

Харківський національний університет радіоелектроніки

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

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)

«22» травня 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові _____ *Мищеріковій Аліні Олегівни* _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка дизайну сайту «Путівник по незвичним місцям Франції»

Затверджена наказом по університету від _____ 22 травня 2023 р. № 506 Ст.

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії 8 червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи

Тип продукції: сайт-візитка "Путівник по незвичним місцям Франції". Варіант поширення: Інтернет. Група сайтів: комерційний сайт. Текстовий матеріал: опис турів та інформація про Країну. Графічний матеріал: фотографії у форматах .png, .svg.


4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; 1 Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; 2 Аналітичний огляд літератури за темою роботи; 3 Вибір інструментальних засобів розробки дизайну сайту; 4 Розробка інформаційної структури сайту; 5 Розробка графічного дизайну; 6 Наповнення сайту контентом; 7 Розробка прототипів; 8 Тестування прототипу сайту; 9 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 та мета роботи; Задачі роботи; Цільова аудиторія; Аналіз конкурентів; Визначення інструментальних засобів; Інформаційна структура сайту; Розробка графічного дизайну; Створення персон та їх user-flow; Модульна сітка; Розробка прототипів; Тестування; Економічна частина; Висновки; Публікації.

6. Консультанти розділів роботи


Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ст. викл. Чеботарьова І.Б.		01.06.2023
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		23.05.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналітичний огляд літератури за темою	01.03.2023	виконано
2	Аналіз технічного завдання	10.03.2023	виконано
3	Вибір інструментальних засобів розробки web-ресурсу	15.03.2023	виконано
4	Проектування web-ресурсу	15.04.2023	виконано
5	Розробка графічного дизайну web-ресурсу	25.04.2023	виконано
6	Тестування	01.05.2023	виконано
7	Економічна частина	15.05.2023	виконано
8	Оформлення пояснювальної записки	25.05.2023	виконано
9	Оформлення графічної частини	31.05.2023	виконано

Дата видачі завдання 22 травня 2023 р.


Студент



(підпис)

Міщерікова А.О.

Керівник роботи



(підпис)

ст. викл. Чеботарьова І.Б.
(посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 61 с., 5 табл., 43 рис.,
3 дод., 15 джерел.

WEB-САЙТ, WEB-ДИЗАЙН, РОЗРОБКА, FIGMA, UI, UX, НАВІГАЦІЯ,
WIREFRAMES, RESPONSIBLE DESIGN.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка дизайну сайту-візитки для туристичного агентства «Uncovered France».

Об'єкт дослідження – особливості проектування адаптивних сайтів за допомогою прототипів.

У роботі було зроблено аналітичний огляд особливостей різних видів сайтів і тенденцій web-дизайну, проведено дослідження цільової аудиторії та обрано інструментальні засоби розробки дизайну сайту-візитки для туристичного агентства. Розроблена інформаційна структура сайту, проведена розробка графічного дизайну та наповнення сайту контентом, а також розроблено прототип, який пройшов тестування. На заключному етапі були проведені економічні розрахунки проєкту.

Результатом роботи став інтерактивний прототип сайту-візитки з мінімалістичним дизайном, який відповідає побажанням агенції та цільовій аудиторії, яка буде використовувати цей сайт.

ABSTRACT

The explanatory note contains: 61 p., 5 tabl., 43 pic., 3 app., 15 sources.

WEB-SITE, WEB-DESIGN, DEVELOPMENT, FIGMA, UI, UX, NAVIGATION, WIREFRAMES, RESPONSIBLE DESIGN.

The purpose of the qualification work is to develop the design of the business card site for the travel agency "Uncovered France."

Object of research - features of designing adaptive sites using prototypes.

In the work, an analytical review of the features of various types of sites and web-design trends was made, a study of the target audience was conducted and tools for developing the design of a business card site for a travel agency were chosen. The information structure of the site was developed, the graphic design and content content of the site was developed, and a prototype was developed that was tested. At the final stage, economic calculations of the project were carried out.

The result of the work was an interactive prototype of a business card site with a minimalist design that meets the wishes of the agency and the target audience that will use this site.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ	9
1.1 Мета та задачі проєкту	9
1.2 Цільова аудиторія	10
1.3 Загальні вимоги до сайту	10
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ	11
2.1 Основні види сайтів	11
2.2 Переваги та недоліки сайту-візитки	11
2.3 Підхід та процес для створення сайту.....	12
2.4 Аналіз аналогів	13
3 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ САЙТУ	20
3.1 Вибір інструментальних засобів для розробки дизайну веб-сайту	20
3.1.1 Figma	20
3.1.2 Adobe Photoshop CC.....	21
3.1.3 Adobe Illustrator.....	22
3.2 Вибір засобу протипування.....	23
4 РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ САЙТУ	25
4.1 Виявлення переваг цільової аудиторії	25
4.2 Проєктування інформаційної структури та навігації	28
4.3 Розробка модульної сітки	29
4.4 Створення персон та їх user-flow	31
5 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	35
5.1 UI kit	36
5.2 Специфікація на об'єкти графічного дизайну.....	39
6 НАПОВНЕННЯ САЙТУ КОНТЕНТОМ	40
7 РОЗРОБКА ПРОТОТИПІВ.....	47

8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ WEB-ВИДАННЯ	49
9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	53
9.1 Характеристика продукції.....	53
9.2 Розрахунки витрат	54
ВИСНОВКИ	59
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ.....	60
ДОДАТОК А Анкетування цільової аудиторії	62
ДОДАТОК Б Дизайн макету сайту-візитки для «UNCOVERED France» десктопна версія	64
ДОДАТОК В Дизайн макету сайту-візитки для «UNCOVERED France» мобільна версія	66
ДОДАТОК Г Дизайн макету сайту-візитки для «UNCOVERED France» планшетна версія.....	67

ВСТУП

У сучасному світі, коли кожен користується Інтернетом, необхідність у створенні веб-сайтів зростає з кожним днем. Однак, не достатньо просто створити сайт, важливо його правильно розробити, звернувши увагу на кожен детальний аспект, включаючи дизайн. Дизайн сайту є не лише його зовнішнім оформленням, але і функціональністю, зручністю у використанні та юзабіліті. Якість дизайну може суттєво впливати на ефективність сайту та на враження користувача.

За останні роки зросла популярність незвичайного туризму, що створює попит на нові, цікаві пропозиції. Агентства туризму намагаються привернути клієнтів, пропонуючи оригінальні туристичні маршрути. Франція є однією з найбільш популярних країн для туристів, які шукають незвичайні туристичні пропозиції. Проте, більшість туристичних агентств мають досить застарілий та незручний дизайн сайтів. Тому, метою кваліфікаційної роботи бакалавра є розробка веб-сайту для туристичної компанії «Uncovered France», яка спеціалізується на наданні незвичайних турів по Франції. Метою цього сайту є привернення нових клієнтів до компанії та створення максимально комфортних умов для них, що забезпечить їх задоволеність та лояльність.

Для досягнення мети, у процесі розробки веб-сайту «Uncovered France», будуть використані сучасні технології та інструменти, що дозволяють створити високоякісний дизайн та функціональність сайту. Отриманий результат роботи допоможе туристичній фірмі «Uncovered France» привернути нових клієнтів, забезпечить легкий та зручний процес бронювання турів та надасть користувачам доступ до важливої та цікавої інформації про Францію та її культуру. Результатом роботи буде високоякісний веб-сайт, який дозволить «Uncovered France» відрізнитися від конкурентів та підвищити свої продажі.

Під час розробки дизайну веб-сайту заплановано використання програмного забезпечення, зокрема Figma для створення макету та прототипування сайту, а також Adobe Photoshop 2021 для обробки зображень.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

1.1 Мета та задачі проєкту

Метою роботи є створення сайту-візитки для туристичної фірми, яка не має власного сайту, але хоче створити ресурс для онлайн продажів на свої тури, привернути нових клієнтів та розширити аудиторію. Головним завданням буде створення сайту, який відображатиме унікальність фірми та допоможе привернути увагу нових клієнтів.

Для досягнення цієї мети необхідно визначити стиль сайту, який відображатиме головні концепції та переваги компанії. Окрім того, необхідно врахувати особливості та побажання цільової аудиторії, щоб забезпечити максимальну ефективність сайту.

Ще важливо зазначити, що створення зручної та інтуїтивно зрозумілої структури сайту є необхідністю. Для цього було визначено ключові розділи та їх частини, які дозволять клієнтам легко користуватися веб-сайтом. Правильна структура сайту покращує процес взаємодії з користувачами завдяки добрій організації інформації та контенту [1].

Відповідно до поставленої мети, необхідно вирішити наступні задачі:

- встановити мету та завдання, які повинен виконувати сайт;
- проаналізувати цільову аудиторію та визначити технічні вимоги;
- обґрунтувати вибір програмного забезпечення для проєктування сайту-візитки;
- спроектувати інформаційну структуру сайту;
- розробити навігацію для сайту-візитки;
- створити графічний дизайн;
- заповнити сайт контентом;
- розробити прототипи для сайту;
- провести тестування.

1.2 Цільова аудиторія

Цільовою аудиторією для сайту є люди віком від 25 до 50 років, зі середнім і вищим рівнем доходу та зацікавлені в незвичайних туристичних подорожах. Вони можуть бути парою, групою друзів або подорожувати самостійно, які шукають нові емоції та враження. Вони володіють комп'ютером, планшетом або смартфоном та мають доступ до Інтернету. Цільова аудиторія шукає незвичайні місця, культурні та історичні пам'ятки та відмінну гастрономію. Вони також мають високі вимоги до якості обслуговування та бажають, щоб усі їхні запити та побажання були виконані швидко та ефективно. Особливу увагу приділяється забезпеченню безпеки та комфорту під час подорожі. Для створення сайту було обрано стиль мінімалізм та досить лаконічну та спокійну кольорову гаму. Також сайт повинен бути доступним для користувачів з будь-якого пристрою, будь то комп'ютер, планшет або смартфон. Для цього веб-сайт повинен бути розроблений з урахуванням принципів адаптивного дизайну, щоб забезпечити користувачам максимальну зручність використання.

1.3 Загальні вимоги до сайту

Навігація сайту повинна бути інтуїтивно зрозумілою, щоб користувачі могли легко знаходити потрібну інформацію та виконувати потрібні дії. Для цього важливо ретельно продумати структуру веб-сайту та використовувати логічні та зрозумілі посилання на навігаційних посиланнях та кнопках.

Результатом роботи стає повністю розроблений сайт-візитка у стилі мінімалізм, який виглядає сучасно та є зручним у використанні, акценти розставлені таким чином, щоб привернути увагу користувачів та збільшити кількість продажів. Першою буде розроблюватися версія дизайну для комп'ютерів, а потім адаптуватися для планшетів та телефонів. Необхідно розробити три мовних версії сайту – українську, англійську та французьку. Тому після підбору інформації сайт необхідно перекласти ще на дві мови – англійську та французьку.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

2.1 Основні види сайтів

Сучасні веб-сайти можна розділити на кілька типів, зокрема візитну картку, landing page, персональний, корпоративний та інтернет-магазин. Вибір типу сайту залежить від мети, яку ви ставите перед собою. Наприклад, сайт-візитка підходить для підприємців, і містить лише найнеобхіднішу інформацію про компанію та послуги. У свою чергу, landing page - це одна веб-сторінка, яка має за мету спонукати користувачів до певної дії, наприклад, купівлі продукту чи замовлення послуги. Корпоративний сайт призначений для серйозних бізнес-структур та містить більш розгорнуті відомості про продукцію та послуги. Інтернет-магазин - це розширений варіант інтернет-каталогу з можливістю замовлення товару та оплатою через віртуальну корзину. Вибір підходящого типу сайту допоможе досягти бажаного результату [2].

Сайт-візитка представляє собою простий невеликий веб-ресурс, що складається з однієї або декількох сторінок, на яких вказана головна інформація про компанію, продукт, послугу або особистості. Це зручний і сучасний спосіб розповісти про себе. Компанії або особистості більше не доведеться розповідати про себе кожній зацікавленій людині [3].

2.2 Переваги та недоліки сайту-візитки

Створення веб-ресурсу - це завдання, яке потребує витрат часу, терпіння та фінансових ресурсів. Однак, є ефективний спосіб презентувати вашу компанію або продукт у мережі Інтернет, використовуючи сайт-візитку. Але спочатку варто розглянути переваги та недоліки цього формату.

З одного боку, це лаконічний та компактний спосіб представити вашу компанію чи продукт в Інтернеті. Цей формат можна легко масштабувати до

повноцінного корпоративного сайту, якщо така необхідність виникне. Крім того, він допомагає залучати клієнтів в Інтернеті, що може бути дуже важливо для бізнесу. Цей формат також має оптимальну вартість створення та швидкі терміни розробки, а також простий у обслуговуванні.

З іншого боку, візитка сайту має свої недоліки. Функціонал сайту є досить простим порівняно з багатосторінковими сайтами, що може не задовольнити деяких користувачів. Крім того, не всі компанії з корпоративним статусом зможуть використовувати візитку сайту як ефективний інструмент презентації.

Отже, якщо ваша мета - лаконічно представити вашу компанію або продукт в Інтернеті, то сайт-візитка є достатньо хорошим варіантом.

2.3 Підхід та процес для створення сайту

Для створення веб-сайту потрібно проробити багато етапів. Спочатку необхідно визначити мету, тобто чітко сформулювати, які цілі повинен виконувати веб-сайт. Далі, визначивши цілі, необхідно визначити сферу застосування, тобто які веб-сторінки та функції потрібні сайту для досягнення поставленої мети. Після цього, важливим етапом є пошук та аналіз конкурентів, щоб знайти місця, які погано працюють або є незручними, і не повторити ці помилки в нашому дизайні.

Наступним кроком є створення мапи сайту та прототипу. Це допоможе визначити, як контент і функції будуть взаємопов'язані між собою, і значно заощадить час. Після цього, можна приступити до створення контенту для окремих сторінок. Далі, коли архітектура сайту та певний контент вже на місці, можна приступити до розробки візуального бренду, використовуючи такі інструменти, як стильові плиточки, мудборди та колажі елементів.

Після створення мудборду, прототипу та контенту, можна перейти до створення власне дизайну. Важливим етапом є тестування, щоб переконатися, що всі сторінки відображаються належним чином для відвідувачів сайту. Нарешті, коли все готово, можна спланувати та здійснити запуск сайту.

2.4 Аналіз аналогів

Під час аналізу конкурентів можна заощадити велику кількість часу для подальшої розробки. Бо таким чином можна дізнатися про слабкі сторони конкурентів та зробити їх своїми сильними [17]. Аналіз буде проводитися за певними критеріями, такими як:

- дизайн та структура сайту;
- цільова аудиторія;
- ціни на послуги;
- відгуки клієнтів.

Для досягнення мети необхідно провести аналіз існуючих веб-сайтів, виявити їхні переваги та недоліки та на основі цього створити власний сайт, який буде враховувати усі проблеми конкурентів.

Було виділено 3 сайти конкуренти, а саме «Guide Provence», «Visit-France», «Avialiga». Та розроблено аналітичну таблицю конкурентів (табл. 2.1). Робота з порівняльною таблицею конкурентів є важливим етапом в процесі розробки дизайну. Така таблиця дозволяє провести аналіз конкурентів та визначити переваги та недоліки їхніх дизайнів. Цей аналіз допомагає зрозуміти, які рішення прийняти щодо дизайну власного сайту. Зокрема, вона може допомогти визначити:

- які елементи дизайну є стандартними для даної галузі;
- які елементи дизайну можна покращити;
- які елементи дизайну можуть відрізнити вас від конкурентів та привернути увагу цільової аудиторії.

