальний рік і тип документа.

У студентському розділі відсутній окремий пункт із розкладом. Щоб знайти його користувач має відвідати сайт ХНУРЕ, де потрібно послідовно обрати факультет, спеціальність і групу. На сайті кафедри цей шлях можна скоротити, створивши сторінку «Розклад», де користувач обиратиме лише свою групу. Дані доцільно отримувати з офіційного ресурсу університету, щоб вони оновлювалися автоматично. Сторінка «Студентське життя» містить інформацію про практику, екскурсії, творчі заходи, студентське самоврядування, міжнародні програми та проживання в гуртожитку. Використання фотографій і підзаголовків є вдалим рішенням, проте сторінка залишається надто довгою. Основні напрями студентського життя краще подати короткими картками, а звіти про окремі події перенести до новин. Схожого впорядкування потребує вкладка «Аспірантам». Освітні програми, силабуси, педагогічну практику, атестацію та нормативні документи можна розмістити на одній оглядовій сторінці. Це скоротить кількість пунктів у меню та спростить пошук матеріалів. У вкладці «Наука» поєднано напрями досліджень, інформацію про аспірантів, лабораторії, конференції, монографії, публікації та наукову роботу зі студентами. Постійні матеріали, зокрема

напрями досліджень, лабораторії, монографії та публікації, мають залишатися в цьому розділі. Інформація про конференції й проведені заходи більше відповідає формату новин. Конференцію PMW зараз представлено окремим пунктом меню. Інформацію про неї доцільніше публікувати у спільній стрічці новин із відповідною категорією. Для впорядкування публікацій варто додати фільтри за темами, наприклад вступ, студентське життя, конференції, міжнародна діяльність, партнерство та профорієнтація. Це дозволить не створювати окремі пункти меню для кожного виду заходів і полегшить пошук потрібних матеріалів [3].

Візуальне оформлення сторінок не завжди є послідовним. На одних сторінках використовуються великі заголовки, фотографії та окремі блоки, а на інших переважає суцільний текст із випадковими жирними виділеннями, через що вебсайт не сприймається як єдина система. Під час оновлення потрібно визначити спільні правила використання кольорів, шрифтів, кнопок, іконок, карток і відступів. Зрозуміла типографіка та правильно побудована композиція допомагають виділити головне й полегшують сприйняття інформації [8]. Важливі заголовки повинні помітно відрізнятися від основного тексту, а елементи з однаковим призначенням – мати однакове оформлення. Окремої уваги потребує мобільна версія. Велика кількість пунктів меню та довгі текстові сторінки ускладнюють користування сайтом на невеликому екрані. Скорочення структури, використання карток і поділ матеріалів на короткі блоки зроблять мобільну навігацію зручнішою [4].

Проведений аналіз показав, що сайт кафедри містить необхідну інформацію, але потребує її впорядкування. Під час оновлення варто скоротити меню, об'єднати споріднені сторінки, додати розклад і покращити подання навчальних документів. На головній сторінці основну увагу потрібно приділити освітнім програмам, перевагам кафедри, партнерам і студентським роботам. Водночас доцільно зберегти наявну кольорову гаму, контактну інформацію та основні матеріали вебсайту.

1.4 Проведення опитування користувачів та аналіз його результатів

Щоб перевірити, чи збігаються виявлені під час аналізу сайту проблеми з досвідом реальних користувачів, було проведено опитування у Google Forms. Анкета складалася з 10 запитань і стосувалася частоти відвідування ресурсу, пошуку інформації, зручності навігації, візуального оформлення та очікуваних змін. Усього було отримано 27 відповідей (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Розподіл учасників опитування
та досвід користування вебсайтом кафедри
Джерело: Власна розробка

Понад половину опитаних становили студенти – 14 осіб, або 51,9 %. Ще 9 учасників, тобто 33,3 %, належали до категорії абітурієнтів. Один респондент був аспірантом, троє обрали варіант «Інше». Викладачі та співробітники кафедри в опитуванні участі не брали. Вибірка вийшла невеликою і не охопила всі групи відвідувачів, тому її не можна вважати повністю репрезентативною.

Водночас більшість відповідей надійшла саме від студентів та абітурієнтів, для яких сайт кафедри є одним із джерел інформації про вступ і навчання. Усі учасники відповіли, що користувалися офіційним вебсайтом кафедри МСТ. Для 13 із них, або 48,1 %, цей візит був першим. Вісім респондентів заходять на ресурс лише тоді, коли виникає конкретна потреба, четверо роблять це приблизно раз на місяць і лише двоє – кілька разів на тиждень. Тобто сайт не належить до ресурсів щоденного користування. Зазвичай його відкривають заради певного документа, контактів або відомостей про навчання, тому потрібна інформація має бути помітною вже на початку перегляду.

У запитанні про найбільш затребувані матеріали можна було обрати кілька відповідей. Найчастіше (рис. 1.3) учасники вказували освітні програми та інформацію про вступ – по 12 відповідей, або 44,4 %. Майже таким самим був інтерес до навчальних планів, які обрали 11 осіб. Контактні відомості шукали 9 користувачів, інформацію про викладачів, практику або стажування – по 8. Новини кафедри вказали 6 респондентів, документи – 3. Розклад занять і варіант «Інше» отримали по одній відповіді.

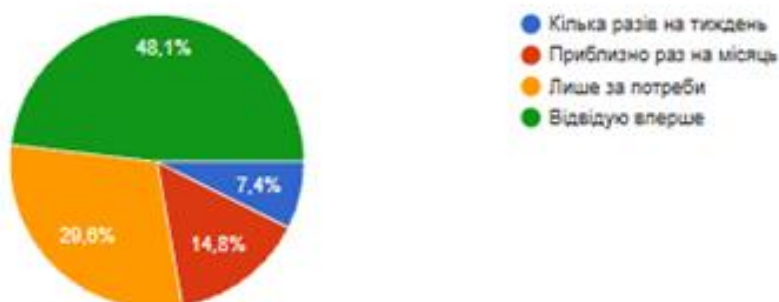
Такий розподіл частково пояснюється складом учасників, серед яких переважали абітурієнти та студенти. Для них важливо швидко зрозуміти, які освітні програми пропонує кафедра, що потрібно для вступу і де знайти навчальні матеріали. Через це блок з освітніми програмами доцільно розмістити на головній сторінці, а вступну інформацію зібрати в окремому розділі. Контакти також не варто приховувати всередині меню: вони мають бути доступними на спеціальній сторінці та повторюватися у футері.

Пошук потрібних матеріалів виявився складним для більшості учасників. Варіант «Важко» обрали 15 осіб, або 55,6 %, а «Дуже важко» – ще одна особа. У сумі це 16 респондентів із 27. Дев'ять користувачів відповіли «Скоріше легко», двоє – «Дуже легко». Отримані дані свідчать, що сама інформація на сайті переважно є, однак її розташування не завжди відповідає очікуванням відвідувача. Найчастіше користувачі скаржилися на велику

кількість суцільного тексту. Цей варіант обрали 12 учасників, що становить 44,4 %. Надто велику кількість вкладених підрозділів помітили 8 респондентів. Ще по 6 осіб указали, що потрібні матеріали складно знайти, а навігація є незручною. Незрозумілу структуру меню відзначили четверо опитаних, застарілий дизайн – троє. У п'яти учасників труднощів не виникало.

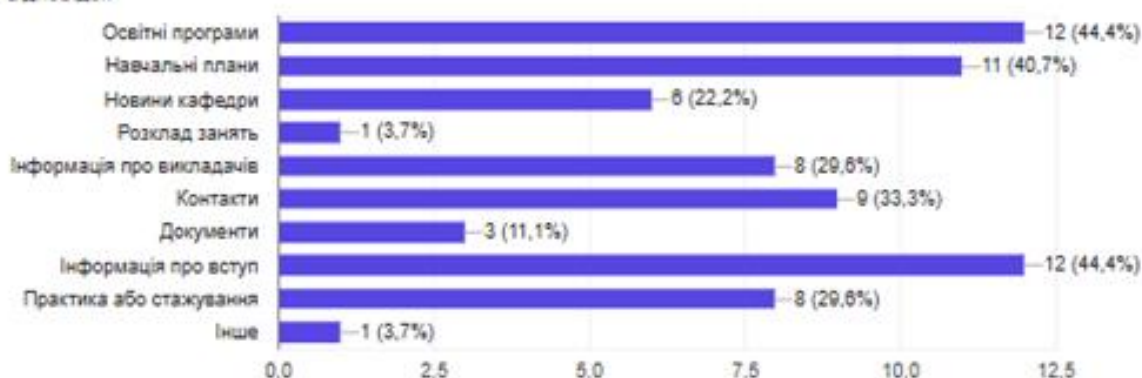
3. Як часто Ви відвідуєте вебсайт кафедри?

27 відповідей



4. Яку інформацію Ви найчастіше шукаєте на сайті?

27 відповідей



5. Наскільки легко знайти потрібну інформацію на чинному вебсайті?

27 відповідей

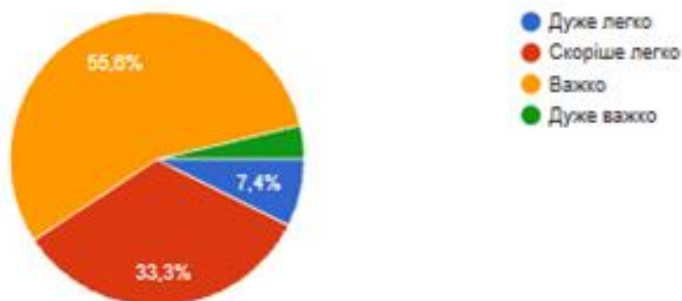


Рисунок 1.3 – Частота відвідування вебсайту, затребувана інформація та оцінка її доступності

Джерело: Власна розробка

Жоден респондент не обрав варіант «Відсутність важливої інформації». Цей результат є показовим, адже проблема чинного ресурсу пов'язана передусім не з кількістю матеріалів, а з їхнім поданням.

На сторінках часто поєднуються довгі тексти, посилання, документи та відомості різного призначення. У новому макеті подібний контент потрібно розподілити між тематичними секціями, коротшими абзацами, картками та окремими блоками з активними посиланнями. Оцінки дизайну не були однозначно негативними (рис. 1.4). П'ятнадцять осіб, або 55,6 %, поставили йому 3 бали з 5. Оцінку 4 обрали четверо користувачів, найвищу оцінку – шестеро. Двоє учасників оцінили оформлення у 2 бали. Середнє значення становило приблизно 3,5 бала. Чинний дизайн можна вважати прийнятним для частини аудиторії, проте він не формує достатньо цілісного образу кафедри та слабо передає різноманітність її напрямів.

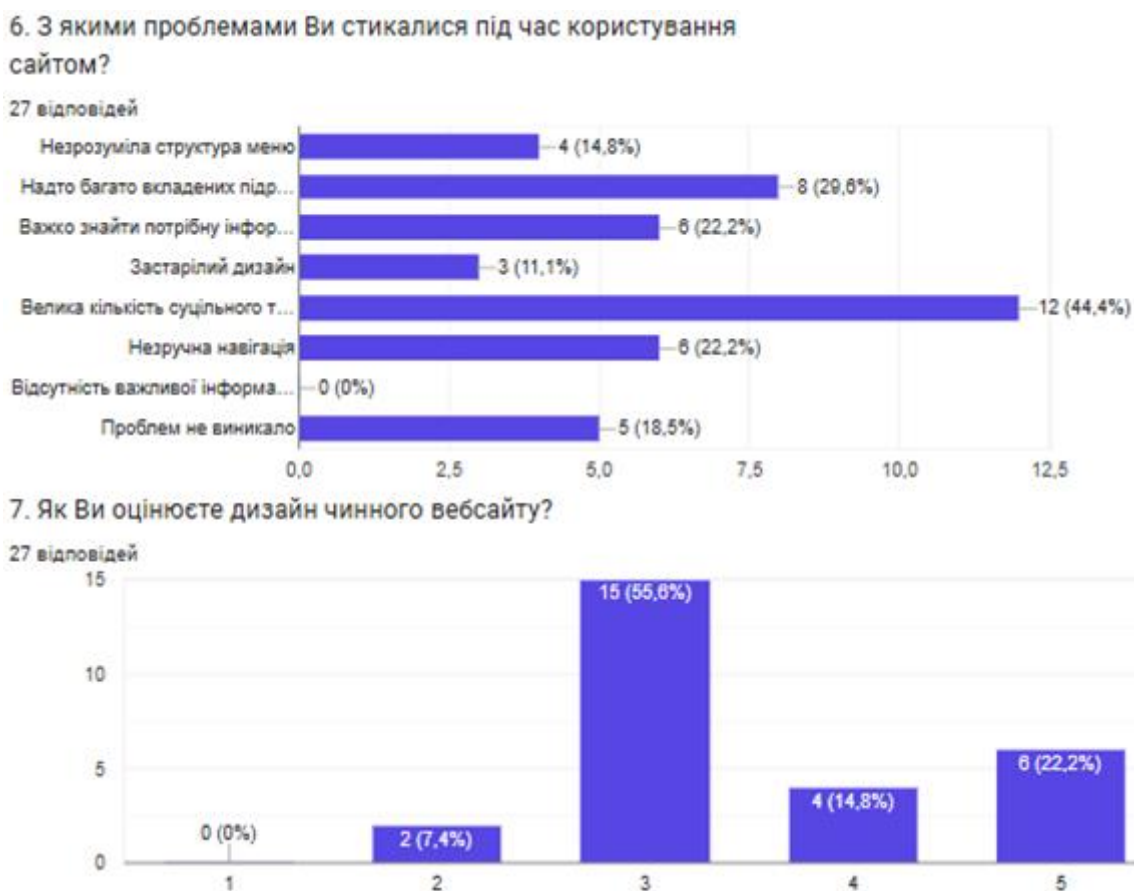


Рисунок 1.4 – Основні проблеми чинного вебсайту та оцінка його дизайну

Джерело: Власна розробка

Навігація отримала нижчий результат. Одинадцять респондентів поставили їй 3 бали, вісім – 2, сім – 4. Лише одна людина обрала оцінку 5. Середній показник склав приблизно 3 бали. Порівняння цих відповідей з попередніми питаннями показує, що користувачі сприймають зовнішнє оформлення дещо краще, ніж логіку переходів між сторінками.

Серед запропонованих змін найчастіше обирали простішу структуру меню та покращення пошуку – по 10 відповідей, або 37 %. Зручніша мобільна версія була важливою для 8 учасників, сучасний дизайн – для 6. Четверо респондентів хотіли б бачити більше інформації про освітні програми. Швидший доступ до основних матеріалів і оновлення логотипу та фірмового стилю отримали по три відповіді. Варіант із розширенням інформації про студентське життя обрала одна особа. П'ятеро учасників указали пункт «Інше», проте не уточнили, які саме зміни мали на увазі.

Ставлення до оновлення вебсайту загалом було позитивним (рис. 1.5). Одинадцять осіб відповіли, що ресурс потребує змін, дев'ять обрала варіант «Скоріше так». Разом це 20 респондентів, або 74,1 % від загальної кількості учасників. Троє не змогли визначитися. Варіанти «Скоріше ні» та «Ні» обрала по дві особи.

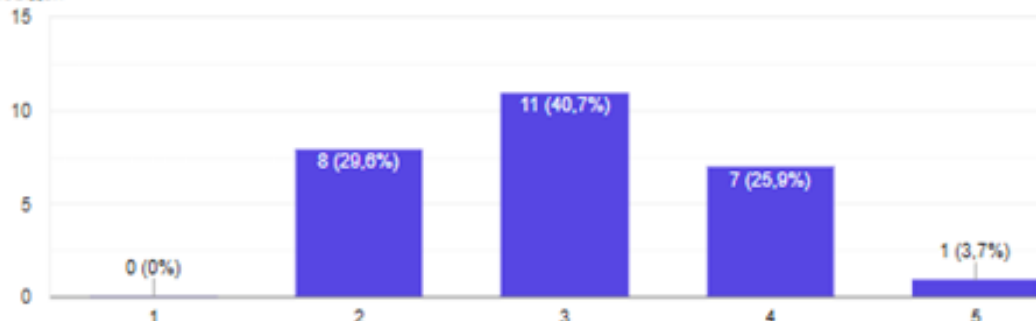
Останнє запитання анкети було відкритим і передбачало можливість залишити власні пропозиції, однак відповідей на нього не надійшло. Тому висновки формувалися на основі результатів закритих запитань. Вони дозволяють визначити загальні труднощі, але не дають можливості детальніше розглянути індивідуальний досвід кожного користувача.

