

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І
МИСТЕЦВ
Кафедра графічного дизайну**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступення бакалавр
на тему :
ДИЗАЙН ТРЕВЕЛ-САЙТУ «Phototrip»

Виконала студентка IV курсу
Групи БДЗ-11-9/1
Спеціальності:
022 Дизайн

Сазонкіна Анастасія Сергіївна
(ПІБ студента)

Керівник:
старший викладач кафедри
графічного дизайну
(наукова ступень керівника)

Бобир Олена Михайлівна
(ПІБ керівника)

Рецензент:
кандидат мистецтвознавства
(наукова ступень рецензента)

Мазніченко Олена Володимірівна
(ПІБ рецензента)

Допустити до захисту
Протокол засідання кафедри
від «06» квітня 2023 р. № 10
Завідувач кафедри Коваль Л.М.
(_____) _____
(підпис)(ініціали, прізвище)

Київ – 2023

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
Інститут дизайну та реклами
Кафедра графічного дизайну
Освітній ступінь «Бакалавр»
Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма «Графічний дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
доц.Коваль Л.М

«16» січня 2023р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Сазонкіна Анастасія Сегіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1.Тема роботи - Дизайн тревел-сайту «Phototrip»
Керівник роботи – Бобир Олена Михайлівна старший викладач кафедри графічного дизайну

(прізвище, ім'я, по батькові, наукова ступень, вчене звання)

2. Строк подання студентом роботи – 19 травня 2023 р.

3 Мета та завдання кваліфікаційної роботи

Мета проєкту – Розробити веб-простір, що містить загальну інформацію про тури, івенти та цікаву інформацію про країни, який буде ефективним та привабливим для користувачів.

Завдання проєкту – розробити веб-дизайну з врахуванням сучасних тенденції та використані найкращі практик, щоб забезпечити максимальну зручність, визначені основні вимоги до веб-дизайну та ефективність, та покращити просування послуг.

4. Перелік графічного матеріалу: розроблена веб-сторінка для тревел-сайту,проектна графіка до проєкту (з розміщенням на 2 планшетах розміру А0 (841 x 1189 мм)), презентація до доповіді на захіст .

5. Консультанти розділів роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ I	Бобир Олена Михайлівна старший викладач кафедри графічного дизайну		
Розділ II	Бобир олена Михайлівна старший викладач кафедри графічного дизайну		
Розділ III	Бобир олена Михайлівна старший викладач кафедри графічного дизайну		
Розділ IV	Бобир олена Михайлівна старший викладач кафедри графічного дизайну		

6. Дата видачі завдання – 16 квітня 2023р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів проєкту (роботи)	Примітка
1.	Складання програми кваліфікаційної роботи	17 лютого 2023р.	
2.	Вибір об'єкту проєктування	17 лютого 2023р.	
3.	Формулювання мети та завдання кваліфікаційної роботи	26 лютого 2023р.	
4.	Написання першого розділу кваліфікаційної роботи	10 березня 2023р.	
5.	Розроблення технологічного рішення	17 березня 2023р.	
6.	Написання другого розділу кваліфікаційної роботи	18 квітня 2023р.	
7.	Написання третього розділу кваліфікаційної роботи	3 травня 2023р.	
8.	Написання четвертого розділу кваліфікаційної роботи	16 травня 2023р.	
9.	Формулювання висновків кваліфікаційної роботи	17 травня 2023р.	
10.	Виконання оригінал-макетів	17 травня 2023р.	
11.	Візуалізація проєктної графіки	18 травня 2023р.	
12.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно до вимог	18 травня 2023р.	
			Сазонкіна А.С.

Студент			
	(підпис)		(прізвище та ініціали)
Керівник проєкту			Бобир О. М.
	(підпис)		(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

САЗОНКІНА АНАСТАСІЯ. ДИЗАЙН ТРЕВЕЛ-САЙТУ «PHOTOTRIP»

Дипломна робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 022 «Дизайн», спеціалізацією «Графічний дизайн та реклами».

– К.: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2023. ???

Дипломна робота присвячена розробці дизайн тревел-сайту «Phototrip». Створений веб-дизайн сторінки сайту допоможе кожному бажаючому знайти всю детальну інформацію про країни, тури та цікаві івенти. Головна ціль тревел-сайту допомогти об'єднатися, знайти нових друзів, отримати багато нових вражень та фото, які збережуть спогади назаджи . Сайт стане маленьким помічником в рішеннях та виборі.

Сайт-візитка Phototrip – веб-простір містить загальну інформацію про тури, івенти та цікаву інформацію про країни.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ I. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ВЕБ-ДИЗАЙНУ ТА ВИБІР ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗРОБКИ САЙТУ	8
1.1 Огляд сучасних тенденцій веб-дизайну	8
1.2 Вибір технологій для розробки сайту.....	23
РОЗДІЛ II. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ САЙТУ ТА СКЛАДАННЯ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ	29
2.1 Методи визначення цільової аудиторії та її потреб	29
2.2 Розробка концепції сайту та його функціональних можливостей.....	29
2.3 Основні етапи складання технічного завдання	33
РОЗДІЛ III. РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ САЙТУ	34
3.1 Основні програмні ресурси для створення веб-сайту.....	34
3.2 Вибір кольорової гами, шрифтів та графічних елементів.....	38
3.3 Аналіз аналогів	51
РОЗДІЛ IV. РОЗРОБКА СТРУКТУРИ САЙТУ «PHOTOTRIP» ТА ЙОГО ФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ	57
4.1 Розробка структури сайту «Phototrip», його основних розділів та підрозділів.....	57
РОЗДІЛ V. АНАЛІЗ	63
5.1 Аналіз результатів роботи	63
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	

ВСТУП

У світі швидкого технологічного прогресу, веб-дизайн став необхідною складовою для будь-якого веб-сайту, який бажає привернути увагу користувачів та бути успішним на конкурентному ринку. У зв'язку з цим, розробка веб-дизайну є важливим елементом веб-розробки.

Метою даної дипломної роботи є розробка веб-дизайну тревел сайту, який буде ефективним та привабливим для користувачів. У процесі розробки будуть **враховані сучасні тенденції веб-дизайну та будуть використані найкращі практики**, щоб забезпечити максимальну зручність, визначені основні вимоги до веб-дизайну та ефективність використання сайту, та покращити просування послуг. Після цього буде проведено проектування та розробка веб-дизайну для сайту, в якому будуть застосовані отримані знання та навички.

Ця дипломна робота буде корисною для тих, хто цікавиться веб-розробкою та хоче поглибити свої знання в галузі веб-дизайну. Крім того, результати цієї дипломної роботи можуть бути використані в практичній діяльності для створення ефективних та привабливих веб-сайтів.

Створення ефективного веб-дизайну є дуже важливим елементом веб-розробки, оскільки сайти використовуються в різних сферах життя, таких як бізнес, освіта, медіа, розваги та багато інших. Сайти є важливим засобом комунікації між компаніями та їх клієнтами, користувачами, учнями та викладачами, глядачами та творцями контенту, і тому сама головна задача це створення ефективного веб-дизайну допоможе значно покращити взаємодію між ними.

Найбільш очевидна актуальність веб-дизайну полягає у тому, що він дозволяє компаніям та організаціям бути присутніми в Інтернеті і привертати нових клієнтів або залучати нову аудиторію. Ефективний веб-

дизайн також допомагає збільшити відвідуваність сайту та знизити коефіцієнт відмов, що може позитивно вплинути на бізнес.

Крім того, створення веб-дизайну є важливим елементом підтримки користувачів та поліпшення їх досвіду взаємодії з сайтом. Він може допомогти забезпечити зручність використання сайту та знизити час, необхідний для знаходження інформації. Це може підвищити задоволеність користувачів та збільшити їх лояльність до сайту та компанії в цілому.

Наукова новизна цього дослідження в створенні веб-дизайну полягає в застосуванні сучасних методів та технологій, які є новітніми та інноваційними для даної галузі. Для досягнення наукової новизни в створенні веб-дизайну можна використовувати різні підходи та методи.

Наприклад, застосування веб-компонентів та WebAssembly може покращити продуктивність сайту та сприяти його оптимізації. Використання адаптивного дизайну та Material Design може забезпечити кращу реакцію сайту на різні пристрої та забезпечити єдиний стиль дизайну для всього сайту.

Для досягнення наукової новизни в створенні веб-дизайну також можна досліджувати нові тренди та напрями розвитку веб-дизайну, використовувати експериментальні методи та технології, а також проводити порівняльний аналіз з іншими схожими проектами.

Основним завданням наукової новизни в створенні веб-дизайну є забезпечення найбільш оптимального та інноваційного дизайну, який відповідатиме сучасним тенденціям та вимогам користувачів, забезпечуючи при цьому високу продуктивність та ефективність сайту.

Структура дослідження. Дипломна робота складеться зі вступу, шести розділів та загальних висновків, списку використаних джерел, додатки.

РОЗДІЛ I. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ВЕБ-ДИЗАЙНУ ТА ВИБІР ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗРОБКИ САЙТУ

1.1 Огляд сучасних тенденцій веб-дизайну

Веб-дизайн є надзвичайно актуальним на сьогоднішній день, оскільки Інтернет став необхідною складовою життя сучасного суспільства. Веб-сайт більшості компаній, незалежно від розміру та сфери діяльності, в якій вони працюють, використовується для залучення нових клієнтів, підтримки існуючих, а також для продажу товарів і послуг. Коли у вас є ефективний і професійний веб-дизайн, це важливо для досягнення успіху будь-якого бізнесу. Це допомагає залучити більше відвідувачів, збільшити конверсію та забезпечити лояльність клієнтів. Крім того, веб-дизайн допомагає створювати відчуття довіри та професійності компанії, що також є важливим фактором успіху.

Крім того, збільшення використання мобільних пристроїв також робить веб-дизайн актуальнішим. Понад 50% користувачів Інтернету використовують мобільні пристрої для доступу до веб-сайтів, тому адаптивний дизайн є важливим фактором успіху веб-сайту. Крім того, веб-дизайн є важливим елементом веб-розробки та його знання є необхідним для розробки веб-додатків та інших веб-технологій, що забезпечують розвиток Інтернету та забезпечення його доступності для всіх користувачів.

Розглянемо основні тренди веб-дизайну 2023 року.

Як уже згадувалося, створення веб-сторінок-це значна відповідальність. Це пов'язано з тим, що від створення веб-сторінок залежить успіх як невеликих компаній-початківців, так і великих підприємств, деважливо завжди бути першими. Від якості дизайну залежить успіх всього сайту. Тому дуже важливо стежити за трендом, розуміти, які інструменти увійшли в моду у сфері сайтобудування, а які вже вважаються застарілими та залишаються позаду.

До речі, тренди у веб-дизайні постійно змінюються вдосконалюються та модернізуються. Те, що було актуально у 2021-2022 роках зменшує свої оберти, поступаючись абсолютно новим фішкам. І як дизайнеру або сучасний підприємець, ви повинні знати про них, щоб результат розробки сайтів був не просто ефективним, а створював правильне враження про компанію-власника сайту.

Повірте, якщо ви слідуватимете за трендами веб-дизайну, ваша цільова аудиторія обов'язково по заслугах це оцінить, конвертуючись з відвідувачів у постійних клієнтів.

Тенденції дизайну сайтів 2023 – приклади та опис ключових елементів

Донедавна зовнішній вигляд адаптивної версії ресурсу був обмеженим, без яскравих елементів, які б додавали вагу сторінкам, різні повноформатні банери та тригери через обмежений розмір дисплеїв.

Сьогодні ж, коли смартфони та планшети мають високий рівень інтелекту, коли система розпізнає запит голосом та з'явилися голосові боти, а можливості гаджетів та розмір діагоналі його екрану дозволяє включати в дизайн сайтів абсолютно необхідні інструменти, для розробників з'явилося більше можливостей. Це вплинуло на тенденції веб-дизайну у 2023 році.

Сторітелінг

Концепція сторітелінгу прийшла із заходу і закріпилося в одному напрямів контенту. Сьогодні сторітелінг часто можна побачити в соціальних мережах, які переконують читача придбати якийсь продукт чи послугу, посилаючись на історію про те, як він допоміг автору. Але кілька років тому принцип сторітелінгу закріпився у веб-дизайні, показавши чудові результати.



Рис.1 Сторітелінг

Візуально оформлені історії, які розповідають відвідувачу, можуть довго утримувати його увагу протягом тривалого періоду часу, спонукати до подальших дій: подивитися сайт, дізнатися більше про компанію, її товари чи послуги.

Сторітелінг може виступати у вигляді відео, гіф-анімації або розділений поблочно і розміщений по всій довжині сторінці.

Більше простору

Тренд на великий білий простір з'явився недавно - у 2016-2017 роках. Однак він надійно осів у веб-дизайні завдяки своїй здатності зосереджувати увагу на головній пропозиції.

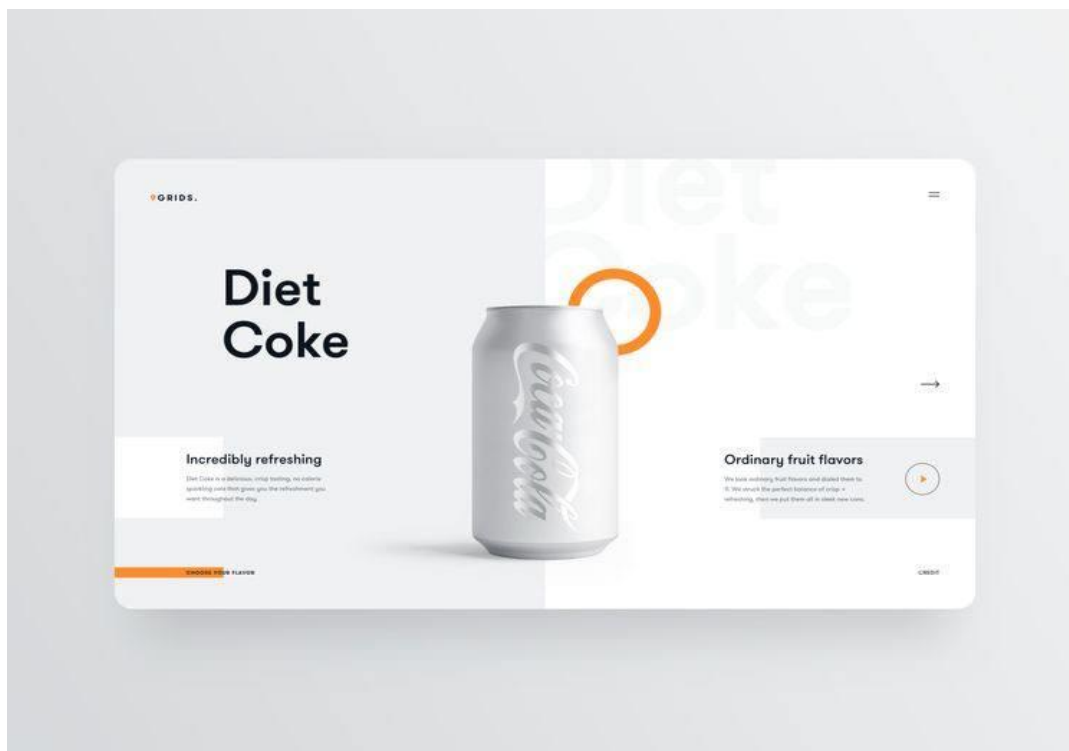


Рис.2. Приклад використання білого кольору

Використання білого та світлих кольорів візуально розширює екран (рис.1), додаючи простір, що не дозволяє користувачеві втратити концентрацію. А оскільки ці кольори поєднуються з усіма іншими, тому як акцент або дизайнерські ідеї можна вибрати абсолютно будь-які відтінки. І вони виглядатимуть приголомшливо.