«Guide Provence» (рис. 2.1) – це сайт-путівник по Провансу, який пропонує користувачу екскурсії на півдні Франції [3]. Цільовою аудиторією є чоловіки та жінки середнього та похилого віку, які мешкають по всьому світу та мають можливість або мрію відвідати північну Францію. Вони є досить забезпеченими, середнього соціального статусу, мають вищу або професійну освіту, люблять подорожувати, вивчати щось нове, знайомитися з новими людьми.

Таблиця 2.1 – Аналітична таблиця конкурентів

Назва	Guideprovence	Visit-france	Avialiga
Плюси	Велика кількість мов на вибір Є поради туристам Є відгуки Наявність ліцензій	Велика кількість мов на вибір Наявність ліцензій	Сучасний дизайн Написано, що включено у вартість туру Є програма туру
Мінуси	Неоптимізована мапа сайту Неструктуроване меню Відсутність відгуків до конкретних турів Забагато інформації у футері Не повністю перекладений сайт	Неоптимізована мапа сайту Неструктуроване меню Забагато інформації у футері Не повністю перекладений сайт	Погана типографіка Забагато тексту Сайт одразу на двох мовах



Рисунок 2.1 – Головна сторінка сайту «Guide Provence»

Ціни на послуги є досить помірними, приблизно 200€, але треба звертати увагу, що в цю суму входить лише екскурсія довжиною від 2 до 5 годин.

Проаналізувавши дизайн та структуру сайту можна помітити певні переваги та недоліки. Позитивними сторонами сайту є наявність багатьох турів та ліцензій гіда. Також, відгуки з фотографіями допомагають сформувати довіру до сайту та забезпечують користувачам додаткову впевненість у виборі туру.

До недоліків сайту можна віднести його обмежену функціональність. Наприклад, на сайті немає можливості здійснювати онлайн-оплату турів.

Крім того, деякі зображення на сайті мають низьку якість, що може відлякувати користувачів. Веб-сайт має застарілий дизайн. На рис. 2.2-2.3 можна побачити недоліки, такі як погана читабельність на сайті або неоптимізований футер.

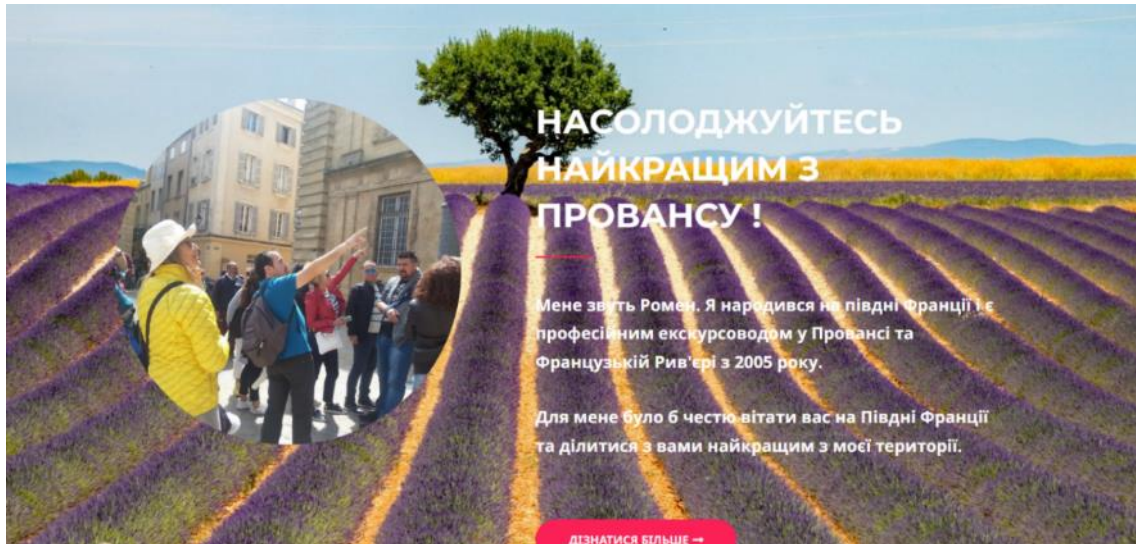


Рисунок 2.2 – Головна сторінка сайту «Guide Provence»

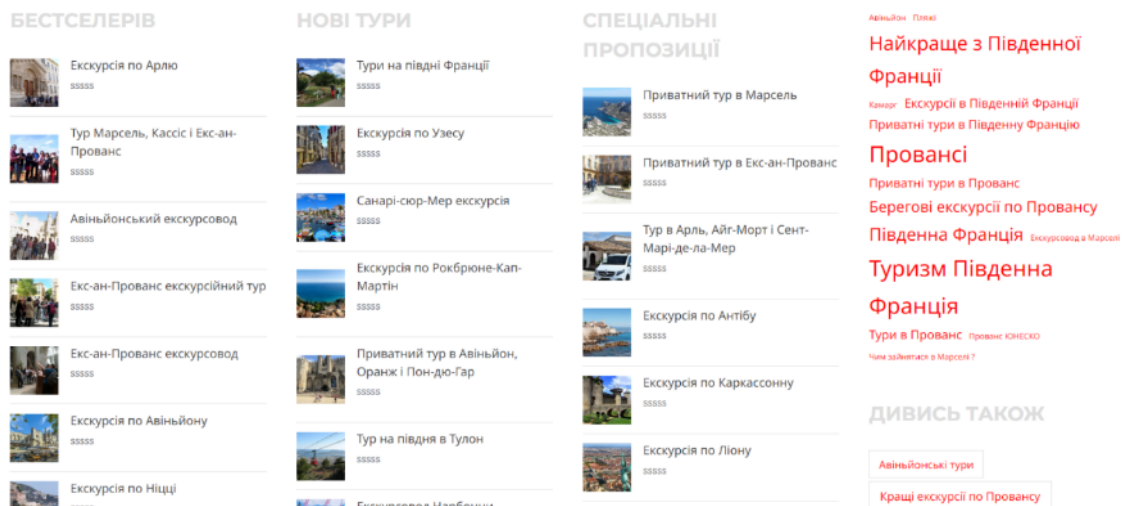


Рисунок 2.3 – Футер сайту «Guide Provence»

Наступним конкурентом є «Visit-France». Це екскурсійне агентство, яке пропонує групові, персональні та приватні екскурсії Францією [4]. Головна сторінка представлена на рисунку 2.4.

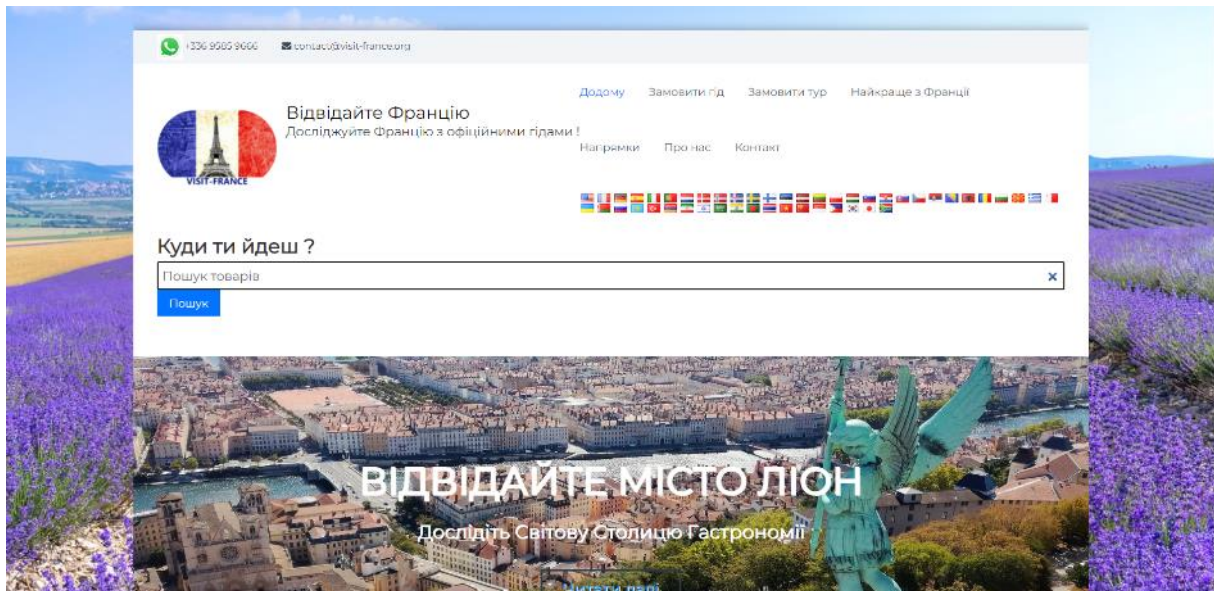


Рисунок 2.4 – Головна сторінка сайту «Visit-France»

Під час аналізу дизайну можна сказати, що вони дуже схожі з сайтом «Guide Provence». Як недоліки можна відокремити те, що дизайн вже є трохи застарілим, також сайт має проблеми з навігацією, а ще існують проблеми зі ієрархією та відступами на сторінці, що може користувачу створити незручності при перегляді сайту. Також є проблема з контентом, наприклад деякі фотографії мають погану якість або взагалі не дають можливості зрозуміти щось про місце, де буде проведена екскурсія. Відсутність відгуків на сайті можна також віднести до недоліків.

Перевагами є детальна інформація про різні регіони Франції та надає корисні поради для подорожей. Наявність великої кількості фотографій, які допомагають відчувати атмосферу місць, про які йдеться на сайті.

Цільова аудиторія - люди середнього та похилого віку, які проживають в різних країнах світу та мають бажання відвідати Францію. Вони є достатньо забезпеченими та мають середній соціальний статус, а також вищу або професійну освіту. Ці люди люблять подорожувати, відкривати нові місця, знайомитися з новими людьми та вивчати щось нове.

Ціни на послуги є досить різними, від 190€ до 1490€, тому кожен зможе обрати щось для себе. На рисунку 2.5 можна побачити те, що сайт містить декілька мов, хоч обрана українська.

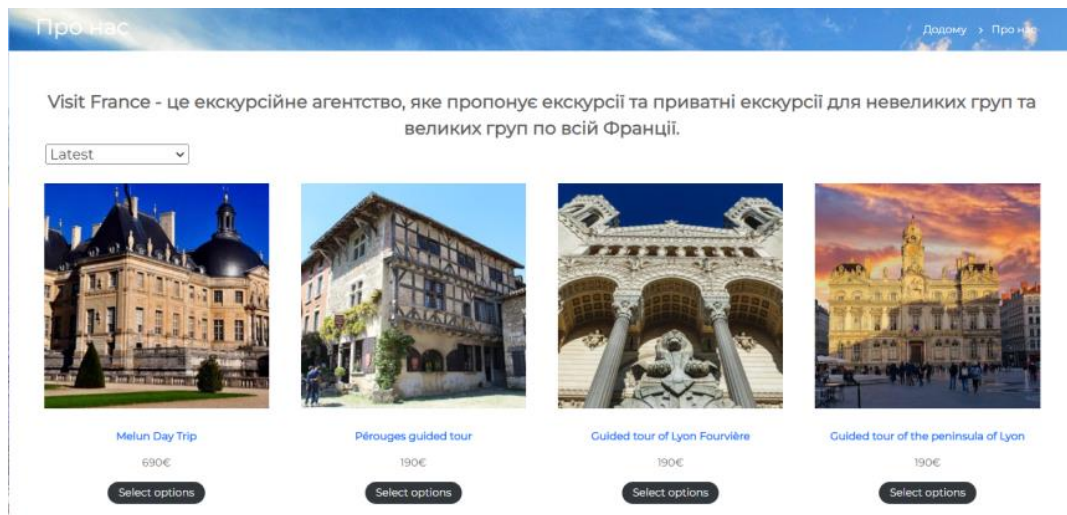


Рисунок 2.5 – Сторінка про нас сайту «Visit-France»

Останнім сайтом, який буде розглянутий, є сайт туристичної фірми «Avialiga» [5]. Головна сторінка представлена на рис. 2.6.

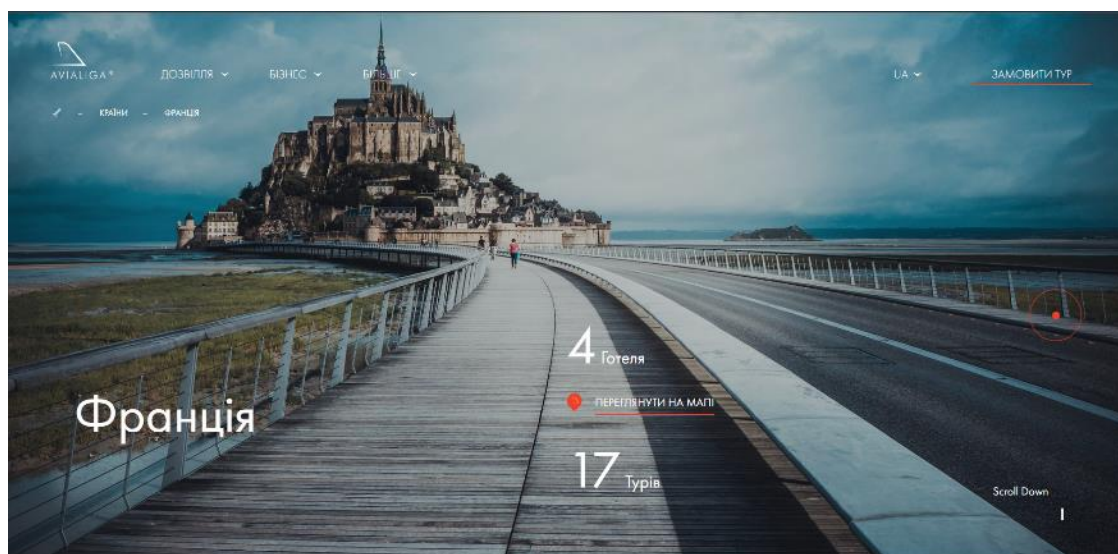


Рисунок 2.6 – Головна сторінка сайту «Avialiga»

З плюсів можна зазначити те, що цей сайт має досить сучасний дизайн, велику кількість країн, до яких вони влаштовують подорожі та гарну якість фотографій. Дизайн сайту містить велику кількість яскравих та привабливих фотографій, що створює позитивний враження та зацікавлює користувачів. Використання контрастних кольорів та яскравих елементів допомагає підсилити увагу користувача до важливої інформації.

До мінусів можна віднести погане текстове заповнення сайту, забагато анімацій, що відволікають користувача, відступи та те, що сайт є досить «важким» для завантаження. Також відсутні відгуки.

Цільова аудиторія - люди середнього віку, які проживають в Україні та мають бажання подорожувати. Вони є забезпеченими та мають високий соціальний статус, а також вищу освіту. Ці люди люблять подорожувати, відкривати нові місця.

Щодо цін, то на сайті можна знайти різні варіанти подорожей за різними ціновими категоріями. Вартість туру залежить від тривалості подорожі, категорії готелю, типу транспорту та інших факторів. Для більшої зручності клієнтів, на сайті можна порівняти ціни на різні пропозиції та вибрати той варіант, який відповідає бюджету та потребам. Але ціна на послуги від 1500€.

На рис. 2.7-2.8 можна побачити як недоліки так і позитивні сторони сайту.

Наприклад на рисунку 2.7 можна спостерігати, що використовується текст «риба».

А на рисунку 2.8 є те, що відокремлює саме цю фірму від інших. Це наявність програми туру, де представлена програма туру на кожен день.

Зробивши аналіз конкурентів та визначивши, які елементи дизайну можна покращити, можна створити більш привабливий та функціональний дизайн для власного сайту, який буде відрізнятися від конкурентів та привертати увагу цільової аудиторії.