Опитування підтвердило проблеми, помічені під час самостійного аналізу чинного вебсайту. Користувачам заважають довгі текстові блоки, вкладене меню та не завжди передбачуване розташування матеріалів. У наступних етапах проєктування основну увагу потрібно приділити спрощенню навігації, перегрупуванню інформації й мобільній версії. Оновлення логотипу та загального стилю також залишається частиною ребрендингу, однак

результати анкети показали, що для відвідувачів зрозуміла структура важливіша за саму зміну зовнішнього оформлення.

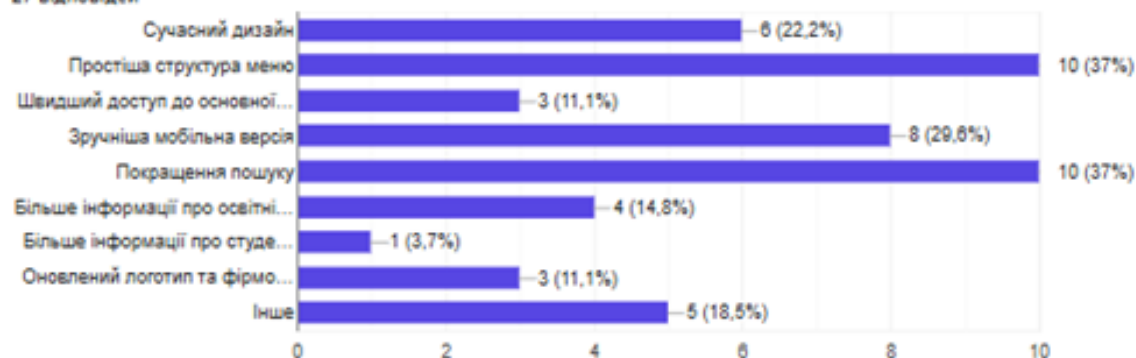
8. Як Ви оцінюєте зручність навігації?

27 відповідей



9. Які зміни, на Вашу думку, найбільш необхідні?

27 відповідей



10. Чи вважаєте Ви, що вебсайт кафедри потребує оновлення?

27 відповідей

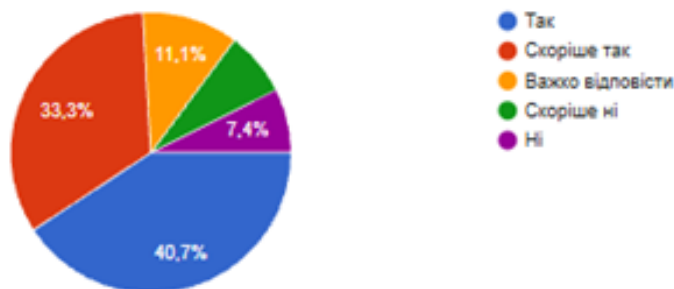


Рисунок 1.5 – Оцінка навігації, необхідні зміни та ставлення користувачів до оновлення вебсайту

Джерело: Власна розробка

1.5 Формування вимог до оновленого вебсайту кафедри

Проведений аналіз цільової аудиторії, та чинного вебсайту кафедри дав змогу визначити основні вимоги до оновленого вебресурсу, під час їх

формування враховувалися потреби майбутніх користувачів, сучасні підходи до проєктування вебінтерфейсів, а також вимоги чинного законодавства щодо інформаційної відкритості закладів вищої освіти. Відповідно до статті 30 Закону України «Про освіту» та статті 79 Закону України «Про вищу освіту» офіційний вебсайт закладу освіти має забезпечувати відкритий доступ до інформації про освітні програми, навчальні плани, структуру закладу, кадровий склад, контактні дані та інших матеріалів, що підлягають обов'язковому оприлюдненню [9, 10].

На основі проведеного аналізу були сформовані такі вимоги до оновленого вебсайту кафедри медіасистем та технологій:

- скоротити кількість рівнів навігації та згрупувати пов'язані матеріали на сторінках «Кафедра», «Абітурієнт», «Студенту», «Аспірантура» та «Наука»;
- забезпечити швидкий доступ до освітніх програм, інформації про вступ, навчальних планів, контактів, викладачів, практики та стажування;
- передбачити пошук по сайту, оскільки його покращення стало одним із найчастіше обраних побажань учасників опитування;
- розділити довгі текстові матеріали на коротші змістові блоки, картки та тематичні секції, щоб користувач міг знайти потрібний фрагмент без повного читання сторінки;
- використовувати зрозумілі назви посилань і кнопок, які повідомляють, яку сторінку, документ або зовнішній ресурс буде відкрито;
- створити окремий розділ новин із фільтрами за категоріями, зокрема «Конференції», «Профорієнтація», «Гуртки», «Події» та «Виставки»;
- розробити адаптивні макети для настільних і мобільних екранів, зберігши читабельність тексту, зручність меню та доступність основних дій;
- оновити візуальну ідентичність кафедри, розробивши новий логотип, колірну гаму, типографічну систему й графічні елементи, пов'язані з напрямками її діяльності;

- підготувати UI Kit із кнопками, картками, елементами навігації, фільтрами, іконками та їхніми основними станами;
- дотримуватися єдиного оформлення на всіх сторінках, щоб однакові за функцією елементи не відрізнялися без причини;
- забезпечити відкритий доступ до офіційних матеріалів кафедри та університету, а також перевірити працездатність посилань на документи й зовнішні ресурси;
- створити інтерактивний прототип і перевірити на ньому основні сценарії, пошук освітньої програми, вступної інформації, розкладу, наукових матеріалів і контактів.

Сформовані вимоги визначили подальшу логіку роботи над структурою, візуальною системою та макетами сторінок. Вони також можуть використовуватися як критерії під час тестування прототипу й оцінювання готового дизайн-рішення.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ТА АНАЛОГІВ

2.1 Поняття ребрендингу, його причини, цілі та різновиди

Ребрендинг – це процес оновлення візуального образу та способу представлення організації з метою покращення її сприйняття цільовою аудиторією. У межах вебсайту ребрендинг може охоплювати зміну кольорової гами, типографіки, графічних елементів, композиції сторінок, навігації та структури подання інформації. Тобто ребрендинг стосується не лише зовнішнього вигляду, а й загального враження, яке користувач отримує під час взаємодії з ресурсом [11, 12]. Для офіційного вебсайту кафедри ребрендинг має важливе значення, оскільки сайт є одним із головних засобів комунікації з абітурієнтами, студентами, викладачами, випускниками та партнерами.

Через вебресурс користувачі отримують інформацію про освітні програми, напрями діяльності, новини, події, викладацький склад і контактні дані. Саме тому сайт повинен бути не лише інформативним, а й зручним, зрозумілим та візуально цілісним. Основною причиною проведення ребрендингу є невідповідність наявного оформлення або способу подання інформації потребам цільової аудиторії.

З часом змінюються вимоги користувачів до вебресурсів, способи пошуку інформації, візуальні тенденції та технічні можливості сайтів. Якщо сайт не враховує ці зміни, користувачам може бути складніше сприймати інформацію, орієнтуватися в розділах і швидко знаходити потрібні матеріали.

До основних причин ребрендингу можна віднести необхідність покращення іміджу організації, підвищення зручності користування сайтом, оновлення візуального стилю, удосконалення структури інформації, адаптацію до потреб нової або розширеної аудиторії, а також потребу зробити комунікацію більш зрозумілою та сучасною. Для кафедри медіасистем та технологій це особливо актуально, оскільки її діяльність пов'язана з медіа,

видавництвом, поліграфією, дизайном і цифровими технологіями. Тому офіційний сайт має відповідати цьому напряму та створювати враження професійності й сучасності. Метою ребрендингу є формування оновленого образу вебресурсу, який краще відповідає очікуванням користувачів і завданням організації. У випадку сайту кафедри це означає створення логічної інформаційної структури, зрозумілої навігації, сучасного візуального стилю та зручного подання матеріалів. Ребрендинг має допомогти користувачам швидше знаходити потрібну інформацію, краще орієнтуватися на сайті та формувати позитивне враження про кафедру. Ребрендинг може бути повним або частковим. Частковий передбачає коригування окремих елементів зі збереженням більшої частини наявної системи. Наприклад, може бути оновлено логотип, колірну палітру або типографіку, але структура комунікації та основні принципи використання стилю залишаються незмінними. Цей підхід доречний, коли бренд зберігає актуальність і потребує лише візуального уточнення. Повний ребрендинг охоплює основні складові представлення бренду та правила їх спільного використання.

Зміни можуть стосуватися візуальної ідентичності, позиціонування, інформаційної структури, стилю повідомлень і цифрових точок взаємодії. Це не обов'язково означає зміну назви або напряму діяльності організації. Масштаб ребрендингу потрібно визначати стосовно конкретного об'єкта, компанії, продукту, сервісу чи вебсайту.

За характером проектних рішень у цій роботі можна виділити кілька взаємопов'язаних напрямів. Візуальна складова охоплює розроблення логотипу, колірної палітри, типографіки, іконок та принципів роботи із зображеннями. Інформаційні зміни стосуються структури сайту, назв розділів, групування матеріалів і скорочення кількості вкладених переходів. Комунікаційний напрям передбачає зрозуміле подання текстів і послідовний стиль звернення до різних груп користувачів. Інтерфейсна частина включає навігацію, елементи керування, адаптивну поведінку сторінок та візуальні стани компонентів.

У межах кваліфікаційної роботи виконується повний ребрендинг вебсайту кафедри медіасистем та технологій. Він охоплює створення нового логотипу, оновлення колірної та типографічної систем, перегляд інформаційної архітектури, розроблення навігації, UI Kit, дизайн-макетів сторінок, адаптивної версії та інтерактивного прототипу. При цьому не йдеться про повний ребрендинг кафедри як організації: її назва, функції та освітня спеціалізація залишаються незмінними. Оновлюється саме спосіб їх представлення у вебсередовищі. У цьому проєкті ребрендинг виступає не декоративною зміною оформлення, а засобом упорядкування цифрової комунікації кафедри. Поєднання нової візуальної ідентичності з переглянutoю структурою повинно зробити вебсайт упізнаваним і водночас практичним для щоденного користування.

2.2 Принципи побудови інформаційної структури вебсайту

Інформаційна структура визначає, як матеріали розподіляються між сторінками, за якою логікою вони об'єднуються та якими шляхами користувач може до них перейти. До її основних складових належать організація контенту, система назв і навігація [13]. Невдала структура ускладнює пошук навіть тоді, коли необхідна інформація фактично є на сайті.

Розділи потрібно формувати відповідно до завдань відвідувачів, а не лише за внутрішньою структурою установи. Абітурієнт, наприклад, насамперед шукатиме умови вступу й освітні програми, тоді як студентів потрібні навчальні матеріали, розклад або інформація про практику. Якщо ці сторінки розміщені у великій кількості вкладених категорій, користувач змушений перевіряти декілька можливих шляхів. Через це зростає ймовірність помилкового переходу. Назви пунктів меню мають прямо пояснювати їхній зміст. Загальні формулювання на зразок «Інформація» або «Матеріали» не дають зрозуміти, що саме міститься всередині. Так само важливо обмежити глибину структури та забезпечити доступ до ключових сторінок із різних точок

входу, оскільки відвідувачі можуть потрапляти на сайт через пошукову систему, зовнішнє посилання або головну сторінку. Для оновленого вебсайту кафедри основні матеріали доцільно групувати навколо потреб абітурієнтів, студентів, аспірантів і партнерів. Освітні програми, вступна інформація та контакти повинні залишатися помітними й не вимагати проходження через декілька рівнів меню. Карта сайту в такому разі стає не формальним переліком сторінок, а схемою основних користувацьких маршрутів.

2.3 Роль UI Kit у проєктуванні користувацького інтерфейсу

UI Kit – це впорядкований набір елементів, з яких складається інтерфейс вебсайту. До нього входять кольори, типографічні стилі, кнопки, поля введення, картки, іконки, елементи навігації та їхні стани. Компонентний підхід дає змогу розглядати сторінку як систему взаємопов'язаних частин, які можна повторно використовувати в різних розділах [14].

Практична цінність UI Kit помітна під час створення кількох макетів. Якщо кнопки, заголовки або картки щоразу проєктувати окремо, між сторінками поступово виникають відмінності у відступах, розмірах і поведінці елементів. Використання готових компонентів зменшує кількість таких розбіжностей. Офіційна система Atlassian також визначає компоненти як повторно використовувані блоки, що поєднуються для створення послідовного користувацького досвіду [15].

Сам по собі UI Kit не є повною дизайн-системою. Він містить візуальні зразки та компоненти, тоді як дизайн-система додатково встановлює правила їх застосування, у проєкті вебсайту кафедри потрібно передбачити звичайні, активні, наведені та неактивні стани кнопок і посилань, а також поведінку компонентів на різних ширинах екрана. Дозволивши зберегти єдиний стиль у макетах головної сторінки, освітніх програм, новин, контактів та інших розділів.

2.4 Аналіз аналогів

Для порівняння було обрано три офіційні вебресурси українських закладів вищої освіти: сайт кафедри штучного інтелекту ХНУРЕ, сайт кафедри економіки підприємства та організації бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця та сайт Навчально-наукового інституту комп'ютерних наук та штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Обрані ресурси представляють освітні підрозділи, містять інформацію про навчання, вступ, наукову діяльність і події, а також орієнтовані на схожі групи користувачів.

Оцінювання вебсайтів-аналогів проводилося за такими критеріями:

- структура та навігація;
- наповнення головної сторінки;
- зручність пошуку інформації;
- візуальне оформлення та читабельність;
- відповідність потребам цільової аудиторії.

1. Офіційний сайт кафедри штучного інтелекту ХНУРЕ (рис. 2.1).

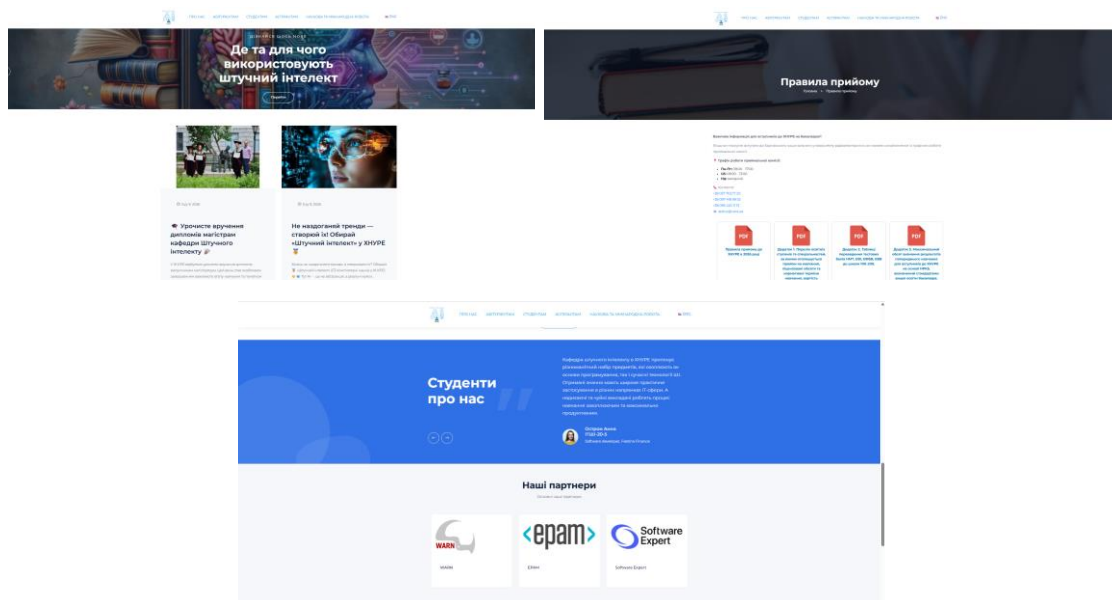


Рисунок 2.1 – Кафедри штучного інтелекту ХНУРЕ

Джерело: Сайт кафедри штучного інтелекту ХНУРЕ [16]

Його структура частково побудована за групами користувачів. У головному меню представлені розділи «Про нас», «Абітурієнтам», «Студентам», «Аспірантам», «Наукова та міжнародна робота». Такий поділ допомагає відвідувачеві обрати потрібний напрям залежно від мети переходу. Водночас окремі пункти містять значну кількість вкладених сторінок. Найбільш розгалуженим є розділ, присвячений науковій та міжнародній роботі, де окремо подано академічні ініціативи, можливості для студентів, семінари, форуми й конкурси, через це користувачеві доводиться переглядати довгий перелік підпунктів.