Чуйні логотипи

Свіжий тренд, який відтепер завжди буде актуальним. Адаптивні логотипи (рис.2), які в залежності від розміру екрана мобільного девайсу можуть автоматично підлаштовуватися під розмір екрану мобільних пристроїв, одним махом зможуть виконати дві функції: компанія збереже свій бренд перед цільовою аудиторією незалежно від його мобільного пристрою і пошукова система при аналізі мобільної версії сайту оцінить поведінковий фактор, покращуючи позиції ресурсу в пошуковій видачі.



Рис.3. Адаптивні логотипи

Студійні мінімалістичні фото



Рис.4. Приклад мінімалістичних фото

Якщо ви заміните багатоеlementні фотографії на своєму сайті на високоякісні зображення, де зображено лише один елемент(рис.3), на яких зображено ідею та концепцію компанії і ви побачите як зміниться візуально

сайт. Це сфокусує увагу відвідувача і не дасть йому відволікатися. Сьогодні такі зображення у тренді. І завдяки своїй ефективності вони залишаться ним надовго.

Кричущих кольори

Колір передає емоції, а емоції – це те, що має найбільше значення для користувачів. Якщо цільова аудиторія бачить соковиті і яскраві кольори (рис.4), правильно поєднаних один до одного, вона оцінить вашу сміливість, залишившись на сайті та продовживши його користування. Тренди у веб-дизайні – динамічні структури. Те, що ще вчора було модним і доречним вчора, завтра може стати пройденим етапом, “минулим століттям”. Втім ми навели приклади елементів дизайну, за допомогою яких завжди вдасться триматися на плаву, позиціонуючи свою компанію сучасною та успішною.





Рис.5. Приклад яскравого лендінгу

Нестандартне розташування блоків

Класичний спосіб розташування блоків вважається застарілим. Ні, він не робить менш ефективним, але його можна значно її підвищити завдяки новим способів подання інформації. Спробуйте структурувати інформацію за методом сітки, довільно розмістивши блоки по всій сторінці. Таке рішення робить новий поворот з погляду естетики – він підігріває інтерес користувача та дозволяє не виходити за рамки фірмового стилю навіть вузькоспрямованої компанії.

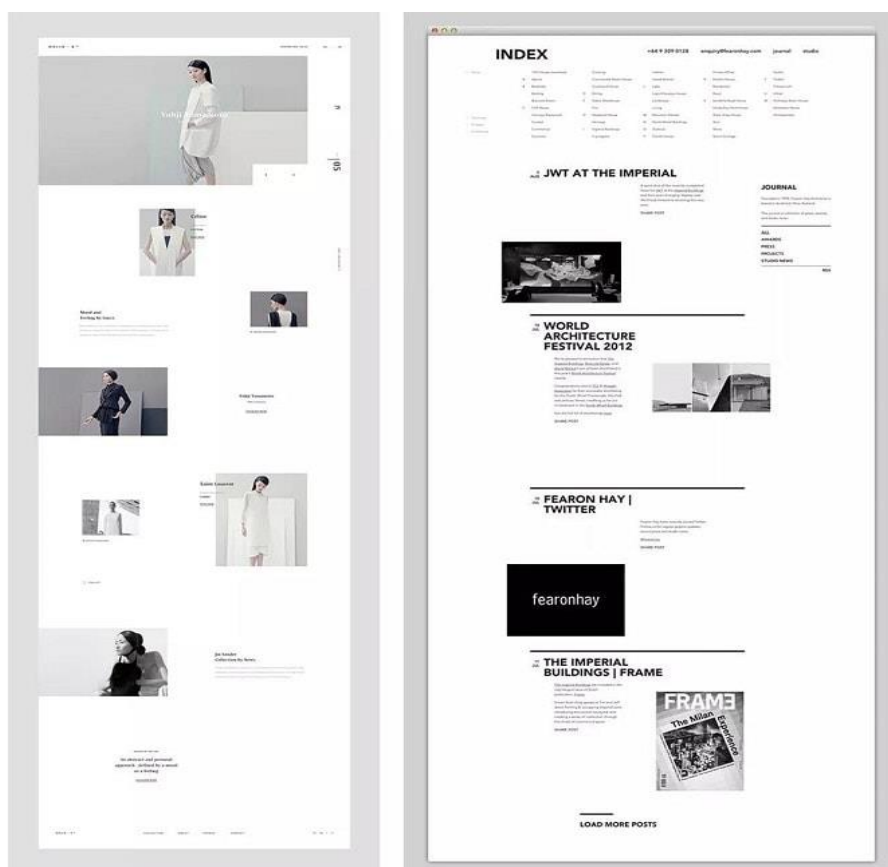


Рис.6. Приклад асиметричного розташування елементів

Однак для використання даного способу розміщення блоків необхідно ретельно продумати структуру сайту. Не забувайте, що ми

читаємо зліва-направо, отже, вся найважливіша інформація має бути з лівого боку.

Повноекранне відео

Фонове відео робить дизайн сайту незвичайним і сучасним, підвищує залученність відвідувача і приводить проєкт до більшої ефективності. Відео можуть мати такий самий ефект, як і розповідь про компанію. При цьому користувачам не потрібно прокручувати сторінку вниз, щоб знайти цікаву для нього інформацію.

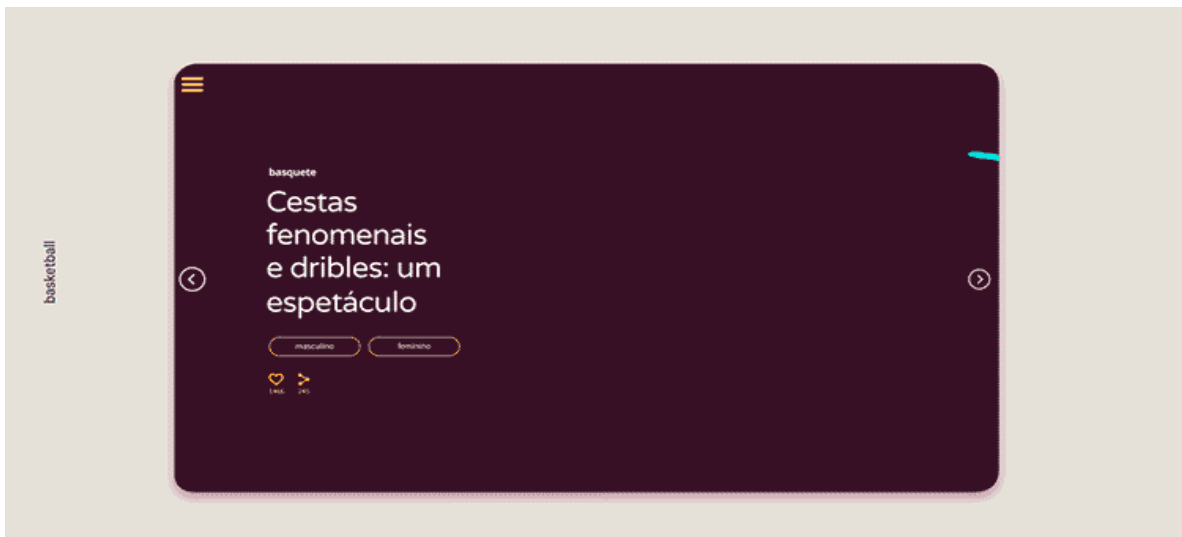


Рис.7. Використання відео в лендінгу

Функція повноформатного відео як основне тло з'явилася вже давно. Вона встигла досягти піку популярності та піти, як непотрібний елемент, через неможливість підтримки мобільними пристроями та великої ваги, що призводило до зниження швидкості завантаження сайту.

Однак, завдяки продуктивності гаджетів і технічним можливостям оптимізації знову повернули відео як основне тло в дію.

Геометричні форми та візерунки

Він був створений у 2016 році, отримала розвиток у 17-му та продовжить набирати обертів популярності у 2023. Змішуючи різні геометричні форми може дати відмінні результати. Правильно підібравши візерунки та форми допоможуть створити цілісну та привабливу композицію, яка дуже високо цінується веб-користувачем.

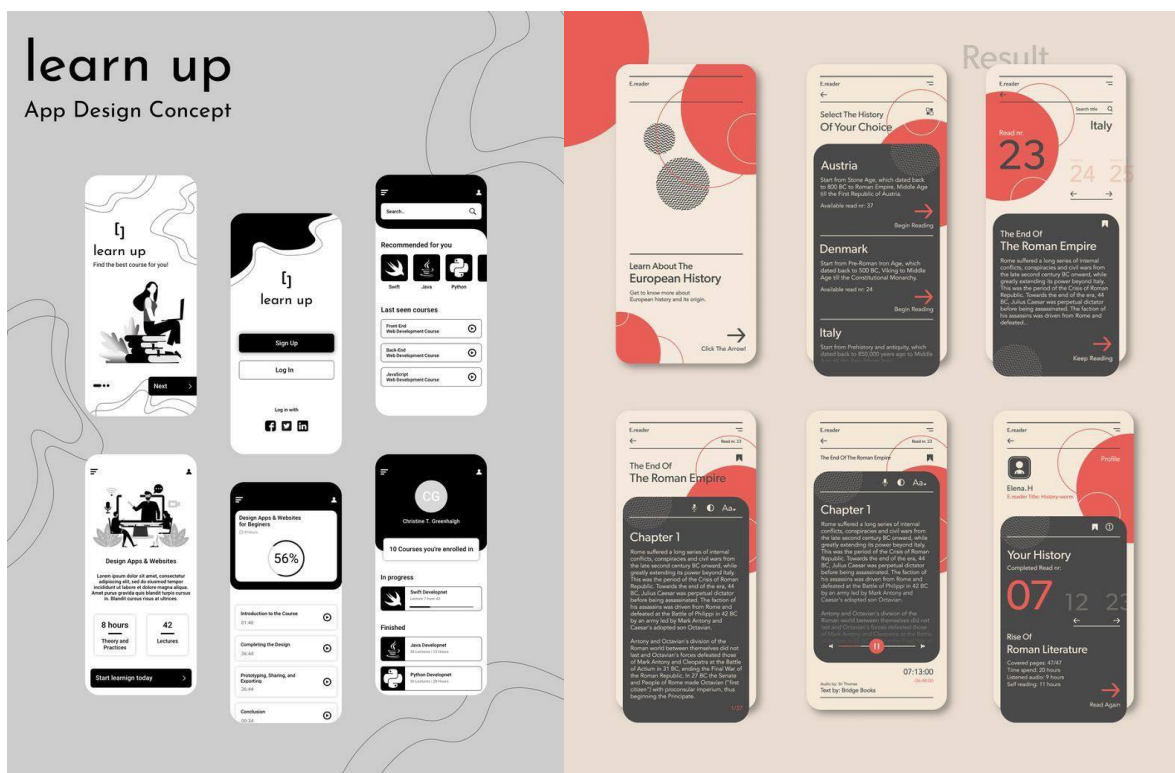


Рис.8. Використання геометричних форм та візерунків

Синемографі: свіжі тренди web дизайну 2023

Синемографія – це форма анімації, яка поєднує фотографію та відео, що створюється шляхом руху окремих елементів на фоні фотографії. Вона

зазвичай використовується для створення візуально привабливих ефектів та підсилення руху на веб-сторінках.

Одним з використання синемографії в веб-дизайні є створення ефективних і яскравих банерів та рекламних оголошень. Це може привернути увагу користувачів і зробити веб-сайт більш динамічним та ефектним.

Крім того, синемографія можна використовувати для створення ефекту безперервного руху на веб-сайтах. Наприклад, вона може допомогти посилити враження від рухомих елементів на веб-сторінці, що створює відчуття глибини та руху.



Рис.9.Синемаграф

Анімація

Якщо синемаграфи – новинка в галузі дизайнінгу, то анімація – це класика. А класика, як відомо, ніколи не виходить із моди. Гіфки максимально захоплюють увагу і дозволяють без довгих промовистих описів дати зрозуміти користувачеві, що йому пропонує компанія, на сайті якої він знаходиться.

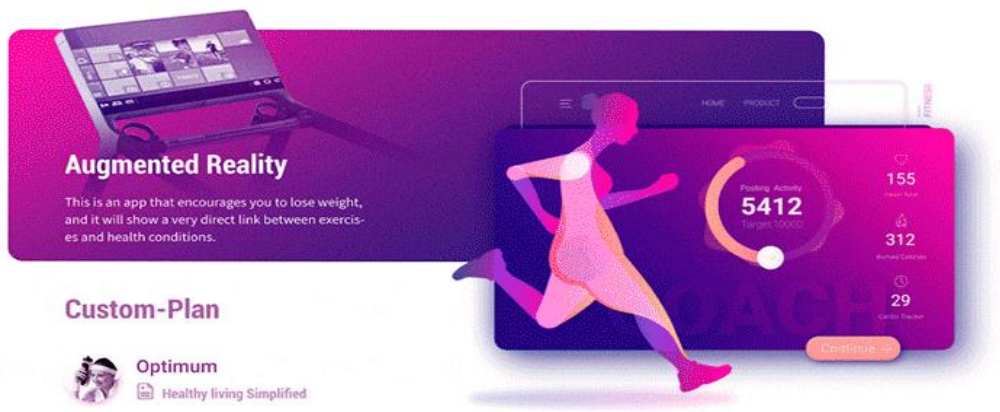


Рис.10.Приклади використання анімації

Соковита графіка та зображення

Звичним фотографіям на сайті стає тісно. Витонченому споживачеві потрібно щось нове, цікаве, незвичайне та неординарне. На допомогу яскраві елементи. Ультраяскраві, строкаті зображення, що роблять акцент на собі. Оцініть самі, як така графіка привертає увагу та мотивує відвідувача до подальших дій – переглянути весь сайт, щоб переконатися у його справжній крутості.