Після дослідження конкурентів можна визначити, які підходи можна застосувати на власному сайті, а які слід уникати. Перш за все, необхідно додати відгуки, щоб користувачі були впевнені в компанії. Другим важливим елементом є стильний та зрозумілий дизайн, який дозволить легко орієнтуватися на сайті. Для цього необхідно створити інтуїтивну навігацію, яка буде зручною для цільової аудиторії. Третім важливим фактором є правильна розстановка акцентів, що також впливає на зручність користування сайтом. Також потрібно уникати використання фотографій поганої якості та слід стежити за ієрархією та виступами на сайті.

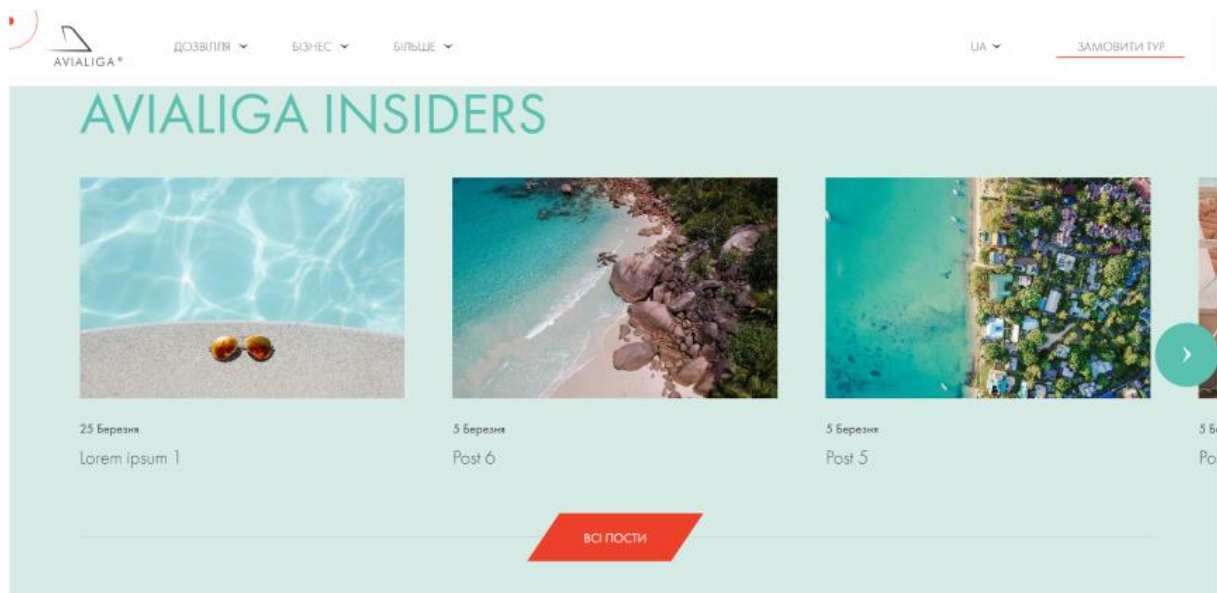


Рисунок 2.7 – Сторінка сайту про нас «Avialiga»

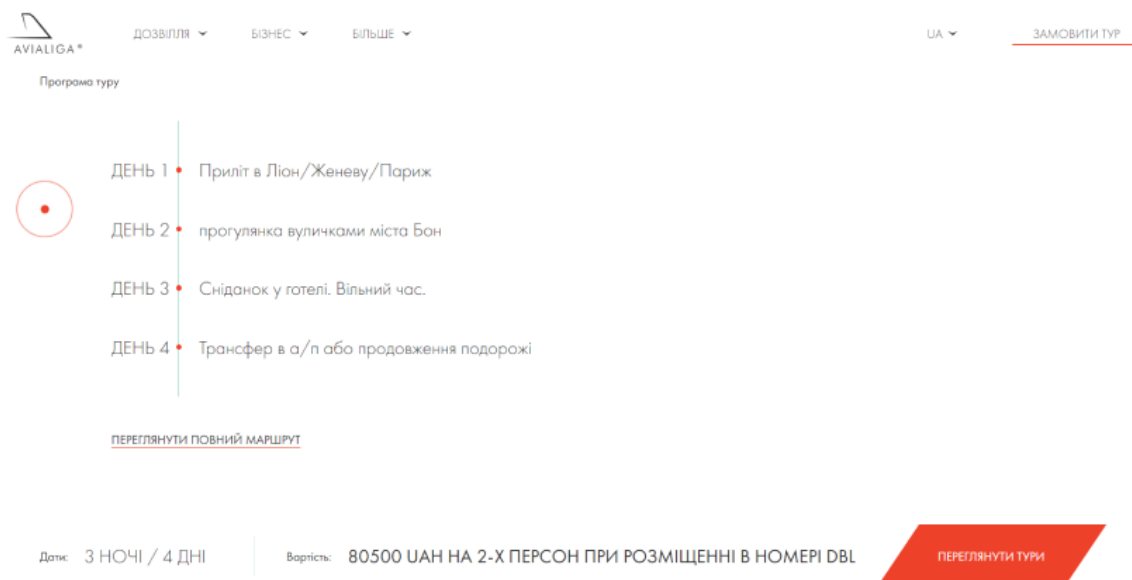


Рисунок 2.8 – Сторінка туру сайту «Avialig»

3 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ САЙТУ

Високоякісний дизайн є ключовим фактором успіху будь-якого веб-сайту, тому важливо обрати найкращі інструменти для роботи з ним. На сьогоднішній день існує безліч програм для розробки дизайну, від безкоштовних інструментів до дуже дорогих і професійних програм. Вибір інструменту залежить від багатьох факторів, таких як функціональність, вартість, складність використання і т. д.

Одним з найважливіших кроків у розробці дизайну є визначення мети та стилю сайту. Наприклад, якщо метою сайту є продаж турів, то дизайн повинен бути привабливим та легко зчитатися, з використанням яскравих зображень та відповідної кольорової палітри. Якщо ж сайт призначений для надання інформації про Францію, то дизайн повинен бути зорієнтований на візуальне представлення інформації та включати фотографії та відео.

Також важливо врахувати, що веб-дизайн постійно змінюється та розвивається, тому необхідно використовувати останні технології та тренди, щоб сайт виглядав сучасним і привабливим для аудиторії.

3.1 Вибір інструментальних засобів для розробки дизайну веб-сайту

3.1.1 Figma

Figma є інструментом, спрямованим на людей, які бажають розробляти інтерфейси. Початково програмне забезпечення було запущене в вересні 2016 р. На січень 2023 року, понад чотири мільйони людей використовують Figma [6].

До переваг Figma можна віднести простоту та зручність в роботі. Figma дозволяє працювати в режимі реального часу, спільно редагувати проекти, додавати коментарі та взаємодіяти з іншими учасниками команди безпосередньо в програмі.

Крім того, Figma має велику бібліотеку готових елементів дизайну, що дозволяє значно прискорити процес розробки.

Недоліком Figma є те, що підписка на Figma може виявитися досить дорогою, якщо користувач планує використовувати його на постійній основі або потребує доступ до більш розширених функцій.

Незважаючи на це, Figma є одним з найбільш популярних та зручних інструментів для дизайнування веб-інтерфейсів та мобільних додатків, який користується популярністю серед дизайнерів та команд розробників.

3.1.2 Adobe Photoshop CC

Adobe Photoshop є однією з найпопулярніших та найбільш використовуваних програм для редагування та обробки зображень. Програма була розроблена компанією Adobe Systems та вперше випущена у 1988 році. З тих пір Photoshop став одним з найважливіших інструментів для фотографів, дизайнерів та художників у всьому світі.

Особливості Photoshop включають різноманітні інструменти для редагування та обробки зображень, включаючи ретушування, корекцію кольору, видалення об'єктів, малювання та ілюстрування. Також є можливість створення складних графічних проєктів, які включають текст, векторні форми, малюнки та фотографії. Photoshop дозволяє працювати зі шарами, що дозволяє редагувати окремі елементи проєкту без впливу на інші.

Однією з головних переваг Photoshop є те, що він є стандартом в галузі графічного дизайну, тому багато інших програм для дизайну та редагування зображень можуть імпортувати та експортувати файли Photoshop. Крім того, програма постійно оновлюється та доповнюється новими функціями та можливостями.

Однак, деякі мінуси Photoshop включають високу ціну та складність вивчення програми. Для більшості користувачів Photoshop може бути переважною програмою, яку вони використовують, і тому може виявитися

надмірним для тих, хто шукає простіші інструменти для редагування та обробки зображень.

Окрім того, робота з великими файлами в Photoshop може призвести до зниження продуктивності комп'ютера, а також програма вимагає потужного обладнання для максимальної продуктивності.

У цій роботі Photoshop використовувався для обробки фотографій, які застосовуються на сайті.

3.1.3 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator – це інструмент для розробки векторної графіки. Його можна використовувати для створення логотипів, іконок, кнопок та інших елементів дизайну, які легко масштабувати до потрібного розміру.

Однією з основних переваг Illustrator є його можливість зберігати векторні зображення в різних форматах, таких як SVG та EPS, які підходять для використання в різних веб-браузерах та на різних пристроях. Крім того, програма має багато корисних інструментів, таких як функція згладжування, що дозволяє зменшити розмір файлу векторної графіки, та інструменти для роботи з текстом, що дозволяють створювати різноманітні ефекти для заголовків та текстових блоків.

Adobe Illustrator також дозволяє створювати анімаційні векторні зображення, які можуть бути використані для створення рухомих елементів веб-сайту. Наприклад, анімаційні іконки або графіки можуть додати динаміку та ефективність до веб-сайту.

Отже, використання Adobe Illustrator для розробки веб-сайту може допомогти створити високоякісний та професійний веб-дизайн, який буде приваблювати користувачів.

3.2 Вибір засобу протипування

Прототипування дозволяє дизайнерам створювати ефективний та логічний інтерфейс для користувачів. Це можливо завдяки тому, що прототип дозволяє перевіряти, як будуть взаємодіяти користувачі з продуктом в реальному часі. Це допомагає виявляти та виправляти помилки та недоліки, що можуть бути виявлені на етапі розробки, замість того, щоб виявляти їх після релізу продукту.

1. Figma це графічний онлайн редактор, який дозволяє співпрацювати командам над проєктами в реальному часі.

За допомогою Figma можна створювати як прості статичні макети, так і складні динамічні прототипи. Наприклад, можна створити інтерактивний прототип мобільного додатка, в якому користувач може натискати на кнопки, переглядати меню, переходити між сторінками тощо. Інший приклад використання Figma – це створення прототипу веб-сайту з анімованими переходами та плавними ефектами [16].

2. Sketch – це векторний графічний редактор, спеціально призначений для потреб UI/UX дизайнерів.

Він надає широкі можливості для прототипування і є одним з найпопулярніших інструментів серед дизайнерської спільноти.

Sketch має простий і зрозумілий інтерфейс, що спрощує роботу з проєктами. Векторні інструменти та система шарів дозволяють дизайнерам створювати деталізовані та точні макети. Щодо прототипування, у Sketch є вбудовані інструменти, які дозволяють створювати інтерактивні прототипи без необхідності використовувати додаткові плагіни або інші засоби.

За допомогою Sketch можна створювати прототипи для різних типів продуктів, від мобільних додатків до веб-сайтів. Також можна створити прототип веб-сайту з динамічною навігацією та анімацією.

Щодо мінусів у Sketch менше вбудованих інструментів для анімації, порівняно з Figma та Adobe XD.

3. Adobe XD є одним з провідних інструментів у сфері UI/UX дизайну.

Він входить до складу Adobe Creative Cloud, що дозволяє легко використовувати його разом з іншими програмами Adobe. Adobe XD надає інтуїтивне та зручне середовище для проектування інтерфейсів, прототипування та створення анімації. Основна відмінність Adobe XD полягає у його великому акценті на анімації та переходах. Він надає широкий набір інструментів для створення динамічних та ефектних прототипів. Особливо цікавою є функція Auto-Animate, яка дозволяє легко створювати різноманітні анімаційні переходи між сторінками. Ще однією важливою особливістю Adobe XD є його глибока інтеграція з іншими продуктами Adobe.

Було розроблено порівняльну таблицю (табл. 3.1) між усіма програмами для прототипування.

Таблиця 3.1 – Порівняння програм для прототипування

Критерій	Figma	Sketch	Adobe XD
Операційні системи	Працює у веб-браузері, підтримує Windows, macOS та Linux	Тільки для macOS	Підтримує Windows і macOS
Функціонал	Має широкий набір функціоналу для дизайну та прототипування	Фокусується на професійному дизайні та має деякі функції прототипування	Має широкий набір функціоналу для дизайну та прототипування
Колаборація	Можливість спільної роботи в режимі реального часу	Підтримка плагінів та сторонніх інтеграцій для спільної роботи	Легка спільна робота з дизайнерами та розробниками
Інтеграція	Інтеграція з багатьма зовнішніми сервісами та інструментами	Має плагіни для інтеграції з іншими інструментами та сервісами	Інтеграція з іншими Adobe Creative Cloud інструментами
Вартість	Має безкоштовний план, а також платні плани з розширеними можливостями	Має платні плани, ціна залежить від вибраного плану	Має безкоштовний план, а також платні плани з розширеними можливостями

Після уважного аналізу і порівняння різних інструментів для розробки прототипів, можна зробити висновки, що Figma є найкращим вибором для створення прототипу веб-сайту-візитки туристичної компанії, окрім цього дизайн також буде розроблятися у цій програмі.

4 РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ САЙТУ

4.1 Виявлення переваг цільової аудиторії

Опитування цільової аудиторії сайту дозволяє отримати важливу інформацію про те, як користувачі сприймають сайт, які функції інтерфейсу їм потрібні, які проблеми вони зустрічають на сайті, та які можливості бажали бачити на сайті.

Опитування дозволяє отримати безпосередній зворотний зв'язок від цільової аудиторії, що допомагає вдосконалювати веб-сайт, щоб він був більш привабливим і корисним для користувачів.

Таким чином, опитування цільової аудиторії сайту є важливою складовою процесу розробки веб-сайту, який допомагає вдосконалювати його з точки зору користувача, забезпечуючи більшу ефективність веб-сайту та задоволення потреб користувачів. Тому було розроблено гугл-форму з наступними питаннями:

- «Який ваш рівень доходів?»;
- «Чи часто ви подорожуєте?»;
- «Якщо ви користуєтеся послугами туристичних операторів, то Вам зручніше зробити це онлайн чи офлайн?»;
- «Чи впливає дизайн сайту на рішення купити тур?»;
- «Які складнощі виникають під час бронювання турів?»;
- «Які труднощі виникають під час взаємодії з туристичними агентствами?».

В опитування приймали участь 96 людей. Результати опитування наведено на рисунках 4.1-4.6.

Після аналізу результатів можна зрозуміти, що зазвичай усі користуються веб-сайтом тур-фірми, при цьому звертають увагу на відгуки та на опис турів.

Вподобання цільової аудиторії будуть враховані під час проєктування сайту та розробки його структури і дизайну.

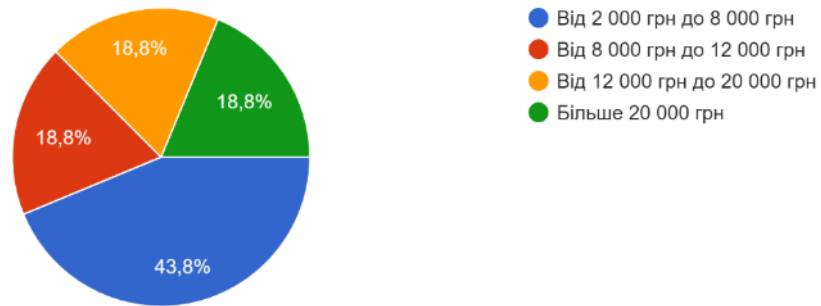


Рисунок 4.1 – Відповідь на запитання «Який Ваш рівень доходів?»