Розділ «Новини» одночасно представлений у головному меню та всередині пункту «Про нас», що створює дублювання. Контактні дані також розміщені не на першому рівні, а в підменю «Про нас» [16]. Головна сторінка починається зі слайдера, присвяченого темі штучного інтелекту. Він допомагає передати напрям діяльності кафедри, проте розміщені в ньому матеріали ведуть переважно на зовнішні ресурси. Кнопка «Перейти» не пояснює, яку саме інформацію отримає користувач після натискання. Наступну значну частину сторінки займають новини. Вони оформлені картками із зображеннями, датами, короткими фрагментами тексту та посиланнями «Читати ще». Такий спосіб подання відокремлює публікації одну від одної, але велика кількість новин зміщує основну інформацію про кафедру нижче. Доцільніше залишити на головній сторінці кілька останніх матеріалів, а решту розмістити в окремому розділі. Вдалими елементами є блоки з відгуками випускників і партнерами. Вони демонструють результати навчання та зв'язок кафедри з професійним середовищем.

Пошук інформації здійснюється переважно через випадające меню. Для основних груп відвідувачів передбачені окремі розділи, проте їхнє внутрішнє наповнення розподілене нерівномірно. Наприклад, матеріали для студентів розміщені в кількох підпунктах, тоді як оглядова сторінка цього розділу майже не об'єднує їх у єдиний інформаційний центр.

Сайт містить матеріали для студентів, вступників, аспірантів і партнерів, тому загалом відповідає потребам своєї аудиторії.

Візуальне оформлення, побудоване на поєднанні білого та блакитного кольорів. Велике тематичне зображення на першому екрані одразу вказує на сферу діяльності кафедри, а контраст між текстом і фоном підтримує читабельність. Разом із цим оформлення новин не завжди виглядає цілісно через різні пропорції зображень, довгі заголовки та використання емодзі в окремих публікаціях. Особливо корисними для майбутніх вступників є відгуки випускників. Водночас у розділі «Абітурієнтам» основна увага приділена правилам прийому. Інформацію про зміст навчання, дисципліни, отримані навички та можливості працевлаштування доцільно подати помітніше.

2. Сайт кафедри економіки підприємства та організації бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця (рис. 2.2).

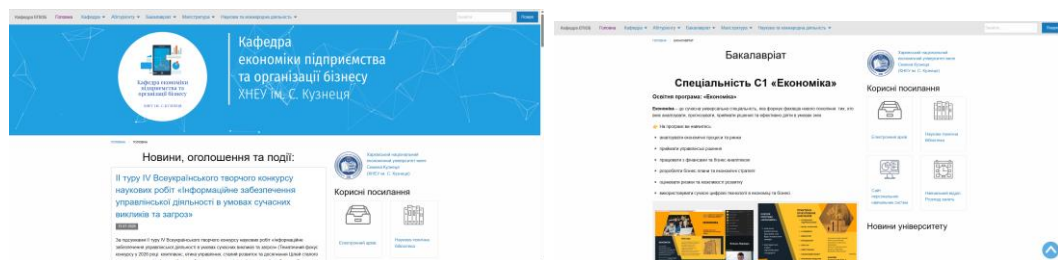


Рисунок 2.2 – Кафедри економіки підприємства та організації бізнесу

Джерело: Сайт кафедри економіки підприємства та організації бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця [17]

Головне меню містить розділи «Кафедра», «Абітурієнту», «Бакалавріат», «Магістратура» та «Наукова та міжнародна діяльність». Структура враховує рівні освіти, однак частина матеріалів повторюється в бакалаврському та магістерському розділах. Сторінки, присвячені якості освіти, мають кілька рівнів вкладеності, від загального розділу користувач переходить до опитувань, академічної доброчесності, а потім до матеріалів відповідної комісії. Така структура дозволяє детально розподілити документи, але ускладнює навігацію. Окремого пункту «Контакти» в головному меню немає, тому знайти способи зв'язку з кафедрою одразу складно. Більшу частину головної сторінки займають новини, оголошення та події. Публікації

виводяться з великими заголовками, текстами, фотографіями й відеоматеріалами. Анімований банер у верхній частині привертає увагу, проте недостатньо передає особливості діяльності кафедри. Корисним рішенням є блок швидких посилань на електронний архів, бібліотеку, персональні навчальні системи та розклад занять. Ці ресурси відповідають практичним потребам студентів і доступні без перегляду багаторівневого меню. Додатково у верхній частині сторінки передбачено пошук. Він спрощує знаходження конкретного документа або матеріалу, якщо користувач знає його назву [17]. В оформленні переважають білий і блакитний кольори, які пов'язують сайт із візуальним стилем університету. Основні частини сторінки відокремлені одна від одної, проте стрічка новин не має єдиного принципу оформлення. У публікаціях використовуються різні розміри зображень, жирні виділення, емодзі та знаки оклику. Через це візуальна ієрархія залежить від оформлення кожного окремого матеріалу, а не від загальної системи сайту. Короткі анотації, однакові пропорції фотографій і стабільна структура карток покращили б читабельність головної сторінки.

Сайт містить значний обсяг матеріалів для здобувачів бакалаврського та магістерського рівнів. Студентам доступні освітні програми, компоненти, документи з практики й дипломного проєктування, а також швидкі переходи до розкладу та навчальних систем. Для вступників створено окремий розділ, однак інформація в ньому подана переважно довгими текстовими блоками. Картки освітніх програм із короткими відомостями про зміст навчання, тривалість, дисципліни та професійні можливості дали б змогу швидше ознайомитися з пропозиціями кафедри.

3. Сайт Навчально-наукового інституту комп'ютерних наук та штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (рис. 2.3). Хоча ресурс представляє інститут, а не окрему кафедру, його завдання та цільові групи є подібними. У меню розміщено інформацію про інститут, його підрозділи, новини, матеріали для студентів і вступників. У середині розділу для абітурієнтів окремо виділено бакалаврат, магістратуру й аспірантуру.



Рисунок 2.3 – Сайт Навчально-наукового інституту комп'ютерних наук та штучного інтелекту

Джерело: сайт Навчально-наукового інституту комп'ютерних наук та штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна [18]

Контактна інформація знаходиться в розділі про інститут, а не на першому рівні навігації [18]. Структура цього вебсайту є компактнішою порівняно з попередніми аналогами. Документи та окремі види діяльності не винесені безпосередньо в головне меню. Кафедри об'єднані в розділі «Підрозділи», а інформація про різні рівні вступу згрупована в межах одного пункту. На головній сторінці розміщено назву інституту, звернення директора, інформацію про спеціалізації та блок подій. Ця послідовність спочатку представляє освітній підрозділ, а потім знайомить користувача з його напрямками діяльності. Водночас звернення директора займає значний обсяг і складається з кількох абзаців. Під час швидкого перегляду сторінки вступник насамперед шукатиме спеціальності, умови прийому та можливості навчання, тому звернення можна скоротити, залишивши повний текст на окремій сторінці. Знаходження основних матеріалів спрощується завдяки невеликій кількості пунктів меню та зрозумілому поділу за аудиторіями. Сторінки

бакалаврату, магістратури й аспірантури розміщені в одному розділі, тому вступникові не потрібно шукати їх у різних частинах вебсайту. Освітні програми для студентів також винесено в окремий пункт. Разом із цим студентський розділ має обмежене наповнення, у меню немає швидких переходів до розкладу, навчальних документів або інформації про студентське життя. Візуальна система цього аналога є найбільш цілісною серед розглянутих ресурсів. Світлий фон поєднується із синіми та жовтими акцентами, а графічні елементи підтримують тематику комп'ютерних наук. Однаковий характер оформлення зберігається в кнопках, інформаційних блоках і картках подій. Завдяки цьому сторінки сприймаються як частини одного вебресурсу. Недоліком першого екрана є загальна назва кнопки «Дізнатися більше», яка не пояснює, до якого матеріалу буде здійснено перехід. Найкраще сайт відповідає потребам вступників. Для них передбачено окремі сторінки відповідно до рівня освіти, а структура допомагає послідовно перейти від загальної інформації до конкретного напрямку навчання. Потреби студентів ураховані частково, оскільки відповідний розділ містить переважно освітні програми. Розширення його матеріалами про розклад, документи, події та студентські можливості зробило б ресурс кориснішим.

Проведений аналіз показав, що кожен аналог має рішення, які можна врахувати під час розроблення вебсайту кафедри МСТ. На сайті кафедри штучного інтелекту вдало представлені випускники та партнери, проте значну частину головної сторінки займають новини, а окремі розділи мають складну вкладеність. Сайт кафедри економіки підприємства та організації бізнесу надає швидкий доступ до пошуку, розкладу й навчальних систем, але його меню перевантажене, а публікації не мають єдиного оформлення. Ресурс інституту комп'ютерних наук та штучного інтелекту вирізняється компактнішою структурою та цілісною візуальною системою, хоча студентський розділ потребує ширшого наповнення.

Для майбутнього вебсайту кафедри МСТ доцільно використати пласку структуру, обмежити кількість рівнів меню та створити окремі сторінки-хаби

для вступників і студентів. На головній сторінці варто представити освітні програми, напрями навчання, роботи студентів і партнерів кафедри, а новини залишити окремим розділом. Контакти, розклад та інші затребувані матеріали мають бути доступні без тривалого пошуку. Візуальне оформлення потрібно будувати на єдиній системі кольорів, шрифтів, кнопок і карток, щоб різні сторінки сприймалися як частини одного ресурсу.

3 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

3.1 Обґрунтування вибору програмного забезпечення для розробки дизайн-проекту

Вибір програмного забезпечення для розробки дизайн-проекту вебсайту має ґрунтуватися не лише на зручності інтерфейсу або популярності певного продукту. Робоче середовище повинно підтримувати всі основні етапи проєктування, створення структури сторінок, розробку адаптивних макетів, формування системи компонентів, підготовку інтерактивного прототипу та передавання результатів розробнику. Окреме значення має можливість демонструвати проміжні версії проєкту, отримувати коментарі й вносити зміни без створення численних копій файлу.

Для порівняння було обрано Figma, Penpot і Sketch. Усі три програми призначені для проєктування цифрових інтерфейсів, однак відрізняються платформною доступністю, підходом до організації макетів, можливостями прототипування та умовами використання. Під час аналізу враховувалися сумісність із різними операційними системами, інструменти для адаптивного дизайну, підтримка компонентів і дизайн-систем, спільна робота, передавання макетів у розробку та вартість доступу.

Figma є хмарним середовищем для створення інтерфейсів і прототипів, яке працює у браузері та має окремі застосунки для Windows і macOS. Браузерну версію також можна використовувати в Linux і ChromeOS, якщо операційна система підтримує необхідний браузер [19]. Такий підхід спрощує доступ до проєкту з різних пристроїв і не прив'язує роботу дизайнера до однієї операційної системи.

Однією з основних переваг Figma є інструмент Auto Layout, за допомогою якого елементи автоматично перебудовуються після зміни тексту, розміру об'єкта або складу блоку. Напрям розташування, внутрішні відступи,

вирівнювання та відстані між елементами задаються через властивості контейнера. Для вебсайту кафедри ця можливість важлива під час створення навігаційного меню, карток освітніх програм, новин, кнопок та інших повторюваних блоків. Зміна вмісту не потребує щоразу вручну коригувати положення всіх пов'язаних елементів.

Компоненти, варіанти, стилі та змінні дають змогу сформувати єдину дизайн-систему. Наприклад, для кнопки можна створити основний компонент і декілька станів: звичайний, наведення курсора, натискання та неактивний. Інтерактивні компоненти Figma дозволяють налаштовувати переходи між такими варіантами один раз, після чого задана поведінка зберігається в усіх екземплярах елемента. Це скорочує кількість дубльованих екранів у прототипі та допомагає точніше показати роботу майбутнього інтерфейсу.

До переваг програми також належать одночасне редагування файлу, коментування окремих елементів і передавання прототипу за посиланням. Режим Dev Mode надає розробнику доступ до розмірів, відступів, властивостей компонентів, графічних ресурсів і фрагментів коду, не відкриваючи можливості випадково змінити макет. Завдяки цьому один файл можна використовувати як актуальне джерело інформації для дизайнера, керівника проєкту та розробника. Figma має і певні обмеження. Повна функціональність програми залежить від доступу до мережі. Без підключення можна продовжити роботу лише з тими сторінками, які були відкриті заздалегідь, тоді як бібліотеки, історія версій, оновлення від інших учасників і частина плагінів стають недоступними. Крім того, безкоштовний тариф має обмеження щодо організації командних файлів і використання окремих розширених функцій. Для здобувачів освіти цей недолік частково усувається освітнім тарифом, після підтвердження статусу студента надається безкоштовний доступ до професійних інструментів Figma. Під час роботи зі складною системою компонентів також необхідно дотримуватися чітких правил найменування шарів і структурування сторінок, інакше файл швидко стає перевантаженим.

Penpot є відкритою платформою для проєктування інтерфейсів, орієнтованою на спільну роботу дизайнерів і розробників. Її можна використовувати як хмарний сервіс або розгорнути на власному сервері. Безкоштовний план включає основні засоби проєктування та прототипування, необмежену кількість дизайн-файлів, до восьми учасників команди і 10 Гб сховища [1]. Суттєвою перевагою Penpot є використання принципів, близьких до веброзробки. Інструменти Flex Layout і Grid Layout побудовані відповідно до логіки CSS Flexbox та CSS Grid. Вони дозволяють створювати контейнери, які реагують на зміну вмісту та розміру екрана, а отримані властивості можна переглядати в режимі інспектування. Такий підхід полегшує обговорення макета з frontend-розробником, оскільки дизайнер і програміст працюють із подібними поняттями: контейнерами, рядками, колонками, проміжками та внутрішніми відступами. Penpot підтримує компоненти, варіанти, бібліотеки та дизайн-токени, тому його можна використовувати для побудови цілісної дизайн-системи. Інтерактивний прототип формується шляхом поєднання екранів і налаштування дій, серед яких переходи, відкриття накладених вікон, зовнішні посилання та анімації. Готовий результат можна передати за посиланням, дозволивши перегляд, коментування або інспектування коду. Водночас модель прототипування Penpot переважно зосереджена на зв'язках між окремими екранами. Для відтворення великої кількості повторюваних станів елементів вона менш зручна, ніж інтерактивні компоненти Figma. Безкоштовний хмарний тариф також зберігає автоматичну історію версій протягом семи днів, що може бути недостатньо під час тривалої роботи над проєктом. Розгортання власного сервера усуває частину обмежень, однак потребує окремої технічної інфраструктури, налаштування та подальшого обслуговування. Для індивідуального дипломного проєкту такі витрати часу не дають помітної переваги.

Sketch охоплює повний процес створення цифрового продукту. Розробку інтерфейсів, формування бібліотек і дизайн-систем, прототипування та передавання макетів програмістам. Програма має систему символів, спільних

стилів і бібліотек, які дозволяють повторно використовувати елементи в різних частинах проєкту. Для учасників команди доступні коментарі, перегляд історії змін і спільне редагування. Розробник може відкривати макет у браузері, переглядати його характеристики та отримувати необхідні ресурси без встановлення основної програми [21].

На відміну від Figma і Penpot, створювати та редагувати макети у Sketch можна лише в застосунку для macOS. Вебверсія призначена переважно для перегляду, інспектування та коментування, а не для повноцінного проєктування. За офіційними системними вимогами актуальна версія редактора потребує комп'ютера Mac із macOS 14 або новішою. Така платформна залежність ускладнює роботу в команді, учасники якої використовують різні операційні системи. Перевагою Sketch залишається можливість повноцінної локальної роботи та зберігання файлів без постійного підключення до мережі. Проте після завершення 30-денного пробного періоду для використання програми необхідно оформити підписку або придбати окрему ліцензію для macOS, одноразова ліцензія підтримує локальну роботу, але не включає хмарні засоби спільного редагування й передавання документів через робочий простір. Освітній доступ зменшує фінансове навантаження, однак не усуває обмеження щодо операційної системи.

