



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 \_\_\_\_\_ *Галицької Маргариті Олександрівні* \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи \_\_\_\_\_ *Розробка проєкту landing page на тему* \_\_\_\_\_  
*«Знайомство зі спеціальністю 186 Видавництво та поліграфія»*

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

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії \_\_\_\_\_ 19.06.2023 р. \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи

*Вид і призначення WEB-видання; Мови розробки WEB-видання, використанні фреймворки та CMS; Середовище для розповсюдження.*

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

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

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

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

6. Консультанти розділів роботи


Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	проф. Бізюк А.В.		18.06.23
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		07.06.23

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, визначення цілей і задач проектування	22.05.2023	виконано
2	Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні WEB-видань	22.05.2023	виконано
3	Послідовність виготовлення WEB-видання	22.05.2023	виконано
4	Вибір інструментальних засобів розробки	29.05.2023	виконано
5	Проектування інформаційної структури та навігації	29.05.2023	виконано
6	Розробка модульної сітки	29.05.2023	виконано
7	Розробка графічного дизайну	02.05.2023	виконано
8	Наповнення контентом сторінок видання	03.05.2023	виконано
9	Тестування і публікація	05.05.2023	виконано
10	Економічна частина	05.05.2023	виконано
11	Оформлення пояснювальної записки	10.06.2023	виконано
12	Оформлення графічної частини	12.06.2023	виконано

Дата видачі завдання « 22 » травня 2023 р.

Студент

  
\_\_\_\_\_ (підпис)

Галицька М.О.  
(прізвище, ініціали)

Керівник роботи

  
\_\_\_\_\_ (підпис)

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

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка містить 46 с., 18 рис., 2 табл., 2 дод., 23 джерела.

ДИЗАЙН, LANDING PAGE, HTML, CSS, JS, НАВІГАЦІЯ,  
АДАПТИВНА ВЕРСТКА, ТЕСТУВАННЯ, КРОСБРАУЗЕРНІСТЬ.

Мета кваліфікаційної роботи – отримати теоретичні та практичні навички з розробки проєкту landing page «Знайомство зі спеціальністю 186 – Видавництво та поліграфія».

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є готовий landing page. Під час виконання роботи було проведено дослідження цільової аудиторії, написання оригінального контенту, створення модульної сітки та графічного дизайну, верстка мовами HTML та CSS, JS. Сайт був протестований на адаптивність та кроссбраузерність.

## ABSTRACT

The explanatory note contains 46 p., 18 pic., 2 tabl., 2 app., 23 sources.

DESIGN, LANDING PAGE, HTML, CSS, JS, NAVIGATION,  
RESPONSIVE LAYOUT, TESTING, CROSS-BROWSER USABILITY.

The purpose of the qualification work is to gain theoretical and practical skills in the development of the landing page project "Getting to know specialty 186 – Publishing and printing".

The result of the qualification work is a ready landing page. During the execution of the work, a study of the target audience, writing of original content, creation of a modular grid and graphic design, layout in HTML and CSS, JS languages was carried out. The site was tested for adaptability and cross-browser compatibility.

## ЗМІСТ

	С.
ВСТУП .....	7
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ.....	11
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ WEB-ВИДАНЬ .....	13
2.1 Поняття landing page, цілі та різновиди.....	13
2.2 Адаптивний web-дизайн, підходи до реалізації .....	16
2.3 Основні етапи створення landing page .....	16
2.4 Інструментальні засоби створення графічного дизайну .....	17
3 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ WEB-ВИДАННЯ.....	20
4 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ .....	22
5 РОЗРОБКА МОДУЛЬНОЇ СІТКИ.....	24
6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ .....	27
7 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ СТОРІНОК ВИДАННЯ .....	33
8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ .....	37
9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА .....	38
ВИСНОВКИ .....	44
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ.....	45
ДОДАТОК А Приклади сторінок .....	47
ДОДАТОК Б Фрагменти програмних кодів .....	49

## ВСТУП

Landing page – це веб-сторінка, яка призначена для спеціальної мети, а саме залучити відвідувачів і перетворити їх на потенційних клієнтів або клієнтів. Вона зазвичай має просту структуру і фокусується на конкретному продукті, послугі, пропозиції чи акції.

Хороша landing page має деякі специфічні риси, що роблять її ефективною. Наприклад, вона повинна мати чітку структуру і лаконічний зміст, який привертає увагу та стимулює дію. Також важливо, щоб заголовки та зображення були відповідні пропозиції, щоб викликати зацікавлення відвідувачів.

Крім того, дизайн сторінки має бути привабливим і легким для сприйняття. Використання відповідних кольорів, шрифтів і графіки може покращити візуальний вигляд сторінки і збільшити ймовірність конверсії.

Необхідно також звернути увагу на форму замовлення або контактну інформацію. Вона повинна бути легко доступною та зрозумілою для відвідувачів, щоб залучити їх до взаємодії з бізнесом.

Узагалі, успішна landing page покликана зацікавити відвідувачів, переконати їх у цінності пропозиції і спонукати до дії. Вона може бути потужним інструментом для збільшення конверсій і досягнення маркетингових цілей бізнесу.

Розробка landing page на тему «Знайомство зі спеціальністю 186 – Видавництво та поліграфія» має велику актуальність в сучасному світі, оскільки з кожним роком зростає попит на фахівців у галузі видавництва та поліграфії.

Метою розробки є створення зручної та зрозумілої інформаційної платформи для тих, хто хоче дізнатися більше про цю спеціальність. Landing page дозволить ознайомитися з основними аспектами навчання на даній

спеціальності, навичками, які можна отримати, та можливими перспективами розвитку кар'єри.

Отже, розробка landing page на тему «Знайомство зі спеціальністю 186 Видавництво та поліграфія» є важливим кроком у просуванні цієї спеціальності серед потенційних студентів та молодих спеціалістів, які шукають своє місце у ринку праці.

Загальна мета цієї сторінки – зацікавити потенційного студента у навчанні на спеціальності 186, надати інформацію про переваги та можливості навчання, а також спонукати до дії у вигляді заповнення форми заявки на реєстрацію.

Landing page з однієї сторінки, на якій знаходиться короткий опис того, чого може навчитись майбутній студент, обираючи певний напрямок. Розміщена інформація про освітні програми, щоб додатково ознайомитись з майбутньою програмою навчання. Присутні ілюстрації, які відповідають галузі спеціальності. Кольорова гама має створювати враження водночас стабільності та довіри з чистотою та простотою.

Тема важливості UX-досліджень та їх впливу на проектування дизайну досліджувалась в статтях та доповідях студентів та викладачів кафедри МСТ ХНУРЕ. Зокрема, в 2023 році тематиці було присвячено виступ О.Є. Бутвіни, який проаналізував методику UI/UX досліджень при розробці редизайну сайту [1]. Актуальною також є тема впливу різних кольорів на сприйняття користувачами інтерфейсу та бренду в цілому.

Так, в доповіді Задорожної В.К. [2] розглядається вплив різних кольорів на емоції користувачів. А в тезах Цвігун А.О. [3] оглянуто, як різні бренди використовують кольорову психологію для отримання своєї вигоди.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розгляд переваг створення сайту та додатку у наші часи;
- розгляд конкурентного середовища відповідно до тематики проєктованого сайту та аналіз інтерфейсів конкурентів;

- аналіз усіх питань стосовно мети розробки, постановки завдання та цільової аудиторії;
- проведення UX-досліджень, включає в себе UX-аудит, налаштування системи метрик, вивчення аналітики сайту або програми, його комерційних показників та показників конверсії;
- визначення пріоритетних точок зростання в інтерфейсі за принципом "мінімум зусиль-максимум вигоди";
- розробка варфреймів, архітектури й структури сайту, побудова шляхів користувача;
- розробка дизайну та UI-kit, виходячи з попереднього аудиту та аналізу цільової аудиторії;
- формування графічного дизайну сайту (вибір кольорів, шрифтів, форм, ілюстрацій для задоволення найбільшої кількості користувачів);
- формування адаптивів усіх сторінок;
- розробка мобільного додатку з урахуванням усіх попередніх досліджень та розробки дизайну;
- створення клікабельного прототипу сайту та додатку.

Структура кваліфікаційної роботи бакалавра обумовлена предметом, метою і завданнями дослідження. Робота складається з вступу, дев'яти розділів й висновків.

У першому розділі пояснювальної записки розглянуто різноманітні літературні джерела за темами адаптивного дизайну, поняття дизайну та принципів гарного дизайну.

В другому розділі досліджено досягнення у виробництві веб-документів за останні десятиріччя.

Третій розділ містить аналіз технічного завдання, мету розроблюваного сервісу, визначення цільової аудиторії сайту та виявлення методів дослідження.

У четвертому розділі спроектовано інформаційну структуру та навігацію сайту, за допомогою UX-досліджень та виділення головної інформації.

У п'ятому розділі описано розробку адаптивних сторінок для планшетної та мобільної версії сайту.

Шостий розділ складається з опису графічного дизайну для сервісу.

У сьомому розділі описано детальну розробку макету у програмному забезпеченні.

Восьмий розділ доповідає про наповнення контентом сторінок веб-сайту. Наприкінці наведено економічне обґрунтування розробки сервісу за даною темою.

## 1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Метою landing page на тему «Знайомство зі спеціальністю 186 – Видавництво та поліграфія» є ознайомлення потенційних студентів з основними аспектами даної спеціальності, її перевагами та можливостями, які вона може надати. Основна мета полягає в тому, щоб зацікавити та залучити цільову аудиторію до вступу на дану спеціальність, а також надати їм необхідну інформацію для прийняття рішення про вибір навчального закладу та спеціальності.

Цільовою аудиторією є школярі, які збираються вступати до ВНЗ та розглядають варіанти вибору спеціальності, а також батьки, які допомагають своїм дітям у виборі майбутньої професії. Також цільовою аудиторією можуть бути студенти інших факультетів, які зацікавлені у зміні своєї спеціальності на спеціальність "Видавництво та поліграфія". Основний критерій вибору аудиторії – це люди, які мають зацікавленість у вивченні процесів створення та видавництва друкованих матеріалів, а також у вивченні різноманітних технологій поліграфії та дизайну.