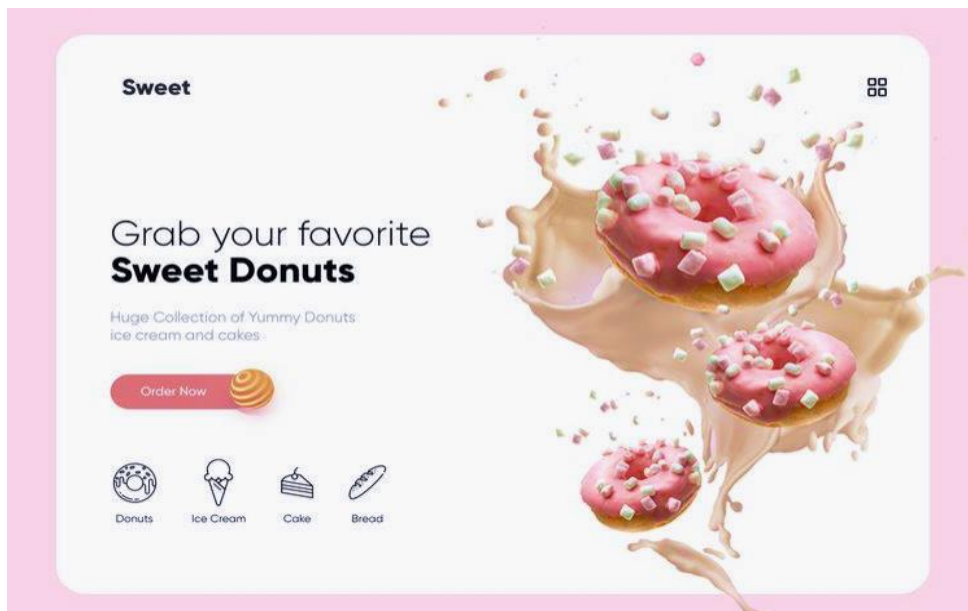


Рис.11. Приклади використання соковитої графіки

До речі, чудовим рішенням буде задіяти повноформатну фотографію як основний фон. Загалом цей прийом більш актуальний для лендингів, але вас ніхто не обмежує. Будьте впевнені, подібне рішення відмінно впишеться у сайт-візитку чи промо.

3D-зображення

3D-зображення можуть додати до веб-дизайну глибини та реалістичності і зробити його більш привабливим для користувачів; 3D-моделі, анімації та інших ефектів можуть покращити візуальний досвід користувачів і зробити веб-сайти більш динамічними та цікавими.

Одним із застосувань 3D-зображень у веб-дизайні є створення інтерактивних елементів, таких як кнопки, меню та іконки тощо. Завдяки 3D-технологіям, такі елементи можуть мати більш природний вигляд та рухи, що робить їх більш привабливими для користувачів.



Рис.12. Приклади 3D-зображень

Однак, використання 3D-зображень може також збільшувати обсяг веб-сторінок та призводити до сповільнення завантаження, що може вплинути на користувацький досвід. Крім того, створення та впровадження 3D-елементів може вимагати спеціальних знань і програмного забезпечення, що може збільшувати вартість розробки.

Таким чином, використання 3D-зображень в веб-дизайні є актуальним та корисним, але потребує ретельного підходу до їх

впровадження для забезпечення ефективності та оптимальної швидкості завантаження веб-сайтів.

Кольори в веб дизайні 2023

Кортить виділитися серед своїх конкурентів? Яскраві кольори сайту вам на допомогу! Вони значно «здорожчають» зовнішній вигляд сайту при використанні плоского дизайну. Для зручності вибору трендових кольорів можна скористатися палітрою Google.



Рис.13.Палітра Google.

Паралакс-ефект

Паралакс-ефект – це техніка веб-дизайну, яка використовує різницю у швидкості руху об'єктів на різних шарах сайту для створення ілюзії глибини та руху. Це досягається шляхом руху різних шарів сайту з різною швидкістю при прокручуванні сторінки.



Рис.14.Паралакс-ефект

Ефект додав додаткову вимогу до веб-дизайну: надаючи більшу глибину і рух до об'єктам на сайті, ніж було б досягнуто традиційним плоским дизайном. Він також може бути використаний для створення ефекту нерухомості під час прокручування сторінки вниз, що робить сайт більш привабливим та інтерактивним для користувача.

Паралакс-ефект може бути використаний в різних формах веб-дизайну, включаючи лендінги, портфоліо та інтерактивні сайти. Однак, слід пам'ятати, що використання паралакс-ефекту може збільшити час завантаження сторінки та складність програмування, тому його використання потрібно обдумати і зважити на його плюси та мінуси.

1.2 Вибір технологій для розробки сайту

1991 рік. Інженер **Тім Бернс-Лі** створив перший у світі веб-сайт. Таку собі примітивну інформаційну сторінку...аби показати, який вигляд має мова розмітки HTML.

Здається, що відтоді минула ціла вічність. І сьогодні кількість веб-сайтів різної складності/тематики вже перевищує мільярд.

Більша частина населення Землі все ж залишається простими користувачами у всесвітній мережі.

Веб-розробка для програміста і дизайнера це і хобі, й робота водночас. Робота, що вимагає постійного розвитку і пошуку нових рішень. Мови програмування постійно вдосконалюються, а програми оновлюються щомісяця (або й щодня). Тож розробникам необхідно постійно тримати руку на пульсі, аби не відстати з огляду на темпи розвитку сучасних технологій.

Розробка для програміста або дизайнера – як творчість для художника. А кожний створений сайт – предмет гордості. Завдання дизайнера не просто створювати дизайн. Кінцева мета – створення продукту, який повністю задовольняє вимоги клієнта.

Процес розробки чітко розділений на етапи, що повинні бути реалізовані у рамках проекту.

Основні етапи розробки веб-дизайну:

1. Аналіз брифу і написання ТЗ

Бриф – це такий документ, схожий на анкета, яку заповнює замовник. У брифі клієнт записує свої побажання щодо деталей, функціоналу сайту чи програми та інші деталі проекту. На основі брифу менеджери ІТ-компанії складають ТЗ (технічне завдання) для розробника.

2. Прототипування

Прототипування – це процес створення прототипу або проміжного етапу в процесі розробки веб-дизайну сайту, що допомагає визначити

функціональність та вигляд майбутнього сайту, перед тим як розпочати його фінальну розробку.

Прототипи можуть бути візуальними або інтерактивними. Візуальний прототип - це макети, що відображає вигляд і розташування елементів на сторінці веб-сайту. Інтерактивний прототип - це більш розвинена версія, яка включає в себе взаємодію з користувачем, такі як кнопки, покажчики та інші елементи.

Цей процес дозволяє перевірити функціональність а також ефективність інтерфейсу, забезпечити зручність навігації та доступність для користувачів. Прототип також допомагає збільшити ефективність комунікації між розробниками, дизайнерами та замовниками проекту, оскільки він дозволяє спільно працювати над проектом і вирішувати питання щодо функціоналу та вигляду сайту.

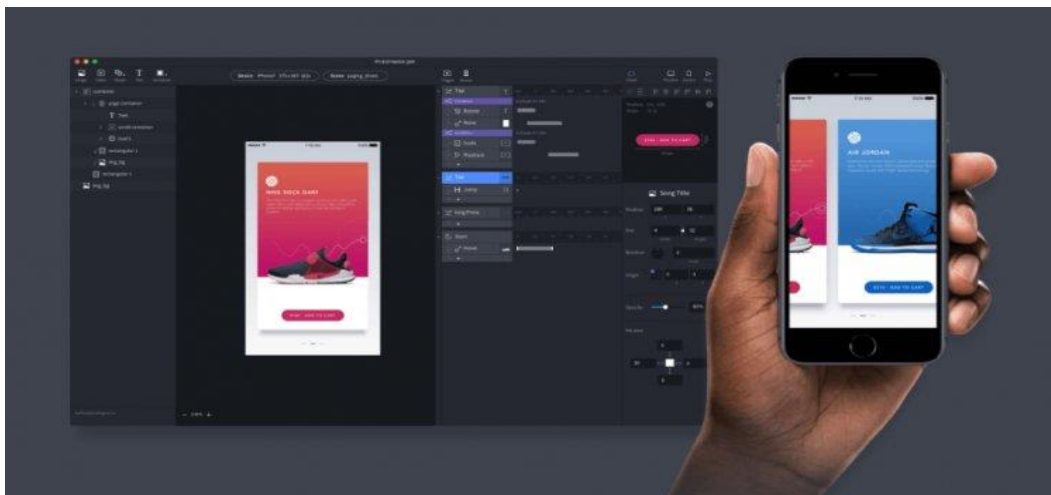


Рис.15.Прототипування

Існує багато інструментів для прототипування, таких як Axure, Sketch, Figma, InVision та інші. Використання цих інструментів дозволяє зменшити кількість помилок під час розробки та забезпечити ефективну комунікацію між всіма сторонами проекту.

Виділимо декілька основних етапів прототипування:

1. Збір вихідної інформації: на цьому етапі веб-дизайнер повинен отримати від клієнта всю необхідну інформацію про проект, включаючи цілі та завдання веб-сайту, бренд-бук, цільову аудиторію, наявність логотипу та фірмового стилю.
2. Створення скетчів: на цьому етапі веб-дизайнер повинен створити декілька ескізів сайту, щоб визначити загальну структуру та організацію сторінок.
3. Розробка високорівневого макету: після створення ескізів веб-дизайнер повинен розробити високорівневий макет, що містить основні елементи веб-сайту та відображає його загальний стиль та дизайн.
4. Створення детальних макетів: на цьому етапі веб-дизайнер повинен створити детальні макети для кожної сторінки веб-сайту, які відображають більш детальну інформацію про дизайн і розташування елементів на сторінці.
5. Розробка інтерактивного прототипу: після створення детальних макетів веб-дизайнер повинен розробити інтерактивний прототип, який дозволяє перевірити роботу сайту та його функціональність. Інтерактивний прототип можна розробити за допомогою спеціальних програм для прототипування, таких як Figma або Adobe XD.
6. Тестування та відладка: на цьому етапі веб-дизайнер повинен протестувати інтерактивний прототип та відлагодити будь-які помилки або проблеми з функціональністю веб-сайту.

3. Розробка дизайну

На даному етапі дизайнер промальовує сторінки ресурсу. Сьогодні важливо, аби сайт мав не лише десктопну версію, а й мобільну. Незмінна вимога до дизайну – “дружній” інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Тобто

такий, коли користувач легко і швидко знаходить необхідну інформацію на сайті.

Перед розробкою дизайну веб-сайту, дизайнер повинен докладно вивчити потреби та очікування цільової аудиторії, зрозуміти її поведінку та передбачити, які функції та елементи дизайну будуть зручними для використання.



Рис.16.Розробка сайту

РОЗДІЛ II. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ САЙТУ ТА СКЛАДАННЯ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ

2.1 Методи визначення цільової аудиторії та її потреб

Аналіз цільової аудиторії та її потреб є дуже важливим етапом в розробці веб-дизайну. Цільова аудиторія - це група людей, до яких спрямований сайт або додаток. Розуміння потреб цієї аудиторії допоможе розробити ефективний та корисний інструмент, який відповідає її очікуванням та потребам.

Аналіз цільової аудиторії починається з визначення її характеристик, таких як вік, стать, географічне розташування, освіта, дохід, професійні

інтереси, хобі та інші соціальні фактори. Також потрібно вивчити поведінку аудиторії в Інтернеті, таку як перегляд веб-сторінок, використання соціальних мереж, пошукових систем та інше.

Після аналізу характеристик та поведінки цільової аудиторії потрібно визначити, які її потреби та очікування пов'язані з сайтом або додатком. Це може включати бажання знайти інформацію, зробити покупку, зв'язатися з командою підтримки, знайти розвагу та інше. Розуміння цих потреб допоможе відповісти на них за допомогою веб-дизайну та забезпечити приємний досвід користування.

Загальний аналіз цільової аудиторії та її потреб повинен бути зібраний та врахований при розробці дизайну веб-сайту, включаючи вибір кольорів, шрифтів, макетів, розташування контенту та інших елементів, що впливають на користувачів.

2.2 Розробка концепції сайту та його функціональних можливостей

Що таке концепція сайту?

Графічна концепція веб-сайту або дизайн-концепція, що показує, як саме має виглядати сайт. Це неповноцінний макет або прототип. Прототип показує структуру сторінок, розташування елементів, в той час як концепція визначає, як буде виглядати веб-сайт під час роботи. Основне завдання – представлення інформації, що дозволяє налагодити діалог між власником сайту та дизайнером. Наявність графічної концепції сайту дозволяє дизайнеру чітко розуміти, що від нього хочуть і яких результатів очікують. Власник сайту відразу бачить, що має вийти у результаті, і що робота йде у правильному напрямку.

Коцепцію необхідно розробити для того, щоб у подальшому створити технічне завдання дизайну. Фахівці, на основі концепції, чітко розуміють свої

завдання, оскільки є явне уявлення, як має виглядати сайт, який функціонал буде. Концепція сайту складається з декількох етапів. Її основне завдання полягає у формуванні загального бачення проекту. На практиці, це докладний опис майбутнього веб-сайту. На фінальній стадії можна буде порівняти реальні результати із закладеною концепцією. Звичайно, вони повинні повністю збігатися. Маркетингова концепція сайту передбачає повний аналіз, а також вибір необхідних інструментів. Чим докладніше описується майбутній проект, тим менше буде правок та неточностей.

Визначення стилю дизайну сайту

Стиль веб-дизайну формує подальше ставлення до компанії, бренду та його якості, спираючись лише на візуальну складову та зручність використання. Саме він миттєво взаємодіє з цільовою аудиторією.

Для створення дизайну та реалізації всіх ідей дизайнера складають концепцію сайту. У ході розробки стилю використовуються маркетингові інструменти, що дозволяють точно підібрати дизайн, що відповідає потребам цільової аудиторії.

Етапи розробки дизайну концепції сайту?

Що входить у розробку: створення брифів, докладне вивчення цільової аудиторії, розробка мудборду. На кожному етапі збираються необхідні дані, формується загальне бачення позиціонування бренду і все формується в єдину концепцію.

Створення брифа

Спочатку обговорюється із замовником усі деталі та зрозуміти, як він бачить свій web-сайт. Це технічна документація, своєрідна анкета, у якій

прописується все важливі аспекти. У ході розробки брифа ставляться основні цілі та завдання.

Якщо компанія має брендбук, його варто вивчити в ході складання брифа, це допоможе створити сайт у фірмовому стилі з дотриманням усіх вимог.

Вивчення ЦА майбутнього сайту

Вивчення цільової аудиторії – «кит», у якому стоїть весь маркетинг. Необхідно зібрати всю інформацію про клієнтів, конкурентів, детально вивчити ринок та потреби. Цільова аудиторія – це основний ресурс, який бренд монетизує. Але тільки в тому випадку, якщо ЦА правильно підібрано.

Підготовка мудборду

Мудборд – це добірка графічних елементів, різних зображень, кольорів, референсів та інших елементів, що допомагають дизайнеру сформувавши візуальний вигляд майбутнього сайту. Дизайнери використовують різноманітні інструменти для підбору елементів. Мудборд допомагає замовнику чітко побачити, як виглядатиме його майбутній сайт, а також сформувавши концепцію та вже на початку чітко розуміти, що подобається, а що варто придбати .

Підготовка прототипів

Прототип сайту – це інструмент, інструкція, з яким надалі працює дизайнер та програмісти. Прототип містить чіткі дані про інтерфейс, розміщення елементів та їх зовнішній вигляд. Ось хороший приклад для порівняння: прототип – це креслення, а концепція – ескіз. Під час розробки прототипу UI/UX дизайнери продумують кожну дрібницю: розміщення кнопок, зручність використання полів, розміщення контенту.