Порівняння показало, що Penpot є доцільним рішенням для команд, яким важливі відкритий вихідний код та безпосередня відповідність макетів принципам CSS. Sketch має розвинені інструменти для дизайн-систем і добре пристосований до локальної роботи, проте його використання для редагування обмежене пристроями Apple. Для розробки дизайн-проєкту оновленого вебсайту кафедри медіасистем та технологій обрано Figma. Вирішальними стали не окремі функції програми, а можливість виконати весь процес в одному середовищі. Auto Layout дає змогу підготувати інтерфейс для настільних і мобільних екранів, компоненти та варіанти забезпечують однакове оформлення повторюваних елементів, а інтерактивний прототип дозволяє перевірити навігацію до початку програмної реалізації. Залежність

Figma від інтернет-з'єднання врахована як недолік, проте вона не переважає отримані переваги, оскільки основна робота над дизайн-проектом передбачає регулярний обмін файлами та перевірку змін. Освітній тариф дозволяє користуватися професійними інструментами без додаткових витрат. За сукупністю розглянутих критеріїв Figma найбільше відповідає завданням розроблення цілісного, адаптивного та придатного до подальшої реалізації дизайн-проекту вебсайту кафедри.

3.2 Обґрунтування вибору програмного забезпечення для створення графічних елементів

Ребрендинг вебсайту кафедри медіасистем та технологій не обмежується зміною структури сторінок і візуального оформлення інтерфейсу. Щоб оновлений ресурс сприймався цілісно, необхідно також переглянути його візуальну ідентичність. Збереження чинного логотипа могло б створити невідповідність між новим дизайном сайту та попереднім стилем кафедри. Через це в межах проєкту передбачено оновлення логотипа.

Новий логотип має відображати діяльність кафедри медіа систем та технологій. Поєднання кількох напрямів в одному знаку потребує роботи з геометричними формами, контурами та їх поступового спрощення. Готовий символ має залишатися зрозумілим як у шапці вебсайту, так і в документах, соціальних мережах або друкованій продукції.

Для створення логотипа доцільно використовувати векторну графіку. Векторне зображення складається з точок, ліній і кривих, параметри яких визначаються математично. Завдяки цьому його можна збільшувати або зменшувати без втрати чіткості [22]. Одна версія логотипа може використовуватися в різних розмірах, від невеликої піктограми сайту до плаката чи інформаційного стенда. Растровий редактор більше підходить для фотографій, текстур і зображень із великою кількістю відтінків, тому він може застосовуватися як допоміжний інструмент, але не як основне середовище для

розробки знака. Для вибору програмного забезпечення було розглянуто Adobe Illustrator, CorelDRAW та Inkscape. Усі три програми підтримують створення векторної графіки, роботу з текстом, геометричними об'єктами, кольорами й контурами. Порівняння проводилося за точністю редагування форм, зручністю інтерфейсу, можливостями підготовки декількох версій логотипа, підтримкою необхідних форматів.

Adobe Illustrator є спеціалізованим редактором для створення векторних зображень. У програмі передбачені інструменти для побудови геометричних об'єктів, малювання кривих, редагування опорних точок, роботи із заливками, обведеннями, градієнтами й текстом. За допомогою інструмента «Перо» можна точно керувати формою кожної лінії, що особливо важливо під час розробки логотипа. Навіть незначні нерівності контуру стають помітними після масштабування знака, тому можливість окремо коригувати опорні точки та напрямні є суттєвою перевагою. Для об'єднання кількох геометричних форм у цілісний знак в Illustrator використовуються інструмент «Створення фігур» і панель «Обробка контурів». Вони дозволяють додавати, віднімати, перетинати та розділяти контури. Це зручно під час пошуку форми логотипа кафедри, оскільки окремі образи можна поступово об'єднувати, а зайві деталі – прибирати. Після виконання операцій контури залишаються редагованими, тому пропорції знака можна уточнювати на наступних етапах роботи [22]. Illustrator підтримує створення кількох монтажних областей в одному документі. На них можна розмістити основну, горизонтальну, компактну, монохромну та інверсну версії логотипа. Така організація допомагає порівнювати варіанти між собою й водночас не створювати для кожного з них окремий файл. Монтажні області можуть мати різні розміри, тому знак одразу перевіряється в умовах його майбутнього використання. Окремою перевагою є робота з типографією. Текстову частину логотипа можна редагувати незалежно від графічного знака, змінюючи гарнітуру, накреслення, міжлітерні інтервали та пропорції напису. Засоби роботи з кольором допомагають підготувати кілька колірних варіантів і підтримувати однакові відтінки в усіх

графічних елементах. Це важливо для формування візуальної системи, у якій логотип, іконки та оформлення вебсайту не суперечать одне одному. Під час порівняння програм інтерфейс Adobe Illustrator виявився зрозумілішим для виконання поставленого завдання. Основні засоби малювання, редагування контурів, вирівнювання, роботи з кольором і текстом логічно розподілені між панеллю інструментів та властивостями вибраного об'єкта. Назви команд і піктограми досить чітко показують їхнє призначення, а робочий простір можна налаштувати так, щоб залишити лише потрібні панелі. Завдяки цьому перехід від створення базових фігур до точного редагування знака не потребує постійного пошуку функцій у різних частинах програми. Готові графічні елементи можна експортувати у SVG, PNG, PDF та інші формати [22]. SVG підходить для перенесення логотипа у Figma та використання на вебсайті, оскільки зберігає векторну структуру і прозорий фон. PNG можна підготувати для ресурсів, які не підтримують векторні файли, а PDF – для документів і друкованої продукції. Вихідний файл залишається редагованим, тому за потреби логотип можна допрацювати без повторного створення. Основним недоліком Illustrator є платне розповсюдження за підпискою. Програма також містить багато професійних функцій, частина з яких не потрібна під час створення простого графічного знака. Через це на початковому етапі інтерфейс може здаватися перевантаженим. Проте можливість налаштувати робоче середовище та приховати зайві панелі частково усуває цю проблему.

CorelDRAW також призначений для створення векторної графіки. Програма підтримує розробку ілюстрацій, верстку сторінок, роботу з типографікою, керування кольорами та підготовку матеріалів до друку. До складу CorelDRAW Graphics Suite входять додаткові засоби для редагування растрових зображень і керування шрифтами. Програма працює у Windows і macOS, а користувачам підписки доступна браузерна версія [23].

Сильною стороною CorelDRAW є підготовка матеріалів для поліграфічного виробництва. Програма підтримує точне задавання розмірів, роботу з багатосторінковими документами та різними колірними моделями.

Створені об'єкти можна експортувати у SVG, PDF, PNG, EPS, AI та інші формати [23]. Це дозволяє використовувати логотип як у цифрових, так і в друкованих матеріалах. Перевагою також є можливість вибору між підпискою та одноразовим придбанням програми. Для цього проєкту частина можливостей CorelDRAW є надлишковою. Середовище значною мірою орієнтоване на верстку, поліграфію, зовнішню рекламу та комплексне опрацювання графічної продукції. Інтерфейс містить велику кількість контекстних панелей і додаткових налаштувань, через що пошук окремих команд потребує більше часу. У порівнянні з Illustrator процес переходу між побудовою форм, редагуванням опорних точок і підготовкою варіантів логотипа виявився менш зручним.

Inkscape є безкоштовним редактором векторної графіки з відкритим вихідним кодом. Програма доступна для Windows, macOS і Linux, а її основним форматом є SVG. Вона використовується для створення логотипів, іконок, схем, карт, ілюстрацій та інших видів вебграфіки. Відсутність плати за використання є суттєвою перевагою для індивідуальних і навчальних проєктів. Inkscape підтримує редагування вузлів, операції над контурами, шари, градієнти, текстові об'єкти та базові засоби поєднання форм. Створений логотип можна зберегти безпосередньо у форматі SVG, а також експортувати у PNG або PDF [24]. За своїми основними можливостями програма підходить для розробки нескладного векторного знака і не потребує придбання ліцензії.

Інтерфейс Inkscape є менш зрозумілим порівняно з Illustrator. Частина властивостей розміщена в окремих діалогових вікнах, а налаштування контурів, заливок і тексту не завжди знаходяться поруч із вибраним об'єктом. Через це під час роботи доводиться частіше переходити між панелями. Програма також не має єдиного хмарного середовища для рецензування та керування версіями, тому обмін файлами відбувається вручну. Під час перенесення складних документів до інших редакторів може виникнути потреба додатково перевіряти шрифти, кольори й окремі ефекти.

Порівняння показало, що кожна з розглянутих програм дозволяє створити логотип кафедри. Inkscape є найбільш доступним варіантом і добре підходить для роботи з SVG без витрат на ліцензію. CorelDRAW має розвинені засоби підготовки поліграфічної продукції та підтримує значну кількість форматів. Adobe Illustrator потребує платної підписки, проте пропонує більш зрозумілий інтерфейс, точні інструменти редагування контурів і зручну організацію кількох версій одного графічного елемента.

Для створення логотипа та інших елементів ребрендингу кафедри обрано Adobe Illustrator. Вирішальними стали зрозумілість робочого середовища, можливість точно керувати формою знака та зберігати в одному документі всі його варіанти. Експорт у SVG забезпечує перенесення створеного знака до Figma без втрати якості. Одночасно можна підготувати PDF для документів і друкованої продукції, а також PNG у потрібних розмірах для соціальних мереж та інших цифрових ресурсів. Тому Illustrator обрано не лише для створення окремого логотипа, а як основне середовище для формування графічної основи оновленої візуальної ідентичності кафедри.

4 РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ОНОВЛЕНОГО ВЕБСАЙТУ

4.1 Розробка концепції ребрендингу вебсайту

Після аналізу вебсайту й відповідей учасників опитування стає зрозуміло, що однієї зміни оформлення недостатньо. Ресурс зберігає офіційний характер, але вже не має сприйматися як суцільна добірка текстів, документів і посилань. Основна ідея ребрендингу полягає в тому, щоб подати діяльність кафедри сучасніше, не перетворюючи сайт на розважальну або надто яскраву платформу. Під час формування концепції я враховую, що кафедра працює одразу з кількома напрямками. Серед них поліграфія, веброзробка, програмування, графічний дизайн, створення мультимедійних продуктів і 3D-моделювання. Ці напрями розкриваються поступово – через зміст тематичних блоків, іконки, фотографії та приклади студентських робіт. На головній сторінці кожна спеціалізація отримує власне графічне позначення. Їх поєднує однакова манера виконання, геометричні форми та спільна кольорова гама. Фіолетово-білу палітру я зберігаю. Вона вже використовується на чинному сайті кафедри, тому повна заміна кольорів не є обов'язковою частиною оновлення. Більш сучасне звучання палітра отримує завдяки світлим градієнтам і напівпрозорим деталям. Градієнт не стає суцільним тлом, а з'являється в окремих акцентних місцях.

Для основного тексту залишається темний колір. Для іконок обираю векторний стиль, просту геометрію та невелику кількість деталей. Цілком пласке оформлення здається занадто простим, тому переходи між відтінками й м'які тіні додають графіці легкого об'єму. Подібний характер отримують кнопки та картки. Декоративні ефекти використовую стримано, щоб вони не відвертали увагу від тексту. Композицію сторінок будую на поєднанні вільного простору, тематичних секцій і карткового подання. Великі тексти повністю не прибираю, адже вони потрібні для історії кафедри, опису наукової діяльності,

партнерства та офіційних відомостей. Такі фрагменти розділяю заголовками, фотографіями й активними посиланнями. Документи, освітні програми та студентські роботи зручніше подавати в окремих компактних блоках.

Головну сторінку розглядаю як коротке знайомство з кафедрою. На першому екрані увага зосереджується на назві, основних напрямках діяльності та переході до вступної інформації. Новини не займають центрального місця, як на чинному ресурсі. За результатами опитування відвідувачі частіше шукають освітні програми, навчальні плани, контакти й умови вступу, тому ці теми отримують вищий пріоритет.

Я свідомо не зміщую оформлення в бік надто яскравого або суто молодіжного стилю. Градієнти, тіні й об'ємні іконки з'являються лише там, де потрібно створити акцент. Основою залишаються світле тло, спокійна композиція та помітні заголовки. Такий характер відповідає університетському ресурсу, але не робить його візуально застарілим.

4.2 Визначення користувацьких цілей та логіки взаємодії

Основою для визначення користувацьких цілей стали результати опитування, яке ми вже аналізували. Серед 27 учасників переважали студенти й абітурієнти – разом вони становили 85,2 % вибірки. Частина респондентів заходить на сайт лише за конкретної потреби, а 13 осіб на момент опитування відвідували його вперше. Тому основний відвідувач не обов'язково знає назви всіх підрозділів кафедри або розуміє, де розміщено потрібний документ. Він очікує побачити знайоме формулювання й перейти до матеріалу без тривалого перегляду меню. Для абітурієнта знайомство із сайтом найчастіше починається з головної сторінки. Спочатку його цікавить, чого навчають на кафедрі, які освітні програми доступні та ким можна працювати після завершення навчання. Наступним кроком стають умови вступу, контакти приймальної комісії або посилання на додаткові ресурси. Такий маршрут не потребує окремої складної навігації: перехід до вступного розділу має бути помітним

уже на першому екрані. Студент приходить із більш конкретним запитом. Це може бути навчальний план, силабус, відомості про практику, розклад або контакти викладача. Перегляд загальної презентації кафедри для нього вже не є головною метою. Через це розділ «Студенту» розглядався як окрема точка входу, де матеріали поділяються за призначенням, а не розміщуються довгим переліком документів. Вибір освітньої програми та року навчання також звужує кількість посилань, які потрібно переглянути.

Для аспірантів передбачено окремий напрям взаємодії. Тут важливими є освітньо-наукові програми, навчальні плани, документи, додаткові матеріали, відомості про наукових керівників і теми дисертацій. В опитуванні взяв участь лише один аспірант, тому робити висновки про всю цю групу на основі анкети було б некоректно. Наповнення розділу визначалося переважно за матеріалами чинного вебсайту та фактичними потребами аспірантури.

Викладачі, співробітники, батьки й партнери кафедри не належали до основної частини вибірки. Їхні завдання все одно враховувалися, але без приписування їм результатів проведеного опитування. Для цих відвідувачів мають бути доступними відомості про склад кафедри, наукову роботу, міжнародну діяльність, партнерів, нормативні документи та способи зв'язку.

Логіка переходів будується навколо кількох основних точок входу, «Кафедра», «Абітурієнту», «Студенту», «Аспірантура», «Наука», «Новини» та «Контакти». Назви пунктів прямо вказують, який зміст за ними розміщено. Сторінки «Абітурієнту» і «Студенту» виконують роль тематичних центрів: на них зібрані посилання на пов'язані матеріали, тому людині не потрібно щоразу повертатися до багаторівневого меню.

Окремим завданням є пошук контактів кафедри. Цей варіант в опитуванні обрали 9 респондентів, тому перехід до адреси, телефонів, електронної пошти та карти потрібен. Пункт «Контакти» розміщується на верхньому рівні навігації, без додаткових вкладених сторінок. Для перегляду новин передбачено інший сценарій: відвідувач переходить до однойменного розділу, обирає тематичну категорію та відкриває потрібну публікацію. Під час

тестування прототипу основними стануть завдання, які відповідають цим маршрутам: знайти освітню програму, перейти до вступних відомостей, відкрити навчальні матеріали, переглянути дані про практику та знайти контакти кафедри. Саме на таких діях можна перевірити, чи зрозумілі назви пунктів і чи не виникають зайві переходи.

5 РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ ВЕБСАЙТУ

5.1 Розробка структури та карти вебсайту

У новій структурі було вирішено скоротити кількість рівнів навігації та згрупувати матеріали за їхнім призначенням. Окремі напрями сформовано для абітурієнтів, студентів і аспірантів, оскільки ці групи мають різні інформаційні потреби. Загальні відомості про кафедру, наукову діяльність, новини та контакти також розділено між відповідними пунктами. Завдяки цьому користувач зможе визначити потрібний напрям уже на першому рівні меню.

Для наочного представлення сформованої структури було створено карту вебсайту, наведену на рисунку 5.1.