Потенційний користувач, віком від 17-37 років, цього сайту має зацікавленість у вивченні процесів створення та видавництва друкованих матеріалів, а також у вивченні різноманітних технологій поліграфії та дизайну. Він шукає інформацію про дану спеціальність, її переваги та можливості, які вона може надати, а також хоче дізнатися про навчальні заклади, які пропонують дану спеціальність, умови вступу та навчання.

Технічні можливості користувача сайту можуть бути різними, залежно від його пристроїв та Інтернет-з'єднання. Він може використовувати будь-який сучасний веб-браузер, такий як Google Chrome, Safari, Opera або Microsoft Edge.

Також потенційний користувач цього сайту може мати різні пристрої з різними розмірами екранів, наприклад, настільний комп'ютер, ноутбук,

планшет. Для зручності користувача сайт повинен бути адаптивним, тобто підлаштовуватися під розмір екрану пристрою, на якому він відкривається.

Крім того, потенційний користувач цього сайту має мати доступ до Інтернету та повинен мати достатню швидкість Інтернет-з'єднання для завантаження сторінок сайту та перегляду інформації, яка розміщена на сайті.

Для створення landing page використовуються прості технології для того, щоб більша кількість користувачів мала змогу переглянути сайт. Тому для графічної частини сторінки вибір пав на векторні ілюстрації. Для створення векторних ілюстрацій була обрана програма Adobe Illustrator. Розробка дизайну сторінки відбувалась за допомогою векторного сервісу Figma.

Результатом роботи має стати landing page, який має приємний вигляд, поєдную у собі стиль і простоту, якій зацікавить користувача.

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

### 2.1 Поняття landing page, цілі та різновиди

Landing page – це односторінковий веб-сайт, спеціально створений для привернення уваги та перетворення відвідувачів на потенційних клієнтів або лідів. Це перша сторінка, на яку потрапляє відвідувач після натискання на рекламний банер, посилання в соціальних мережах, електронну розсилку або результати пошукового запиту.

Головна мета лендінгу – це залучення уваги відвідувачів і переконання їх у придатності пропозиції, такої як придбання товару, підписка на послугу, завантаження електронної книги або заповнення контактної форми. Лендінги зазвичай мають чітку структуру, фокусуються на одній основній пропозиції та використовують ефективні методи впливу, такі як використання переконливого тексту, візуальних елементів та викликів до дії.

Ефективний лендінг повинен мати привабливий дизайн, чітку інформацію про пропозицію, переваги продукту або послуги, соціальні докази, відгуки клієнтів та просту навігацію. Аналіз та тестування лендінгу допомагають вдосконалити його ефективність та конверсію.

Основні цілі landing page можуть варіюватися залежно від конкретного бізнесу або маркетингової кампанії, проте основні цілі включають (рис. 2.1):

- збір лідів (генерація потенційних клієнтів). Головна мета багатьох лендінгів полягає в залученні цільової аудиторії та отриманні їх контактних даних. Це може включати заповнення форми зворотного зв'язку, підписку на розсилку або завантаження безкоштовного матеріалу;

- продаж товарів або послуг. Лендінги можуть бути спрямовані на прямий продаж товарів або послуг. Це може включати опис продукту, його переваги, ціну та кнопку "Купити" або "Замовити";

– подання інформації. Лендінги можуть використовуватися для представлення конкретної інформації, такої як випуск нового продукту, акції або події. Головна ціль полягає у передачі інформації в зрозумілому та переконливому способі;

– запрошення до дії. Лендінги можуть мотивувати відвідувачів зробити певну дію, таку як запис на безкоштовну консультацію, відвідування магазину, заповнення анкети або завантаження додатку;

– посилення бренду. Деякі лендінги можуть бути спрямовані на підвищення узнаваності бренду, залучення уваги до компанії та побудову довіри до неї.

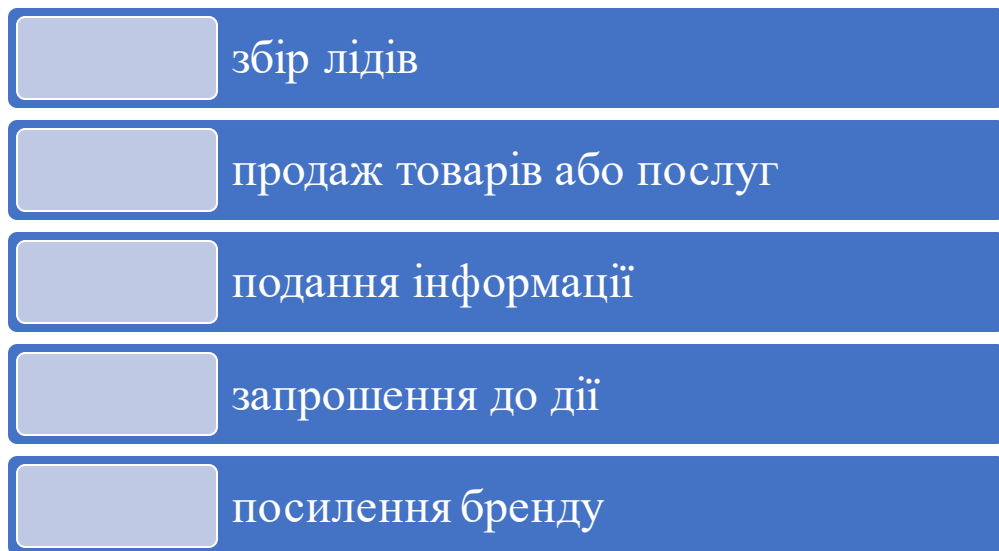


Рисунок 2.1 – Основні цілі landing page

Визначення конкретних цілей лендінгу допоможе сфокусуватися на досягненні бажаного результату та побудувати ефективну стратегію маркетингу.

Існує кілька різновидів лендінгів, які можуть бути використані в залежності від конкретних потреб бізнесу. Основні різновиди лендінгів включають:

– промо-лендінг. Цей тип лендінгу використовується для просування конкретної акції, продукту або послуги. Він зосереджений на створенні

зацікавленості відвідувачів і переконанні їх здійснити певну дію, таку як покупка, реєстрація або підписка;

– інформаційний лендінг. Цей тип лендінгу має на меті передати відвідувачам корисну інформацію. Він може містити детальний опис продукту або послуги, їх переваги, використання та іншу корисну інформацію. Головна ціль полягає в усвідомленні відвідувачами важливості та цінності пропозиції;

– призначений для генерації лідів лендінг. Цей тип лендінгу спрямований на залучення цільової аудиторії та збір контактних даних. Він може включати форму зворотного зв'язку, запитання, підписку на розсилку або завантаження безкоштовних матеріалів. Головна мета – отримати ліди, які можуть бути подальше залучені до маркетингових активностей;

– запрошення до дії лендінг. Цей тип лендінгу створений для мотивації відвідувачів здійснити певну дію. Він може включати запрошення до реєстрації на подію, завантаження додатку, підписки на сервіс або звернення до консультанта;

– мобільний лендінг. Цей тип лендінгу оптимізований для мобільних пристроїв і має адаптивний дизайн. Враховуючи зростаючу кількість користувачів, які використовують смартфони та планшети, мобільні лендінги забезпечують зручний та ефективний досвід для мобільних відвідувачів;

– стартап-лендінг. Цей тип лендінгу призначений для стартапів або нових продуктів, щоб привернути увагу інвесторів, партнерів та потенційних клієнтів. Він може містити інформацію про команду, виробництво, плани розвитку та можливості для співпраці;

– запрошення на подію лендінг. Цей тип лендінгу використовується для запрошення аудиторії на конференції, семінари, виставки або інші події. Він містить інформацію про подію, програму, лекторів і реєстраційну форму для участі;

– подарунковий лендінг. Цей тип лендінгу спрямований на пропозицію подарунків або спеціальних акцій. Він може включати знижки, безкоштовну

доставку, подарункові сертифікати або інші заохочення для відвідувачів, що мотивують їх до покупки або дії.

Ці різновиди лендінгів використовуються залежно від бізнес-цілей, цільової аудиторії та маркетингових потреб. Кожен тип має свої особливості та функціонал, спрямовані на досягнення певних результатів та конверсії.

## 2.2 Адаптивний web-дизайн, підходи до реалізації

Адаптивний веб-дизайн – це підхід до створення сайтів, який забезпечує оптимальний перегляд веб-сторінок на різних пристроях та розмірах екранів, зберігаючи якість та зручність користування.

Існує кілька підходів до реалізації адаптивного дизайну, серед яких:

- mobile-first – підхід, при якому спочатку розробляється версія сайту для мобільних пристроїв, а потім вона адаптується до більших екранів;
- desktop-first – протилежний до попереднього підхід, при якому спочатку створюється версія сайту для комп'ютерів, а потім вона адаптується для мобільних пристроїв;
- content-out – підхід, коли контент відіграє ключову роль в розробці адаптивного дизайну, при якому контент розміщується в порядку пріоритету і його зручності перегляду на різних пристроях.

Реалізація адаптивного дизайну може проводитись за допомогою різних технологій, таких як CSS Media Queries, JavaScript, Bootstrap, а також фреймворки та CMS з вбудованим підтримкою адаптивності.

## 2.3 Основні етапи створення landing page

Основні етапи створення Landing Page включають наступні кроки.

1. Аналіз цільової аудиторії та конкурентів: визначення потреб, бажань, інтересів і поведінки цільової аудиторії, а також вивчення сайтів конкурентів.

2. Вибір теми та меседжів: визначення тематики та ключових меседжів, які будуть сприйматися цільовою аудиторією.
3. Створення структури та контенту: розробка структури сайту, вибір контенту, який повинен включати заголовки, описи, фото та відео.
4. Розробка дизайну: вибір кольорової гами, стилістики та оформлення сайту.
5. Розробка технічної частини: розробка інтерактивних елементів, підключення форм зворотного зв'язку, налаштування аналітики та SEO.
6. Тестування та виправлення помилок: перевірка роботи сайту на різних пристроях та браузерах, виявлення та виправлення помилок.
7. Запуск та просування: після успішного тестування сайт запускається та просувається серед цільової аудиторії.
8. Моніторинг та аналіз результатів: вимірювання та аналіз ефективності сайту, оцінка відгуків цільової аудиторії та впровадження необхідних змін для покращення результатів.

#### 2.4 Інструментальні засоби створення графічного дизайну

Існує багато інструментальних засобів для створення графічного дизайну.