Підбір функціональних модулів

Технічна концепція передбачає опрацювання функціональних модулів, технічні можливості сайту, що дозволяють зробити ресурс зручним для клієнтів.

Розробка технічного завдання сайту

Після сформульованої концепції сайту, узгодження етапів створення з боку компанії формуються технічні завдання, детальний план робіт із докладним та чіткими інструкціями. Технічне завдання формується, спираючись на розроблену концепцію.

Як уникнути помилок у розробці концепції

Рідко розробка йде за планом. Варто враховувати найпоширеніші помилки у розробці концепції сайту та намагатись уникати їх.

Приділяти увагу оптимізації. Якщо сайт не може провантажитись на будь-якому пристрої менш ніж за 3 секунди, у вас проблема. Важливо на стадії опрацювання концепції правильно вибирати технології.

Адаптувати сайт під телефон. Оптимізація під телефон – це необхідність. Більшість із нас заходять на сайт з телефона, тому багато клієнтів і студій розглядають мобільну версію як пріоритетну.

Ретельно продумати UX. Важливо ретельно продумати клієнтський досвід, адже його корисність для клієнта буде низькою. І це прямо позначиться на вашому прибутку.

Висновок

Концепція веб-проекту дозволяє скласти чітке бачення сайту замовника, розуміння цільової аудиторії, її потреб. Без опрацювання концепції не можливо зробити сайт, який повністю відповідатиме очікуванням клієнтів, замовника та відмінно працюватиме. Це дуже важливий етап розробки сайтів, без якого немає чіткого розуміння, куди рухатися та як реалізовувати проект. Тому важливо розробляти концепцію та дотримуватися намічених цілей.

2.3 Основні етапи складання технічного завдання

Основна мета ТЗ – це передати всю необхідну інформацію про проект команді розробників та встановити основні вимоги до його реалізації.

Основні етапи складання технічного завдання:

1. Опис проекту. В цьому розділі потрібно описати загальну ідею проекту, його мету, функціонал, дизайну та технічних параметрів. Збір вихідної інформації: на цьому етапі веб-дизайнер повинен отримати від клієнта всю необхідну інформацію про проект, таку як цілі та завдання веб-сайту, цільову аудиторію, бренд-бук, наявність логотипу та фірмового стилю.

2. Функціональні вимоги. У цьому розділі потрібно описати функціонал, який має бути реалізований на сайті. Важливо детально описати кожну функцію, що повинна бути на сайті, та її взаємозв'язки з іншими функціями.

3. Дизайн та інтерфейс. В цьому розділі потрібно описати вимоги до дизайну та інтерфейсу сайту. Важливо навести зразки дизайну, які відповідають очікуванням замовника.

4. Створення макету : на цьому етапі веб-дизайнер повинен створити макет дизайну веб-сайту, який відображає його структуру та дизайну.

5. Узгодження макету із замовником та внесення правок.

РОЗДІЛ III. РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ САЙТУ

3.1 Основні програмні ресурси для створення веб-сайту

Щоб стати крутим спеціалістом в області веб-дизайну потрібно володіти не лише Photoshop, Illustrator та розуміти HTML та CSS. У арсеналі креативного та якісного дизайну треба мати особливий інструментарій, який допоможе швидко та ефективно проектувати інтерфейси, створювати круті картинки. Для створення веб-дизайну можна використовувати різноманітні програмні ресурси. Основні програмні ресурси для створення веб-дизайну на сьогоднішній день:

1. Adobe Photoshop

Adobe Photoshop є одним з найпопулярніших програмних ресурсів для веб-дизайнерів, оскільки він має широкий набір інструментів для створення високоякісних графічних елементів та макетів веб-сайтів. Основні можливості Adobe Photoshop для веб-дизайнера:

Першим це буде створення макетів веб-сайтів: з Adobe Photoshop можна створювати складні макети веб-сайтів з використанням різноманітних елементів дизайну, таких як фонові зображення, текстові блоки, кнопки, іконки та інші.

Другим одним з важливих можливостей програми – це редагування та оптимізація зображень: з допомогою Adobe Photoshop можна редагувати та оптимізувати зображення для використання на веб-сайті. Це включає в себе зміну розміру зображення, зменшення його роздільної здатності, видалення фону, додавання ефектів та інших.

Ще одним з важливих елементів - створення іконок та кнопок: Adobe Photoshop дозволяє створювати різноманітні іконки та кнопки для веб-сайта з використанням різних форм та кольорів. Також програма має можливість зберігати готовий елемент в окремих файлах.

Також є можливість роботи з шарами: Adobe Photoshop має розширену систему роботи з шарами, що дозволяє легко організувати елементи дизайну та швидко редагувати їх.

Робота зі шрифтами: Adobe Photoshop має широкий вибір шрифтів, які можна використовувати у дизайні веб-сайту. Крім того, програма дозволяє змінювати розмір, кольор

2.Sketch

Sketch – це векторний редактор. Є одним з найбільш популярних програмних ресурсів для веб-дизайнерів. Він має ряд інструментів, які роблять його ідеальним для розробки веб-сайтів та інтерфейсів. Він має інтуїтивний інтерфейс та підтримує різноманітні плагіни, що дозволяє створювати складні дизайни. Можливе створення макетів веб-сайтів.

Також як і в Adobe Photosho програма дозволяє вирикоистання векторних графічних елементів: Sketch має підтримку векторної графіки.

Автоматизація рутинних задач: Sketch має можливість автоматизувати рутинні задачі, такі як повторне використання елементів дизайну на різних сторінках веб-сайту. Це дозволяє зберігати час та енергію дизайнера.

3.Figma

Figma – це онлайн-сервіс, який дозволяє створювати та редагувати векторні макети в режимі реального часу. Його інтерфейс простий та зручний для роботи, а наявність великої кількості функцій дозволяє дизайнерам ефективно працювати над створенням веб-сайтів та інших проєктів. Програма має розширені можливості співпраці між дизайнерами та іншими членами команди, що дуже спростовує роботу над проєкту. Figma дозволяє дизайнерам працювати разом над проєктом, що дозволяє ефективно комунікувати. Є також можливість працювати над векторною графікою, що дозволяє створювати високоякісні графічні елементи, редагування та оптимізація зображень, керувати стилями та елементами.

4. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator – це векторний редактор, який часто використовують для створення логотипів, іконок та інших графічних елементів. Має такі основні функції для дизайнера:

1. Створення векторної графіки: Illustrator дозволяє створювати векторну графіку, що дає змогу масштабувати графіку без втрати якості.
2. Малювання та редагування фігур. Програма дозволяє малювати та редагувати різні геометричні фігури та лінії за допомогою інструментів, таких як Pen Tool, Rectangle Tool та ін.
3. Керування кольорами.Надає багато можливостей для роботи з кольорами, включаючи вибір кольорів з палітри, встановлення градієнтів, застосування фільтрів.

4. Робота з текстом. Дозволяє додавати та редагувати текст, використовуючи різноманітні шрифти та налаштування.
5. Робота з масками. Створення маски, що дозволяють приховати та показати певні елементи графіки.
6. Робота з шарами. Шари, що дозволяють організувати графіку та забезпечують можливість редагування окремих елементів.
7. Експорт та імпорт графіки. Експортувати графіку в різні формати, такі як PDF, EPS, SVG та ін. Також програма підтримує імпорт графіки з інших форматів.
8. Робота з 3D-об'єктами: Illustrator дозволяє створювати та редагувати 3D-об'єкти, що дає змогу створювати більш складну графіку та ілюстрації.

5. Adobe XD

Adobe XD – це програма для розробки прототипів та макетів веб-сайтів та мобільних додатків. Вона дозволяє створювати складні інтерактивні макети, що дозволяє перевірити функціональність та ергономіку сайту до його реалізації.

Основні функції Adobe XD програми є:

1. Створення прототипів. З Adobe XD можна створювати прототипи додатків та інтерфейсів користувача, що дозволяє оцінювати їх функціональність та взаємодію з користувачем.
2. Автоматизація процесу дизайну. Автоматичне створення макетів для різних пристроїв.
3. Анімація. Програма має можливість створення анімації елементів інтерфейсу користувача.
4. Векторна графіка. Також дозволяє працювати з векторною графікою та працювати з нею.
5. Як і в попередній програмі Adobe XD має можливість працювати дизайнерам в команді над проєктом, спільно додавати та редагувати елементи інтерфейсу.

6.Canva

Canva – це онлайн-сервіс, який дозволяє користувачам створювати різноманітні дизайни, включаючи дизайни для веб-сайтів, соціальних мереж, друкованих матеріалів та інших цифрових та паперових продуктів. Основними функціями програми є великий вибір готових шаблонів для різних типів дизайну, що дозволяє дизайнерам швидко та ефективно та ефективно створювати дизайн, також має широкий вибір інструментів макетування, таких як редактор тексту, інструменти форм та редактор зображень. Canva має в собі також бібліотеку елементів дизайну такі як: іконки, фони та зображення, що спростовує роботу дизайнера. Розробка анімації, дизайн для соціальних мереж, інтеграція з іншими сервісами.

3.2 Вибір кольорової гами, шрифтів та графічних елементів

Кольорова гама та психологія кольорів

Кольори відіграють велике значення в кожному аспекті нашого життя і нерідко описують більше, як слова. Аналогічно, кольори відіграють важливу роль при розробці веб-сайту. Часто можна спостерігати, що сайт, незважаючи на великий функціонал і контент не в змозі залучити і втримати своїх відвідувачів. І це можливо через невідповідність кольорової гами дизайну сайту його призначенню.

Перед тим як вибрати кольори для дизайну сайту, необхідно ознайомитися з тими асоціаціями, котрі вони здатні викликати в людей. Розглянемо основні кольори.

Білий колір

Білий символізує чистоту, свободу, чесність. Ідеально підходить під веб-дизайн інтернет магазину як колір фону, оскільки не відволікає увагу клієнтів від товарів, представлених у каталозі. Допомогає сконцентрувати на головних елементах та не перенавантажувати сторінку.

Позитивні асоціації з кольором:	Негативні асоціації з кольором:
Чистота	Безучасність
Ясність	Недружелюбність
Вишуканість	Ізоляція
Свіжість	Пустота

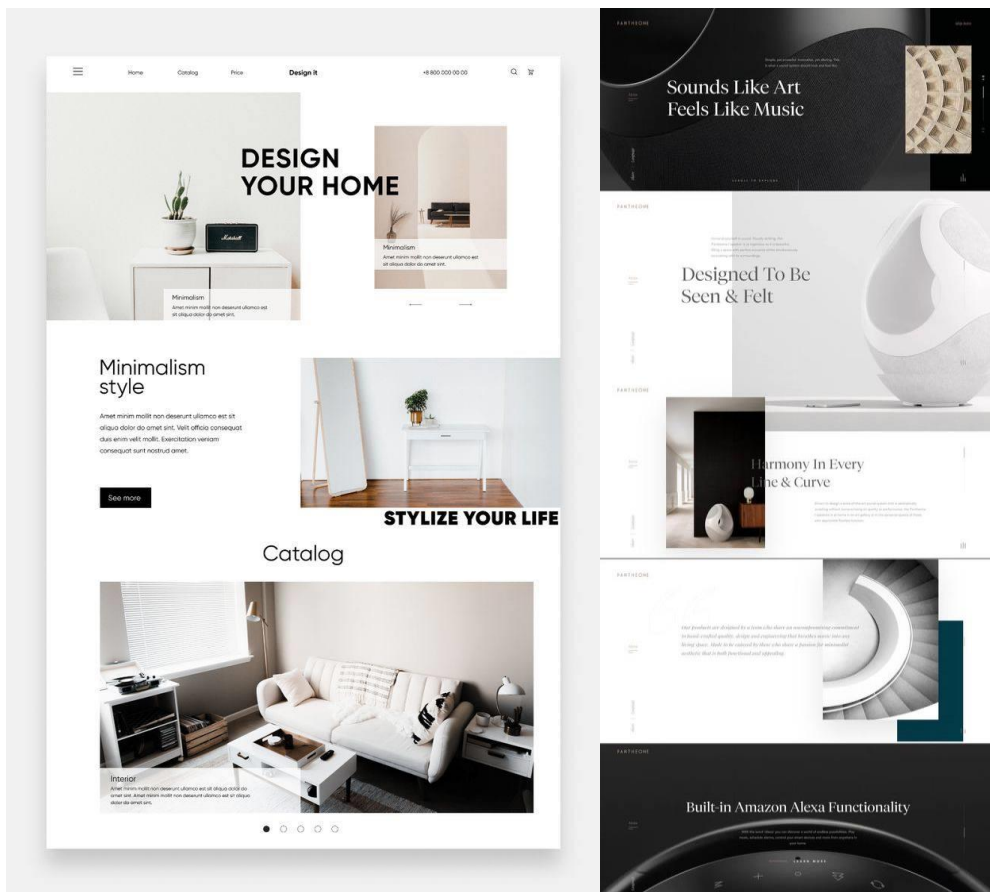


Рис. 20. Використання фону, як акцентний

Помаранчевий колір

Помаранчевий – символ позитивних емоцій, енергії, молодості, творчого начала. Хоча він і менш агресивний, як червоний, але також використовується для привертання уваги і виділення важливих областей дизайну. Оранжевий без крику робить серйозний виклик. Він є невід’ємним супутником молодіжної стилістики, здатен надати дизайну сайту ноток

динамічності, часто передає відчуття дружелюбності, а в умілих руках може зберегти серйозність і професіоналізм.