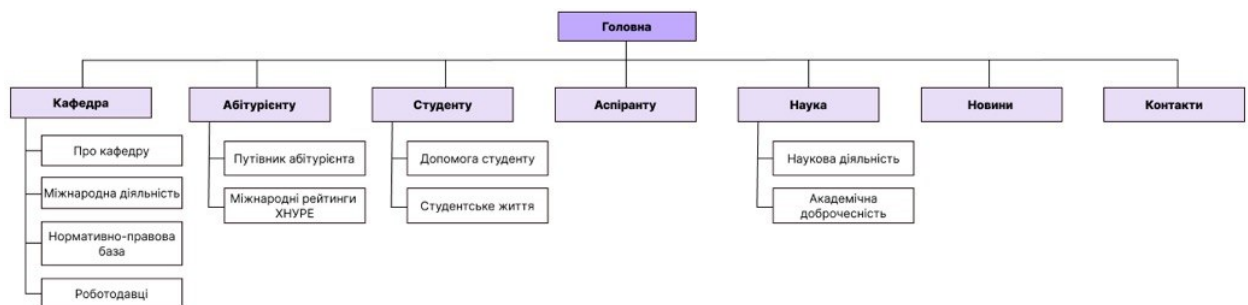


Рисунок 5.1 – Карта вебсайту кафедри медіасистем та технологій

Джерело: Власна розробка

На карті бузковим кольором позначено пункти першого рівня навігації, а білим – сторінки, що входять до їхнього складу. «Головна», «Аспіранту», «Новини» та «Контакти» відкриватимуть самотійні сторінки, оскільки не мають додаткових підпунктів. Натомість «Кафедра», «Абітурієнту», «Студенту» та «Наука» виконуватимуть функцію тематичних категорій. Вони не вестимуть на окремі сторінки, а розгортатимуть меню з доступними підрозділами. На ПК список підсторінок з'являється натискання на назву категорії. У мобільній версії натискання відкриватиме відповідний перелік без

переходу на іншу сторінку. Так користувач одразу розумітиме, що перед ним пункт із додатковим вмістом. Для цього біля його назви планується використати стрілку, яка показуватиме можливість розгортання меню.

Початковою точкою взаємодії з вебсайтом стане сторінка «Головна». Вона має коротко представляти кафедру медіасистем та технологій і допомагати користувачу перейти до потрібного розділу. На першому екрані планується розмістити назву кафедри, стислий опис її діяльності та кнопку переходу до інформації про вступ. Поряд будуть наведені основні показники, пов'язані з викладачами, випускниками та їхнім працевлаштуванням. Такий блок дасть загальне уявлення про кафедру без використання великого текстового опису. Наступна частина головної сторінки буде присвячена освітнім програмам і напрямам навчання. Для кожного з них передбачатиметься коротка інформація та перехід до докладніших матеріалів. Окремо планується розмістити студентські проекти, серед яких можуть бути роботи з графічного дизайну, анімації, мультимедіа, тривимірного моделювання та веброзробки. Це дозволить показати практичні результати навчання. Пункт «Кафедра» об'єднуватиме чотири підсторінки: «Про кафедру», «Міжнародна діяльність», «Нормативно-правова база» та «Роботодавці». Сам пункт не матиме власного інформаційного наповнення. Після його розгортання користувач одразу обиратиме потрібну сторінку.

На сторінці «Про кафедру» планується зібрати основні відомості про МСТ, які зараз розподілені між кількома розділами чинного сайту. Історію кафедри передбачається подати послідовно за роками, щоб користувач міг переглядати основні етапи без читання великого суцільного тексту.

У межах цієї ж сторінки буде представлено склад кафедри. Для кожного викладача планується вказати ім'я, фотографію, посаду та наукове звання. Інформацію про стажування викладачів, рейтинги науково-педагогічних працівників, документообіг і ресурсне забезпечення також доцільно залишити на одній сторінці, поділивши її на окремі змістові блоки. Це скоротить кількість малих підсторінок і водночас збереже доступ до потрібних

матеріалів. Сторінка «Міжнародна діяльність» буде містити інформацію про співпрацю із закордонними закладами освіти, міжнародні програми, спільні проєкти та стажування. У «Нормативно-правовій базі» планується зібрати актуальні документи й посилання на офіційні матеріали університету. Підсторінка «Роботодавці» представлятиме партнерів кафедри, напрями співпраці з компаніями та можливості майбутнього працевлаштування випускників. Пункт «Абітурієнту» розгортатиме дві сторінки: «Путівник абітурієнта» та «Міжнародні рейтинги ХНУРЕ». Такий поділ дозволить відокремити практичну інформацію про вступ і навчання від загальних відомостей про позиції університету.

«Путівник абітурієнта» має стати основною сторінкою для майбутнього вступника. На ній планується розмістити інформацію про онлайн-зустрічі з представниками університету, графік роботи приймальної комісії та посилання на офіційні матеріали щодо вступу. Окремий блок буде присвячений професіям, за якими зможе працювати випускник.

Основну частину путівника становитимуть матеріали про спеціальність G20 «Видавництво та поліграфія». Тут користувач зможе ознайомитися з освітньо-професійними програмами, навчальними планами та коротким описом навчання. У нижній частині сторінки буде розміщено блок партнерів кафедри. Він допоможе показати зв'язок освітньої програми з професійною сферою. Сторінка «Міжнародні рейтинги ХНУРЕ» відкриває офіційний сайт університету з необхідною інформацією.

Пункт «Студенту» відкриватиме меню зі сторінками «Допомога студенту» та «Студентське життя». Перша з них виконуватиме функцію інформаційного центру, де будуть зібрані основні навчальні матеріали. На початку сторінки планується розмістити помітну кнопку переходу до розкладу занять, оскільки ця інформація потрібна студентам найчастіше.

У блоці, присвяченому освіті та навчанню, користувач зможе обрати рівень освіти й рік вступу. Після цього відображатимуться відповідні освітньо-професійна програма та навчальний план. Така фільтрація дозволить не

розміщувати всі документи одним довгим списком. Нижче будуть доступні силабуси, матеріали з практики, дипломні роботи, методичні матеріали та інші ресурси, необхідні під час навчання. Окрему частину сторінки буде відведено кураторам академічних груп. Інформація розподілятиметься за навчальними роками, щоб студент міг швидко знайти актуальний перелік.

Сторінка «Студентське життя» має показувати позанавчальну діяльність кафедри. Тут планується розміщувати відомості про конкурси, конференції, творчі проєкти, студентські ініціативи та участь здобувачів освіти в різних заходах. Інформацію буде поділено на окремі тематичні блоки, щоб фотографії та текст не утворювали довгу неструктуровану сторінку. «Аспіранту» буде самостійною сторінкою без додаткового підменю. На ній передбачається розмістити умови вступу до аспірантури, напрями наукової роботи, перелік необхідних документів, строки їх подання та контакти відповідальних осіб. Винесення цієї інформації на перший рівень навігації дозволить не змішувати її з матеріалами для абітурієнтів бакалаврату й магістратури.

Пункт «Наука» не відкриватиме окремої сторінки, а міститиме два підпункти: «Наукова діяльність» та «Академічна доброчесність». На першій сторінці будуть представлені напрями досліджень кафедри, наукові публікації, конференції та здобутки викладачів і студентів. Друга сторінка міститиме правила дотримання академічної доброчесності, матеріали щодо запобігання плагіату й посилання на відповідні документи. Розподіл цих тем між двома сторінками зробить інформацію зрозумілішою та не перевантажить загальний розділ про науку. «Новини» відкриватимуть окрему сторінку з актуальними повідомленнями про діяльність кафедри. Тут планується публікувати інформацію про події, досягнення студентів і викладачів, конкурси, конференції та профорієнтаційні заходи. Щоб не створювати додаткові рівні меню, матеріали можна буде розподіляти за категоріями безпосередньо на сторінці новин. Сторінка «Контакти» також буде доступна з першого рівня навігації. Вона міститиме адресу кафедри, номери телефонів, електронну пошту, графік роботи, посилання на соціальні мережі та карту розташування.

Скорочений блок із цими відомостями планується повторити у футері всіх сторінок. Запропонована карта має два основні рівні та не містить довгих ланцюжків вкладених підменю. Пункти-категорії допомагатимуть розподіляти сторінки за темами, а самостійні розділи відкриватимуться без додаткових переходів. Сформована структура стане основою для подальшого створення прототипів, визначення послідовності інформаційних блоків і розробки навігації майбутнього вебсайту.

5.2 Розробка логотипу кафедри

Одним з етапів ребрендингу вебсайту стала розробка нового логотипу кафедри медіасистем та технологій. Він мав стати основним елементом оновленої візуальної ідентичності та використовуватися не лише на сайті, а й у соціальних мережах, презентаціях, інформаційних матеріалах і документах кафедри. Під час проєктування важливо було створити знак, який залишатиметься зрозумілим у різних розмірах, відповідатиме характеру кафедри та викликатиме потрібні асоціації. До основних властивостей вдалого логотипу належать читабельність, можливість використання на різних носіях і здатність передавати характер організації.

Кафедра медіасистем та технологій охоплює кілька взаємопов'язаних напрямів, видавництво та поліграфію, веброзробку, програмування, створення електронних видань, мультимедійних продуктів і тривимірних моделей. Через це головна складність полягала в пошуку образу, який міг би відобразити різнопланову діяльність кафедри, але не був перевантажений великою кількістю тематичних символів. Одночасне використання зображень книги, програмного коду, вебсторінки, тривимірного об'єкта та мультимедійних елементів зробило б знак складним для сприйняття, особливо під час його зменшення. Основою всіх розроблених концепцій стала аббревіатура «МСТ», скорочене позначення дозволило зберегти прямий зв'язок із назвою кафедри та водночас зробити композицію достатньо компактною для розміщення у

шапці вебсайту. Під час пошуку форми було створено декілька ескізів, після чого найбільш перспективні рішення опрацьовано детальніше. У результаті було підготовлено три варіанти логотипу кафедри, які відрізняються композиційною будовою, рівнем деталізації та способом (рис. 5.2).



Рисунок 5.2 – Розроблені варіанти логотипу кафедри
медіасистем та технологій
Джерело: Власна розробка

Перший варіант побудований на поєднанні абрєвіатури «МСТ», стилізованого зображення відкритої книги та символу відтворення мультимедійного контенту. Літери утворюють єдину графічну форму, нижня частина якої переходить у вигнуті лінії книжкових сторінок. У внутрішньому просторі літери «С» розташовано трикутний символ відтворення. Завдяки такому рішенню всі складові композиції взаємодіють між собою та не виглядають як окремо додані піктограми. Відкрита книга передає зв'язок кафедри з видавничою справою, поліграфією, електронними виданнями та освітнім процесом. Символ відтворення асоціюється з відео, звуком, анімацією, мультимедійними продуктами й цифровим середовищем. Абрєвіатура «МСТ» забезпечує безпосередній зв'язок із назвою кафедри. Таке поєднання дозволяє показати взаємодію традиційної видавничо-поліграфічної сфери із сучасними цифровими технологіями, не намагаючись буквально

зобразити кожен напрям роботи. Другий варіант виконано у вигляді тривимірного куба, на гранях якого розміщені символ мультимедійного відтворення, позначення програмного коду та стилізовані текстові рядки. Праворуч від графічного елемента розташовано аббревіатуру «МСТ» і назву кафедри. Куб створює асоціацію з 3D-моделюванням та показує поєднання кількох напрямів у межах однієї структури. Під час аналізу було виявлено, що цей варіант більше пов'язується з програмуванням, тривимірною графікою та цифровими продуктами. Видавничо-поліграфічна складова кафедри в ньому помітна слабше. Крім цього, об'ємна форма містить багато внутрішніх деталей. У разі зменшення логотипу символи на гранях куба можуть втрачати чіткість, тому його складніше використовувати як фавікон, елемент мобільної шапки або невеликий підпис на документі. Третій варіант має простішу лінійну композицію. Основним графічним елементом стало контурне зображення відкритої книги, у форму якої інтегровано літери аббревіатури. Праворуч розташовано напис «МСТ». Завдяки невеликій кількості деталей такий знак добре сприймається у монохромному виконанні та може відтворюватися в різних розмірах. Водночас третя концепція переважно передає зв'язок з освітою, книгою та видавничою діяльністю. Технологічна й мультимедійна спрямованість кафедри в ній майже не простежується. Без текстового підпису знак можна сприйняти як логотип бібліотеки, видавництва або навчального закладу загального профілю. Через це він недостатньо точно показує особливість кафедри, яка працює не лише з друкованими, а й з електронними та мультимедійними продуктами. Після порівняння розроблених концепцій для подальшого використання було обрано перший варіант. Другий логотип краще передає технологічну складову, однак менш виразно пов'язаний із видавничою справою. Третій, навпаки, добре показує освітню та видавничу тематику, але майже не відображає роботу з цифровими медіа. Перший варіант займає проміжне положення між цими рішеннями та найбільш повно передає поєднання напрямів діяльності кафедри. Важливою перевагою обраного знака стала інтеграція всіх основних елементів у спільну

форму. Зображення книги не розташоване поруч з аббревіатурою як самостійна іконка, а продовжує її нижню частину. Символ відтворення також вписаний у внутрішній простір літери «С» та не перешкоджає прочитанню скороченої назви. У результаті утворюється характерний силует, за яким логотип можна розпізнати навіть без повного текстового підпису. Для основної частини логотипу було використано фіолетову кольорову гаму. Плавний перехід між світлішим і темнішим відтінками додає композиції об'єму та підтримує її сучасний цифровий характер.

Остаточний логотип має бути переведений у векторний формат (рис. 5.3). Векторні об'єкти можна збільшувати або зменшувати без втрати чіткості, тому вони підходять для використання як на невеликих цифрових елементах, так і на великих друкованих носіях [25].



Рисунок 5.3 – Розроблені варіанти логотипу кафедри
медіасистем та технологій
Джерело: Власна розробка

5.3 Розробка модульної сітки

Для впорядкування елементів інтерфейсу та збереження однакової композиції на всіх сторінках було розроблено модульну сітку для настільної й мобільної версій вебсайту. Її налаштування виконувалося у Figma за допомогою функції Layout Grid.

Для настільної версії використано дванадцятиколонкову сітку типу Stretch. Бічні поля становлять 100 px, а відстань між колонками – 40 px. Ця структура дає змогу гнучко розміщувати контент, створювати блоки різної

ширини, поєднувати текст із зображеннями, а також розташовувати картки у два, три або чотири стовпці. Значні проміжки між колонками запобігають візуальному перевантаженню та допомагають чітко відокремлювати інформаційні елементи. Для мобільної версії було обрано шестиколонкову сітку типу Stretch. Розмір зовнішніх полів і міжколонкових проміжків становить 20 px. Така сітка відповідає меншій ширині екрана та дозволяє адаптувати блоки без порушення загальної структури сторінки. Основний контент може займати всі шість колонок, а окремі компактні елементи – дві, три або чотири колонки.

Застосування модульної сітки (рис. 5.4) забезпечило узгоджене розташування заголовків, текстових блоків, карток, кнопок і зображень. Вона також стала основою для розробки адаптивних макетів, оскільки під час переходу від настільної версії до мобільної змінюється кількість колонок і розміри відступів, але зберігається загальна логіка побудови сторінок.

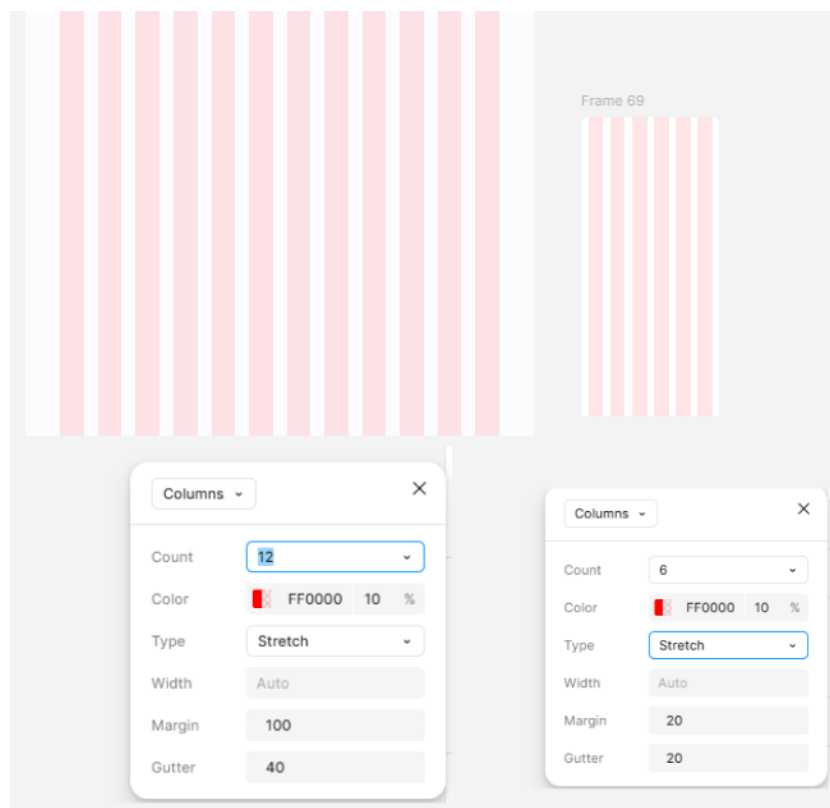


Рисунок 5.4 – Модульні сітки настільної та мобільної версій вебсайту

Джерело: Власна розробка

5.4 Розробка UI Kit

Після створення модульної сітки було розроблено UI Kit для вебсайту кафедри медіасистем та технологій (рис. 5.5).