Adobe Photoshop: Професійний редактор зображень і графічний редактор, що надає багато інструментів для редагування, маніпулювання та створення графічних елементів. За допомогою Photoshop можна виконувати різноманітні завдання, включаючи ретушування фотографій, створення графічних ефектів, складання зображень, роботу з кольорами та освітленням, малювання, розробку дизайну і багато іншого.

Програма надає широкий спектр інструментів, таких як пензлі, клонування, маркери, маски, фільтри і шари, що дозволяють створювати складні та професійні графічні композиції.

Крім того, Photoshop підтримує роботу з різними форматами файлів, включаючи JPEG, PNG, TIFF, PSD та інші.

Adobe Illustrator: Векторний графічний редактор, який дозволяє створювати складні векторні ілюстрації, логотипи, іконки та інші графічні елементи. Це означає, що зображення можна масштабувати без втрати якості, що є особливо важливим при роботі з логотипами та іншою графікою, яка повинна бути використана в різних розмірах.

У програмі присутні різноманітні інструменти, такі як пензлі, форми, текстові елементи, фільтри та інші, що дозволяють створювати складні графічні композиції. Також доступні можливості редагування кольорів, стилів, шарів та інших параметрів об'єктів.

Canva: Веб-платформа для створення графічного дизайну, що надає широкий вибір шаблонів, елементів дизайну та інструментів для створення соціальних медіа-зображень, постерів, логотипів та інших графічних матеріалів.

Figma: Веб-платформа для дизайну і прототипування, що дозволяє співпрацювати над проектами в режимі реального часу. Можна створювати макети інтерфейсів, прототипи веб-сайтів та мобільних додатків.

Багатофункціональний редактор макетів містить інструменти для малювання форм, тексту, векторних графіків, а також можливості для створення стилів, компонентів та анімацій.

Одна з найбільших переваг Figma полягає у можливості одночасної співпраці декількох користувачів. Користувачі можуть одночасно редагувати проекти, обговорювати зміни і залишати коментарі, що спрощує командну роботу та полегшує обмін ідеями. Також Figma надає зручні можливості для експорту дизайну в різні формати, що полегшує спілкування з розробниками та іншими зацікавленими сторонами.

Sketch: Графічний редактор для дизайну інтерфейсів, що часто використовується розробниками мобільних додатків і веб-сайтів.

Procreate: Професійна програма для малювання на iPad, яка надає широкі можливості для творчості і створення художніх робіт.

CorelDRAW: Векторний графічний редактор, призначений для створення ілюстрацій, логотипів, банерів та інших графічних проектів.

Ці інструменти надають різноманітні можливості для створення графічного дизайну і використовуються професіоналами та непрофесіоналами для реалізації своїх творчих ідей.

### 3 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ WEB-ВИДАННЯ

Послідовність виготовлення веб-видання може включати наступні кроки:

- визначення цілей і аудиторії. Встановлення мети веб-видання і визначення цільової аудиторії, для якої воно буде призначене;
- планування контенту. Розробка плану контенту, включаючи тематику, структуру, категорії, розділи та інші елементи, що визначають організацію інформації;
- розробка дизайну. Створення графічного дизайну веб-видання, включаючи вибір кольорової палітри, шрифтів, візуальних елементів, структури сторінок та інших дизайнерських елементів;
- розробка функціональності. Реалізація функціональних елементів веб-видання, таких як можливості пошуку, навігації, коментування, підписки, інтеграції з соціальними медіа тощо;
- створення контенту. Розробка та наповнення веб-видання цікавим інформаційним контентом, таким як статті, новини, блоги, фотографії, відео, інфографіка тощо;
- веб-розробка. Реалізація веб-сторінок, використовуючи HTML, CSS, JavaScript та інші технології веб-розробки. Враховування адаптивного дизайну для оптимального відображення на різних пристроях;
- тестування і оптимізація. Перевірка веб-видання на належну роботу, виявлення й виправлення помилок, випробування сумісності з різними браузерами та пристроями. Оптимізація швидкості завантаження сторінок та вдосконалення користувацького досвіду;
- розгортання і запуск. Підготовка веб-сервера для розміщення веб-видання та його публікація в Інтернеті. Запуск рекламних кампаній або інших засобів просування для привертання аудиторії;

– підтримка та оновлення. Забезпечення постійного оновлення та підтримки веб-видання, включаючи додавання нового контенту, виправлення помилок, адаптацію до змінних потреб користувачів.

Метою розробки landing page є створення зручної та зрозумілої інформаційної платформи для тих, хто хоче дізнатися більше про спеціальність 186 Видавництво та поліграфія.

Landing page дозволить ознайомитися з основними аспектами навчання на даній спеціальності, навичками, які можна отримати, та можливими перспективами розвитку кар'єри. Загальна ціль цієї сторінки – зацікавити потенційного студента у навчанні на спеціальності 186, надати інформацію про переваги та можливості навчання, а також спонукати до дії у вигляді заповнення форми заявки на реєстрацію.

Архітектура проекту – це структурований план, який визначає організацію та взаємозв'язок різних компонентів та модулів системи. Основна мета архітектури полягає в розробці логічної, ефективної та масштабованої системи, що задовольняє вимоги проекту та користувачів.

Архітектура проекту включає такі ключові елементи:

- заголовок та підзаголовок, що привертають увагу і описують тему спеціальності;
- короткий огляд основних переваг та можливостей, які надає спеціальність;
- важливі посилання на інформаційні розділи та ресурси про спеціальність;
- контактна інформація для зв'язку з відповідними особами або відділами, що відповідають за спеціальність;
- форма зворотного зв'язку або можливість відправити запит для отримання більш детальної інформації.

Ця архітектура створена з урахуванням предметної області "Видавництво та поліграфія" і має на меті ефективно інформувати відвідувачів про спеціальність та зацікавити їх у навчанні на цій програмі.

## 4 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА НАВІГАЦІЇ

Інформаційна структура сайту визначає, як інформація організована і представлена на веб-сторінках. Вона відображає логічну ієрархію сторінок, розділів та підрозділів, що допомагає користувачам зорієнтуватися і знайти потрібну інформацію.

Основною метою інформаційної структури є спрощення навігації для користувачів, забезпечення легкого доступу до контенту та полегшення пошуку інформації. Якщо структура сайту добре організована, відвідувачі зможуть швидко зорієнтуватися, знайти потрібну інформацію та ефективно взаємодіяти з сайтом.

Основні складові інформаційної структури сайту:

Домашня сторінка: Це головна сторінка сайту, яка надає загальний огляд та вступ до інших розділів. Вона повинна містити основну навігацію і важливі посилання на ключові сторінки.

Розділи і підрозділи: Сайт може бути організований на розділи і підрозділи залежно від тематики та обсягу інформації. Розділи групують схожі теми, а підрозділи деталізують ці теми.

Меню та навігація: Чітка і легка у використанні навігація є ключовим елементом успішної інформаційної структури. Меню повинне бути видимим і доступним на всіх сторінках сайту, дозволяючи користувачам швидко переміщатися між розділами і підрозділами.

Структуровані посилання: Користувачі повинні мати змогу легко знайти та отримати доступ до різних сторінок сайту через внутрішні посилання. Використання зрозумілих та описових посилань допомагає полегшити пошук інформації.

Система пошуку: Якщо сайт містить велику кількість інформації, важливо мати систему пошуку, яка дозволяє користувачам швидко знайти потрібну інформацію шляхом введення ключових слів або фраз.

**Контент:** Контент повинен бути логічно організований і представлений відповідно до інформаційної структури сайту. Використовуйте заголовки, підрозділи, списки і роздільники, щоб розділити контент на більш зрозумілі частини.

**Футер:** Футер сайту може містити додаткову навігацію, посилання на соціальні мережі, контактну інформацію та іншу корисну інформацію. Він забезпечує додаткові посилання і контекст для користувачів.

При розробці інформаційної структури веб-сайту, варто враховувати, що в залежності від обсягу інформаційних матеріалів, які потрібно розмістити на сайті, можуть бути використані різні моделі організації структури. Наприклад, можуть бути використані лінійна модель, коли сторінки послідовно розташовані одна після одної, ієрархічна модель, коли сторінки організовані у вигляді деревовидної структури з головною сторінкою та підсторінками, або складніша модель, яка нагадує заплутану "павутину". Кожна з цих моделей має свої переваги залежно від специфіки проекту і потреб користувачів.

Оскільки розроблювальний проект – односторінковий сайт, і його потрібно дивитись послідовно, то було прийнято рішення додати у шапку сайту іконки взаємодії (рис 4.1), для того, щоб користувач одразу зміг за необхідності перейти до соціальних мереж університету.

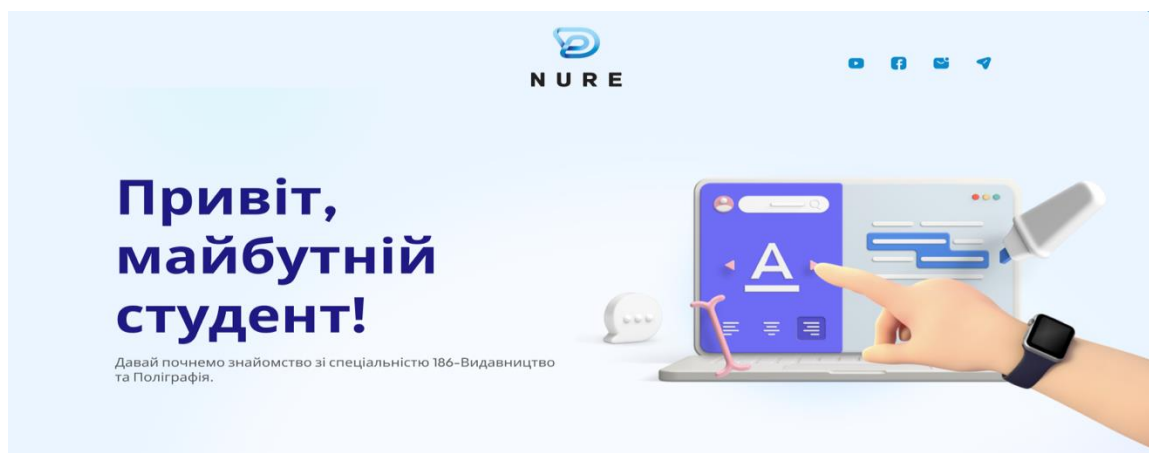


Рисунок 4.1 – Іконки взаємодії

## 5 РОЗРОБКА МОДУЛЬНОЇ СІТКИ

Модульна сітка є важливим концептом у веб-дизайні, який допомагає створювати збалансовану та пропорційну композицію веб-сторінки. Вона базується на поділі сторінки на рівномірні секції, які називаються модулями або колонками.