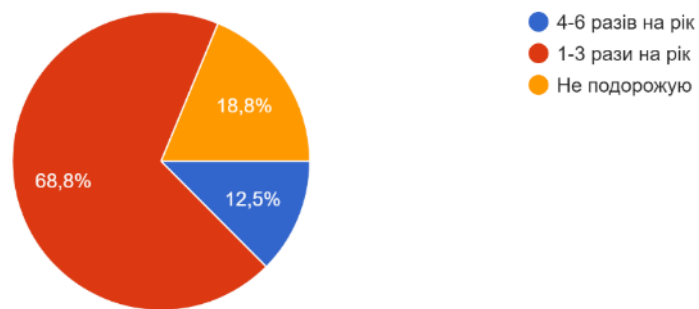


Рисунок 4.2 – Відповідь на запитання «Чи часто Ви подорожуєте?»

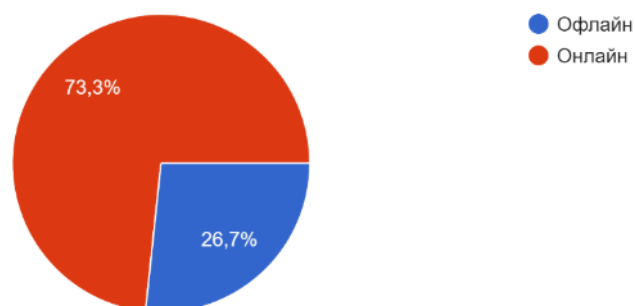


Рисунок 4.3 – Відповідь на запитання «Якщо ви користуєтеся послугами туристичних операторів, то Вам зрочніше зробити це...?»

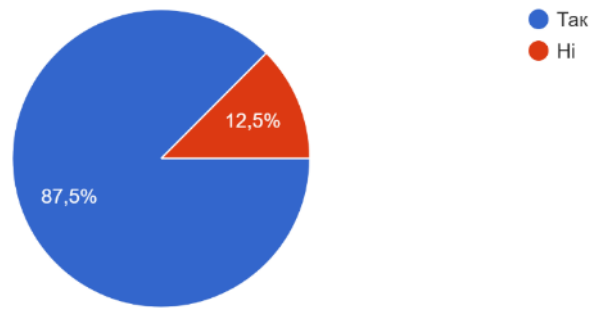


Рисунок 4.4 – Відповідь на запитання «Чи впливає дизайн сайту на ваше рішення купувати тури?»

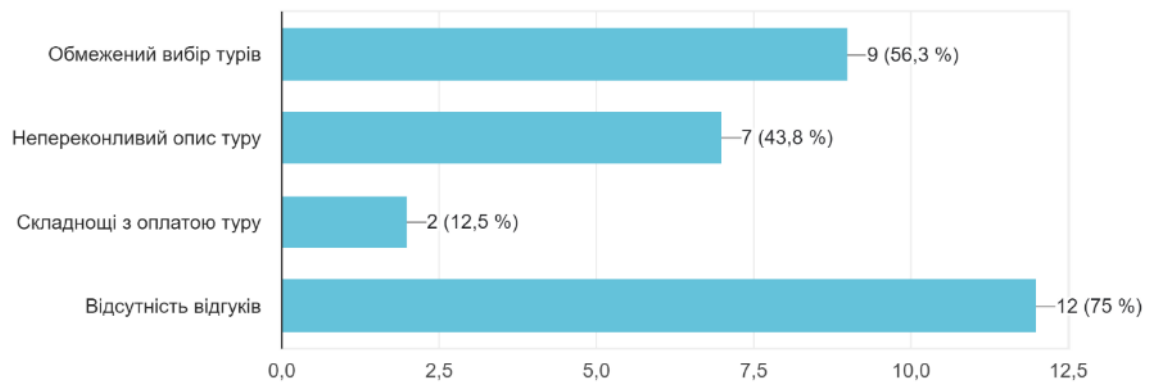


Рисунок 4.5 – Відповідь на запитання «Які складнощі виникають під час бронювання турів?»

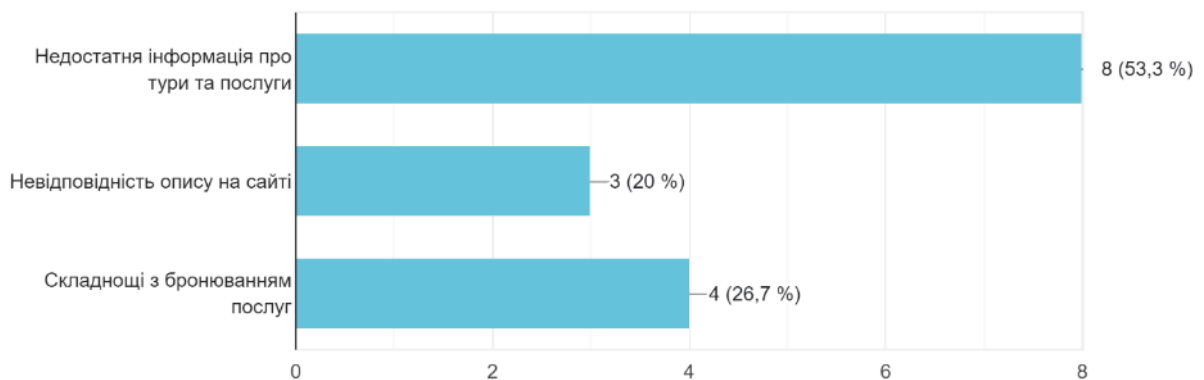


Рисунок 4.6 – Відповідь на запитання «Які труднощі виникають під час взаємодії з туристичними агенствами?»

4.2 Проектування інформаційної структури та навігації

Сайт візитка – це повноцінний інтернет-ресурс, як правило, складається з декількох (5-10) сторінок, що містять основну інформацію про компанію, її діяльність, пропоновані товари або послуги, особливості та способи зворотного зв'язку. Гарно розроблений сайт-візитка стає візитною карткою, ефективною рекламою, цілодобовим офісом, обличчям компанії в Інтернеті. Сайт-візитка дозволить відвідувачеві скласти певну думку про Вашу організацію, чи компанію. Завдання веб-сайту Візитки – презентувати компанію, послуги чи товар в мережі Інтернет [7].

Було створено структуру сайту з якою можна ознайомитися на рис. 4.7.

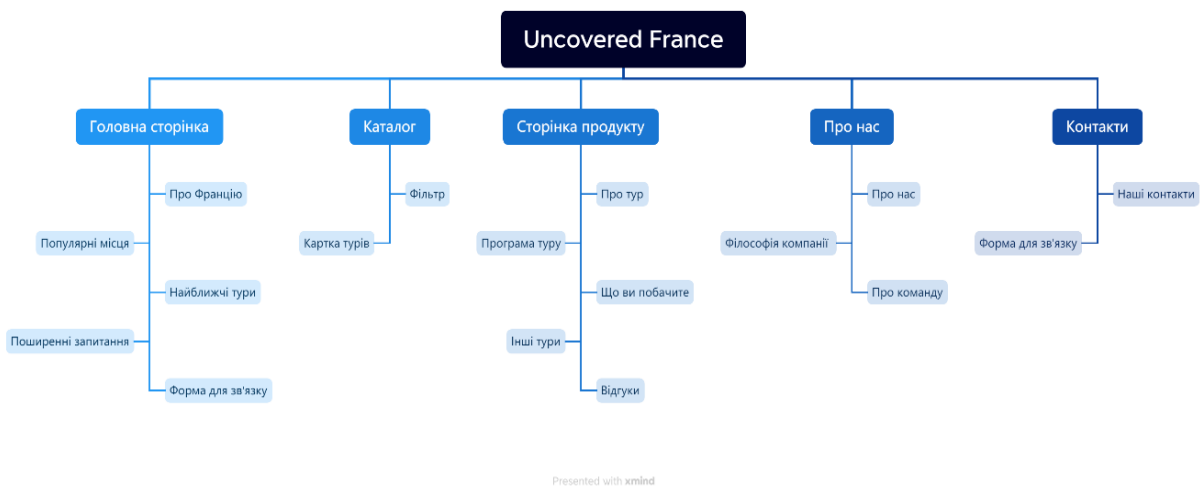


Рисунок 4.7 – Карта навігації для «Uncovered France»

Загалом, карта сайту для туристичної фірми з п'ятьма основними сторінками є досить логічною та простою.

Головна сторінка містить у собі фотографії з незвичайних турів, щоб залучити увагу користувачів та заохотити їх дізнатися більше. Є розділ з найпопулярнішими турами, що допоможе визначитися користувачеві.

Каталог має фільтр на кілька категорій, наприклад, за ціною, напрямом, тривалістю туру. Також при фільтруванні турів, кожна карта туру містить в собі короткий опис.

На сторінці продукту можна побачити докладний опис туру, його тривалість, особливості та вартість. Також відгуки користувачів, фотографії та відео з туру, щоб сторінка була більш привабливою та інформативною.

На сторінці "Про нас" є інформація про фірму, її місію та цінності, професійний досвід команди та її досягнення.

На сторінці "Контакти" є форма зворотного зв'язку, адреса та номер телефону, щоб користувач міг зв'язатися з менеджерами та дізнатися усю потрібну інформацію.

4.3 Розробка модульної сітки

Модульна сітка – інструмент, який допомагає зробити дизайн-макет. Вона складається з простих геометричних фігур – модулів однакового розміру, розташованих у певній послідовності. Сітка дає змогу розбити макет на рівні осередки і вивірити всі відступи та розміри кожного об'єкта так, щоб вони були кратні розміру модуля.

Використання модульної сітки є одним з ключових принципів веб-дизайну, оскільки вона допомагає досягти балансу між різноманітністю контенту та організацією його на сторінці.

Для комп'ютерної версії сайту, яка має широкий екран, використання модульної сітки з 12-ти колонок є оптимальним рішенням, оскільки це дозволяє розміщувати більше контенту на сторінці, забезпечуючи при цьому високий рівень організації. Це дає можливість розташовувати на сторінці більшу кількість елементів та компонентів, таких як фотографії, текстові блоки, графіки тощо, та робити їх більш компактними та зручними для сприйняття (рис. 4.8). Також число 12 ділиться на: 12, 6, 4, 3, 2, 1. Тому сітка виходить гнучкою і дає змогу органічно верстати блоки майже будь-якої кількості або ширини.

Для планшетної версії, яка має менший екран, використання модульної сітки з 6ти колонок є більш підходящим рішенням. Така кількість колонок

дозволяє зберегти рівновагу між кількістю контенту та його організацією на сторінці (рис. 4.9).

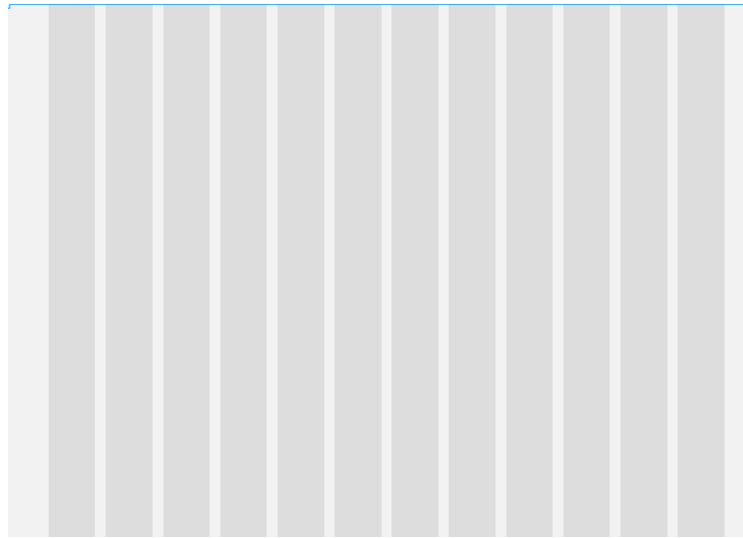


Рисунок 4.8 – Модульна сітка проекту, яка використовується для комп'ютерної версії



Рисунок 4.9 – Модульна сітка для планшетної версії

Для мобільної версії було обрано використання модульної сітки, яка має дві колонки (рис. 4.10).



Рисунок 4.10 – Модульна сітка для телефонної версії

4.4 Створення персон та їх user-flow

Метод персон, який використовується у веб-дизайні, є важливим інструментом для створення веб-сайтів, що спрямовані на конкретну аудиторію. Цей метод полягає в створенні персонажів або представників цільової групи користувачів, що допомагають дизайнерам краще розуміти та враховувати потреби та очікування користувачів.

Створення персон включає детальне вивчення цільової аудиторії: їх вікових груп, статі, інтересів, мотивацій, поведінки та інших характеристик. Інформація про персонажів збирається шляхом аналізу даних, спостережень, опитувань та інтерв'ю з потенційними користувачами.

Персони виступають як своєрідні "живі" представники цільової аудиторії, які мають імена, характеристики та історії. Вони допомагають дизайнерам краще зрозуміти, як користувачі взаємодіють з веб-сайтом, які

функції та вміст їм потрібні, які проблеми вони можуть зустріти та як зробити веб-сайт більш привабливим і зручним для використання.

Цей метод допоможе зрозуміти: цілі, бажання, потреби, страхи, почути історію та побачити релевантний досвід користувача [14]. На рис. 4.11-4.12 можна ознайомитися з персонами



ОЛЕКСАНДР МАРТИНЕНКО

Основна інформація:

- Професія: IT-спеціаліст
- 35 років
- Є дівчина
- Високий рівень доходу

Хоббі:

- Любить незвичайні місця
- Багато читає
- Бере участь у стендапах
- Займається спортом

Трошки про Олександра:
Олександр - енергійна, впевнена і цілеспрямована особистість. Він завжди готовий до нових пригод та викликів. Він любить спортивний спосіб життя і завжди в пошуку нових способів покращити свої навички.

Потреби:
Олександр має потребу в зручності та швидкості при здійсненні бронювань туру та взаємодії з туроператором.

Болі:
Олександр має обмежений час і шукає ефективні рішення для планування своїх подорожей. Він шукає зручний спосіб шукати, переглядати та бронювати тури, використовуючи свій мобільний телефон.

Крім того, Олександр хоче мати можливість заповнити форму для зворотного зв'язку, задати питання та отримати оперативні відповіді перед бронюванням туру.

Рисунок 4.11 – Персона №1 Олександр



ЖАННА ВАСИЛЕНКО

Основна інформація:

- Професія: менеджер
- 40 років
- Заміжня
- Середній рівень доходу
- Вже була у Франції, але хоче відкрити нові, незвичні місця.

Хоббі:

- Любить активний відпочинок та культурні подорожі
- Історія, культура, гастрономія
- Подорожує сама або з коханим

Трошки про Жанну:
Жанна - розумна, енергійна та любляча пригоди особистість. Вона завжди в пошуку нових вражень та відкрита до нових культурних досвідів.

Потреби:
Жанна хоче вивчати культуру Франції та досліджувати її незвичайні місця.

Вона хоче насолоджуватися місцевою гастрономією та винами, оскільки це для неї важлива частина культурного досвіду.

Болі:
Жанна має страх не знайти тур для себе або обрати щось не цікаве.

Рисунок 4.12 – Персона №2 Жанна

Наступним кроком було проєктування User Flow. User Flow – це шлях, який проходить користувач через рішення, він демонструє варіанти того, як юзери переміщуються всередині продукту для вирішення своїх цілей [15].