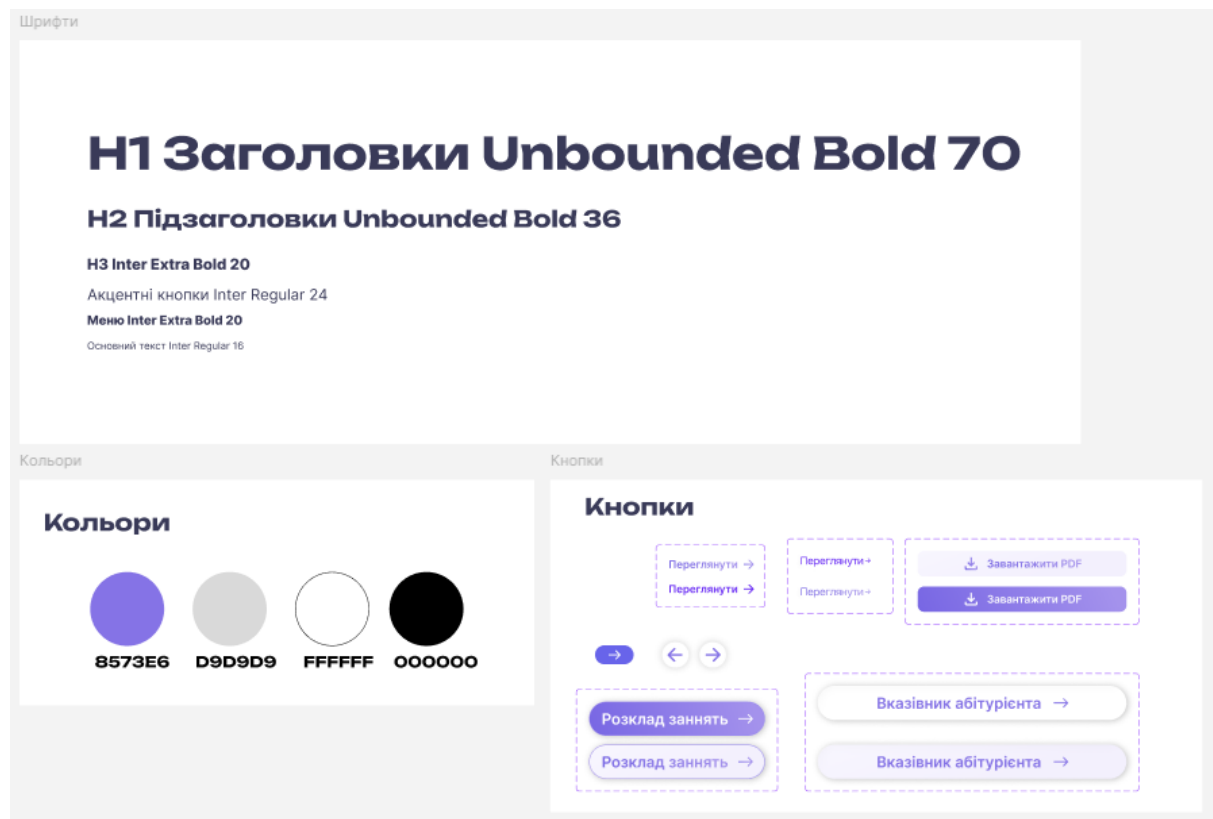


Рисунок 5.5 – Типографіка, кольорова палітра та кнопки вебсайту

Джерело: Власна розробка

Сюди увійшли кольори, текстові стилі, кнопки, картки, іконки, випадаючі списки та елементи навігації. Вони використовуються повторно на різних сторінках, тому інтерфейс виглядає цілісно. Для оформлення вебсайту було обрано шрифти Unbounded та Inter. Шрифт Unbounded використовується для основних заголовків, оскільки має виразну геометричну форму та добре підтримує сучасний технологічний характер дизайну. Заголовок першого рівня виконано накресленням Unbounded Bold розміром 70 px, а заголовок другого рівня – тим самим накресленням розміром 36 px. Для заголовків третього рівня застосовано Inter Extra Bold розміром 20 px. Такий самий розмір використано

для пунктів меню, що допомагає зробити навігацію помітною. Основний текст оформлено шрифтом Inter Regular розміром 16 px, а текст акцентних кнопок – Inter Regular розміром 24 px. Завдяки різниці у розмірах і накресленнях сформовано зрозумілу ієрархію тексту, від великих назв сторінок до основної та допоміжної інформації. Кольорова палітра складається з фіолетового #8573E6, світло-сірого #D9D9D9, білого #FFFFFF та чорного #000000. Фіолетовий став основним акцентним кольором. Він використовується для кнопок, активних пунктів, стрілок, посилань та контурних іконок. Білий застосовано для фону і карток, чорний – для тексту, а сірий – для неактивних елементів і допоміжних позначок. Для інтерфейсу підготовлено кілька типів кнопок. Основна кнопка має фіолетове заповнення та білий текст. Вона використовується для важливих дій, наприклад завантаження PDF-файлу або переходу до потрібного розділу. Другорядні кнопки мають білий фон, фіолетовий контур і текст. Також створено текстові посилання зі стрілкою та компактні круглі кнопки для перемикання карток. Для них передбачено звичайний і активний стан.

Окремо було розроблено картки (рис. 5.6) освітніх програм, викладачів, документів та інформаційних матеріалів. Картки мають світлий фон, заокруглені кути, невелику тінь та однакові внутрішні відступи. У картках освітніх програм розміщено назву, короткий опис, ілюстрацію та кнопку переходу. Картки викладачів містять фотографію, ім'я, прізвище та посаду. Для сторінки історії кафедри створено часову шкалу, де активний рік виділяється фіолетовим кольором, а інформація подається разом із фотографією.

До UI Kit також увійшли випадуючі списки для вибору року, освітнього рівня та інших параметрів. Для документів і ресурсного забезпечення створено розкриті блоки. У звичайному стані користувач бачить лише назву розділу, а після натискання відкривається його вміст. Окремі варіанти меню розроблено для розділів «Кафедра», «Наука», «Студенту» та «Абітурієнту» (рис. 5.7).

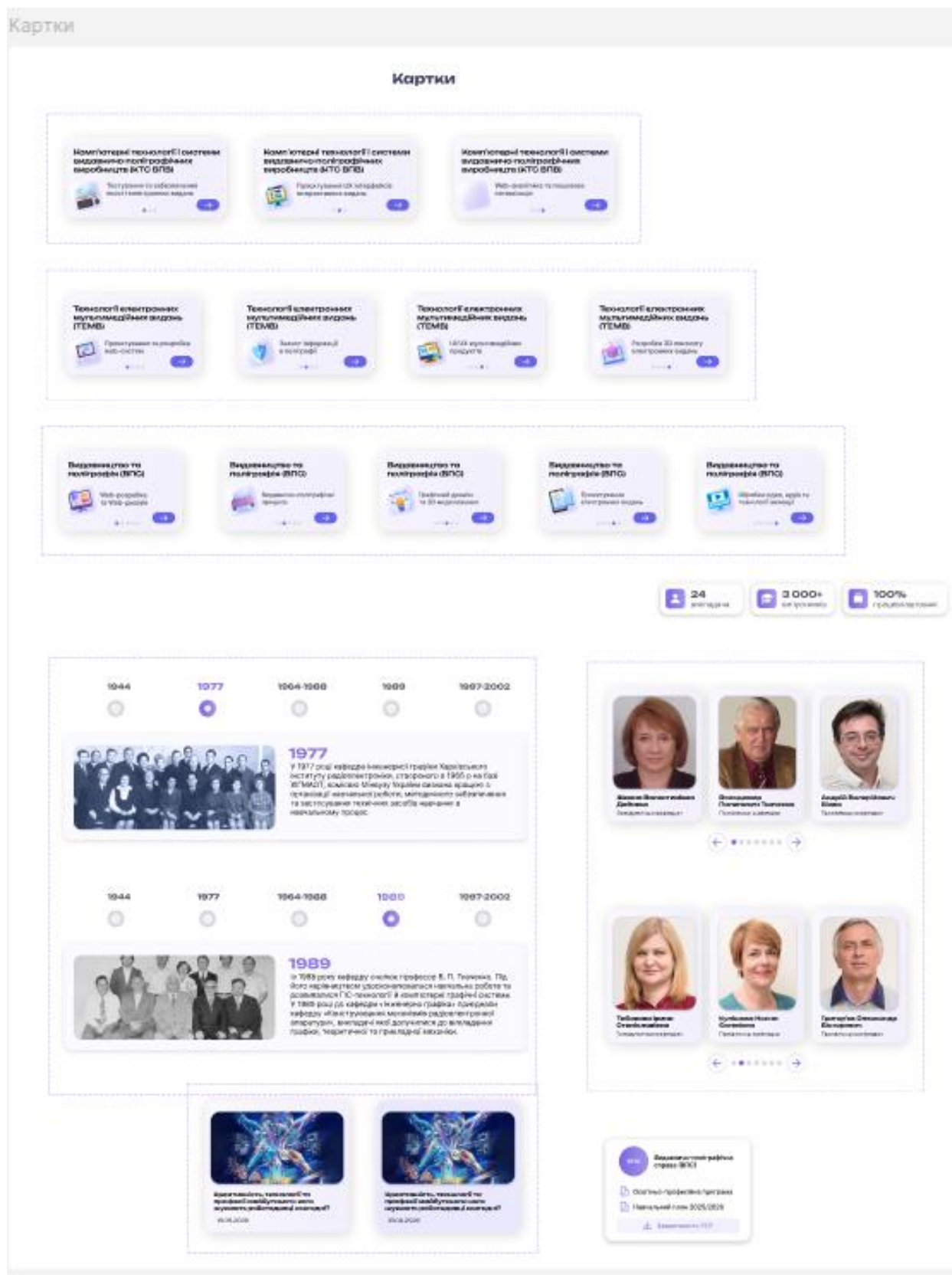


Рисунок 5.6 – Картки та інформаційні елементи UI Kit

Джерело: Власна розробка

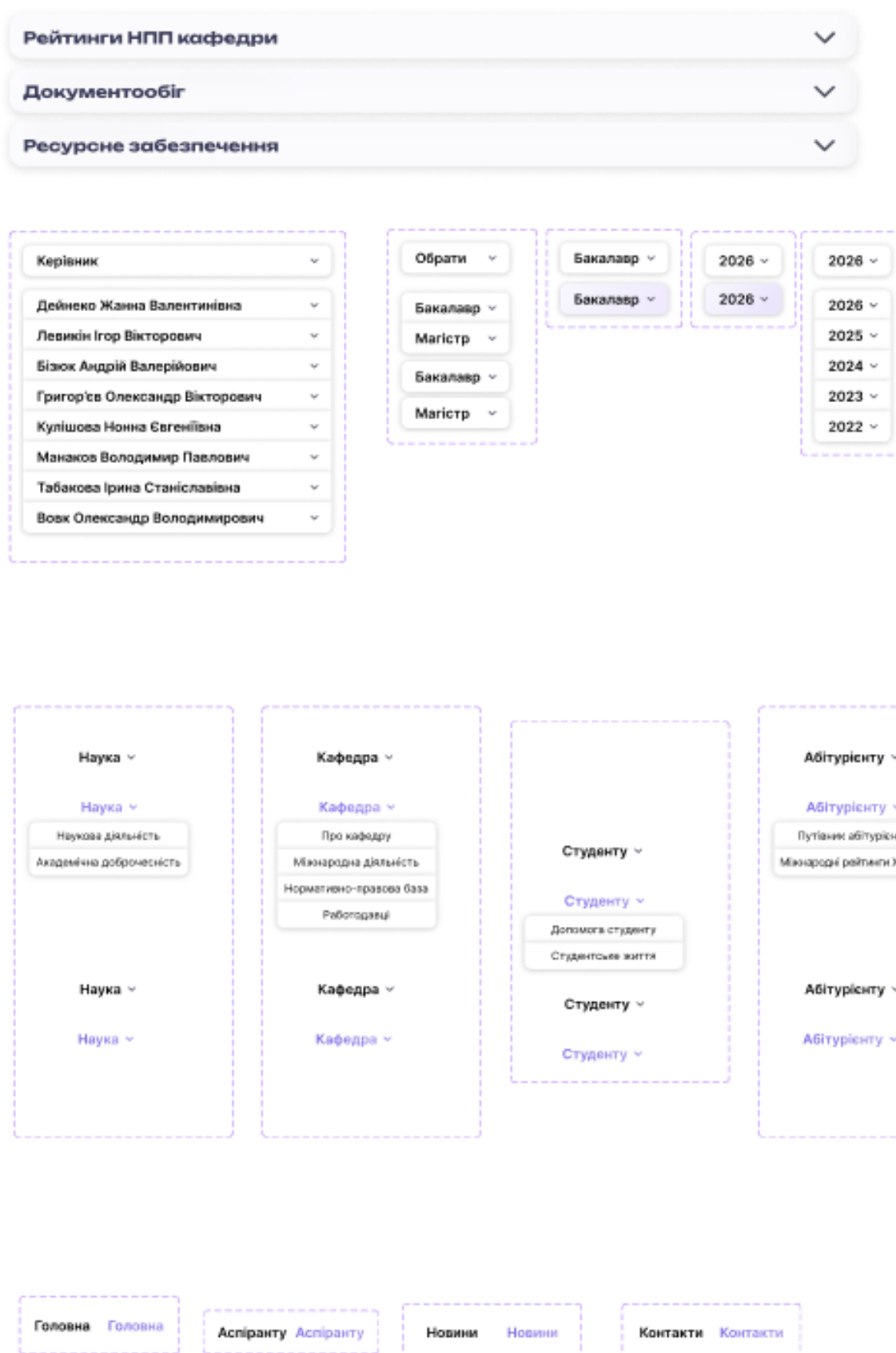


Рисунок 5.7 – Списки, меню та випадаючі елементи

Джерело: Власна розробка

Набір іконок складається з кольорових і контурних варіантів. Кольорові ілюстрації застосовуються у великих інформаційних блоках і картках напрямів навчання. Прості фіолетові піктограми використовуються в кнопках, документах і навігації. Серед них є позначення користувача, навчання, документів, відео, поліграфії, програмування та завантаження (рис. 5.8).

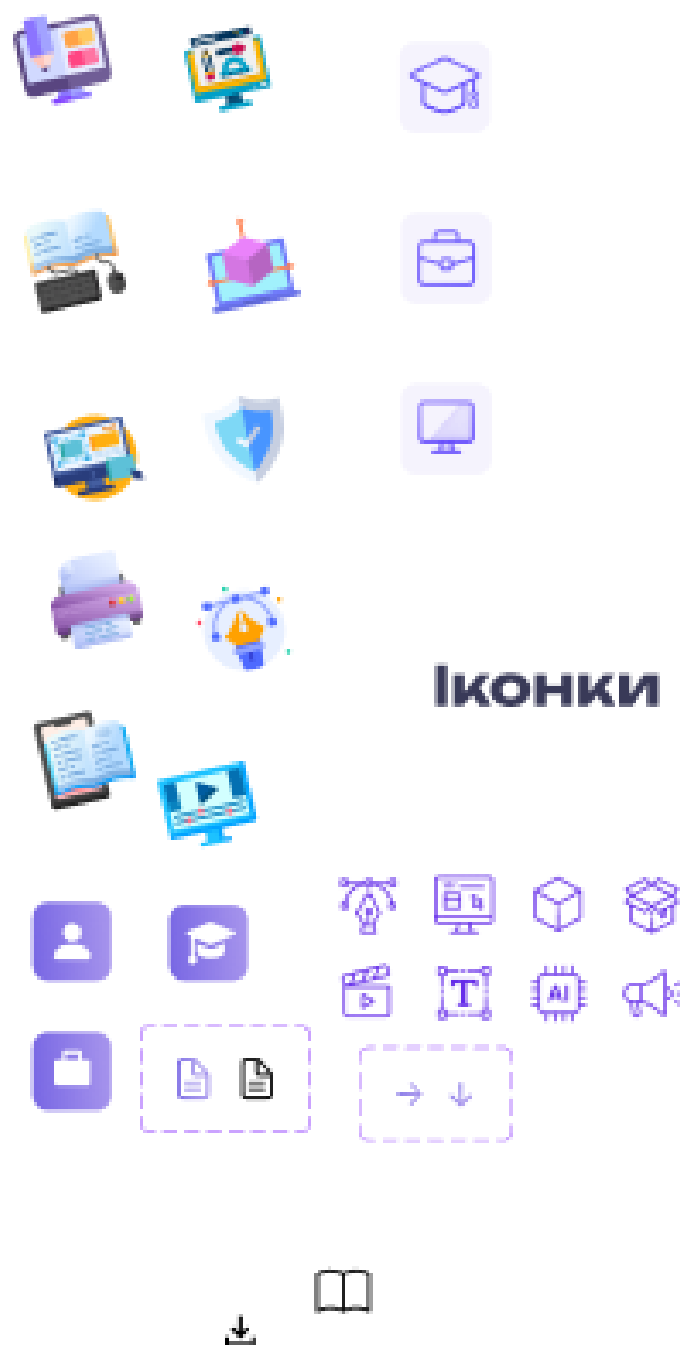


Рисунок 5.8 – Набір іконок вебсайту кафедри
Джерело: Власна розробка

5.5 Розробка дизайн-макетів сторінок

Після підготовки UI Kit було розпочато створення дизайн-макетів у Figma. Спочатку розроблялася головна сторінка, а вже на її основі формувалося оформлення внутрішніх розділів. У макетах використано однакове верхнє меню, модульну сітку, кольорову палітру та готові компоненти, однак наповнення і побудова сторінок змінювалися залежно від їхнього призначення. Головна сторінка має коротко представити кафедру та показати основні напрями навчання. На першому екрані розміщено назву кафедри, пояснювальний текст і кнопку переходу до матеріалів для вступників. Під ними наведено кількісні показники, зокрема чисельність викладачів, кількість випускників і рівень працевлаштування. Далі користувач бачить освітні програми та студентські проєкти. Новинну стрічку сюди не додавали, оскільки вона могла б відволікати від основної інформації.