Основна ідея модульної сітки полягає в тому, що сторінка розбивається на горизонтальні та вертикальні лінії, утворюючи сітку з рівномірних прямокутних модулів. Ці модулі потім використовуються для розташування елементів контенту, таких як тексти, зображення, кнопки тощо.

Переваги використання модульної сітки включають:

- **консистентність:** модульна сітка забезпечує однорідний вигляд та розміщення елементів на всіх сторінках сайту, що допомагає підтримувати єдиний стиль та візуальну гармонію;

- **гнучкість:** завдяки модульній сітці, веб-дизайнер може легко розміщувати, переміщати та масштабувати елементи на сторінці, що дозволяє адаптувати макет під різні розміри екранів та пристроїв;

- **візуальна структура:** модульна сітка допомагає створювати чітку візуальну структуру сторінки, де різні елементи розташовані відповідно до логічних принципів, що полегшує сприйняття та навігацію користувача;

- **респонсивний дизайн:** використання модульної сітки сприяє створенню адаптивного дизайну, де елементи можуть автоматично переставлятися та змінювати своє розташування залежно від розміру екрану.

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

Для проектування та розробки лендінгу була обрана 12-колонкова сітка (рис. 5.1) саме через те що вона включає в себе такі переваги:

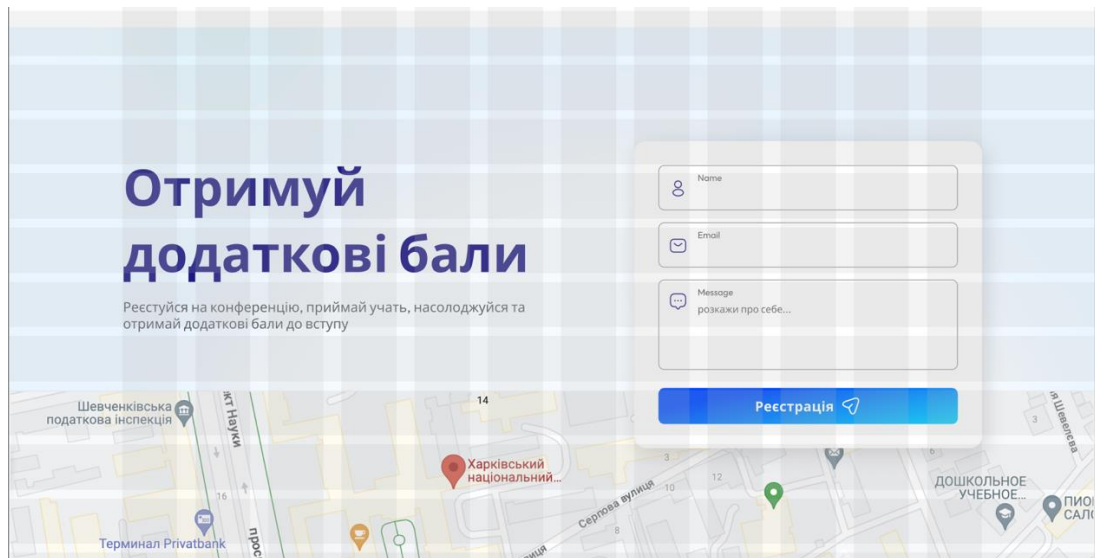


Рисунок 5.1 – 12-колонкова модульна сітка

- гнучкість: 12-колонкова сітка дозволяє розташовувати елементи контенту точно та гнучко. Кожна сторінка може бути поділена на 12 колонок, що дає веб-дизайнеру широкий спектр варіантів для розміщення елементів;
- респонсивний дизайн: завдяки 12 колонкам, модульна сітка легко адаптується до різних розмірів екранів та пристроїв. Елементи контенту можуть автоматично змінювати своє розташування та розмір, щоб оптимально відобразитися на будь-якому пристрої;
- консистентність: використання однієї 12-колонкової сітки на всіх сторінках сайту сприяє консистентності в дизайні. Елементи контенту розташовуються відповідно до одних і тих самих принципів, що допомагає забезпечити єдиний стиль та візуальну гармонію;
- простота використання: 12-колонкова сітка є легкою у використанні та розумінні. Веб-дизайнер може швидко і точно розташувати елементи контенту, використовуючи готові колонки, що прискорює процес розробки та зменшує можливі помилки;
- системний підхід: використання 12-колонкової модульної сітки сприяє системному підходу до дизайну. Завдяки однаковому розміру та розташуванню колонок, веб-сайт набуває впорядкованого та структурованого вигляду, що полегшує сприйняття та навігацію для користувачів;

– розширюваність: 12-колонкова сітка дозволяє легко розширювати функціональність веб-сайту, додавати нові елементи та змінювати їх розташування. Вона дає можливість гнучко впроваджувати зміни та оновлення без значних зусиль.

Загалом, використання 12-колонкової модульної сітки виявляється ефективним рішенням для розробки веб-дизайну, оскільки вона надає гнучкість, респонсивність, консистентність та спрощує процес розробки.

## 6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Графічний дизайн для лендінгу є важливою складовою частиною створення привабливого та ефективного сайту. Основна мета графічного дизайну полягає в тому, щоб привернути увагу відвідувачів, збудити їх інтерес і переконати їх взяти участь у пропонованому дії.

При розробці графічного дизайну для лендінгу необхідно враховувати наступні аспекти:

– кольори: вибір відповідних кольорів може створити належну атмосферу та передати брендову ідентичність. Кольори повинні бути гармонійними, відповідати тематиці та меті лендінгу. Оскільки тематика відноситься до навчання та стосується потенційних студентів, то було вирішено підібрати кольори, які спонукають до дії та викликає почуття спокою (рис 6.1). Досить важливим є той факт, що таке поєднання кольорів асоціюється зі стабільністю, надійністю та професійністю;



Рисунок 6.1 – Кольорове рішення лендінгу

– шрифти: використання чіткого і зрозумілого шрифту допомагає забезпечити легке сприйняття текстового контенту. Шрифти повинні бути легкочитані, але водночас цікаві та відповідати загальному стилю лендінгу. Для тексту в розроблювальному проєкті було обрано шрифт під назвою «Outfit». Сімейство шрифтів Outfit – це шрифт без засічок з простим, чистим та елегантним візуальним оформленням. Також це універсальний шрифт, який корисний для заголовків, а також для невеликих обсягів тексту, редакційних та рекламних матеріалівс. Для заголовків колір був обраний

сливовий колір, для того щоб заголовки поєднувались із кольоровою гамою лендінгу (рис. 6.2);

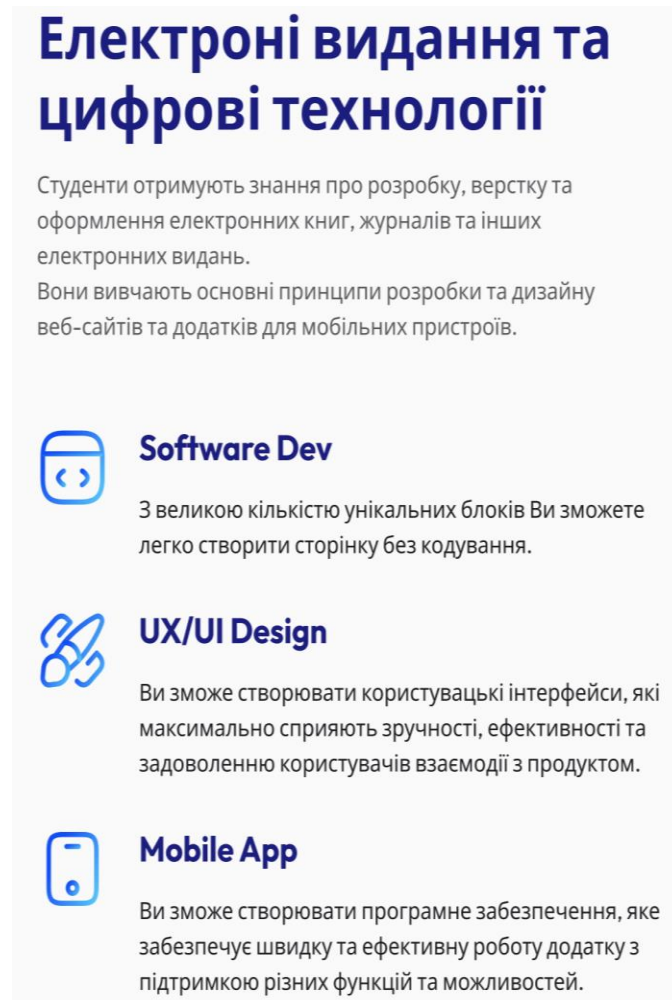


Рисунок 6.2 – Колірне рішення заголовків

– зображення: використання високоякісних та релевантних зображень допомагає викликати емоції та зацікавленість у відвідувачів. Зображення можуть бути фотографіями, ілюстраціями або графічними елементами, які підкреслюють основну ідею та повідомлення лендінгу (рис. 6.3).