Створення user flow для персон в дизайні є важливим етапом проєктування і допомагає зрозуміти, як користувачі взаємодіють з продуктом або веб-сайтом. Основна необхідність створення user flow для персон в дизайні полягає в тому, що він допомагає:

- зрозуміти взаємодію користувача з продуктом: User flow. Він дозволяє візуалізувати шлях, який користувачі беруть, від початку досягнення цілей. Він допомагає розробникам і дизайнерам зрозуміти, які етапи користувач пройде, які дії він виконає та як він буде взаємодіяти з інтерфейсом;

- виявляти проблемних моментів. User flow допомагає виявити можливі проблеми або перешкоди, з якими користувачі можуть зіткнутися під час взаємодії з продуктом. Це можуть бути незрозумілі кроки, складні завдання або недостатній контекст для користувача. Виявивши такі проблеми, дизайнери можуть внести необхідні зміни, щоб поліпшити користувацький досвід;

- покращити уваги користувача. User flow допомагає зосередитися на основних завданнях користувача та забезпечує логічний та безперешкодний шлях досягнення цих завдань. Це дозволяє зменшити кількість непотрібних кроків, що забезпечує ефективну взаємодію з продуктом та задоволення від використання.

Розроблений UserFlow представлений на рисунках 4.13-4.14.



Рисунок 4.13 – User Flow для персоні №2

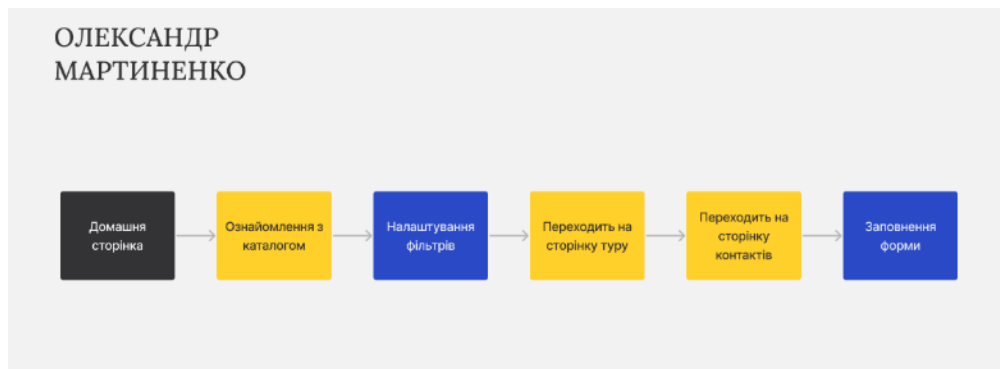


Рисунок 4.14 – User Flow для персони №1

Використання методу персон дозволяє дизайнерам більш ефективно планувати та розробляти веб-сайти, забезпечуючи користувачам більш персоналізований досвід. Він також допомагає уникнути припущень та створити дизайн, який відповідає реальним потребам та очікуванням цільової аудиторії.

5 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

При створенні графічного дизайну веб-сайту, важливо розпочати з розробки його основних елементів, зокрема художнього оформлення інформаційних блоків та засобів навігації.

Створення графічного дизайну веб-сайту починається з розробки його основних елементів, таких як художнє оформлення інформаційних блоків і засобів навігації. Ці елементи визначають стиль та візуальну компоненту сайту, що відіграють важливу роль у забезпеченні зручного та привабливого вигляду для користувачів.

Адаптивний дизайн є однією з ключових складових успішного веб-сайту. Він забезпечує коректне відображення сайту на різних пристроях, включаючи комп'ютери, ноутбуки, планшети та телефони. Адаптивний дизайн адаптується до розмірів та параметрів екрану пристрою, що дозволяє користувачам комфортно сприймати інформацію та користуватися сайтом.

При розробці візуальної компоненти дизайну веб-сайту, важливо враховувати декілька аспектів. По-перше, дизайн повинен бути зрозумілим та зручним для користувачів. Головна мета дизайну полягає у спрощенні доступу до інформації та полегшенні її сприйняття.

Крім того, важливо, щоб дизайн відображав особливості компанії та був ексклюзивним. Унікальний дизайн створює можливість запам'ятати та залишає позитивне враження у відвідувачів.

Щоб відповідати сучасним вимогам, можна ознайомитися з трендами на таких платформах, як Behance, Awwwards, Land-Book, Minimal Gallery. Це допоможе отримати ідеї та інспірацію для створення сучасного та актуального дизайну. Стиль дизайну сайту було обрано мінімалістичним. Основна ідея мінімалізму – зробити акцент на контенті, а не на його оформленні. З назви зрозуміло, що всі наявні на ресурсі об'єкти зображення передаються без об'єму. Насправді особливість такого оформлення в його естетичності. Такі

ресурси виглядають дорого і сучасно. Вони виступають в ролі привернення уваги [8].

Мінімалістичний стиль також може бути застосований, особливо з використанням великої кількості вільного простору. В мінімалістичному дизайні можуть використовуватися різні кольорові рішення. Основним кольором було обрано синій.

5.1 UI kit

UI kit – набір чітко визначених стандартів і рішень для майбутнього інтерфейсу користувача. В ньому дизайнер розробляє та записує всі UI елементи та їхні властивості. З готовим UI кітом, в якому вже все визначено та заздалегідь спроектовано, верстальникам та програмістам буде набагато легше розробляти інтерфейс користувача і не перепитувати у дизайнерів по декілька разів, для чого потрібен чи як має виглядати певний елемент.

Процес створення кіта полягає у занесенні в документ (таблицю або структурований список) усіх правил і положень майбутньої системи. Але перед цим дизайнер вигадує майбутній дизайн. Він визначає, який шрифт буде основним, які кольори до яких кнопок та інших UI елементів прив'язані, які форми та розміри цих елементів, формує їхній стиль, визначає, що відбувається при взаємодії з кожним елементом, вказує їхні функції в системі тощо. Тобто дизайнер вигадує і потім прописує увесь майбутній дизайн до дрібничок. Таким чином команда уникає виконання подвійної роботи і хаосу.

UI kit обов'язково повинен бути структурований, а всі його елементи підписані [9]. Розроблений UI kit представлено на рисунках 5.1-5.4.

Було застосовано два шрифти. Gilroy та Lora.

Lora є елегантним шрифтом з класичним виглядом. Він надає тексту романтичного і ретро характеру, що робить його популярним в дизайні для блогів, літературних ресурсів та інших проєктів, де потрібно підкреслити непересічність.

Loga має свою унікальну особливість в літерах, він поєднує класичний стиль з елементами рукописного походження. Цей шрифт відрізняється прекрасною читабельністю та елегантними пропорціями літер.

TYPOGRAPHY			
PC			
Name	Font size	Line hight	Font weight
HEADLINE 1	72PX	88PX	MEDIUM
HEADLINE 2	50PX	64PX	MEDIUM
FOOTER	36PX	58PX	REGULAR
Headline 3	30px	36px	Medium
Caption	20px	32px	Medium
BUTTON	18PX	24PX	SEMIBOLD
Body	18px	25px	Regular
TABLET			
Name	Font size	Line hight	Font weight
HEADLINE 1	54PX	64PX	MEDIUM
HEADLINE 2	40PX	50PX	MEDIUM
FOOTER	36PX	58PX	REGULAR
Headline 3	30px	36px	Medium
Caption	15px	32px	Medium
BUTTON	18PX	24PX	SEMIBOLD
Body	16px	20px	Regular
PHONE			
Name	Font size	Line hight	Font weight
HEADLINE 1	25PX	28PX	MEDIUM
HEADLINE 2	19PX	26PX	MEDIUM
FOOTER	20PX	24PX	REGULAR
Headline 3	17px	22px	Medium
Caption	15px	32px	Medium
BUTTON	16PX	22PX	SEMIBOLD
Body	14px	18px	Regular

Рисунок 5.1 – Всі варіації тексту



Рисунок 5.2 – Всі варіації кольору

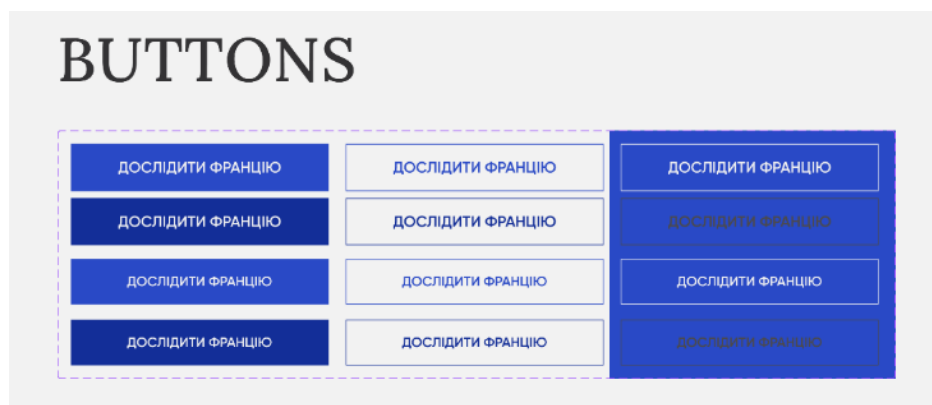


Рисунок 5.3 – Всі варіації кнопок



Рисунок 5.4 – Всі варіації іконок

Gilroy є сучасним геометричним шрифтом, який набув популярності в останні роки. Він володіє чистим та мінімалістичним дизайном, що робить його ідеальним вибором для веб-дизайну, рекламних матеріалів та інших

графічних проєктів. Gilroy має різні насиченості, варіанти ширини та стилі, що дозволяє використовувати його для різних цілей.

Особливості шрифту Gilroy включають рівномірність пропорцій та чіткі геометричні форми. Він має модерні літери з прямими лініями та округлими кулястими кінцівками. Gilroy досить універсальний і підходить як для заголовків, так і для текстового контенту.

Цей шрифт відображається добре на екранах різної роздільної здатності та розмірів, що робить його ідеальним вибором для адаптивного веб-дизайну. Gilroy також відмінно зчитується на різних фонових кольорах, що дозволяє використовувати його в різноманітних дизайнерських рішеннях.

5.2 Специфікація на об'єкти графічного дизайну

Виходячи з вимог до графічного оформлення електронних видань, були складені специфікації на об'єкти графічного дизайну сайту, які представлені в таблиці 5.1.

Таблиця 5.1 – Специфікація на об'єкти графічного дизайну сайту

Назва об'єкту	технологія	Об'єм об'єкта, КБ	глибина кольору	Кількість елементів на сайті, шт.
Логотип тур агентства	SVG	–	–	1
Фотозаглушка	JPEG	608	24	5
Фотографії турів	JPEG	616	24	17

6 НАПОВНЕННЯ САЙТУ КОНТЕНТОМ

Наповнення сайту контентом є одним з найважливіших етапів в розробці веб-дизайну, оскільки контент є тим, що приваблює та зберігає користувачів на сайті. Якщо сайт має відсутність або недостатню кількість контенту, це може спричинити відхід користувачів та негативно вплинути на пошукову оптимізацію сайту.

Наповнення сайту контентом включає в себе додавання тексту, зображень, відео, аудіо та інших матеріалів, які відображають тематику сайту та задовольняють потреби його цільової аудиторії. Важливо також дбати про якість та оригінальність контенту, щоб залучити користувачів та зберегти їх інтерес.

Також варто пам'ятати про його актуальність та своєчасність. Редагування та оновлення контенту на сайті допоможуть зберігати інтерес користувачів та підвищувати рейтинг сайту в пошукових системах. Для цього сайту було обрано мінімалістичний стиль, бо він допомагає створити чистий, простий та лаконічний дизайн. У мінімалістичному дизайні, кожен елемент має своє місце та функцію і не містить зайвих деталей, що зменшує візуальний шум та допомагає користувачам легше зосередитися на головному контенті.

На першому екрані можна побачити чудовий краєвид Франції та кнопку, яка залучає користувача дослідити Францію (рис 6.1-6.3). Є меню, яке відкривається при натисканні на іконку «бургер-меню», що представлено на рис. 6.4.

На головній сторінці можна побачити у верхньому правому куті перемикач мови, натиснув на який можна змінити мову сайту з української на французьку або англійську.

Далі на сайті розташований блок про Францію, у якому йде короткий опис країни, блок з популярними місцями, де знаходиться слайдер, блок з найближчими турами, де користувач зможе забронювати собі якийсь тур досить швидко, блок з поширеними запитаннями, блок з відгуками та блок з формою зворотного зв'язку.