Більше змістових блоків має сторінка «Про кафедру». Крім загального опису, на ній представлено основні напрями діяльності, історію та склад кафедри. Історичні відомості не подано суцільним текстом. Для них розроблено часову шкалу, де можна послідовно переглядати окремі періоди. Інформацію про викладачів оформлено картками з фотографіями та посадами, а додаткові матеріали розміщено в розкривних списках. Сторінки для абітурієнтів і студентів побудовані по-різному. Майбутньому вступнику спочатку потрібно зрозуміти, чого навчають на кафедрі та ким можна працювати після завершення навчання. Тому тут подано путівник, освітні програми, перелік професій, основні дисципліни, напрями діяльності й партнерів кафедри. На сторінці «Студентам» головними стали практичні матеріали: розклад, навчальні плани, силабуси, практика, дипломні роботи та відомості про кураторів академічних груп. «Аспірантам» має більш стриману структуру, оскільки переважна частина її вмісту є текстовою. На початку розміщено кнопку переходу до умов вступу, далі – освітні програми та навчальні плани. Нижче зібрано робочі програми, матеріали для атестації,

інформацію про наукових керівників і теми дисертацій. Довгі переліки розділено на окремі блоки, щоб їх було легше переглядати. Наукові матеріали розподілено між сторінками «Наука» й «Академічна доброчесність». Перша містить напрями досліджень, студентські наукові роботи та відомості про лабораторії. Для лабораторій використано розкривні блоки, оскільки їхні описи займають більше місця. На сторінці академічної доброчесності переважають пояснювальні тексти та документи, тому її оформлення простіше й не містить великої кількості декоративних елементів.

Окремо створено макети сторінок «Новини», «Студентське життя» і «Партнери» (рис. 5.9). Новини розміщено картками з фотографією, датою та коротким заголовком. Над ними передбачені тематичні фільтри.

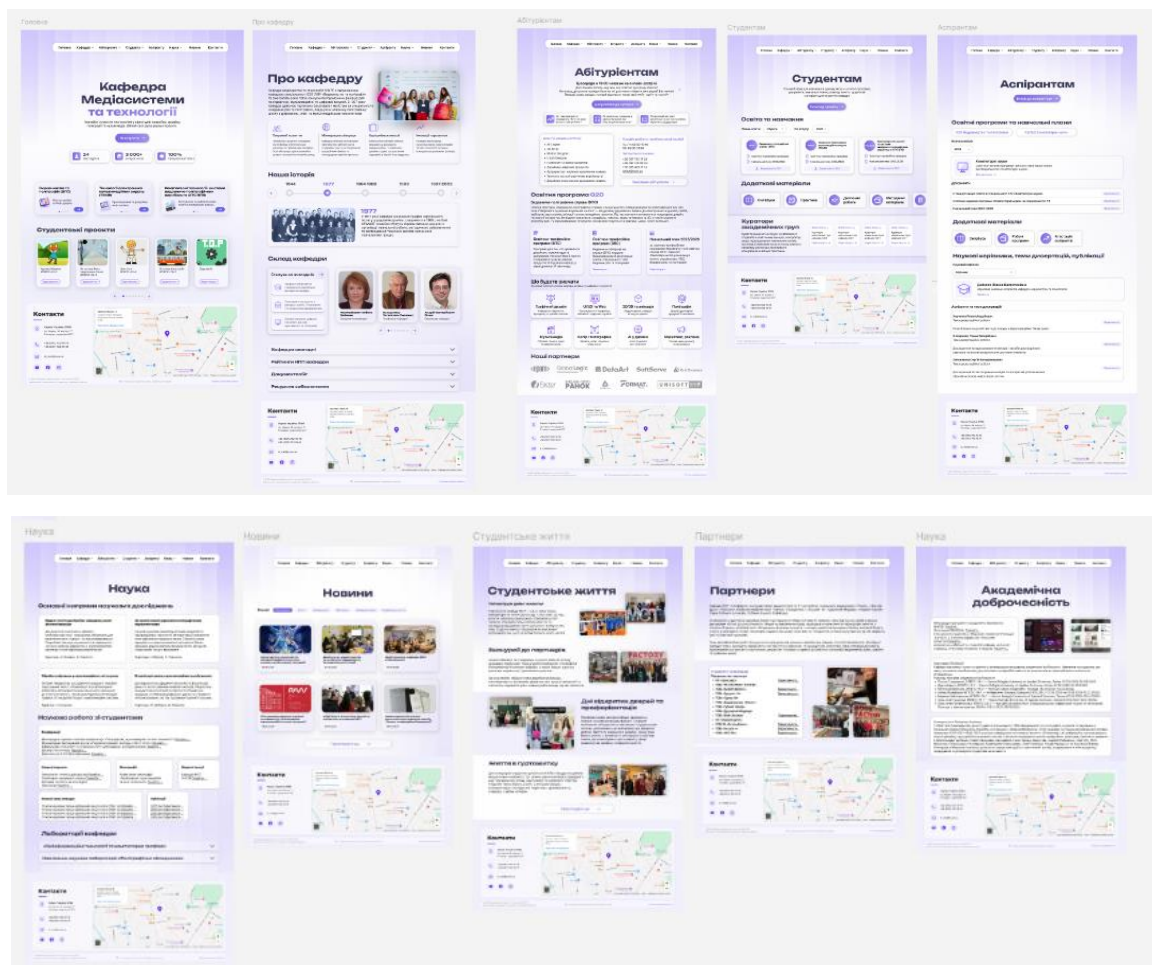


Рисунок 5.9 – Дизайн-макети сторінок

Джерело: Власна розробка

До UI Kit також увійшли випадаючі списки для вибору року, освітнього рівня та інших параметрів. Для документів і ресурсного забезпечення створено розкриті блоки. У звичайному стані користувач бачить лише назву розділу, а після натискання відкривається його вміст. Окремі варіанти меню розроблено для розділів «Кафедра», «Наука», «Студенту» та «Абітурієнту».

5.6 Розробка адаптивної версії

Після створення настільних макетів було розроблено адаптивну версію вебсайту для мобільних пристроїв (рис. 5.10). Під час роботи враховувалася менша ширина екрана, тому частину блоків було перебудовано, а не просто зменшено.

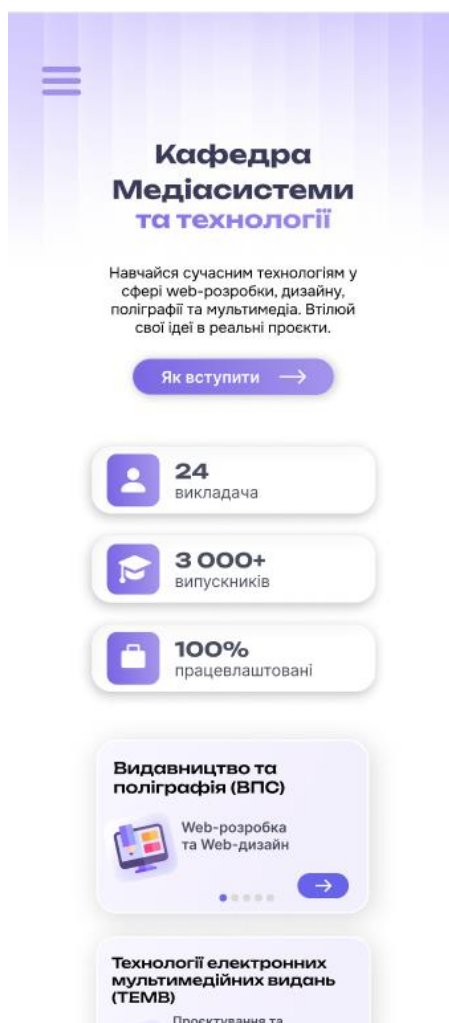


Рисунок 5.10 – Адаптивна сторінка

Джерело: Власна розробка

Для мобільної версії використано шестиколонкову сітку з зовнішніми полями 20 px і такими самими проміжками між колонками. Елементи, які в настільному макеті розміщувалися в декілька стовпців, на смартфоні переходять у вертикальну послідовність. Це стосується карток освітніх програм, студентських робіт, викладачів та інформаційних блоків. Горизонтальне меню було замінено компактною кнопкою відкриття навігації. Також зменшено розміри великих заголовків, змінено відступи між секціями та збільшено зручність натискання кнопок. Основний текст залишено розміром 16 px, щоб він добре читався без додаткового масштабування.

Контактний блок також адаптовано, спочатку подаються адреса, телефони й електронна пошта, а нижче розміщується карта. Кольори, шрифти, іконки та загальний стиль залишилися такими самими, як у настільній версії.

5.7 Розробка інтерактивного прототипу

Після завершення макетів сторінок у Figma було створено інтерактивний прототип вебсайту. Для цього між окремими фреймами налаштовано переходи, а кнопки та пункти меню зроблено активними (рис. 5.11). Головна навігація складається із семи розділів: «Кафедра», «Абітурієнту», «Студенту», «Аспіранту», «Наука», «Новини» та «Контакти». Частина з них містить вкладені пункти. Наприклад, через розділ «Кафедра» можна перейти до сторінок «Про кафедру», «Міжнародна діяльність», «Нормативно-правова база» та «Роботодавці». У меню для абітурієнтів передбачено путівник і міжнародні рейтинги ХНУРЕ, а в розділі «Наука» – наукову діяльність та академічну доброчесність. Під час налаштування прототипу основна увага приділялася не анімації, а логіці переходів. Користувач може відкрити потрібний підрозділ без повернення на головну сторінку. Також працюють кнопки в інформаційних блоках, картках освітніх програм і меню.

Окремі компоненти мають кілька станів. Розкриті списки з документами та додатковими матеріалами можна відкривати й закривати. Для

слайдерів із викладачами, студентськими роботами та освітніми програмами налаштовано кнопки перемикання.

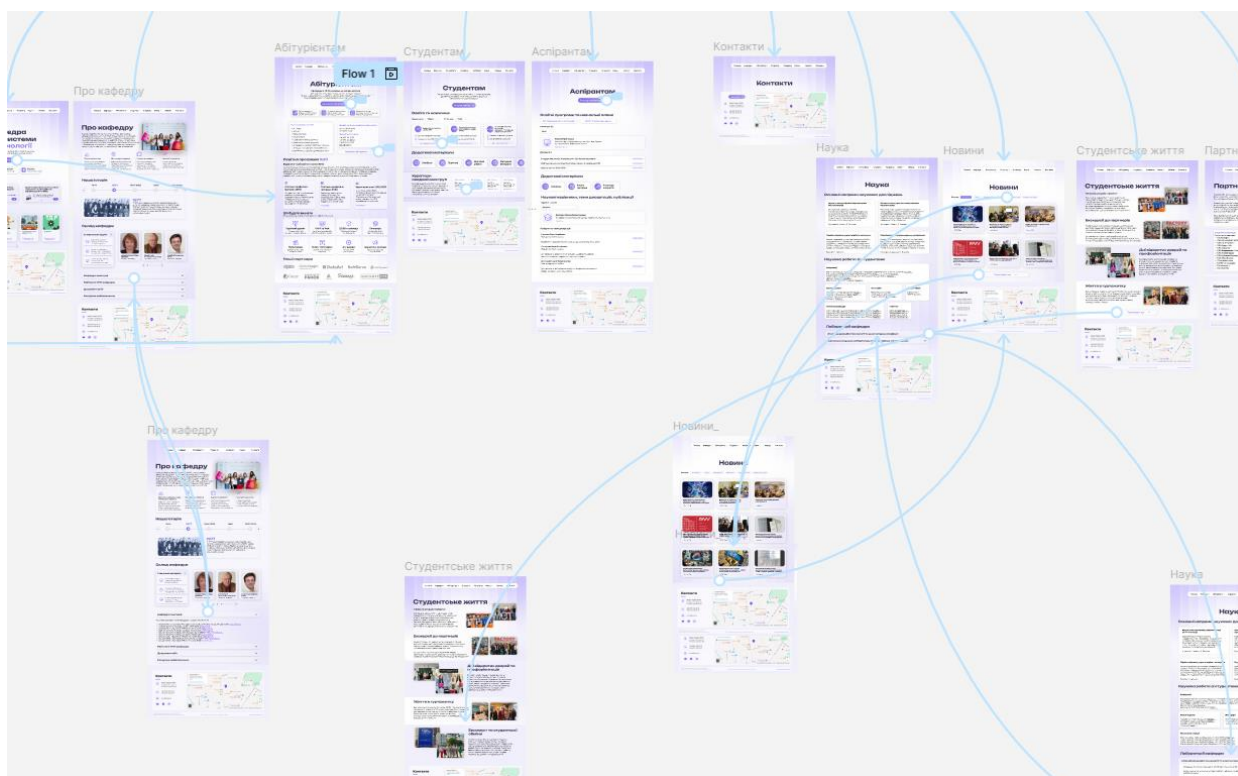


Рисунок 5.11 – Налаштування переходів між сторінками у Figma

Джерело: Власна розробка

Прототип дозволив пройти основні сценарії користування сайтом. Серед них – пошук інформації про вступ, перехід до розкладу, перегляд складу кафедри, наукової діяльності та контактів. Під час перевірки деякі переходи було скориговано, щоб скоротити шлях до потрібного матеріалу. У мобільному варіанті головне меню відкривається окремою кнопкою. Підрозділи розміщуються всередині списку, оскільки показати повну навігацію в один рядок на вузькому екрані неможливо. Інтерактивний прототип став завершальним етапом розробки дизайн-проєкту. Він показує, як сторінки пов'язані між собою та як користувач взаємодітиме з основними елементами майбутнього вебсайту.

6 ТЕСТУВАННЯ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Після завершення роботи над макетами я перейшла до перевірки інтерактивного прототипу у Figma. Потрібно було переконатися, що всі переходи працюють правильно, кнопки ведуть на потрібні сторінки, а випадаючі меню не перекривають інші елементи. Спочатку прототип переглядався в режимі Present. Я послідовно відкривала основні розділи сайту: «Кафедра», «Абітурієнту», «Студенту», «Аспіранту», «Наука», «Новини» та «Контакти». У тих пунктах, де передбачені підрозділи, окремо перевірялася робота випадаючого меню. Наприклад, через розділ «Студенту» користувач має перейти до сторінок «Допомога студенту» та «Студентське життя».

Під час цієї перевірки і була виявлена помилка (рис. 6.1). Після натискання на пункт «Студенту» його назва повторно з'являлася нижче основного меню, безпосередньо над підпунктами. Через це один і той самий напис відображався двічі. Сам список також опускався нижче, ніж планувалося, тому навігація виглядала неакуратно.