– графічні ефекти: використання візуальних ефектів, таких як тіні, градієнти, анімація тощо, може підсилити враження від лендінгу і зробити його більш привабливим для відвідувачів. При розробці лендінгу було розроблена анімація, коли, при наведенні курсора миші на кнопку, вона буде підсвічуватись іншим кольором (рис. 6.4);

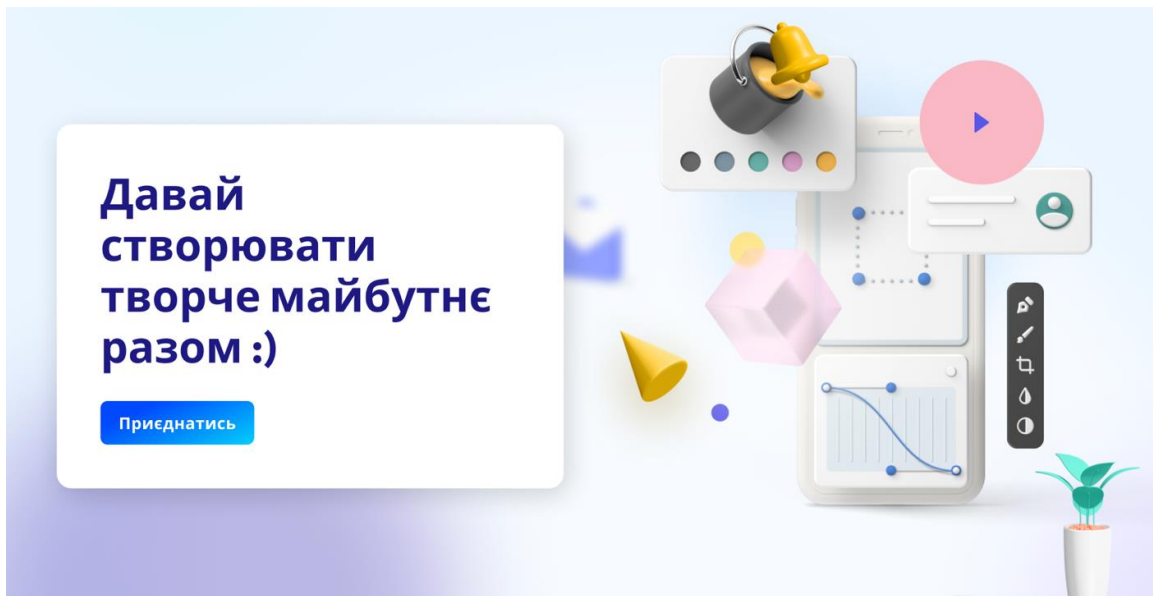


Рисунок 6.3 – Векторні зображення

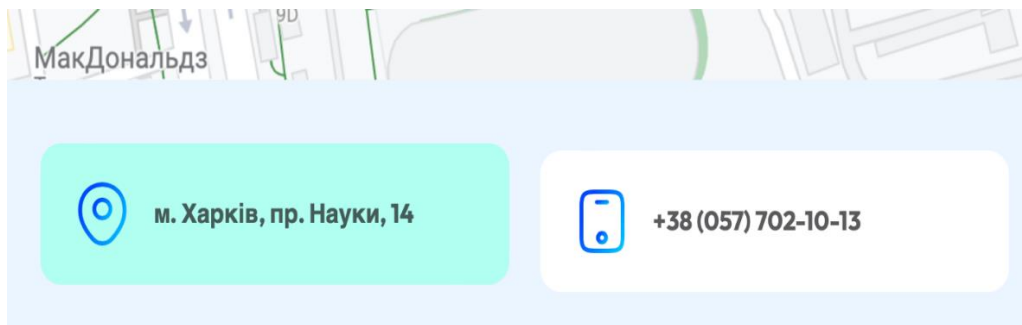
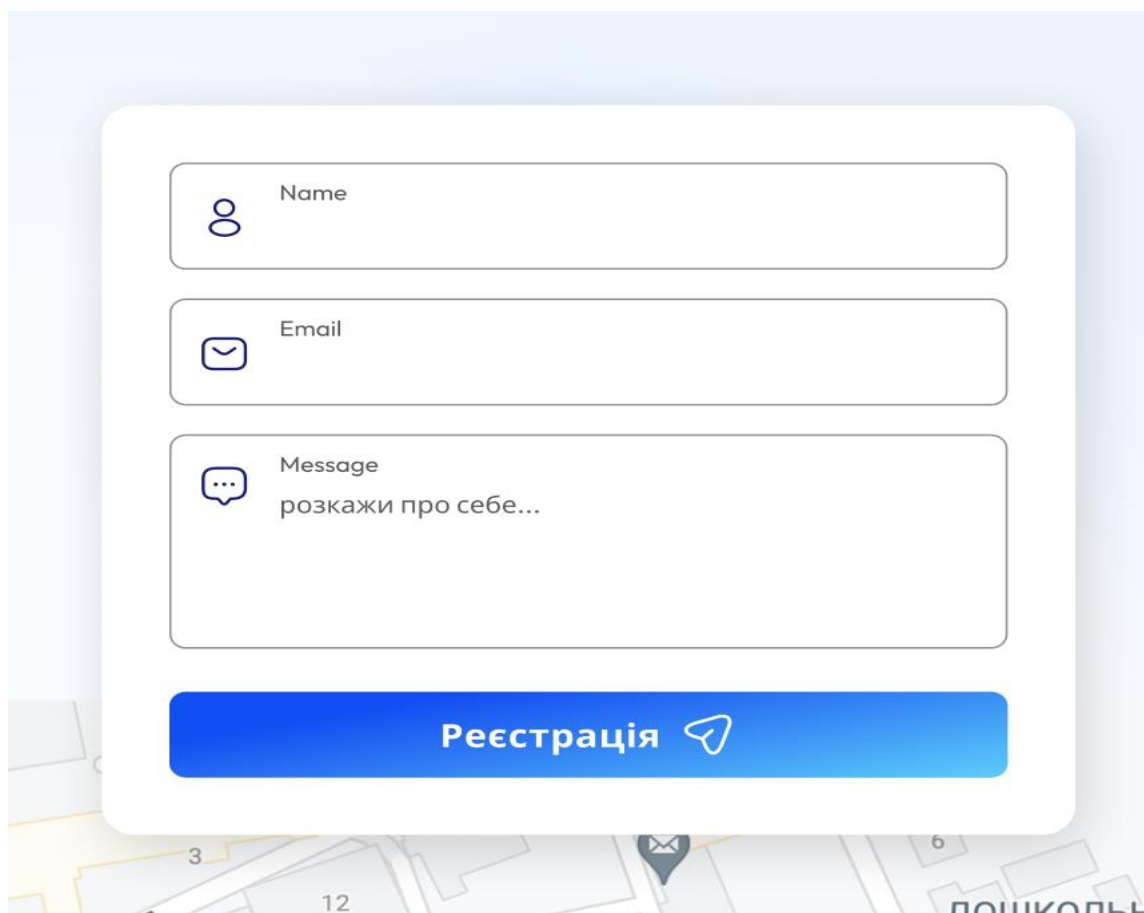


Рисунок 6.4 – Візуальні ефекти

- для більш привабливого ефекту була створена форма (рис. 6.5), після реєстрації в якій, з’являлось нове вікно з вітанням (рис. 6.6);
- макет та композиція: уфективне розташування елементів на сторінці лендінгу допомагає забезпечити логічну структуру та зручну навігацію для користувачів (рис. 6.7). Макет повинен бути зрозумілим, логічним та зорієнтованим на досягнення основних цілей лендінгу.

Графічний дизайн для лендінгу має за мету створити привабливий та ефективний веб-сайт, який зацікавить відвідувачів і побудить їх виконати бажану дію. Він має підкреслювати унікальність пропозиції, передавати брендову ідентичність і створювати позитивний враження від взаємодії з лендінгом.



The image shows a registration form with three input fields and a submit button. The first field is labeled 'Name' and contains a person icon. The second field is labeled 'Email' and contains an envelope icon. The third field is labeled 'Message' and contains a speech bubble icon and the placeholder text 'розкажи про себе...'. Below the fields is a blue button with the text 'Реєстрація' and a right-pointing arrow icon. The background of the form is a light blue gradient, and the overall image has a map-like background with street names like 'ДОШКОЛЬН' and numbers like '3', '12', and '6'.