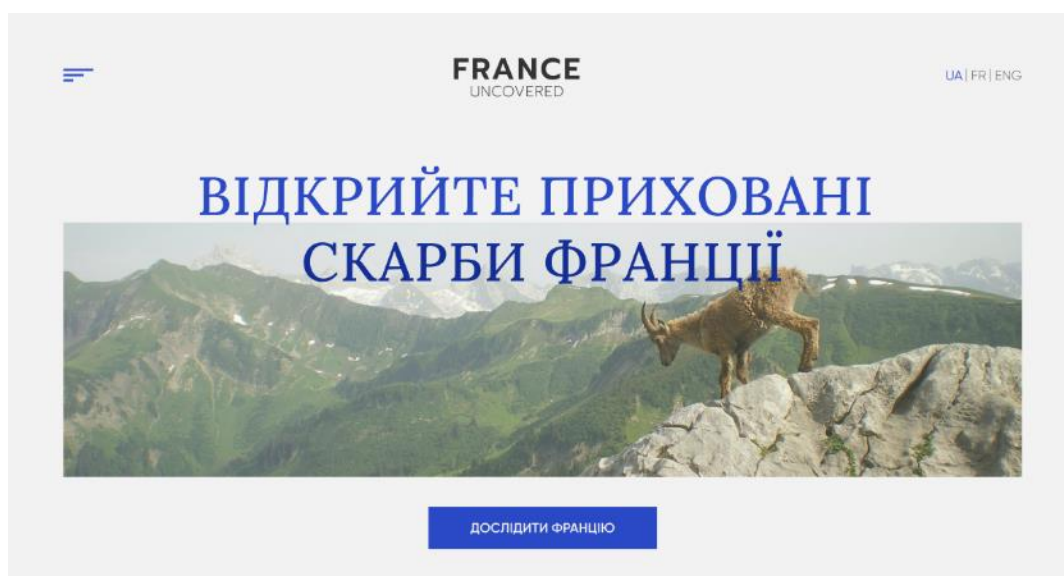


Рисунок 6.1 – Перший екран сайту «UNCOVERED FRANCE»
декстопна версія

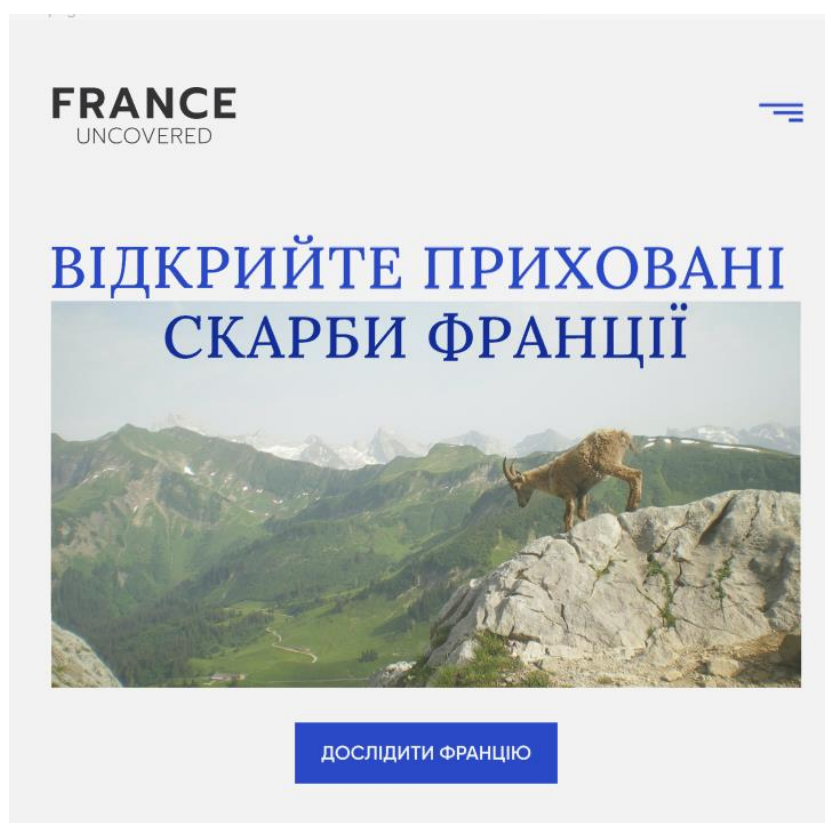


Рисунок 6.2 – Перший екран сайту «UNCOVERED FRANCE»
планшетна версія

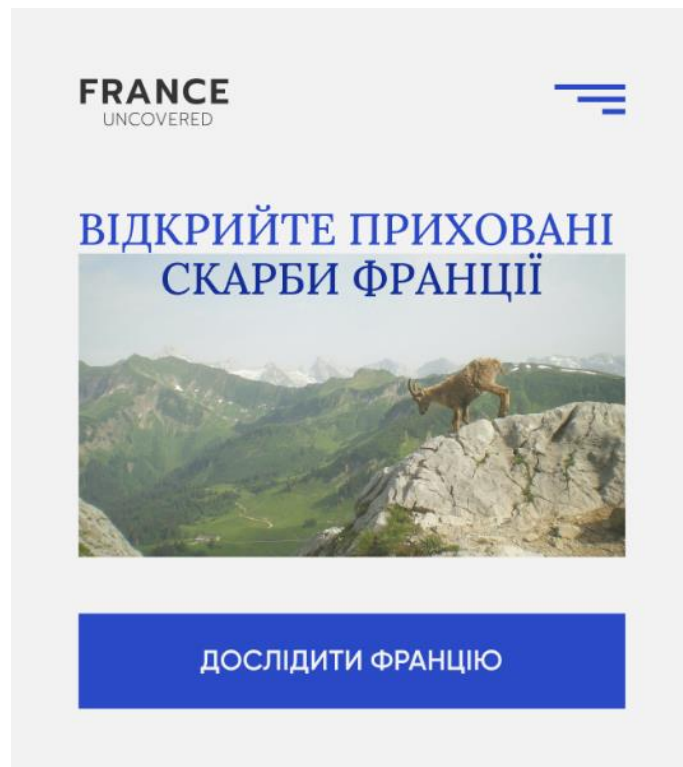


Рисунок 6.3 – Перший екран сайту «UNCOVERED FRANCE»
мобільна версія

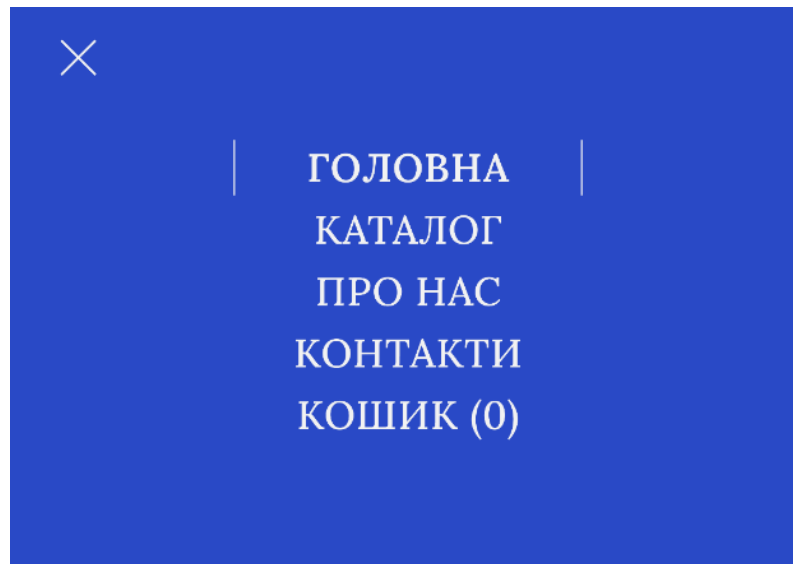


Рисунок 6.4 – Меню сайту «UNCOVERED FRANCE» десктопна версія

Форма зворотного зв'язку вже давно є найбільш прийнятним способом спілкування між власником ресурсу і користувачем.

Причин цього чимало. В першу чергу, використання контактної форми в значній мірі полегшує відправку листів, завдяки спеціальним полям,

відведених для написання тексту. Подібний шаблон робить замовлення тієї чи іншої послуги більш зручним. Також плюсом є і те, що користувачам не потрібно вводити адресу електронної пошти власника сайту, так як в формі зворотного зв'язку цей момент вже передбачено. Більш того відвідувач майданчика навіть не дізнається вашої електронної адреси, що буде потенційної захистом від спаму [10].

Нижче йде футер. Footer – це так званий підвал сайту, його нижня частина, куди власники ресурсів заносять достатньо важливу інформацію, проте вона одночасно не відноситься до пункту першорядної важливості (рис. 6.5 та 6.6). Можна надати клієнтам сайту такі дані, як:

- загальні відомості про копірайт;
- карту порталу;
- хмару, що включає в себе основні і часто використовувані теги сайту;
- автора і компанію-розробника порталу з контактною інформацією при бажанні;
- дубль основних пунктів меню навігації порталу.

Футер не рекомендується надмірно навантажувати додатковою інформацією. Користувачі її не помітять, або знизиться їх лояльність до ресурсу зважаючи на велику кількість виносок. А також роботи-пошуковики можуть застосувати до порталу додаткові санкції, розцінивши такий метод заповнення як чорний хід чи піар [11]. Також важливо звернути увагу й на особливості інших сторінок. Наприклад на сторінці туру, після аналізу конкурентів було додано програму туру (рис. 6.7).



Рисунок 6.5 – Футер сайту «UNCOVERED FRANCE» десктопна версія

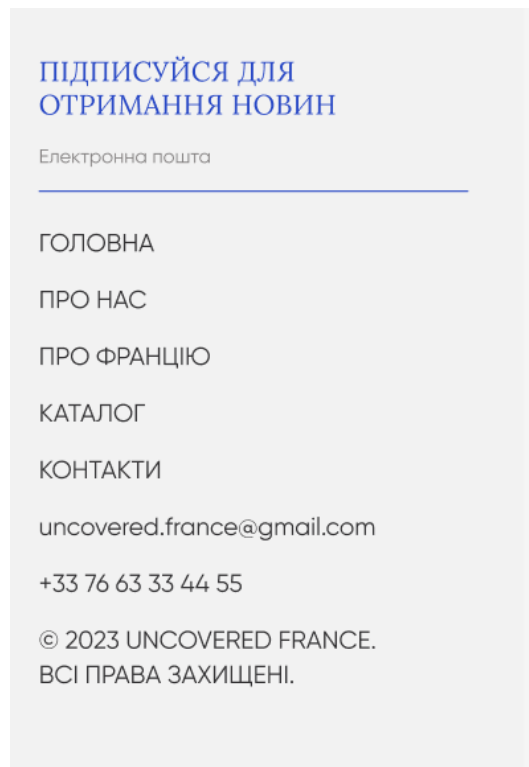


Рисунок 6.6 – Футер сайту «UNCOVERED FRANCE» мобільна версія

ПРОГРАМА ТУРУ — ПРОГРАМА ТУРУ — ПРОГРАМА ТУРУ	
ДЕНЬ 1	ДЕНЬ ПРИЇЗДУ
ДЕНЬ 2	ЕКСКУРСІЯ ДО ВИННОГО ПІДПРИЄМСТВА
ДЕНЬ 3	ЕКСКУРСІЯ ДО МІСТА КОЛЛІУР
ДЕНЬ 4	ВІДВІДУВАННЯ ВИНАРНІ
ДЕНЬ 5	ДЕНЬ ВІДПОЧИНКУ
ДЕНЬ 6	ЕКСКУРСІЯ ДО МІСТА БАНІОЛ-СЮР-МЕР
ДЕНЬ 7	ЕКСКУРСІЯ ГІРСЬКОЮ ФЕРМОЮ
ДЕНЬ 8	ДЕНЬ ВІД'ІЗДУ

Рисунок 6.7 – Сторінка про тур сайту «UNCOVERED FRANCE»
декстопна версія

На ту ж сторінку було додано слайдер, де користувач зможе ознайомитися з тим, що він побачить у цьому турі (рис. 6.8).

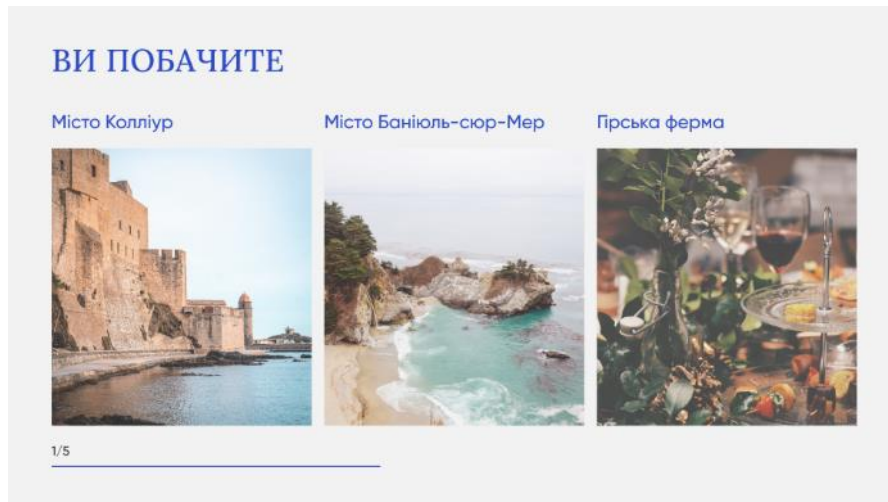


Рисунок 6.8 – Сторінка про тур сайту «UNCOVERED FRANCE»
декстопна версія

Для пошуку подорожей було розроблено зручний фільтр, який має фільтрування за напрямом, кількості днів та ціні (рис. 6.9 та 6.10).

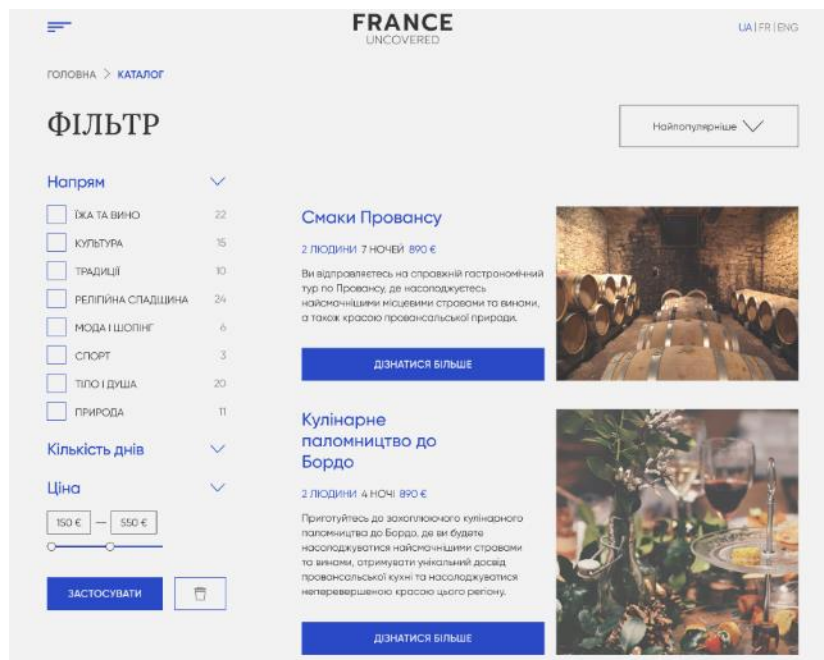


Рисунок 6.9 – Фільтр турів сайту «UNCOVERED FRANCE» декстопна версія

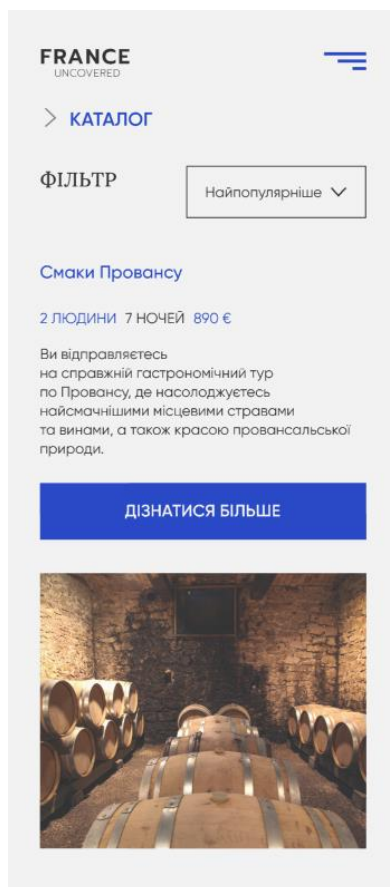


Рисунок 6.10 – Фільтр турів сайту «UNCOVERED FRANCE»
мобільна версія

Повна десктопна версія дизайну сайту знаходиться в додатку Б, планшетна версія – в додатку В, мобільна версія – в додатку Г.

7 РОЗРОБКА ПРОТОТИПІВ

Розробка прототипів для веб-сайтів є важливим етапом в процесі створення веб-дизайну та розробки. Прототипи відображають структуру та функціональні можливості майбутнього веб-сайту, дозволяють оцінити його вигляд, навігацію та користувацький досвід перед тим, як розпочати фактичну розробку.

Figma має таку функцію, як інтерактивні компоненти. Ця функція дозволяє швидко зібрати багаторазові інтерактивні компоненти та втілити проекти в життя у вигляді клікабельних прототипів [12].

Було розроблено інтерактивний прототип для десктопної (рис. 7.1) та мобільної версії сайту(рис. 7.2).