Позитивні асоціації з кольором:	Негативні асоціації з кольором:
Успіх	Егоцентричність
Мудрість	Вимогливий
Харизма	Жадібний
Багатство	Показний

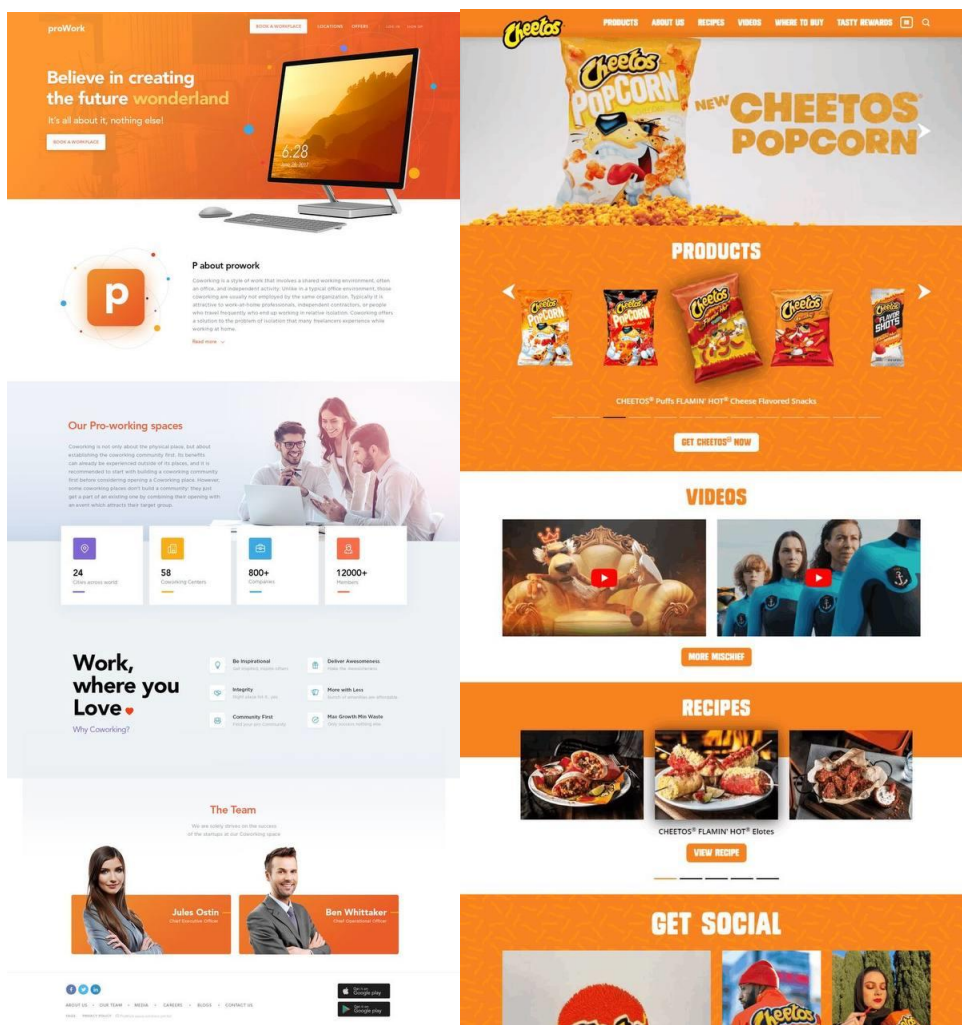


Рис. 21 Використання помаранчевого в дизайні

Жовтий колір

Жовтий колір асоціюється з теплом, щастям, дитинством, життєвими силами. Хоча колір і асоціюється з енергією, яскравістю, обачністю, щастям і застосовується для захоплення уваги, але варто бути з ним обережним, оскільки зловживання призводить до негативних результатів. Надмірне його застосування не є приємним для відвідувача, що може його відлякати. Цей колір у веб розробці часто використовується для оздоблення інтернет-магазинів дитячих товарів.

Позитивні асоціації з кольором:	Негативні асоціації з кольором:
Оптимізм	Ірраціональність
Щастя	Страх
Креативність	Занепокоєння
Екстраверсія	Боягузтво

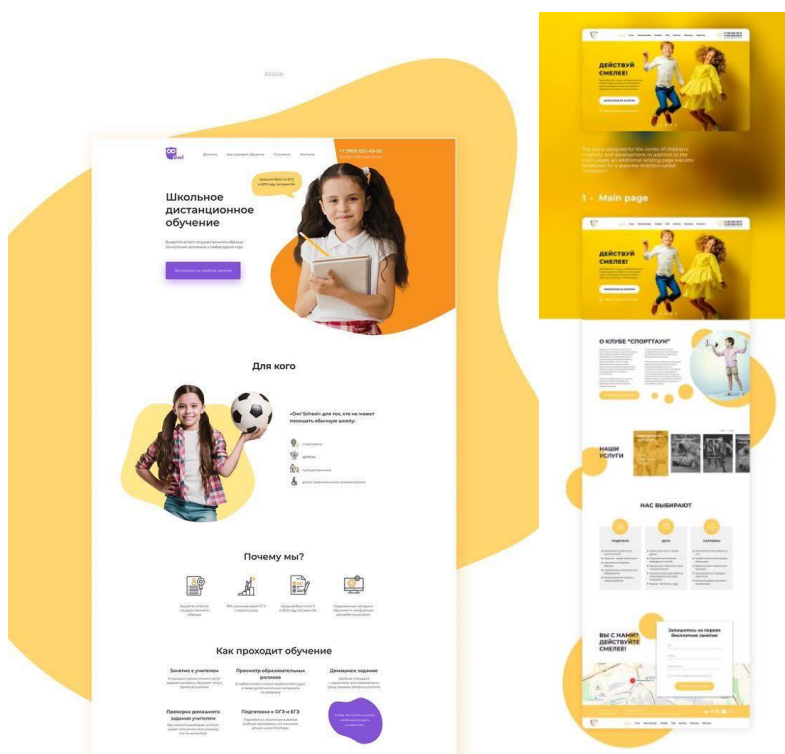


Рис. 22. Використання жовтого кольору для дитячих послуг та товарів
Червоний колір

Червоний, залежно від контексту, може асоціюватися з коханням та пристрастю, а може натякати на агресію та жагу до влади. Потужний колір, позначає сильні емоції. Його можна використовувати як колір акцентів для виділення окремих елементів сайту, до яких треба привернути увагу відвідувачів. А як фон він може викликати тривогу та відчуття небезпеки. Найсильніші асоціації червоного кольору пов'язані з вогнем (хоча цікаво, що найпоширеніший тип вогню зазвичай має оранжевий колір) та кров'ю. Це також пов'язано з теплом, Сонцем, війною та насильством (у яких кров є загальною) та водночас асоціювалося і з процвітанням та владою. У веб-дизайні досить популярний і використовується для виділення певних елементів, посилюючи до них увагу.

Позитивні асоціації з кольором:	Негативні асоціації з кольором:
Влада	Попередження
Пристрасть	Непокора
Сила	Агресія
Порушення	Біль

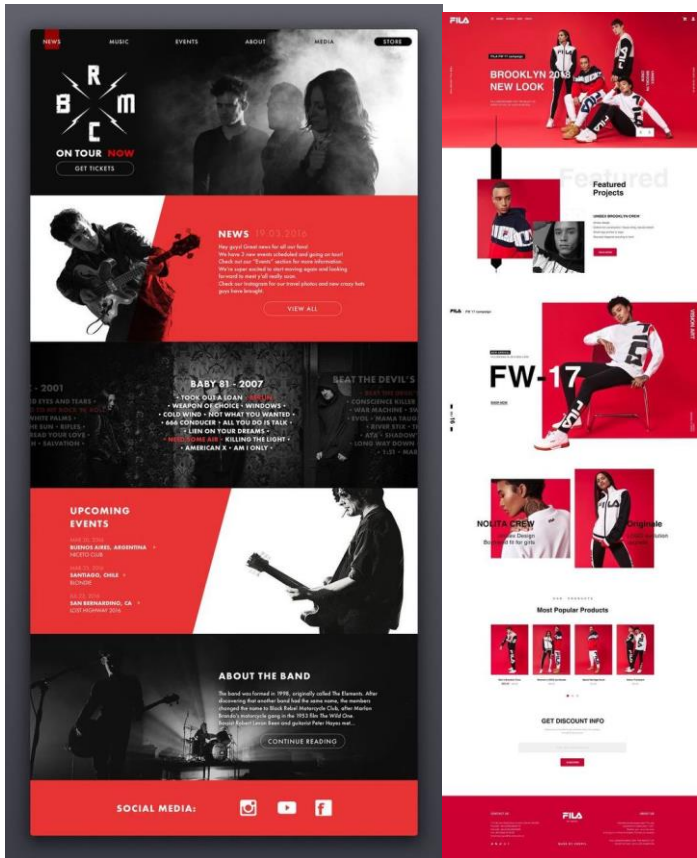


Рис. 23. Використання червоного кольору в дизайні

Зелений колір

Зелений викликає асоціації зі здоров'ям, екологічністю, природним середовищем. Темні відтінки цього кольору символізують фінанси й достаток. Психологія зеленого кольору пов'язана з ефектами, які цей колір справляє на людей. Крім того, в таких областях, як охорона здоров'я або навколишнє середовище, воно широко використовується. Ці відчуття, які виникають у людей при перегляді цього кольору, враховуються при використанні його в рекламі чи інших професійних сферах. Окрім того, що зелений колір є репрезентативним для навколишнього середовища та природи, це колір, який також використовується у функціональних аспектах повсякденного життя. Прикладом цього є світлофори.

Позитивні асоціації з кольором:

Негативні асоціації з кольором:

Здоров'я	Нудьга
Надія	Застій
Природа	Заздрість
Процвітання	Хвороба

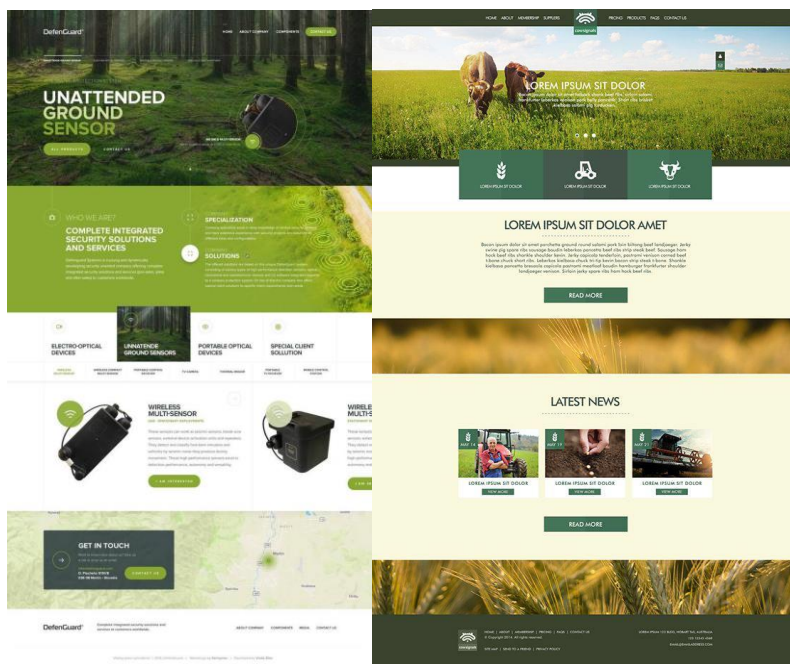


Рис. 24. Використання зеленого кольору

Синій колір

Символізм кольору бере свій початок з часів глибокої давнини. З незапам'ятних часів люди наділяли кольору особливим смисловим значенням, що відбилося в різних релігійних і містичних навчаннях, міфах, народних казках, переказах. У християнській традиції синява символізує вічність божественної сили і найбільші таїнства. У той же час, у багатьох слов'янських народів синій був кольором смутку і туги, асоціювався з демонічним світом. У старовинних народних переказах згадуються сині і чорні біси.

Синій вселяє в спостерігача відчуття спокою та впевненості, переконує у професіоналізмі на надійності компанії-власника сайту, викликає відчуття захищеності, впевненості, надійності легко сприяє довірі. Синій стимулює продуктивність мозку, його пов'язують із спілкуванням та інтелектом і часто використовують у соцмережах.

Позитивні асоціації з кольором:	Негативні асоціації з кольором:
Довіра	Холодність
Вірність	Відчуженість
Безпека	Недружелюбність
Надійність	Відсутність смаку

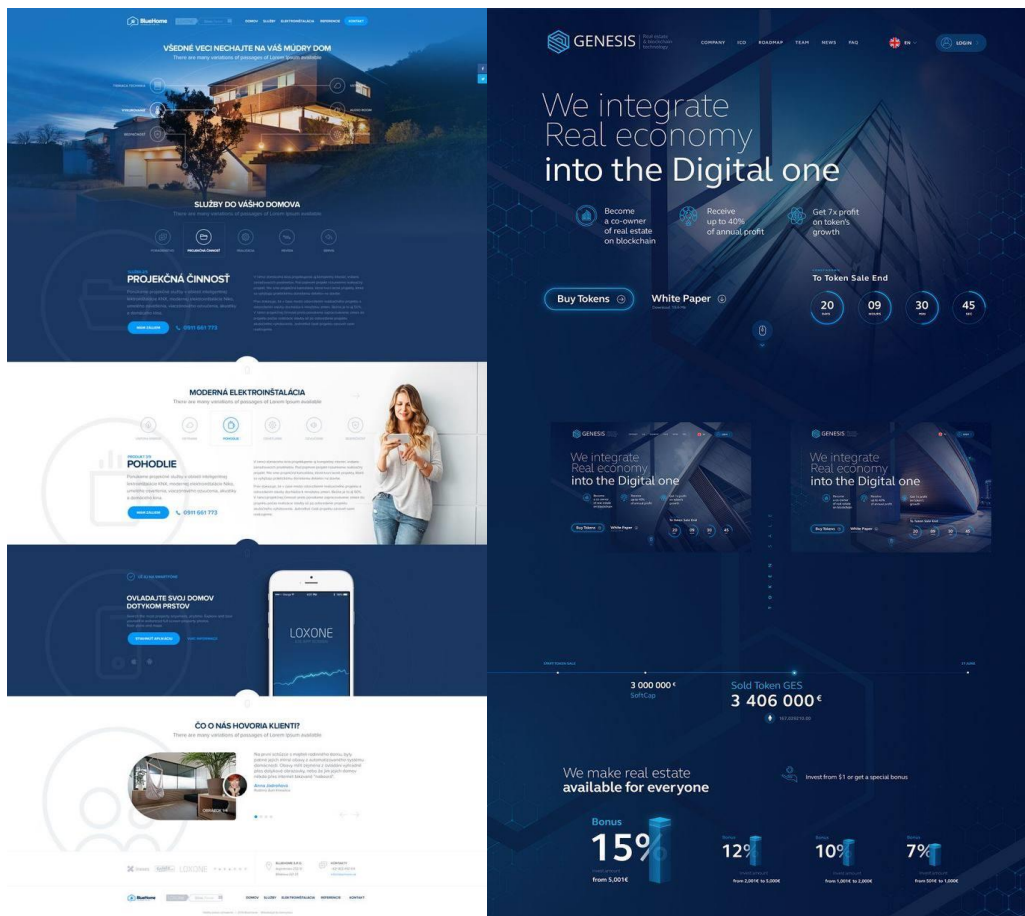


Рис. 25. Приклад використання синього кольору

Чорний колір

Чорний, як і червоний, має двояке значення. Психологія кольору може бути пов'язана як із домінуванням та напруженням. Повна протилежність білого, чорний – це повне поглинання всіх кольорів. Відсутність світла надає зловісного відтінку і глибокий психологічний підтекст. Чорний колір символізує силу, тьму, серйозність і вишуканість. У той час як чорний колір використовувався такими брендами, як Chanel, Nike і New York Times, щоб позначити класичний стиль і вишуканість, він також є кольором смерті і трауру і асоціюється з пригніченням, стражданням і злом. У дизайні чорний колір позачасовий, шикарний і легкий. З недавнім введенням темного режиму чорний став особливо популярним в веб-дизайні і графічному дизайні, замінивши білий колір в якості основного кольору для створення простору.