Рисунок 6.5 – Реєстраційна форма

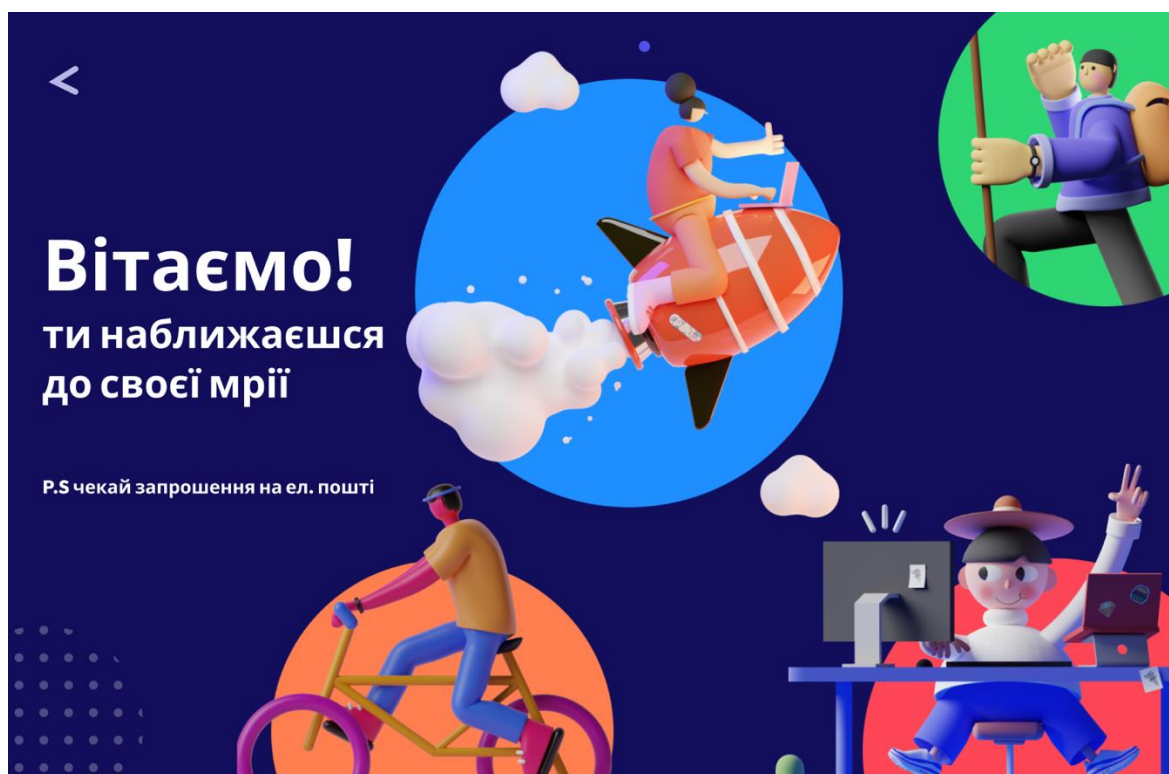


Рисунок 6.6 – Впливаюче вікно

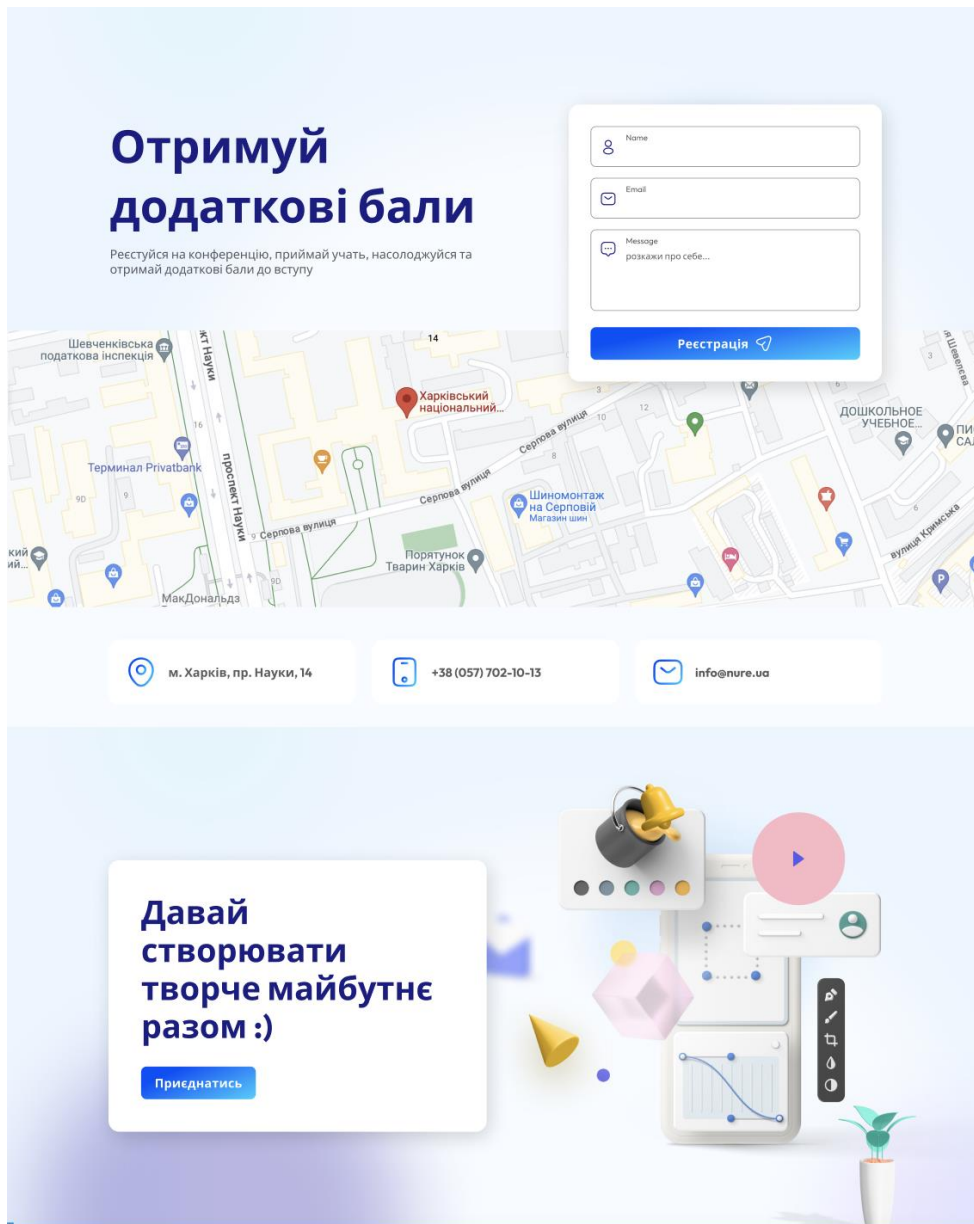


Рисунок 6.7 – Композиція лендінгу

В кінці розробили прототипування лендінгу (рис. 6.8) – це процес створення прототипу або макету веб-сторінки, який дозволяє візуалізувати та перевірити функціональність, структуру та вигляд лендінгу перед його фактичним розробленням. Прототипування дозволяє дизайнерам, розробникам та замовникам спілкуватися і співпрацювати для уточнення вимог, визначення макету, розташування елементів та взаємодії на сторінці. Це важлива частина процесу розробки, яка допомагає зробити зміни та виправлення на ранніх етапах, забезпечуючи ефективніше та точніше втілення задуманого дизайну та функціоналу лендінгу.

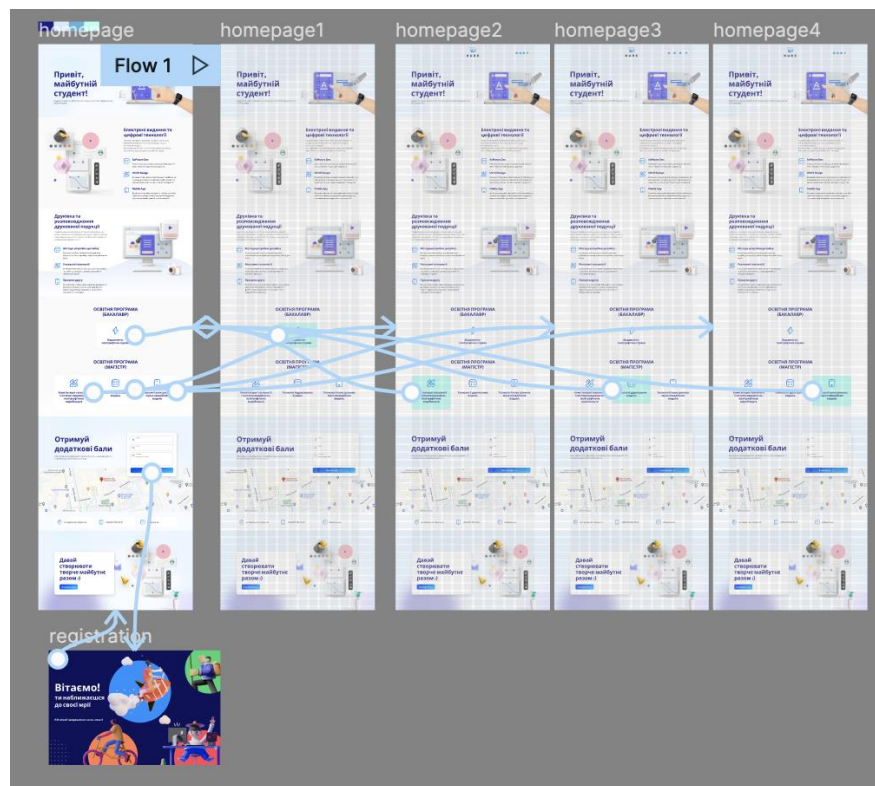


Рисунок 6.8 – Прототипування лендінгу

## 7 НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ СТОРІНОК ВИДАННЯ

Наповнення контентом сторінок лендінгу є важливою частиною процесу створення лендінг-сторінки. Добре налаштований контент допомагає привернути увагу відвідувачів і переконати їх здійснити бажану дію. Ось кілька кроків, які допомогли наповнити сторінки лендінгу цікавим та переконливим контентом:

**Заголовок і підзаголовок:** Сформулювали короткий і витягнутий заголовок, який зацікавить цільову аудиторію, а саме привітання. Під ним додали підзаголовок, який деталізує основну пропозицію і привабить увагу.

**Опис спеціальності:** Розказали про основні переваги та унікальні характеристики спеціальності 186 (рис. 7.1)

### Друківка та розповсюдження друкованої продукції

Студенти навчаються технічним і технологічним процесам друку, розробці макетів, оформленню видань, збору та аналізу інформації, рекламних технологій, та управлінню видавничо-поліграфічним підприємством.




- 
**Методи розробки дизайну**  
 Ви зможете робити аналіз цільової аудиторії, розробку концепції дизайну та підготовку файлів для друку
- 
**Рекламні технології**  
 Ви зможете вивчити основні принципи маркетингу та дизайну, враховуючи цільову аудиторію та специфіку продукту.
- 
**Процеси друку**  
 Ви навчитеся готувати файл для друку, налаштувати друкарські обладнання, наносити друкарської фарби на друковану поверхню та закріплення зображення на матеріалі.

Рисунок 7.1 – Опис спеціальності

**Візуальні елементи:** Використали привабливі ілюстрації, які підкреслюють вашу тематику лендінгу. Вони є відповідними та привертати

увагу (рис. 7.2). Для додавання ефектності, додали зображення мапи з розташуванням університету (рис. 7.3).