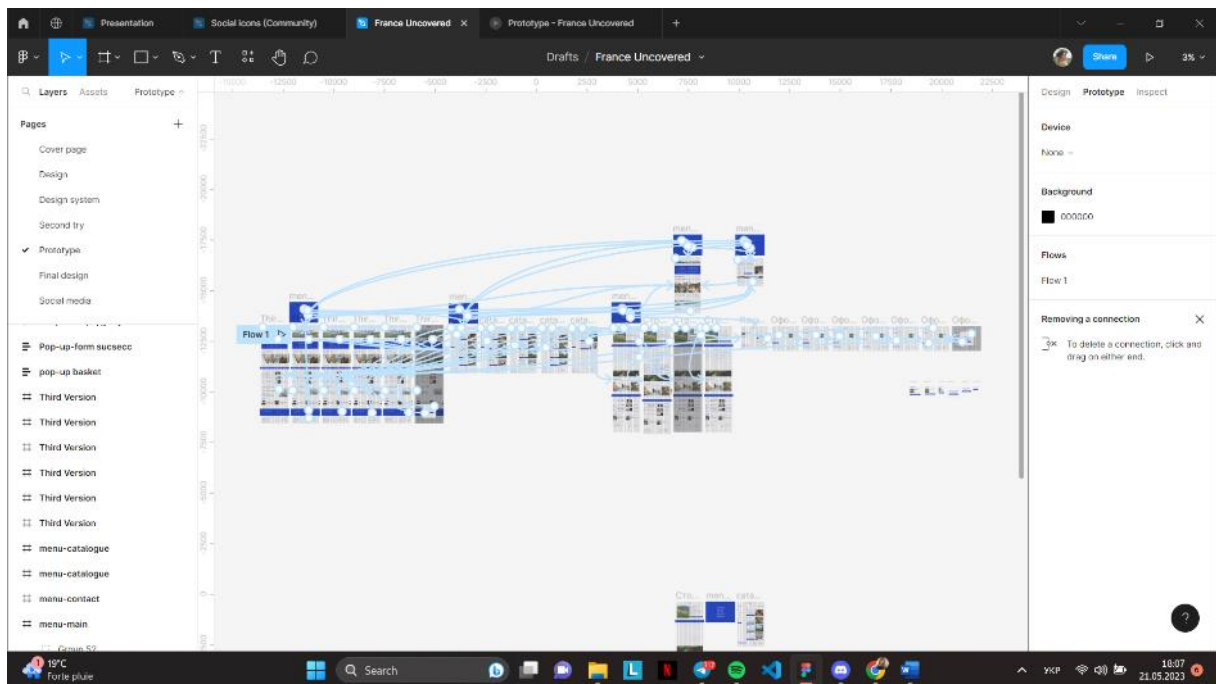


Рисунок 7.1 – Інтерактивний прототип для десктопної версії

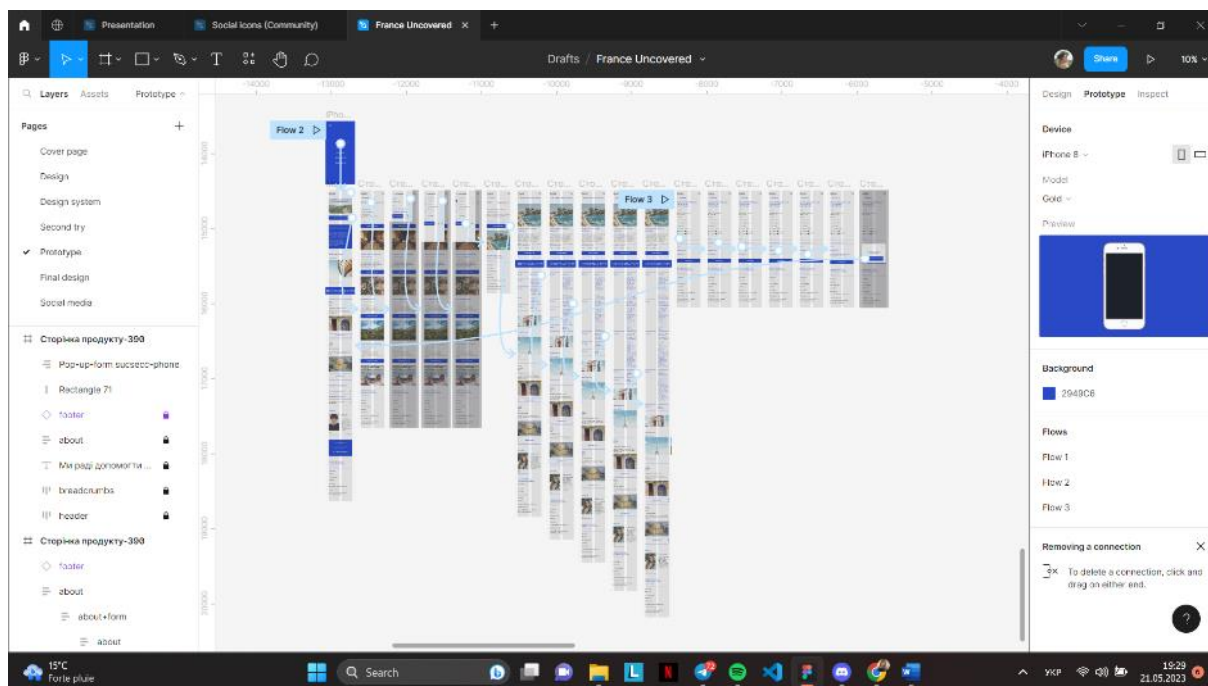


Рисунок 7.2 – Інтерактивний прототип для мобільної версії

Процес розробки прототипів включає такі етапи.

Збір вимог: Розуміння бізнес-потреб та цілей веб-сайту, визначення основних функцій та характеристик, які мають бути включені в прототип.

Створення концепції: Визначення загального вигляду та стилю веб-сайту, включаючи колірну палітру, шрифти, графічні елементи і загальну композицію.

Створення провідних макетів: Створення загальної структури сторінок, розміщення елементів, блоків контенту та навігаційних елементів. Це може включати використання провідних макетів, таких як провідник змісту (content wireframe) або провідник макету (layout wireframe).

Деталізація: Додавання деталей до прототипу, таких як текст, зображення, кнопки, форми введення даних та інші інтерактивні елементи.

Тестування та оцінка: Проведення тестування прототипу з метою оцінки його функціональності, навігації та користувацького досвіду.

Затвердження: Після успішного тестування та оцінки прототипу, він піддається затвердженню замовником або командою розробників.

8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ WEB-ВИДАННЯ

Створення сайту – процедура складна, де кожен учасник команди виконує конкретні дії. Завершальний етап усього процесу – web тестування сайтів. Дана процедура грає найважливішу роль в створенні ресурсу, так як саме від якості тестування залежить подальше життя проєкту. Як показує практика, багато розробників не приділяють належну увагу цьому етапу, покладаючись виключно на свої знання і досвід. Ресурс, який працює некоректно, викликає у користувачів негатив, в результаті довіру до компанії падає, що негативно впливає на її репутацію [13].

Основні кроки у процесі тестування веб-сайтів включають.

Планування тестування. Визначення цілей тестування, вибір методів, створення тестових сценаріїв та планування ресурсів.

Функціональне тестування. Перевірка роботи основних функцій веб-сайту.

Сумісність тестування. Перевірка, як веб-сайт працює на різних веб-переглядачах, операційних системах та пристроях. Це включає тестування на різних версіях браузерів, мобільних пристроях та планшетах.

Реалізація тестування. Виконання тестових сценаріїв, перевірка форм, валідація даних, перевірка функціональних вимог та коректності роботи веб-сайту.

Для цього використовувалася програма Figma, яка дозволяє використовувати різноманітні розширення екрану та побачити як буде виглядати готовий дизайн на них. На рис. 8.1-8.5 можна побачити тестування на відображення сайту на різних гаджетах.

Після побаченого результату, можна дійти висновку, що все працює так як треба.

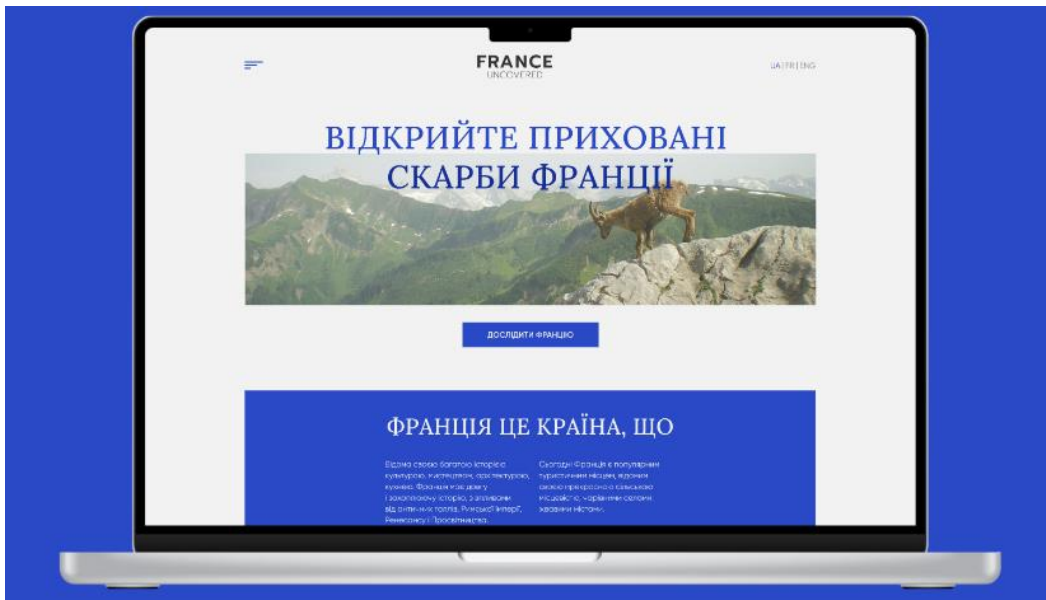


Рисунок 8.1 – Відображення сайту «UNCOVERED FRANCE»
на MacBook Pro16

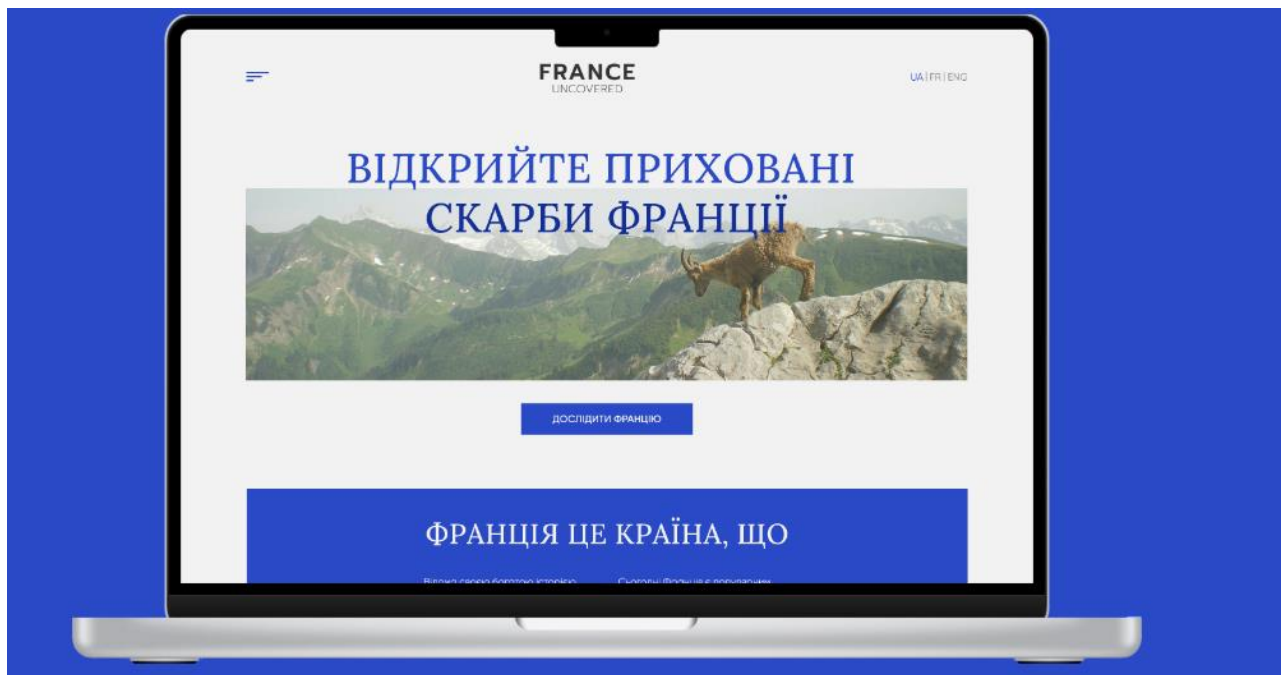


Рисунок 8.2 – Відображення сайту «UNCOVERED FRANCE»
на MacBook Pro14

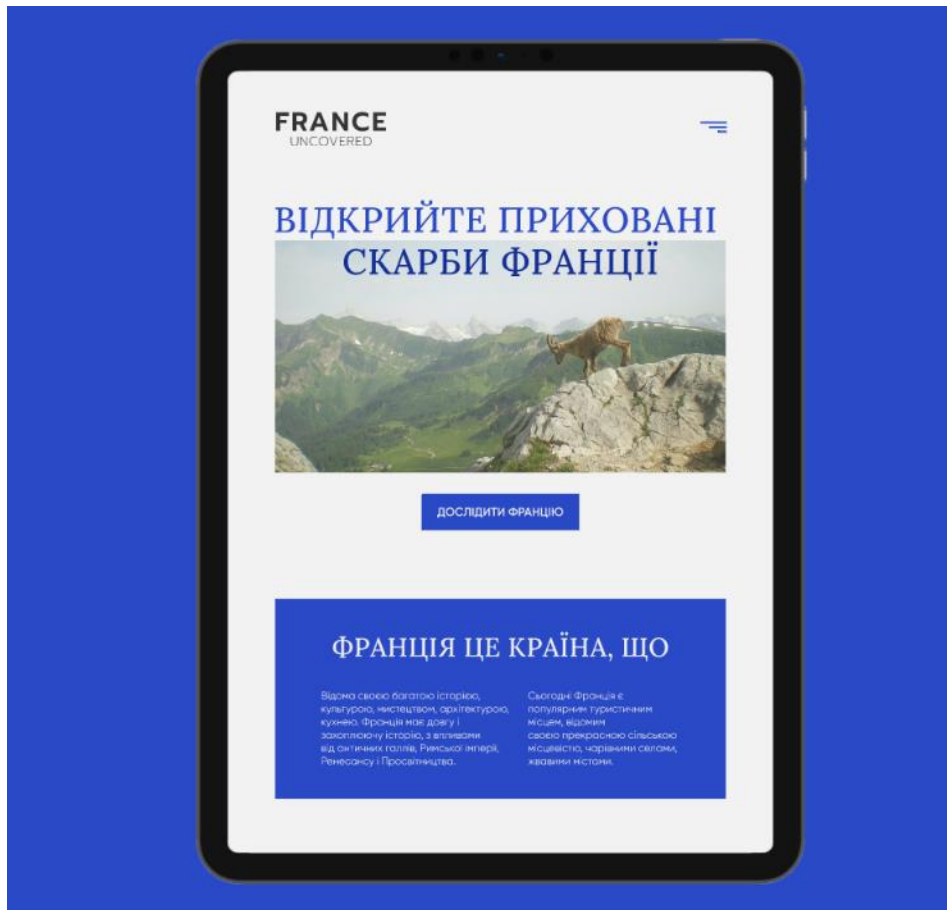


Рисунок 8.3 – Відображення сайту «UNCOVERED FRANCE»
на iPad Pro 11

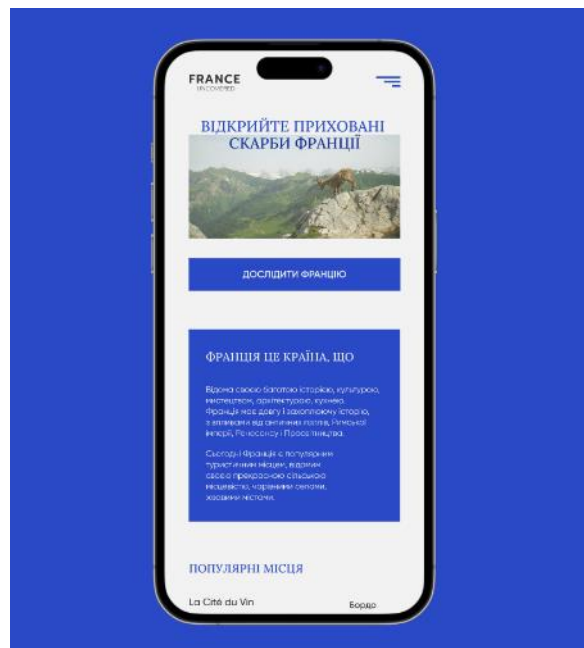


Рисунок 8.4 – Відображення сайту «UNCOVERED FRANCE»
на iPhone 14 Pro Max

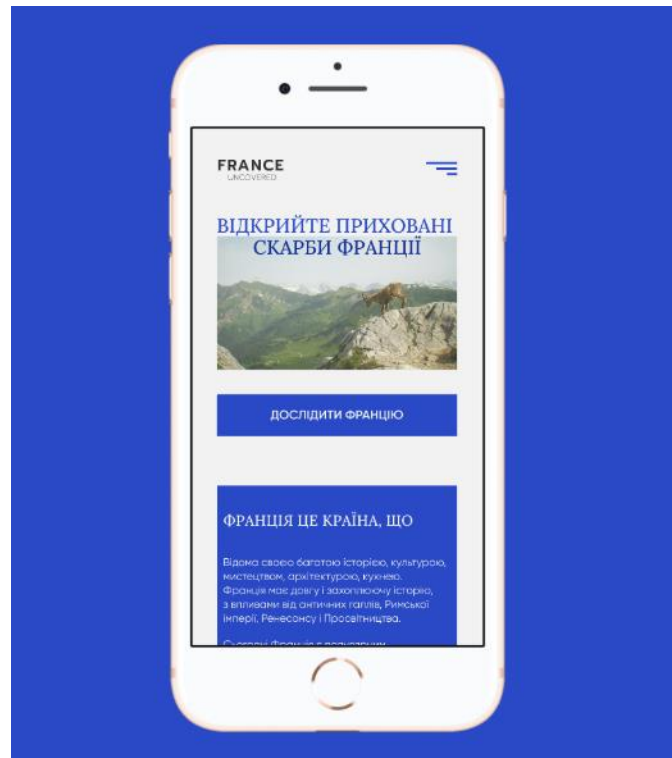


Рисунок 8.5 – Відображення сайту «UNCOVERED FRANCE»
на iPhone 8

9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

9.1 Характеристика продукції

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є створення сайту-візитки для туристичної агенції «UNCOVERED FRANCE». Цей веб-сайт створений з метою поширення інформації про компанію та послуги, що пропонуються. Було докладено зусиль, щоб забезпечити максимальну доступність та зручність використання сайту для користувачів. Ідея для створення полягала у тому, щоб створити унікальний сайт, з досить незвичними та неординарними турами для бажаючих побачити щось нове. Головна задача полягає у тому, щоб: на сайті можна було знайти всю необхідну інформацію; компанія викликала довіру у користувача; цільова аудиторія знайшла щось для себе та купила тур або залишила свої контактні дані.