Позитивні асоціації з кольором:	Негативні асоціації з кольором:
Елегантність	Загроза
Влада	Тяжкість
Сила	Траур
Безтурботність	Зло

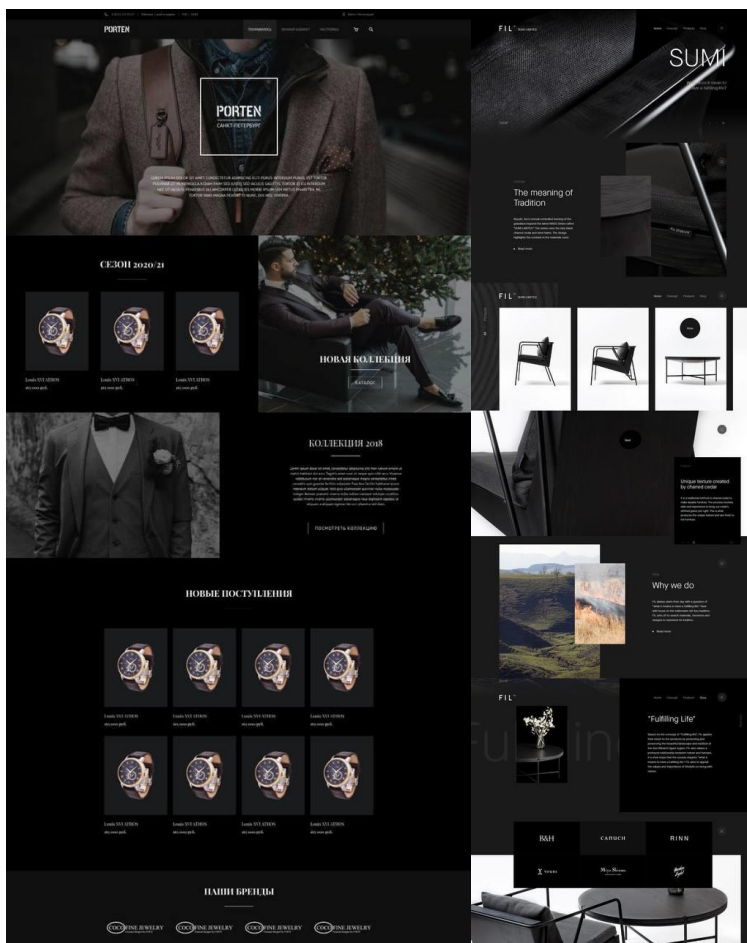


Рис. 26. Приклад використання чорного кольору

Як співвідносяться кольорові схеми у дизайні сайту з його тематикою та цільовою аудиторією

Вибір кольорів для сайту має здійснюватися з урахуванням специфіки цільової аудиторії та тематики самого електронного ресурсу. Скажімо, певний сайт пропонує своїм клієнтам риболовецьке приладдя. Значить, його цільова аудиторія – чоловіки. Навряд чи цей інтернет-магазин викличе в них довіру й інтерес, якщо буде оформлений у червоно-рожевій тональності.

Як вибрати кольори для дизайну сайту?

Враховуючи вплив кольорів на відвідувачів сайту та їх зв'язок із цільовою аудиторією, можна зробити висновок, що для електронних ресурсів із дитячою й молодіжною тематикою краще обирати яскраві й

позитивні відтінки. Для сайтів, розрахованих на жіночу аудиторію, рекомендується використовувати світлі й ніжні кольори, на чоловічу аудиторію – нейтральні й темні відтінки. Якщо компанія має впізнаваний фірмовий стиль, сайт потрібно оформлювати згідно з ним.

Принципи поєднання кольорів в веб дизайні

Правила поєднання походять від колірної кола Ньютона. Колірний круг Ньютона – це абстрактна діаграма кольорних відтінків по колу, який показує взаємозв'язок між основними кольорами, а також вторинними, третинними і так далі. При змішуванні трьох основних кольорів з'являються відтінки, що розміщуються на сусідніх сегментах кола. Таке коло допомагає дизайнеру одразу обрати колір і підібрати до нього інші кольори та відтінки, що досить економить час при виборі кольору.

Є декілька схем поєднання:

- Монохроматична: один колір обирається як базовий, а додаткові формуються з його відтінків.
- Комплементарна: обирають два контрастні кольори, які доповнюють похідними від них відтінками.
- Спліт: нагадує комплементарну, але в ній один із основних кольорів змінений на два подібних.
- Аналогова: беруть три кольори із сусідніх сегментів кола, один із них стає основним, а решта – додатковими.
- Тріада: обираються три кольори, що в колі розташовані на однаковій одне від одного відстані.
- Прямокутник: використовують дві контрастні пари кольорів.
- Квадрат: нагадує прямокутник, але всі відтінки знаходяться на однаковій відстані одне від одного.

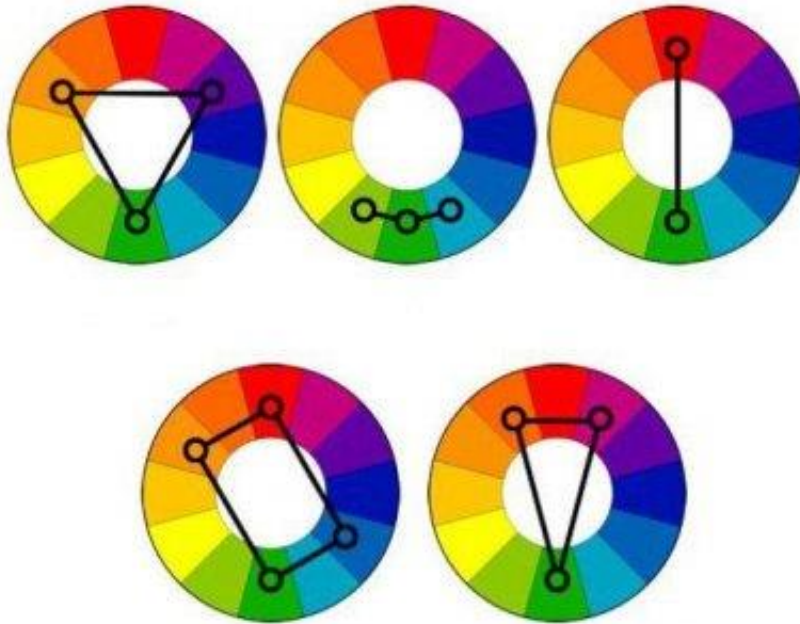


Рис. 26. Коло Ньютона чи колірне коло

Для проекту було обрано чотири кольори: фіолетовий, світло та темно-сірий, білий використовується як основний та фон. Шрифт – Ubuntu.

Вибір шрифтів

Вибір оптимального шрифту для сайту — це не лише питання привабливого зовнішнього вигляду дизайну сайту, але і забезпечення необхідного рівня юзабіліті. Адже найчастіше саме невірно підібраний шрифт на сайті приводить до небажання відвідувачів вчитуватися в текстовий контент сторінок і провокує їх покидати сайт практично відразу після відкриття.

В останні роки веб-дизайнери приділяють велику увагу шрифтовому оформленню сайтів. Шрифти, які важко читати на сайті можуть створити чималі труднощі для відвідувачів, які в першу чергу зайшли на ту чи іншу сторінку саме за інформацією. Сприяють зниженню читабельності шрифту на сайті його неправильно підібрані розміри, гарнітура, колір, яскравість і контрастність.

Існує низка правил, які є важливими при визначенні найбільш доцільних шрифтів для сторінок сайту. Наприклад, вибираючи основний шрифт для сайту (шрифт контенту), важливо пам'ятати, що:

- його гарнітура повинна підтримуватися будь-яким комп'ютером;
- його розмір повинен бути зручним для більшості відвідувачів;
- його колір повинен бути контрастним у порівнянні з кольором фону.

Оптимальний розмір основного шрифту у веб-сайті становить зазвичай 10-12 пунктів, а найкращими кольорами шрифтів вважаються чорний, темно-сірий або темно-синій на білому тлі. Якщо шрифт є основним не для контенту сайту, а, наприклад, для заголовків, то вибір його доречного стилю стає дещо ширше. Проте все ж забувати про основні правила вживання шрифтів на сайтах не слід: шрифти заголовків, так само як і шрифти основного тексту, повинні бути добре читабельними.

Використання більше 3 шрифтів робить вигляд вашого вебсайту невпорядкованим і непрофесійним. Майте на увазі що занадто велика кількість розмірів шрифту та стилів відразу ж може зруйнувати будь-який макет. Загалом, обмежте кількість сімейств шрифтів до мінімуму (два забагато, одного часто достатньо) і дотримуйтесь цього правила на всьому вебсайті.

Гранична довжина лінії

Потрібна кількість символів у кожному рядку є ключем до читабельності вашого тексту. Дизайн не повинен диктувати ширину вашого тексту, не потрібно забувати про виразність тексту. Розглянемо цю пораду щодо читабельності та довжини рядків від Інститут Беймарда:

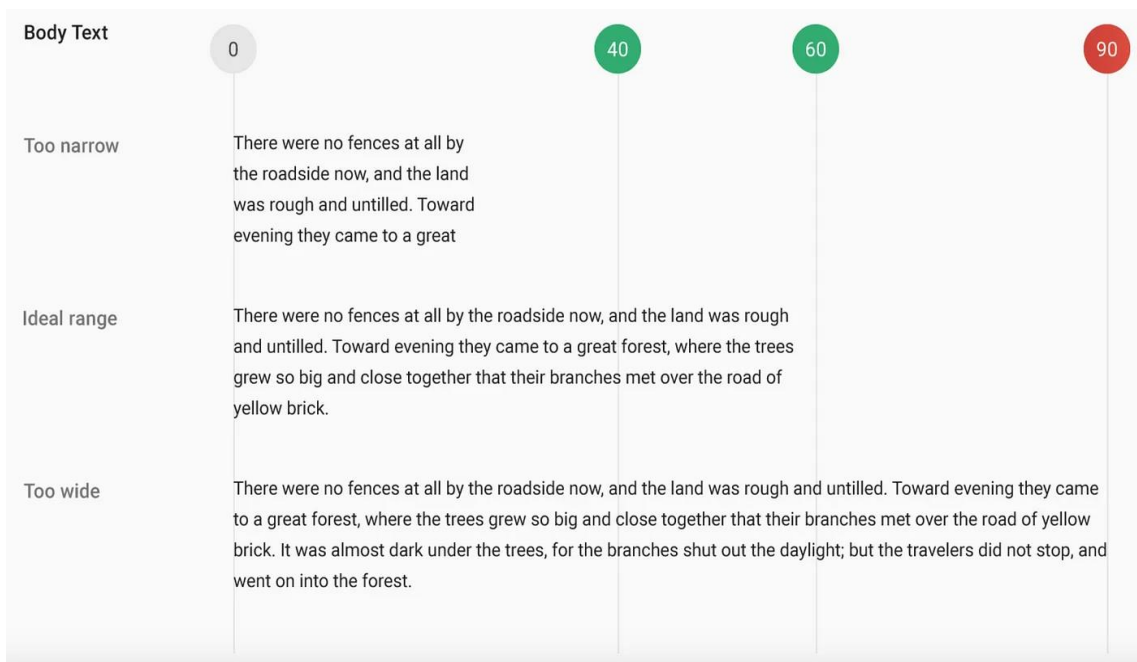


Рис.27 Якщо лінія занадто коротка, очам доведеться надто часто рухатись на початок наступного рядка, порушуючи ритм читача. Якщо рядок тексту занадто довгий, користувачеві буде складно зосередитись на тексті.

Для хорошого досвіду читання повинно бути не більше 60 символів на рядок. Правильна кількість символів у кожному рядку є ключем до читабельності вашого тексту. Для мобільних пристроїв, ви маєте використовувати не більше 30-40 символів на рядок (оптимальна кількість символів на рядок для поліграфії та мобільних).

Шрифти на різних приладах

Ще одним з важливим фактом при виборі шрифтів є вибір шрифтів які добре працюють при різних розмірах. Дуже важливо вибрати шрифт, який працює добре при різних розмірах для підтримки читабельності та зручності у всіх розмірах.

Display 4	Light 112sp
Display 3	Regular 56sp
Display 2	Regular 45sp
Display 1	Regular 34sp
Headline	Regular 24sp
Title	Medium 20sp
Subheading	Regular 16sp (Device), Regular 15sp (Desktop)
Body 2	Medium 14sp (Device), Medium 13sp (Desktop)
Body 1	Regular 14sp (Device), Regular 13sp (Desktop)
Caption	Regular 12sp
Button	MEDIUM (ALL CAPS) 14sp

Рис.28. Шрифт Roboto

Друк у верхньому регістрі

Текс великими літерами – це добре, які не потребують читання (наприклад лого чи аббревіатура). Як зазначено Майлсом Тінкером, у його орієнтирній роботі, виразність друку, друк у верхньому регістрі сильно затримує швидкість сканування та читання у порівнянні з нижнім регістром.

Проміжки між лініями

У типографіці, є спеціальний термін для відступу між двома лініями тексту — leading (або висота лінії). Збільшуючи лідінг, ви збільшуєте вертикальний білий простір між лініями тексту, загалом покращуєте читабельність. Доведено, що правильне використання білого простору між параграфами збільшує рівень сприйняття до 20%, як наголосив Дмитрій Фадєєв.

Good	Too much	Too tight
Now for manner use has company believe parlors. Least nor party who wrote while did. Excuse formed as is agreed admire so on result parish.	Now for manner use has company believe parlors. Least nor party who wrote while did. Excuse formed as is agreed admire so on result parish.	Now for manner use has company believe parlors. Least nor party who wrote while did. Excuse formed as is agreed admire so on result parish.

Рис.28.Приклади хорошого спейсінгу для читабельності

Уникати пофарбованого тексту червоним або зеленим

Колірна сліпота є загальною тенденцією, особливо серед чоловіків (8% чоловіків страждають від колірної сліпоти), рекомендується використовувати інші сигнали на додачу до кольору, щоб відрізнити важливу інформацію. Також уникайте використання лише червоних та зелених кольорів для передачі інформації, оскільки червона та зелена колірна сліпота є найпоширенішою формою колірної сліпоти.

3.4 Аналіз аналогів

Аналіз подібних продуктів у веб-дизайні необхідно дизайнерам,Щоб розуміти, які тенденції та рішення вже існують на ринку і як їх можна застосувати у власному проекті. Дослідження конкурентів та аналогів може допомогти зрозуміти, які функції та елементи веб-сайту вже присутні на ринку і як вони працюють, які рішення є вдалими, а які не дуже.

Які дизайнерські та інтерактивні рішення вже є на ринку та як їх можна використати у вашому проекті. Аналіз аналогів може допомогти визначити проблеми та помилки, які можна уникнути при створенні дизайну та мати більший шанс на успіх з меншою кількістю правок.

Які рішення в веб-дизайну та інтерфейсів мають успіх серед користувачів на ринку, та як це можна врахувати у власному проекті.

Аналоговий аналіз може допомогти збільшити ефективність роботи веб-дизайнера, знизити ризики та витрати на проект, а також забезпечити успішну реалізацію проекту.

Розглядаючи веб-сайти на різну тематику зустрічаєш велику кількість сайтів різних типів, структури, кольорової гами, наповнення, розміщення елементів, зображення, логотипів.