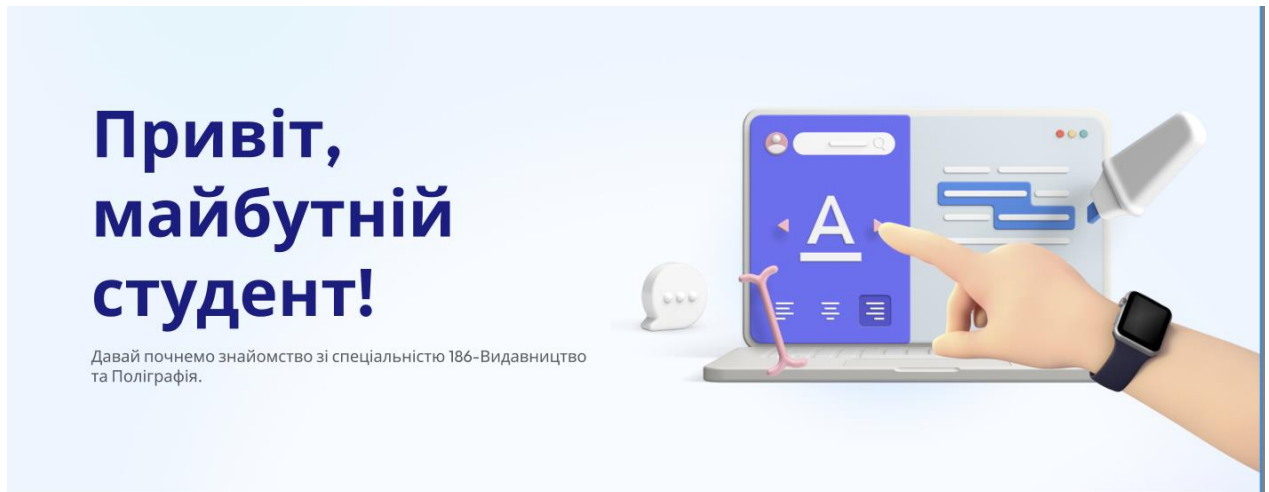


Рисунок 7.2 – Ілюстрація на сторінці

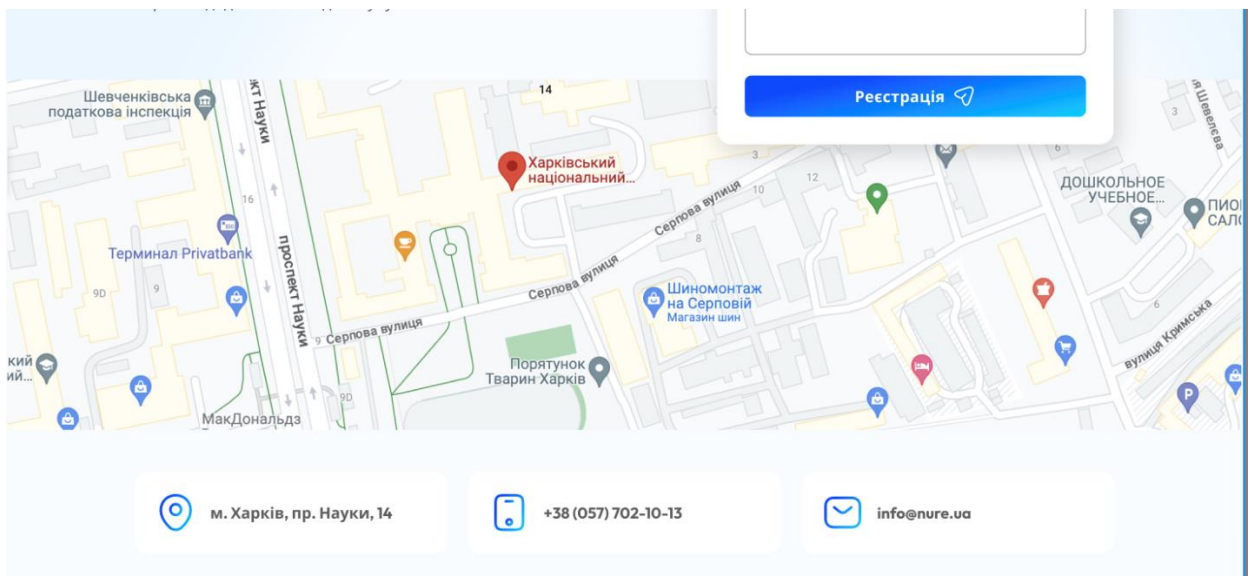


Рисунок 7.3 – Мапа з розташуванням

Ключові переваги: Виділили загальні освітні програми спеціальності у вигляді кнопок (рис. 7.4) з переходом на сторінку сайту університету з докладною інформацією про навчання. Це допоможе швидко користувачу знайти необхідну інформацію.



Рисунок 7.4 – Кнопки з додатковою інформацією

Соціальні докази: В шапці лендінгу розташували іконки (рис. 7.5), які, при натисканні, перенаправляють на певні соціальні мережі. Також створили кнопку «Приєднатись», яка відкриває телеграм канал, для абітурієнтів, де вони можуть знайти актуальну та корисну інформацію (рис. 7.6).

Виклик до дії: Вказали користувачам важливий крок, який спонукає до дії. А саме це заповнення форми, реєстрація на конференцію (рис. 7.7), за участь на якій користувач зможе отримати додаткові бали до вступу, це є певною мотивацією.

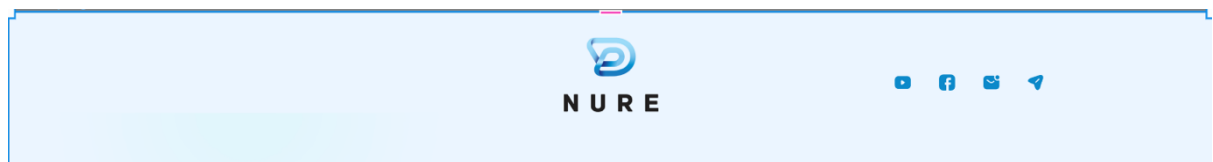


Рисунок 7.5 – Іконки на соціальні мережі

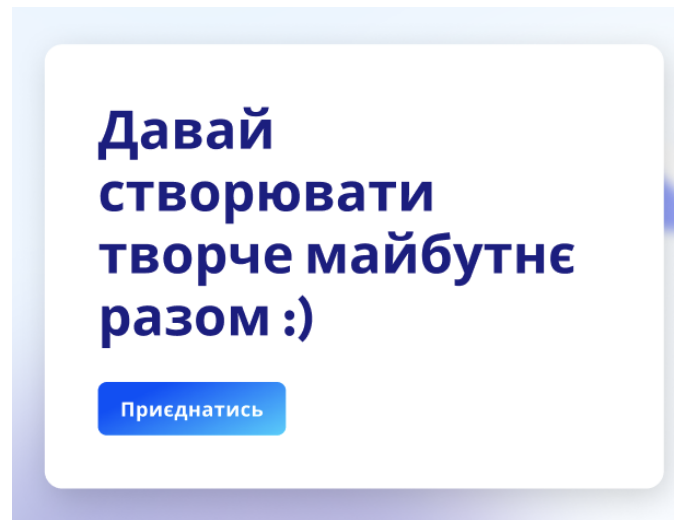


Рисунок 7.6 – Кнопка «Приєднатись» до телеграм каналу

The image shows a registration form with three input fields. The first field is labeled 'Name' and has a person icon. The second field is labeled 'Email' and has an envelope icon. The third field is labeled 'Message' and has a speech bubble icon, with the placeholder text 'розкажи про себе...'. Below the fields is a blue button with the white text 'Реєстрація' and a checkmark icon.

Рисунок 7.7 – Реєстраційна форма

Важливо збалансувати текстовий та візуальний контент, щоб зробити сторінку привабливою та легко сприйнятною для відвідувачів. Короткі блоки тексту, використання заголовків, маркерів та відступів можуть полегшити сприйняття інформації.

Крім того, розуміння цільової аудиторії та аналіз конкурентного середовища також допомогли створити ефективний та привабливий контент для лендінгу.

## 8 ТЕСТУВАННЯ І ПУБЛІКАЦІЯ

Кросбраузерність web-сайту означає його здатність працювати на різних web-браузерах з однаковою якістю і відображенням. Урахування кросбраузерності є важливим аспектом розробки web-сайтів, оскільки різні браузери можуть відрізнятися за рендерингом сторінок, підтримкою технологій та іншими аспектами, що можуть впливати на відображення та функціональність сайту.

Основні проблеми, пов'язані з кросбраузерністю, включають відмінності у розміщенні елементів, стилізації, підтримці HTML, CSS і JavaScript, відображенні шрифтів та графіки. Це може призвести до того, що сайт може виглядати по-різному або неправильно в окремих браузерах.

Для забезпечення кросбраузерності лендінгу необхідно було протестувати на різних браузерах. Перевірка відображення та функціональності сайту на популярних веб-браузерах, таких як Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge і т. д.

Дотримання стандартів HTML, CSS і JavaScript допомогло зменшити проблеми з кросбраузерністю і забезпечить більш однакове відображення сайту на різних браузерах.

В ході роботи розробили адаптивний дизайн, що дозволяє лендінгу адаптуватися до різних розмірів екранів і пристроїв. Це зменшить проблеми з відображенням на різних браузерах і пристроях.

Таким чином landing page був протестований на таких браузерах: Safari; Google Chrome; Opera.

Landing page був протестований на таких пристроях: MacBook Pro; смартфон iPhone X; смартфон iPhone 14ProMax; Chromebook.

Тестування і публікація лендінгу є важливими кроками для забезпечення його якості, ефективності та успіху в досягненні поставлених цілей.

## 9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

У результаті виконання кваліфікаційної роботи створено landing page на тему «Знайомство зі спеціальністю 186 Видавництво та поліграфія». Загальна мета цієї сторінки – зацікавити потенційного студента у навчанні на спеціальності 186, надати інформацію про переваги та можливості навчання, а також спонукати до дії у вигляді заповнення форми заявки на реєстрацію.

Перед початком процесу проєктування і розробки сайту, важливо провести оцінку економічної ефективності проєкту. Це дозволяє передбачити потенційні результати та визначити доцільність впровадження сайту на підприємстві. Спочатку проводиться розрахунок вартості розробки, а потім встановлюється ціна за сайт. Розглянемо переваги проєктованого лендінгу.

Лендінг має дуже просту структуру і може бути розроблений за допомогою мінімального набору інструментів. Це означає, що не потрібно витрачати багато часу на навчання співробітників, використовувати складні програми або інструменти для розробки. Таким чином, можна заощадити час і ресурси, що зазвичай потрібні для таких процесів. При розміщенні лендінгу в Інтернеті використовується безкоштовний хостинг, що суттєво скорочує загальну вартість проєкту. Конкурентне середовище відповідно до тематики проєктованого сайту «Знайомство зі спеціальністю 186 Видавництво та поліграфія» може включати різноманітні видавництва, поліграфічні компанії, освітні заклади, а також інші веб-ресурси, що надають інформацію про цю спеціальність. Деякі з конкурентів можуть мати власні лендінги, веб-сторінки або блоги, присвячені темі видавництва та поліграфії.

Для розуміння конкурентного середовища варто провести аналіз конкурентів, їхніх веб-сайтів та розробити унікальний підхід, який вирізнятиме проєктований сайт. Рекомендується оцінити дизайн, структуру, вміст, взаємодію з користувачами, а також виявити можливості для покращення та надання більш цікавої та корисної інформації.

Аналіз конкурентного середовища допоможе виявити переваги та нішу для проєктованого сайту. Це можуть бути унікальні функціональні можливості, висока якість контенту, інтерактивні елементи або особливий підхід до представлення інформації, які зроблять лендінг привабливим та корисним для цільової аудиторії.