Таким чином, було створено певні розділи на сайті, а саме:

- «Головна» – сторінка з інформацією про Францію, про популярні тури, про найближчі тури, відгуки та форму зворотного зв'язку;
- «Каталог» – сторінка, на якій можна побачити фільтр та картки товару;
- «Тур» – сторінка, на якій можна більш детально ознайомитися з туром, побачити його програму, місця, які буде можливість відвідати, відгуки;
- «Про фірму» – на сторінці можна більш детально ознайомитися з фірмою, її філософією та командою;
- «Контакти».

Цільовою аудиторією для сайту є люди віком від 25 до 50 років, зі середнім і вищим рівнем доходу та зацікавлені в незвичайних туристичних подорожах. Вони можуть бути парою, групою друзів або одиночними подорожуючими, які шукають нові емоції та враження.

Основними перевагами «UNCOVERED FRANCE» є надання унікальної та детальної інформації про місця, які зазвичай не включаються до традиційних

туристичних маршрутів, висока якість фото матеріалів, що дозволить користувачам максимально досягнути краси та особливості кожного місця.

Одним з можливих недоліків є те, що під час розробки сайту не враховано вимоги тих користувачів, які шукають традиційні маршрути та відвідують найбільш популярні туристичні місця. Однією з унікальних якостей сайту є його фокус на незвичайних та менш відомих місцях у Франції, що дозволяє користувачам отримати нові враження та досвід від подорожі.

Конкурентний аналіз – важлива частина бізнес-стратегії будь-якого підприємства [18]. Серед інших сайтів, що надають подібну інформацію про туристичні місця, можна виділити «Guide Provence», «Visit-France», «Avialiga».

«UNCOVERED FRANCE» відрізняється від цих сайтів за рахунок своєї спеціалізації на незвичайних місцях у Франції. Сайт пропонує унікальні та несхожі на традиційні маршрути, що не завжди представлені на інших туристичних порталах. Він має високий ступінь захисту даних та інформації користувачів завдяки застосуванню сучасних технологій шифрування та захисту від хакерських атак.

9.2 Розрахунки витрат

Розробка веб-сайту є складним та багатоетапним процесом, що потребує значних витрат для створення якісного та зручного продукту для користувачів.

Розробка інформаційного веб-сайту містить у собі наступні етапи:

- початковий етап, на якому формулюються основні вимоги до сайту, описуються основні цілі й розробляються специфікації, тобто виявляються основні властивості, що й характеризують їхні показники;
- етап зовнішнього проєктування, де необхідно розробити архітектуру й структуру сайту, визначити алгоритм побудови, виявити підсистеми й окремі складові їхні модулі, а також розробити зовнішній інтерфейс користувача;
- етап проєктування і кодування компонентів, у ході виконання якого відбувається проєктування і кодування обраною мовою програмування окремих модулів сайту;

– основний етап є найбільш трудомістким. Необхідно зробити налагодження і тестування окремих програмних модулів, потім – комплексне налагодження всього веб-сайту в цілому;

– заключний етап, на якому проводиться остаточна корекція веб-сайту і підготовка необхідної супровідної документації.

Здійснимо розрахунок собівартості і ціни розробки веб-сайту.

У собівартість розробки веб-сайту входять наступні статті витрат:

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

Розробку веб-сайту проводять два фахівці: дизайнер і ux-копірайтер. Зарплата дизайнера становить 180,00 грн/год, ux-копірайтера – 115,00 грн/год. При цьому тривалість робочого дня кожного з них становить 8 годин. Розробка сайту триває 8 днів. Розрахунок основної заробітної плати наведено в табл. 9.1.

Таблиця 9.1 – Розрахунок витрат на основну заробітну плату

Етап створення сайту	Вид робіт	Виконавець	Годинна ставка, грн	Час виконання, дні	Заробітна плата, грн
1. Підготовчий	Складання технічного завдання	Ux-копірайтер	115,0	0,5	460,00
2. Проектування	Розробка інформаційної структури	Ux-копірайтер	115,0	0,5	460,00
	Розробка прототипу, варфреймів	Дизайнер	180,0	1	1 440,00
3. Дизайн	Створення веб-сайту	Дизайнер	180,0	4,5	6 480,00
4. Тестування	Проведення тестування завдяки MVP	Дизайнер	180,0	1	1 440,00
5. Завершальний	Підготовка супровідної документації	Ux-копірайтер	115,0	0,5	460,00
Разом				8	10 744,00
Додаткова заробітна плата (20 %)					2 148,80
Усього					12 892,80

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

$$ЗП_{\text{дод}} = ЗП_{\text{осн}} * 0,20, \quad ЗП_{\text{дод}} = 10\,744,00 * 0,2 = 2\,148,80 \text{ грн.}$$

Ставка ЄСВ становить 22 % від величини основної заробітної плати:

$$В_{\text{соц}} = ЗП_{\text{осн}} * 0,22, \quad В_{\text{соц}} = 12\,892,8 * 0,22 = 2\,836,42 \text{ грн.}$$

До інших витрат слід віднести витрати на обслуговування електронно-обчислювальних машин (ЕОМ) і плату за електроенергію.

Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності пристрою і тарифу на електроенергію. У даному випадку передбачається використання 2 комп'ютерів з потужністю 0,7 кВт/год. Вартість однієї кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 1,619 грн.

Час використання електроенергії в процесі розробки ($T_{\text{об}}$):

$$T_{\text{об}} = T_p * C, \quad T_{\text{об}} = 8 * 8 = 64 \text{ години.}$$

де T_p – необхідна кількість днів для розробки;

C – кількість робочих годин на добу.

Звідки, плата за електроенергію ($E_{\text{л}}$) складає:

$$E_{\text{л}} = T_{\text{об}} * П * T_{\text{ел}}, \quad E_{\text{л}} = 64 * 0,7 * 2 * 1,619 = 145,06 \text{ грн.}$$

де $П$ – потужність;

$T_{\text{ел}}$ – ціна 1 кВт/години електроенергії.

Витрати на обслуговування ЕОМ визначаються залежно від їх вартості та тривалості експлуатації. Після закінчення цього періоду, що зазвичай не перевищує 3 років, ЕОМ підлягає заміні.

Для розрахунку витрат на обслуговування ЕОМ також важливим є робочий час, протягом якого машина використовується. У даному випадку, ЕОМ використовується протягом 254 робочих днів.

Для розрахунку витрат на обслуговування використовуємо вартість ЕОМ та тривалість їх експлуатації:

$$V_{\text{ЕОМ}} = (4200,00 / (3 * 8 * 254)) * 64 = 44,09 \text{ грн.}$$

Проект впроваджується на 1 компанію, тому собівартість розробки становить 15 918,37 грн:

$$15\,918,37 / 1 = 15\,918,37 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму прибутку від реалізації розробки (виходячи з рівня рентабельності 30 %):

$$15\,918,37 * 0,3 = 4\,775,51 \text{ грн.}$$

При розрахунку вартості кінцевого продукту «UNCOVERED FRANCE» важливо враховувати не лише основні складові витрат, але й податок на додану вартість (ПДВ). ПДВ становить 20 % від ціни без ПДВ і є непрямим податком, що включається до вартості товарів, робіт та послуг.

ПДВ є одним з основних джерел доходів державного бюджету. Він стягується з кінцевого споживача, але перераховується продавцем до держави. Це означає, що клієнт, який придбає продукт, сплачує ПДВ разом з вартістю товару, а продавець відображає цей податок у своїй звітності та перераховує його відповідно до податкового законодавства.

Визначимо суму без ПДВ, що складається з вартості робіт та послуг:

$$15\,918,37 + 4\,775,51 = 20\,693,90 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, яка становить 20 % від ціни без ПДВ:

$$20\,693,90 * 0,2 = 4\,138,78 \text{ грн.}$$

Визначимо кінцеву ціну сайту – додаємо суму ПДВ до вартості без ПДВ:

$$20\,693,90 + 4\,138,78 = 24\,832,68 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 9.2.

Таблиця 9.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни веб-сайту

№	Стаття витрат	Сума, грн
1	Основна заробітна плата	10 744,00
2	Додаткова заробітна плата	2 148,8
3	Єдиний соціальний внесок	2 836,42
4	Витрати на обслуговування ЕОМ	44,09
5	Витрати на електроенергію	145,06
6	Собівартість розробки сайту	15 918,37
7	Прибуток (рівень рентабельності 30 %)	4 775,51
8	Ціна без ПДВ	20 693,90
9	Податок на додану вартість (ПДВ)	4 138,78
10	Ціна з урахуванням ПДВ	24 832,68

Виходячи з виконаних розрахунків повна вартість розробки сайту складе 24 832,68 грн. Термін виконання всіх етапів розробки становить 8 днів для команди з одного менеджера та дизайнера. Очікувана сума прибутку складе 4 138,78 грн.

ВИСНОВКИ

У сучасному світі, веб-сайти відіграють важливу роль у задоволенні потреб користувачів та приверненні нових клієнтів. Важливість правильної розробки сайту, зокрема уваги до дизайну, функціональності та зручності використання, не може бути недооцінена. Якість дизайну має великий вплив на ефективність сайту та задоволення користувача.

В туристичній галузі, де популярність незвичайного туризму зростає, створення привабливих та зручних веб-сайтів є особливо важливим. Багато туристичних агентств стикаються з проблемами застарілих та незручних дизайнів своїх сайтів. В рамках кваліфікаційної роботи бакалавра був розроблений дизайн веб-сайт для туристичної компанії «Uncovered France», яка спеціалізується на наданні незвичайних турів по Франції, з метою привернення нових клієнтів та задоволення їхніх потреб.

У процесі розробки прототипу веб-сайту «Uncovered France» були використані сучасні технології та інструменти, такі як Figma для створення макету та прототипування сайту, а також Adobe Photoshop 2021 для обробки зображень. Це дозволило створити високоякісний дизайн та функціональність сайту, який буде виділятися серед конкурентів та забезпечувати комфортне бронювання турів та доступ до цікавої інформації про Францію та її культуру. Результатом є веб-сайт, який допоможе компанії «Uncovered France» привернути нових клієнтів, підвищити свої продажі та відрізнитися від конкурентів.

В роботі здійснено економічне обґрунтуванням проєкту та розрахована повна вартість розробки сайту, яка складе 24 832,68 грн

Розробка веб-сайтів вимагає не лише технічних знань, але й уваги до деталей та розуміння потреб користувачів. Застосування сучасних інструментів та технологій сприяє створенню якісних веб-сайтів, які задовольняють потреби користувачів та сприяють успіху бізнесу.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Правильна структура сайту: приклади та як створити?. URL: <https://atriples.com.ua/pravylna-struktura-saytu/> (дата звернення: 04.05.2023).
2. Які бувають види сайтів?. URL: <https://apri-code.com/uk/razrabotka/vidy-sajtov/> (дата звернення: 04.05.2023).
3. Тури в прованс, французька рив'єра, південна Франція. Путівник по Провансу. URL: <https://guideprovence.net/uk/> (дата звернення: 07.05.2023).
4. Відвідайте Францію з офіційними екскурсоводами • приватний тур по Франції. URL: <https://www.visit-france.org/uk/> (дата звернення: 08.05.2023).
5. Тури до Франції – купити тур з поїздкою на відпочинок до Франції з Києва за вигідною ціною від компанії Avialiga. URL: <https://avialiga.ua/countries/france> (дата звернення: 10.05.2023).
6. What Is Figma and What Is It Used For?. URL: <https://www.makeuseof.com/what-is-figma-used-for/> (дата звернення: 07.05.2023).
7. Сайт-візитка приклад. URL: <https://webdevandseo.com.ua/site-business-card-practical-guide/> (дата звернення: 06.05.2023).
8. Напрямок веб-дизайну: плоский дизайн і мінімалізм. URL: <https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/napryamok-veb-dyzajnu-ploskyj-dyzajn-i-minimalizm> (дата звернення: 20.05.2023).
9. Чарівна паличка веб-дизайнера. URL: <http://yellowarrow.design/index.php/ua/blog-article/75-charivna-palychka-veb-dyzainera> (дата звернення: 20.05.2023).
10. Форма зворотнього зв'язку для сайту. Що це таке, для чого вона потрібна і як її створити?. URL: <https://formdesigner.com.ua/blog/forma-obratnoi-svyazi-dlya-saita-chto-eto-takoe-i-dlya-chego-ona-nujna.html> (дата звернення: 20.05.2023).
11. Footer що це таке, Footer – це простими словами ✓ PROject SEO. URL: <https://project-seo.net/uk/terms-uk/footer-2/> (дата звернення: 15.05.2023).
12. Кот А. Функція інтерактивних компонентів Figma. URL: <https://ux.pub/cospl/funktsiia-intieraktivnikh-komponentiv-figma-3gja> (дата звернення: 15.05.2023).

13. Як тестувати веб-сайт: основні етапи і поради. URL: <https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/yak-testuvati-veb-sayt-osnovn-etapi-poradi> (дата звернення: 15.05.2023).
14. Zhmykhov Y. Користувацькі персони. URL: <https://ux.pub/zhmikhov/koristuvatski-piersoni-533p> (дата звернення: 23.05.2023).
15. Muzyka B. User Flows. User Flows. Як ця техніка допомагає в роботі над проєктами URL: <https://dou.ua/lenta/columns/user-flows/> (дата звернення: 23.05.2023).
16. Прототипування за допомогою Figma, Sketch та Adobe XD: порівняльний аналіз та практичні прийоми роботи. URL: <https://blog.mate.academy/ui-ux-design/prototyping-tools/> (дата звернення: 27.05.2023).
17. Міщерікова А.О., Чеботарьова І.Б. Особливості розробки туристичного путівника по незвичним місцям Франції // PRINT, MULTIMEDIA & WEB: матеріали школи-семінару VIII міжнародної науково-технічної конференції (16-20 травня 2023, м. Харків). 2023. Т. 2. С. 37-41.
18. Полозова Т.В. 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, 2022. 47 с.