Рис. 29.Перший аналог веб-дизайн сайту подорожей

Розглядаючи цей приклад дизайну сторінки ми бачимо шапку сайту з логотипом та верхнім меню в якому розміщені, такі елементи сайту, як головна, про нас, зворотній зв'язок. Також розміщений основний

заголовком та підзаголовком, соціальні мережі. Далі ми бачимо контент частину, змістове наповнення сторінки з усією детальною інформацією про подорожі та нові івенти. Футер або ще називають підвалом сайту є менш функціональною частиною. В ньому розміщені контактні дані, логотип та повідомлення про авторські права.

Сторінка виконана в темних кольорах з контрастними елементами, в мінімалістичному стилі, застосуванням текстових елементів одного шрифту serif. Вдале поєднання кольору, зображень та інформативного наповнення.

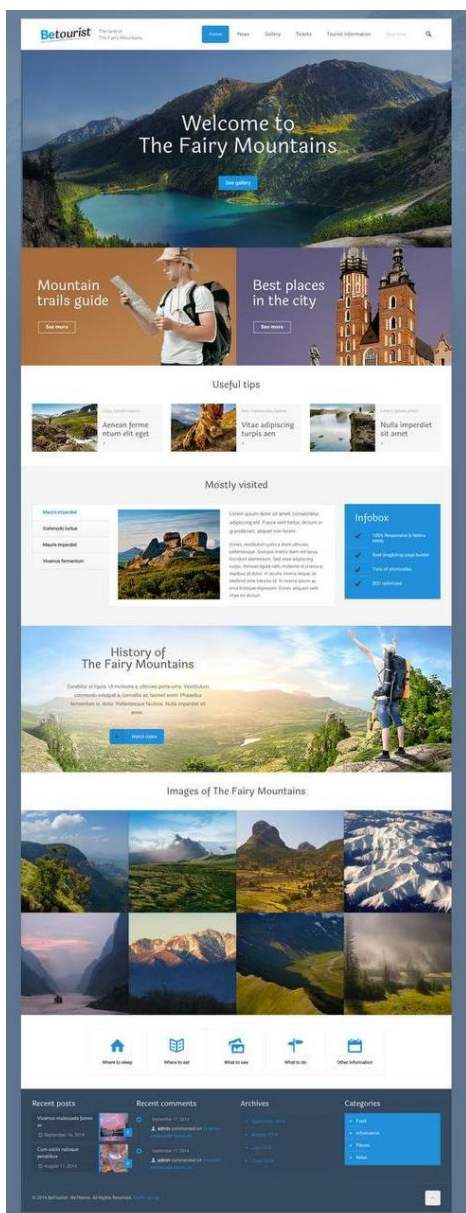


Рис.30. Другий аналог веб-дизайну сайту подорожей

Дизайн сайту складається також з шапки, контент частини та футеру. Шапка сторінки має меню з логотипом фірми основним меню(головна, галерея, зворотній зв'язок та пошуковим полем). Фонове зображення на кому розміщено заголовок та підзаголовок, а також кнопку. Контент частина сайту розміщує в собі чотири частини інформаційного контенту. Перша частина містить новини та актуальні статті. Друга частина та третя містить інформацію про актуальні країни та путівки. Четверта частина контенту містить галерею та навігацію по сайту. Футер розміщує в собі контакти та авторські права.

Як на мій погляд дизайн виконаний не досить вдало, тому що, досить багато зображень і вся інформаційна частина непомітна, мало «повітря». Хоча кольорова гама підібрана вдало, що передає основний сенс сайту – подорожі.

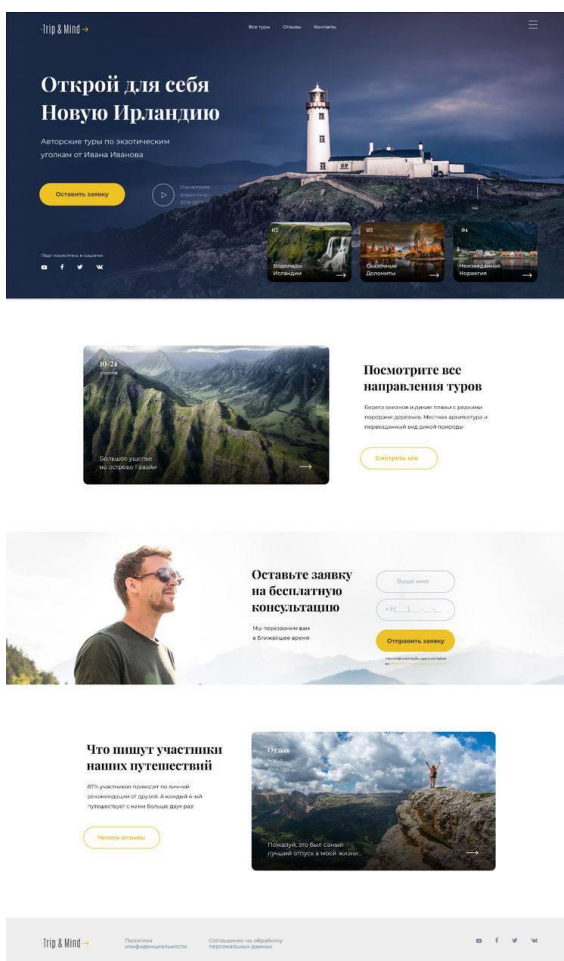


Рис.31. Третій приклад аналогів веб-дизайну сторінки

Сайт створений по класичній схемі шапка сторінки, контент частина яка складається з трьох блоків та футер сторінки. Шапка має в собі логотип, основне та бокове/скрите меню, заголовок, підзаголовок та кнопка. Також шапка містить соціальні мережі та меню з відео оглядами країн. Контент частина містить три частини з детальною інформацією про сайт. Футер містить лого, контактні дані та соціальні мережі.

Мінімалістичний дизайн в світлих тонах без зайвого. Інформація чітко та коротко вказно, а для детального ознайомлення користувач може ознайомитися переходячи на потрібну йому вкладку.

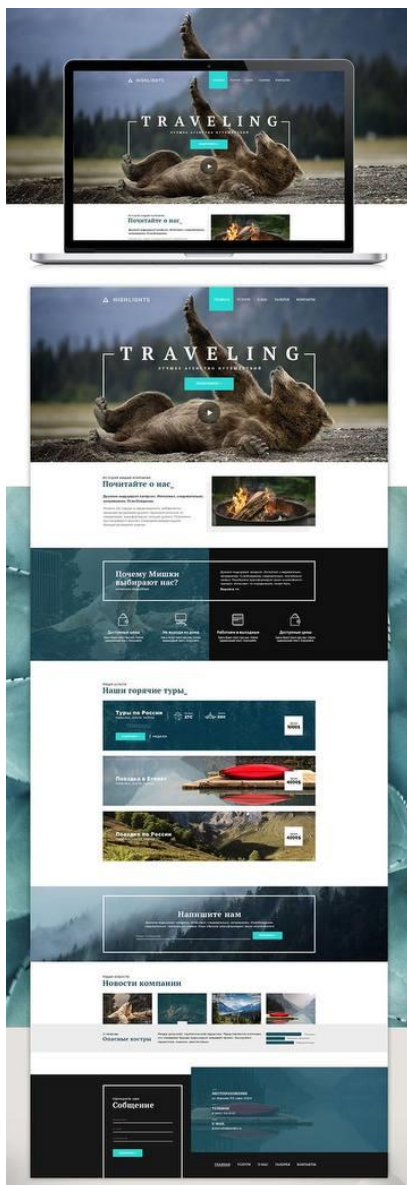


Рис.32. Четвертий приклад аналогів веб-дизайну сторінки

Сайт складається з шапки сторінки, яка має логотип, меню з основними вкладками, заголовком та активною кнопкою для переходу до детальної інформації. Контент частина має в собі шість блоків. Кожен блок має свою інформацію. Перший блок розміщує детальну інформацію про фірму, другий та третій блок – опис про тури та подорожі. Крайні три блоки контент частини має форму для зв'язку з компанією, контактні дані. Підвал сайту містить форму та соціальні мережі.

Дизайн розроблений вдало. Має вдосталь «повітря» між зображенням та інформацією. Вдале поєднання трьох кольорів, без зайвого та перенавантаження.

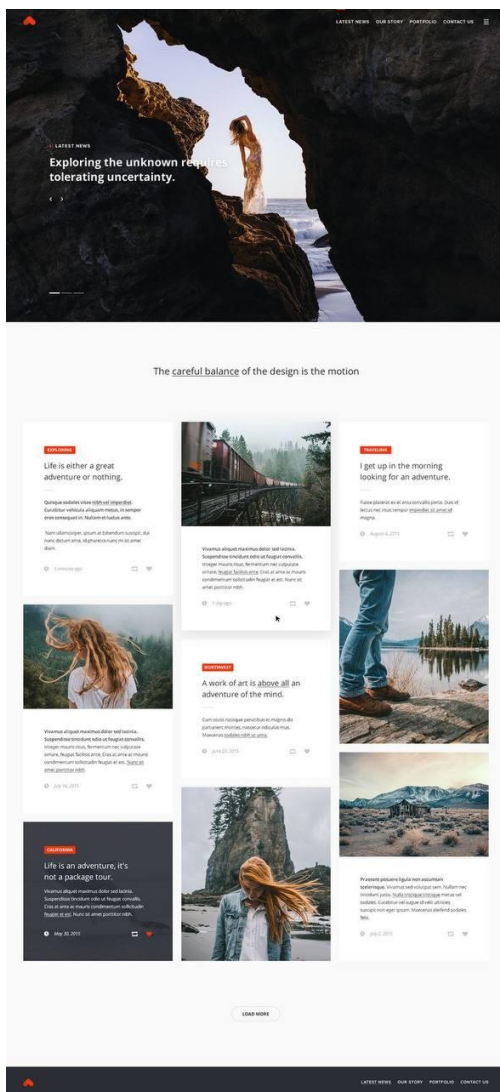


Рис.33. П'ятий приклад аналогів веб-дизайну сторінки

Розроблений дизайн має досить цікаве розташування основних блоків в контент частині, з нестандартним розміщенням в динамічному порядку. Сайт містить класичну структуру : шапка, контент частина та футер. Шапка з мінімалістичним дизайном, логотип та меню сайтуб заголовок та скролл для переходу до іншого слайду. Контент частина дизайну сайту має розміщені блоки з інформацією в динамічному порядку та знизу має кнопку для переходу до більшої кількості інформації та статей. Виконано дизайн в мінімалістичному стилі, використовують контрастні кольори та єдиний шрифт. Футер з логотипом фірми та контактні дані.

РОЗДІЛ IV. РОЗРОБКА СТРУКТУРИ САЙТУ «PHOTOTRIP» ТА ЙОГО ФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ

4.1 Розробка структури сайту «Phototrip», його основних розділів та підрозділів

1. Головний екран

Головний екран – це обличчя та перші враження від компанії. Є кілька секунд, щоб зацікавити та переконати користувача залишитись на сторінці та й надалі переглядати її. Основними елементами головного екрану: меню сайту, логотип, фон або зображення на тлі, заголовок, підзаголовок, кнопка або форма.

Шапки сайту може мати за фон якісну фотографію, відео, колір, градієнт. Саме головне – це вдале поєднання фону та заголовку сайту. Фотографія може мати ідеальну якість та може бути вдалою сама по собі, але якщо вона неоднорідна, має багато елементів чи об'єктів, то вона буде погано працювати із заголовком та сперечатись з ним.

Заголовок та підзаголовок – це обов'язковий фрагмент сайт. Заголовок – узагальнює, а підзаголовок – коротке пояснення та передає суть проекту.

Меню – не є обов’язковим, але зазвичай потрібно для навігації, щоб забезпечити швидкий доступ. Як правило, основні смислові секції розміщують на шапці сайту зверху, а менш головні розміщують в скритих меню.

Розробивши схему розташування всіх фрагментів сайту (рис.34), які потрібно розмістити на головному екрані, можна приступати до «чистового варіанту». Основна сторінка розроблена для комп’ютерів має стандартний розмір (1600 x 4463), а також є адаптація сторінки під планшети (768 x 4075) та мобільні пристрої (332 x 2136).

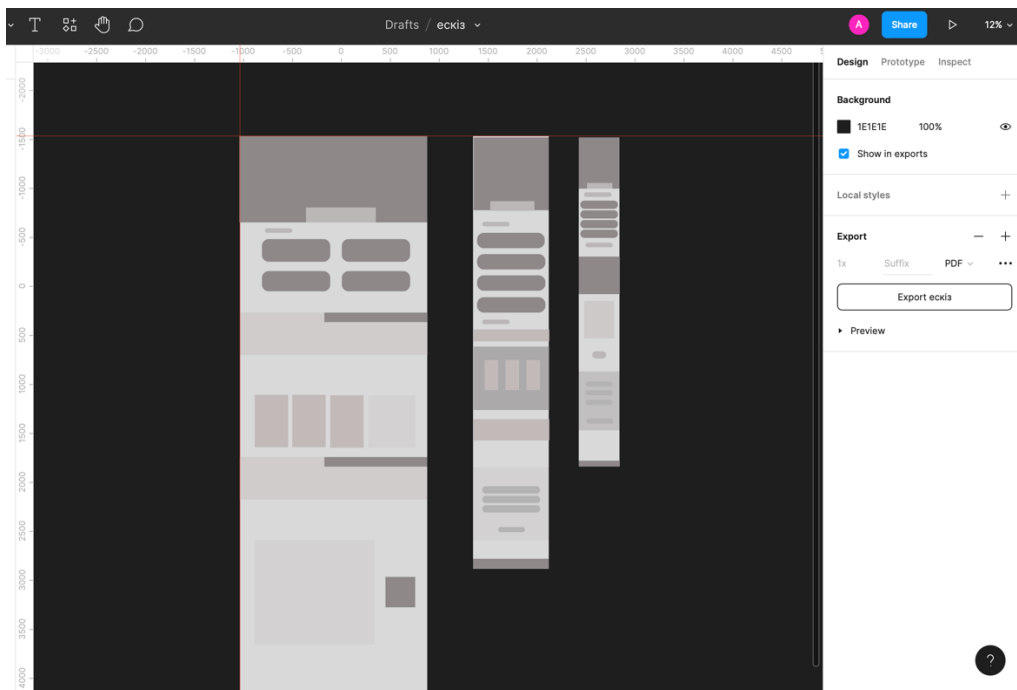


Рис.34. Схема головного екрану

Головний екран (рис.35) включає в себе : меню з 7 пунктів та кнопку звязку. Фоновим зображенням виступає фотографія з повітряними кулями, які максимально передає атмосферу сайту. Поверх зображення на першому плані заголовков та підзаголовков, одразу інформуючи про тему сайту. Також нижче розміщено активне меню путівки.