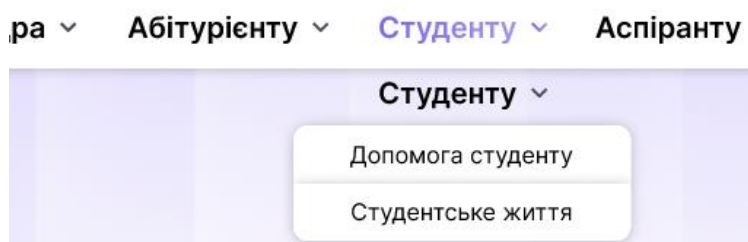


Рисунок 6.1 – Некоректне відображення випадаючого меню розділу «Студенту»

Джерело: Власна розробка, виконано у Figma

Причина виявилася досить простою: під час налаштування навігації я неправильно створила відкритий стан меню. Назву розділу «Студенту» було додано і до основної панелі, і до самого випадаючого блока. У результаті Figma показувала обидва елементи одночасно.

Щоб виправити помилку, зайвий напис було прибрано з компонента відкритого меню. Після цього я змінила положення списку з підпунктами та ще раз перевірила перехід у режимі перегляду. Повтор більше не з'являвся, а список відкривався без зміщення.

Далі перевірялися кнопки всередині сторінок. Частина з них веде до освітніх програм, розкладу, матеріалів для абітурієнтів і наукових розділів. Тут також були знайдені кілька неправильних зв'язків між фреймами. Вони виникли після копіювання компонентів: деякі кнопки залишилися прив'язаними до попередніх сторінок. Ці переходи довелося налаштувати повторно. Окремо переглядалася робота розкривних списків із документами та додатковою інформацією. Перевірялося, чи не накладається текст на сусідні блоки та чи правильно змінюється висота компонента. Надто складні анімації тут не використовувалися, оскільки вони лише уповільнювали відкриття матеріалу. Після виправлень прототип було протестовано ще раз. З головної сторінки вдалося без помилок перейти до розділів для абітурієнтів і студентів, відкрити інформацію про кафедру, знайти наукову діяльність та контакти. Випадаючі меню також почали працювати правильно.

Проведена перевірка допомогла знайти помилки, які не були помітні під час звичайного редагування макетів. Після їх усунення навігація стала зрозумілішою, а переходи між сторінками – послідовними.

7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

7.1 Характеристика програмного продукту

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було проведено ребрендинг сайту кафедри МСТ. Метою розробки є модернізація його дизайну та структури, що забезпечить інтуїтивно зрозумілу взаємодію користувачів з вебресурсом та оптимізує пошук потрібної інформації. Розроблений сайт є інформаційним ресурсом, призначеним для студентів, абітурієнтів, партнерів та викладачів. Економічна частина спрямована на обґрунтування доцільності оновлення вебресурсу через розрахунок собівартості розробки та формування відпускної ціни програмного продукту. Впровадження оновленого сайту є інвестицією у формування іміджу кафедри.

7.2 Етапи реалізації проєкту

Ребрендинг вебсайту кафедри МТС розроблявся у кілька етапів.

Першочерговим етапом було проведення дослідницько-аналітичної роботи, під час якої здійснювався аналіз цільової аудиторії та конкурентів, формувалася загальна концепція та визначалися основні вимоги до майбутнього сайту.

Другим етапом є підготовка контенту, що передбачає аналіз наявних матеріалів та їх впорядкування відповідно до нової структури.

Наступним етапом є розробка логотипа та структури майбутнього сайту. На цьому кроці визначено структуру ресурсу, логіку навігації та розміщення ключових елементів. Розроблено логотип і підібрано колірну гаму для майбутнього ресурсу.

Завершальним етапом є перевірка та доопрацювання прототипу. Проводиться оцінка зручності навігації, узгодженості елементів інтерфейсу,

цілісності візуального оформлення та відповідності прототипу поставленим вимогам. Для цього проводиться тестування за участю користувачів, під час якого вони виконують типові сценарії роботи з сайтом. За результатами тестування виконується коригування, що дозволяє усунути недоліки.

7.3 Обґрунтування економічної доцільності проєкту

Реалізація проєкту є економічно доцільною, оскільки не потребує значних фінансових витрат. Проєкт передбачає оновлення вже функціонуючого сайту, що дозволяє використовувати існуючий домен та хостинг, на відміну від створення вебресурсу з нуля. Суттєвою перевагою є інтерактивний прототип, який дозволяє виявляти можливі недоліки ще до початку програмної реалізації вебсайту. Оновлена структура сайту, зрозуміла навігація та впорядкування інформаційного наповнення дозволять користувачам швидко знаходити інформацію, тим самим зменшивши кількість звернень до працівників кафедри та приймальної комісії, що сприятиме більш ефективному використанню їхнього робочого часу. Сучасний та молодіжний сайт підвищить ефективність профорієнтаційної діяльності кафедри, дозволить ефективніше залучити абітурієнтів, зменшивши витрати на інформаційне просування, та підвищить привабливість кафедри.

7.4 Обґрунтування складу команди

Для створення проєкту було залучено мінімальний склад виконавців. Це дозволяє зменшити витрати на реалізацію, не втрачаючи якості кінцевого результату. До складу команди входять:

- копірайтер, він відповідає за інформаційне наповнення сайту;
- UI/UX дизайнер, який створює інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, підбирає колірну гаму, шрифтові рішення, проводить аналіз аудиторії. У межах проєкту займається оновленням логотипа.

7.5 Оцінка витрат на реалізацію проєкту

У собівартість розробки входять:

- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- єдиний соціальний внесок;
- інші витрати.

Ребрендингом сайту кафедри займаються дві особи. Тривалість розробки становить п'ять робочих днів (один календарний тиждень). Середня заробітна плата UI/UX дизайнера за липень становить 250,00 грн/год, копірайтера – 156,00 грн/год. Тривалість робочого дня становить вісім годин [15, 16]. Розрахунок основної заробітної плати наведено у таблиці 7.1.

Таблиця 7.1– Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		кількість, ос.	посада			
1. Початковий	Аналіз конкурентів та потреб користувачів	1	UI/UX дизайнер	250,00	0,5	1000,00
2. Підготовчий	Збір та впорядкування контенту	1	Копірайтер	156	0,5	624,00
3. Проєктування	Підготовка текстів до розміщення	1	Копірайтер	156	0,5	624,00
	Розробка прототипу та редизайн логотипу	1	UI/UX дизайнер	250,00	2	4000,00
4. Заключний етап	Тестування прототипу	1	UI/UX дизайнер	250,00	1	2000,00
	Усунення недоліків та фінальне доопрацювання	1	UI/UX дизайнер	250,00	0,5	1000,00
Разом					5	9248,00
Додаткова заробітна плата (20 %)						1849,60
Усього						11097,60

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні і компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством, премії пов’язані з виконанням виробничих завдань і функцій [26]. Додаткова заробітна плата становить 20 % від суми основної.

$$9248,00 \times 0,2 = 1849,60 \text{ грн.}$$

Ставка єдиного соціального внеску визначається у розмірі 22 % від основної та додаткової заробітної плати.

$$(9248,00 + 1849,60) \times 0,22 = 2441,50 \text{ грн.}$$

До інших витрат належать витрати, пов’язані з використанням комп’ютерної техніки під час виконання проєкту, а також оплата спожитої електроенергії. Для виконання проєкту використовувалися два персональні комп’ютери, під час розрахунку витрат на електроенергію враховувалися їхня потужність, час роботи та тариф на електроенергію.

Потужність кожного комп’ютера становить 0,35 кВт, а вартість 1 кВт/год – 4,32 грн. Загальні витрати на електроенергію визначаються залежно від тривалості роботи комп’ютерів протягом усього періоду розробки.

Час використання електроенергії в період розробки:

$$5 \times 8 = 40 \text{ год.}$$

Таким чином, витрати на електроенергію становлять:

$$0,35 \times 4,32 \times 40 = 60,48 \text{ грн.}$$

Для виконання проєкту використовувалися два персональні комп'ютери вартістю 30 000,00 грн кожен. Під час розрахунку витрат на їх обслуговування враховано орієнтовний строк експлуатації техніки, який становить 3 роки, протягом року комп'ютери використовуються 254 робочі дні по 8 годин на день. На основі цих даних визначаються витрати на обслуговування техніки за весь період виконання проєкту.

$$\frac{60000,00}{3 \times 8 \times 254} \times 40 = 393,70 \text{ грн.}$$

Проєкт розробляється для однієї компанії, його собівартість визначається як:

$$\frac{11097,60 + 2441,50 + 393,7 + 60,48}{1} = 13993,28 \text{ грн.}$$

Сума прибутку від реалізації проєкту (рентабельність – 30 %):

$$13993,28 \times 0,3 = 4197,98 \text{ грн.}$$

Ціна розробки прототипу без ПДВ становить:

$$13993,28 + 4197,98 = 18191,26 \text{ грн.}$$

Визначимо суму ПДВ (20 % від ціни без ПДВ):

$$18191,26 \times 0,2 = 3638,25 \text{ грн.}$$

Вартість розробки прототипу сайту кафедри з ПДВ становить:

$$18191,26 + 3638,25 = 21829,51$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 7.2.

Таблиця 7.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни вебсайту

№	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	9248,00
2	Додаткова заробітна плата	1849,60
3	Єдиний соціальний внесок	2441,50
4	Витрати на обслуговування техніки	393,70
5	Витрати на електроенергію	60,48
6	Собівартість розробки сайту	13993,28
7	Прибуток	4197,98
8	Ціна без ПДВ	18191,26
9	Податок на додану вартість (ПДВ)	3638,25
10	Ціна з урахуванням ПДВ	21829,51

За результатами проведених розрахунків повна вартість розробки прототипу сайту кафедри МСТ з урахуванням ПДВ становить 21 829,51 грн. Реалізація проєкту розрахована на 5 робочих днів. До складу команди входять UI/UX-дизайнер і копірайтер, очікуваний прибуток від реалізації проєкту становить 4 197,98 грн, що підтверджує його економічну доцільність. Оновлення сайту сприятиме покращенню взаємодії користувачів із вебресурсом, підвищенню ефективності профорієнтаційної діяльності та формуванню сучасного іміджу кафедри.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розроблено дизайн-проект ребрендингу вебсайту кафедри медіасистем та технологій ХНУРЕ. Робота охопила оновлення структури, навігації, візуального стилю та способу подання інформації. Основною метою було зробити сайт зрозумілішим для абітурієнтів, студентів, аспірантів та інших користувачів кафедри. Поставленої мети було досягнуто. На початку було проаналізовано чинний вебсайт кафедри. Серед основних проблем виявлено велику кількість вкладених пунктів меню, перевантажені текстом сторінки, неоднакове оформлення блоків і складний пошук окремих матеріалів. Водночас сайт містить достатньо корисної інформації, тому головним завданням стало її впорядкування.

Додатково проведено опитування 27 користувачів. Більшість респондентів становили студенти та абітурієнти. Результати підтвердили, що найбільше труднощів викликають довгі тексти, велика кількість підрозділів і не завжди зрозуміле розташування матеріалів. Найчастіше користувачі шукали освітні програми, інформацію про вступ, навчальні плани та контакти.

Для виконання дизайн-проекту було обрано Figma, а для створення логотипа й графічних елементів – Adobe Illustrator. У практичній частині сформовано нову карту сайту, розроблено логотип, візуальну концепцію, модульну сітку та UI Kit. До набору компонентів увійшли текстові стилі, кнопки, картки, меню, списки й іконки.

Головна навігація містить розділи «Кафедра», «Абітурієнту», «Студенту», «Аспіранту», «Наука», «Новини» та «Контакти». Пов'язані матеріали було об'єднано, а кількість вкладених переходів зменшено. Це дозволило зробити структуру компактнішою.

Було підготовлено дизайн-макети головної сторінки, сторінок для абітурієнтів, студентів і аспірантів, а також розділів «Про кафедру», «Наука»,

«Новини», «Студентське життя», «Партнери» та «Академічна доброчесність». Для основних сторінок також створено адаптивну версію.

На завершальному етапі розроблено інтерактивний прототип і проведено його перевірку. Під час тестування виявлено помилку у випадяючому меню розділу «Студенту»: назва пункту дублювалася над підрозділами. Причиною стало неправильне налаштування відкритого стану навігації у Figma. Після виправлення компонент почав відображатися коректно.

У результаті отримано цілісний дизайн-проект оновленого вебсайту кафедри медіасистем та технологій. Він включає нову структуру, логотип, візуальну концепцію, UI Kit, настільні й мобільні макети та інтерактивний прототип. Розроблене рішення може бути використане як основа для подальшої програмної реалізації сайту.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Кафедра медіасистем та технологій. (б. д.). <https://mst.nure.ua/>.
2. WEZOM. (2025). UX-аудит сайту: що це і як покращує користувацький досвід. <https://wezom.com.ua/ua/blog/ux-audit-saytu>.
3. Chornyuy, A. (2025). Як провести UX-аудит сайту? Plerdy. <https://www.plerdy.com/ua/blog/conduct-a-ux-audit-of-a-website/>.
4. Dizz Agency. (б. д.). 10 поширених помилок UX та як їх виправити. <https://dizz.in.ua/uk/10-poshirenih-pomilok-ux-ta-yak-ih-vipraviti/>.
5. SMELO. (2025). UX, який продає: 7 помилок, через які клієнт закриває ваш сайт. ІТ рейтинг UA. <https://it-rating.ua/ux-yakiy-prodae-7-pomilok-cherez-yaki-klient-zakrivaе-vash-sayt>.
6. Бізюк, А.В. (2017). Основи розробки UI/UX: комплекс навчально-методичного забезпечення з дисципліни для студентів спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія». Харків: ХНУРЕ.
7. Бакаленко, О.А. (2024). Психологія дизайну: комплекс навчально-методичного забезпечення навчальної дисципліни підготовки бакалавра. Харків: ХНУРЕ.
8. Бокареєва, Ю.С. (2024). Основи графічного дизайну: комплекс навчально-методичного забезпечення навчальної дисципліни. Харків: ХНУРЕ.
9. Верховна Рада України. (б. д.). Про освіту: Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
10. Верховна Рада України. (б. д.). Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
11. Телєтов, О.С. (2010). Ребрендинг на промисловому підприємстві. Маркетинг та логістика в системі менеджменту. (с. 504).
12. Чеботарьова, І.Б., & Терехова, Д.О. (2014). Ребрендинг як засіб підвищення конкурентоспроможності фірми на прикладі ТМ «Assistant». Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. № 4-5. (с. 21-25).

13. NZ Digital government. (б. д.). Information architecture (IA). <https://www.digital.govt.nz/standards-and-guidance/design-and-ux/content-design-guidance/research-plan-maintain/information-architecture-ia>.
14. Frost, B. (б. д.). Atomic Design Methodology. Atomic Design. <https://atomicdesign.bradfrost.com/chapter-2/>.
15. Atlassian Design System. (б. д.). Components. <https://atlassian.design/components>.
16. Кафедра штучного інтелекту ХНУРЕ. (б. д.). <https://ai.nure.ua/>.
17. Кафедра економіки підприємства та організації бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця. (б. д.). <https://www.kafepm.hneu.edu.ua/>.
18. Навчально-науковий інститут комп'ютерних наук та штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. (б. д.). <https://karazin.ua/fakulteti-ta-instituti/komp-iuternikh-nauk/>.
19. Figma. (б. д.). What are the system requirements for Figma? <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/360039827194-What-are-the-system-requirements-for-Figma>.
20. Penpot. (б. д.). Pricing. <https://penpot.app/pricing>.
21. Sketch. (2026). What is Sketch? <https://www.sketch.com/docs/getting-started/what-is-sketch/>.
22. Adobe. (б. д.). Adobe Illustrator: Vector Graphics Software. <https://www.adobe.com/products/illustrator.html>.
23. Corel Corporation. (б. д.). CorelDRAW Graphics Suite: Professional Graphic Design Software. <https://www.coreldraw.com/en/product/coreldraw/>.
24. Inkscape Project. (б. д.). Inkscape: Free and Open Source Vector Drawing. <https://github.com/inkscape/inkscape>.
25. Adobe. (б. д.). What makes a great logo? <https://helpx.adobe.com/illustrator/how-to/great-logo-design.html>.
26. Jooble. (б. д.). Ui/ux designer: середня зарплата в Україні. <https://ua.jooble.org/salary/ui%2Fux-designer>.

27. Дейнеко, Ж.В., Бізюк, А.В., Вовк, О.В., Кулішова, Н.Є., & Челомбійко, В.Ф. (2025). Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності G20 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа». Харків: ХНУРЕ.

28. Полозова, Т.В. (2022). Методичні вказівки до виконання економічної частини кваліфікаційної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 Видавництво та поліграфія усіх форм навчання. Харків: ХНУРЕ.