Отже, проаналізувавши сайти зі схожою тематикою і призначенням було вирішено розробити сайт, який не матиме недоліків, виявлених на сайтах. Дана розробка матиме всі переваги даних сайтів, а також матиме унікальний дизайн та зручний інтерфейс, а саме:

- унікальність – юзабіліті («зручність користування») – зрозуміла навігація, інформативний контент, наявність інтерактивних сервісів – наявність зворотного зв'язку (поштова скринька, номери телефонів, посилення на соціальні мережі тощо), інформаційне наповнення, повна та доступна інформація про спеціальність 186 Видавництво та поліграфія;

- дизайн сайту – підбір кольорової гами, шрифтів та графічного оформлення не відволікають від змісту сайту, присутня стилістична цілісність, оригінальне оформлення;

- динамічність сайту – частота оновлення інформації, відображення сайту в пошукових системах;

- проєкт виконаний на окремому хост-майданчику, що поліпшує сприйняття інформації через відсутність зайвих посилань, розгалуженої структури, рекламних блоків спонсорів і так далі;

- проєкт не вимагає оплати за хостинг.

Розглянемо послідовність кроків у процесі проєктування лендінгу.

На початковому етапі визначаються основні вимоги до сайту та формулюються цілі, яким він має відповідати. На цьому етапі також розробляються специфікації, де вказуються основні властивості і параметри, що характеризують сайт.

Далі на етапі зовнішнього проєктування веб-сайту розробляється архітектура та структура сайту. Визначається логіка побудови сайту,

виявляються окремі підсистеми та їхні модулі. Також розробляється зовнішній інтерфейс користувача, який забезпечує зручну та привабливу взаємодію з сайтом.

Після цього настає етап проєктування і кодування компонентів, де здійснюється розробка окремих модулів сайту з використанням обраної мови програмування.

Основний етап є найбільш трудомістким. На цьому етапі проводиться налагодження і тестування окремих програмних модулів, а потім – комплексне налагодження всього веб-сайту в цілому. Необхідно переконатися, що всі компоненти працюють вірно і сайт відповідає запланованим функціям.

На заключному етапі проводиться остаточна корекція веб-сайту і підготовка необхідної супровідної документації. Веб-сайт виводиться в робочий стан і готується до запуску.

Здійснимо розрахунок собівартості та 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 три фахівці: фронтенд-інженер, дизайнер і програміст-верстальник. Зарплата фронтенд-інженера становить 200,00 грн/год, веб-програміста рівня Junior – 200,00 грн/год, дизайнера – 155,00 грн/год.

При цьому тривалість робочого дня кожного з них становить 8 годин. Розробка сайту займає 7 днів.

Розрахунок основної заробітної плати наведено в таблиці 9.1.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці.

Таблиця 9.1 – Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		Кількість	Посада			
1. Початковий	Формулювання вимог до веб-сайту	1	фронтенд-інженер	200,00	0,5	800,00
2. Графічна частина	Розробка графічного матеріалу	1	дизайнер	155,00	1	1240,00
3. Розробка й кодування компонентів	Розробка кожного компонента й верстка	1	веб-програміст (Junior)	200,00	2	3200,00
4. Основний етап	Тестування компонентів	1	веб-програміст (Junior)	200,00	1	1600,00
	Комплексне тестування сайту	1	веб-програміст (Junior)	200,00	1	1600,00
	Оформлення програмної документації	1	веб-програміст (Junior)	200,00	1	1600,00
5. Заключний етап	Корекція програмної документації	1	фронтенд-інженер	200,00	0,5	800,00
Разом					7	10840,00
Додаткова заробітна плата (20 %)						2168,00
Усього						13008,00

Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій. У даному випадку додаткова заробітна плата становить 20 % від основної:

$$10840,00 * 0,2 = 2168,00 \text{ грн.}$$

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

$$13008,00 * 0,22 = 2861,76 \text{ грн.}$$

До інших витрат слід віднести витрати на обслуговування ЕОМ і плату за електроенергію.

Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності пристрою і тарифу на електроенергію. У даному випадку передбачається використання 2 MacBook Pro з потужністю 0,5 кВт/год. Вартість однієї кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 1,44 грн. Отже, плата за електроенергію складе:

$$0,5 * 1,44 * 56 * 2 = 80,64 \text{ грн.}$$

Витрати на обслуговування MacBook Pro визначаються з огляду на вартість MacBook Pro і часу його експлуатації, після закінчення якого, він підлягає заміні (звичайно цей час не перевищує 3-х років), протягом року MacBook Pro використовується 260 робочих днів. Отже:

$$((54000 / (3 * 8 * 260)) * 56) * 2 = 1107,69 \text{ грн.}$$

Таким чином, собівартість розробки становить:

$$10840,00 + 2168,00 + 2861,76 + 80,64 + 1107,69 = 17058,09 \text{ грн.}$$

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

$$17058,09 * 0,3 = 5117,43 \text{ грн.}$$

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

$$17058,09 + 5117,43 = 22175,52 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, що дорівнює 20 % від ціни без ПДВ, а також повну ціну з урахуванням ПДВ:

$$22175,52 * 0,2 = 4435,10 \text{ грн,}$$

$$22175,52 + 4435,10 = 26610,62 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 9.2.

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

Стаття витрат	Сума, грн
Основна заробітна плата	10840,00
Додаткова заробітна плата	2168,00
Єдиний соціальний внесок	2861,76
Витрати на електроенергію	80,64
Витрати на обслуговування MacBook Pro	1107,69
Собівартість розробки сайту	17058,09
Прибуток	5117,43
Ціна без ПДВ	22175,52
Податок на додану вартість (ПДВ)	4435,10
Ціна з урахуванням ПДВ	26610,62

Таким чином, виходячи з виконаних розрахунків повна вартість розробки сайту складе 26610,62 грн. Термін виконання всіх етапів розробки становить 7 днів для команди з одного фронтенд-інженера, дизайнера і програміст-верстальника. Очікувана сума прибутку складе 5117,43 грн.

## ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі був розроблений проєкт landing page на тему «Знайомство зі спеціальністю 186 – Видавництво та поліграфія». Був набутий важливий досвід у створенні ефективних та привабливих лендінгів. В процесі роботи були враховані основні принципи розробки лендінгу, включаючи вибір кольорової гами, створення вмісту та організацію структури сторінки.

Під час розробки лендінгу була проведена робота зі структурою сторінки, звернувши увагу на ефективне розташування елементів та чіткі заклики до дії. Визначили важливість цільової аудиторії та її потреб, тому розробили вміст, який привертає увагу та заохочує користувачів діяти.

Лендінг має просту та зрозумілу структуру, що дозволяє легко орієнтуватися на сайті. Навігація проста та інтуїтивно зрозуміла, що допомагає користувачам швидко знаходити потрібну інформацію. Стиль оформлення сайту є приємним та захоплюючим, з використанням привабливих кольорів, ефектних зображень та відповідних шрифтів.

Особлива увага приділена адаптивності лендінгу, що дозволяє йому відмінно виглядати та працювати на будь-яких пристроях, включаючи комп'ютери, планшети та мобільні телефони. Крім того, використання інтерактивних елементів, таких як плавні переходи та кнопки взаємодії, надає лендінгу додаткової привабливості та заохочує користувачів діяти.

В цілому, цей лендінг приверне увагу та залишить хороше враження на потенційних абітурієнтів, завдяки своїй простій структурі, цікавому оформленню та зручній навігації. Він запропонує їм зручну та змістовну інформацію про спеціальність та переконає їх у вигодах та перевагах вступу на цю програму.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Мови HTML5 +CSS3. URL: <https://astwellssoft.com/uk/blog/tehnology/html5-css3.html> (дата звернення: 08.06.2021).
2. Мова JavaScript та її можливості. URL: <https://sites.google.com/site/webtehnologiitawebdizajn/mova-javascript-ta-ieie-mozlivosti> (дата звернення: 03.05.2023).
3. Інформаційна структура сайту. URL: <https://webstudio2u.net/ua/designweb/443-information-structure.html> (дата звернення: 03.05.2023).
4. Каркас сайту, або модульна сітка у веб-дизайні. URL: <https://savelink.org.ua/karkas-sajtu-abo-modulna-sitka-u-veb-dizajni/> (дата звернення: 03.05.2021).
5. Прототип сайту – як він допомагає оцінювати і розробляти сайти. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/prototype-site.html> (дата звернення: 03.05.2023).
6. Дизайн сайтів. URL: <https://art-lemon.com/ua/site-design> (дата звернення: 03.05.2023).
7. Атомарний дизайн URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/atomicdesign.html> (дата звернення: 03.05.2023).
8. Unsplash. URL: <https://unsplash.com> (дата звернення: 03.05.2023).
9. Freepic. URL: <https://www.freepik.com> (дата звернення: 03.05.2023).
10. Тестування кроссбраузерності та кроссплатформенності. URL: <https://internetdevels.ua/blog/using-browserstack-for-cross-browser-and-crossplatform-compatibility-testing> (дата звернення: 03.05.2023).
11. Методичні рекомендації до виконання економічної частини дипломних проектів, робіт для студентів денної та заочної форми навчання усіх спеціальностей / Л.В. Соколова, О.І. Горбач, С.В. Гришко, Є.В. Діденко, Л.В. Левченко, Г.М. Путятіна, В.Г. Харченко. Харків: ХНУРЕ, 2015. 49 с.

12. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.

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

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

15. Єгорова І.М., Худолей А.Ю. Дослідження можливостей компонентного підходу під час розробки веб-сайтів // Системи обробки інформації. 2017. Вип. 4 (150). С. 76-78.

16. Єгорова І.М., Горелова Р.А. Розробка методики пошукової оптимізації веб-сайтів // Системи обробки інформації. 2017. Вип. 4 (150). С. 73-75.

17. Єгорова І.М., Коміна М.М. Розробка методики ефективного застосування анімації у WEB // Вісник НТУ «ХП». Серія: Нові рішення в сучасних технологіях. 2020. № 4 (6). С. 60-64.

18. Omarov, M., Tikhaya, T., & Lyashenko, V. (2019). Internet marketing metrics visualization methodology for related search queries. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(5), 2277-2281.

19. Chetverykov G., Kobylin O., Lyashenko V. Deineko Z. Wavelets as a Tool for Data Mining Technology // Інформація, комунікація, суспільство 2019: матеріали 8-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2019. С. 249-250).

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

21. Кипень Н.Ю., Бокарева Ю.С., Дейнеко Ж.В. Дослідження особливостей плоского та матеріал-дизайну в UI-інтерфейсах. 2016.

22. Бокарева Ю.С., Дейнеко Ж. В. Дослідження впливу кольору під час проектування цільових сторінок LandingPage. 2015.