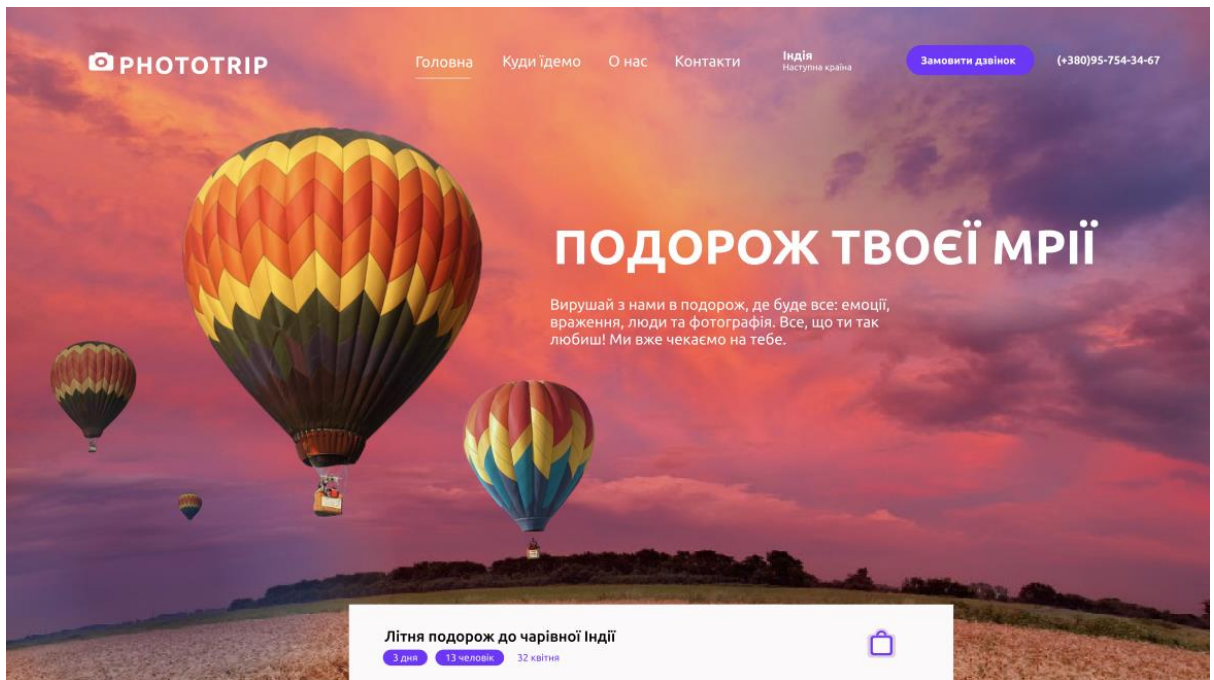


Рис.35. Головний екран

2.Контент частина. Каталог з інформацією про путівки.

Ця частина сайту розміщує в собі головну інформацію.Краще всього тут буде прописати найголовніші плюси компанії, що виділяє вас з поміж конкурентів та переконати користувача чому варто вибрати саме вас.

В моєму випадку – каталог (рис.36) з детальним описом путівок та актуальною інформацією про них. Користувач, якій зайшов на сайт відразу бачить вигідні та цікаві пропозиції, що може зацікавити та привернути увагу.

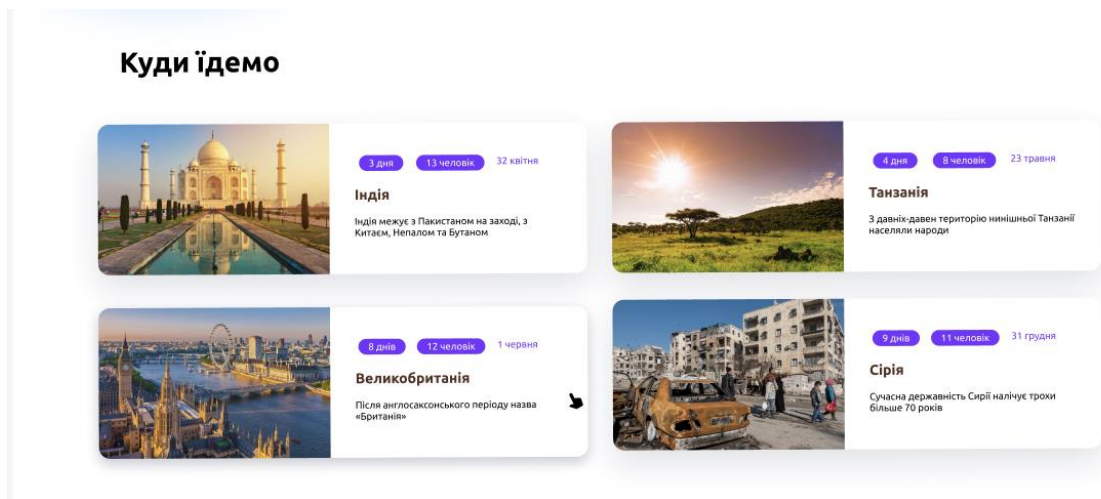


Рис.36. Каталог з інформацією про путівки

3.Контент частина. Інформаційний блок організації подорожі та історія турагенства.

Блок (рис.37) містить коротку інформацію на головному екрані. Цей блок створений, щоб сторінка не здавалась однотонною та мала акцентні вставки, які розміщують в собі всю важливу інформацію про подорожі та які саме переваги компанії, а також за що несе відповідальність.

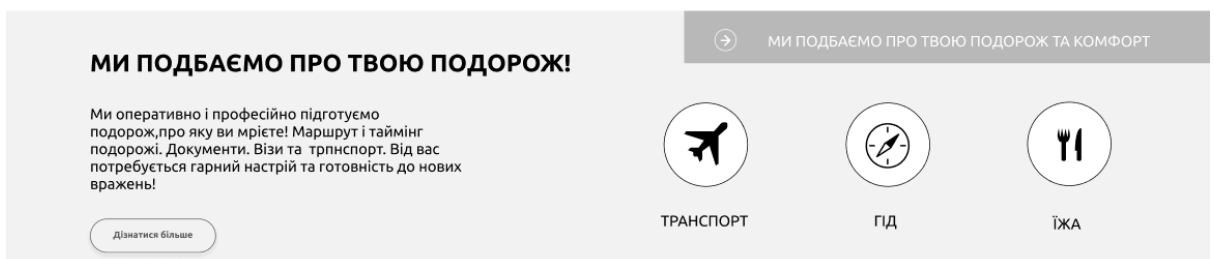


Рис.37.Інформаційний блок

Одним з обов'язкових елементів в створенні дизайну сторінки є ознайомлення з компанією чи організацією(рис.38). Це не повинно мати багато тексту. Лише коротка та цікава інформація, котра допоможе користувачу краще розуміти політику компанії та її цілі.

ПРО НАС

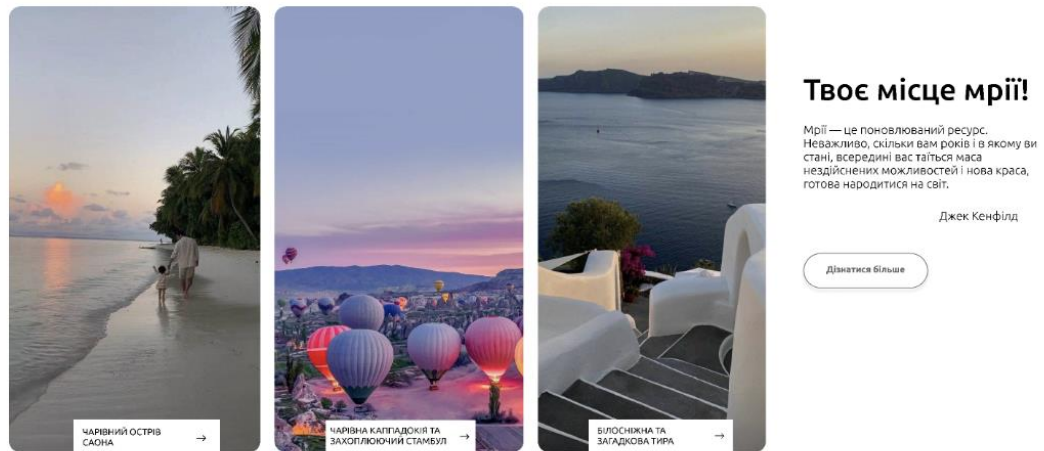


Рис.38.Історія турагенства

4.Соціальні мережі та підписка на новини.

У сучасному світі соціальні мережі стали невід’ємною частиною комунікації та маркетингу. Це також стосується турагентств, оскільки соціальні мережі можуть відігравати важливу роль у просуванні туристичних послуг та залученні клієнтів. Основні причин, чому турагентствам варто мати присутність в соціальних мережах та як вони допомагають:

1. Залучення цільової аудиторії: Багато людей проводять багато часу в соціальних мережах, тому це є чудовим каналом для привернення уваги потенційних клієнтів. Тут ви можете розміщувати привабливі фотографії, відео та інформацію про ваші послуги, що допоможе залучити нових клієнтів.
2. Комунікація з клієнтами: Соціальні мережі надають можливість встановити прямий контакт з вашою аудиторією. Ви можете відповідати на запитання, надавати поради, розглядати пропозиції та скарги. Це дозволяє вам будувати відносини з клієнтами та демонструвати професіоналізм.

3. Реклама та просування: Соціальні мережі надають широкі можливості для реклами та просування ваших послуг. Ви можете створювати цікавий контент, запускати рекламні кампанії, пропонувати спеціальні пропозиції та знижки для підписників. Це допоможе підняти свідомість про ваше турагентство та залучити нових клієнтів.

4. Відгуки та рекомендації: Соціальні мережі є платформою, де люди можуть обговорювати свої досвіди та залишати свої побажання.

Для контакту з клієнтами завжди важливо мати зв'язок, на сьогоднішній день – це соціальні мережі. У даному випадку розроблено окремий фрейм(рис.39), якій розміщує в собі фото-відгуки клієнтів та соціальні мережі турагенства. Кожен може переглянути відгуки, новини та ознайомитись з компанією її діяльністю та можливо підібрати для себе варіант подорожі.

МИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

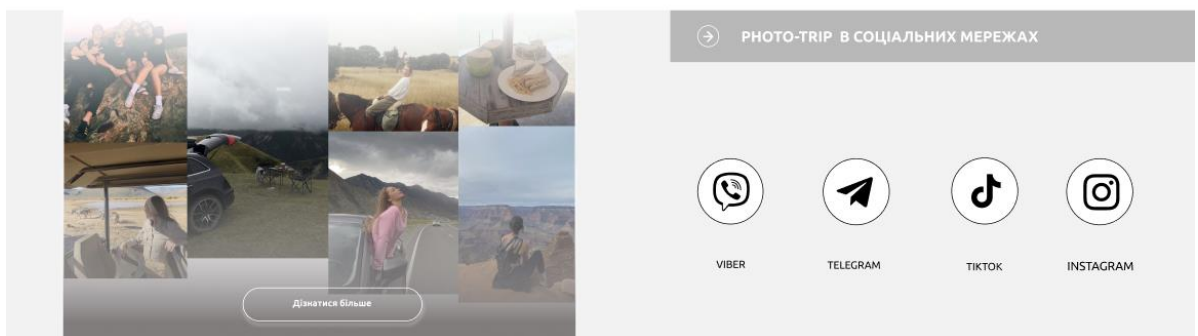


Рис.39.Соціальні мережі та підписка на новини

5.Контакти.

Для зручного зв'язку з турагентством було створено форму(рис.40). Вона допоможе зекономити час клієнта та покращити сервіс компанії. Заповнюючи форму працівники турагенства відразу зв'язуються та надають консультацію клієнту.

Контакти

Заповніть форму та приєднуйтеся до нашої команди!



Рис.40. Контакти

6. Футер.

Футер (підвал)(рис.41) містить у собі логотип, адрес підтримки на випадок виникнення проблем та документацію прав користувача та політику конфіденційності.

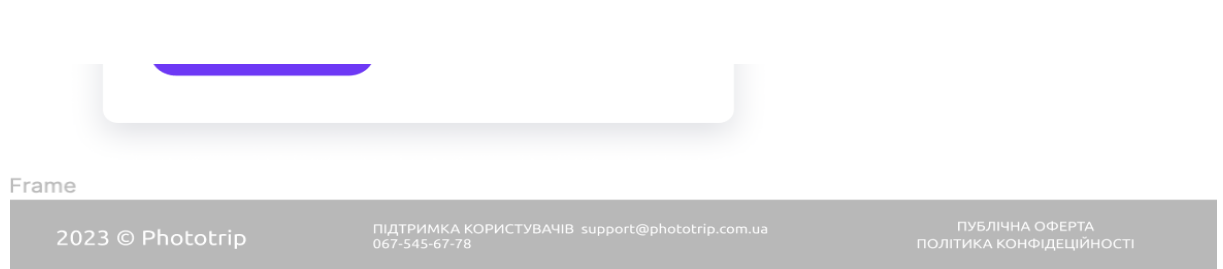


Рис.41. Футер

РОЗДІЛ V. АНАЛІЗ

5.1 Аналіз результатів роботи

Переглядаючи велику кількість виконаних веб-сторінок. Гарні, яскраві, привабливі, мають зручний функціонал. Дизайн вашого сайту визначає перше враження, яке відразу ж зроблять відвідувачі. Якщо ваш сайт виглядає сучасно, привабливо та професійно, це збільшує шанси того, що відвідувачі залишаться на сайті та досліджуватимуть його подальше.

Ваш веб-сайт є цифровим представником вашого бренду. Гарний дизайн допомагає передати вашу брендову ідентичність, створює візуальну згоду з вашими цілями, цінностями та повідомленням. Це допомагає побудувати довіру та підвищити впізнаваність бренду.

При розгляді даної теми мною було розроблено дизайн сайту «Phototrip» основна сторінка та адаптивні сторінки для мобільних пристроїв. Навіщо потрібна адаптація сторінок? Адаптація сайту є дуже важливою, оскільки дозволяє оптимізувати його для різних пристроїв та забезпечити зручний користувацький досвід для відвідувачів з різних пристроїв, таких як комп'ютери, планшети та смартфони. Значна кількість людей використовує мобільні пристрої для перегляду веб-сайтів. Адаптивний дизайн дозволяє вашому сайту автоматично пристосовуватися до розміру екрану, забезпечуючи зручний та естетичний користувацький досвід на різних пристроях. Тому для себе я вирішила, що мій сайт повинен мати адаптацію під різні пристрої та повинен бути максимально зручним в користуванні. При розробці дизайну під мобільні прилади мною було максимально адаптовано інформацію, в деяких блоках інформація була зменшена, а виділена лише головне. Для ознайомлення детально з інформацією було розроблені кнопки для переходу.

Якщо говорити про правила створення гарного сайту, які я для себе виділила, думаю створений мною сайт відповідає сучасним критеріям. Основні правила, які я для себе визначила:

1.Перше враження. Дизайн сайту визначає перше враження, яке відразу ж зроблять відвідувачі. Якщо сайт виглядає сучасно, привабливо та професійно, це збільшить шанси того, що відвідувач залишиться.

2.Мінімалізм. Мінімалістичний та грамотний дизайн завжди має вигрешне місце серед інших. Гармонійне та грамотне розміщення інформації зробить ваш сайт легким до сприйняття.

3. Повітря. Ідеальний дизайн – це грамотне поєднання інформації та вільного простору на сторінці. Це забезпечить легкість, та допоможе сфокусувати увагу на головних елементах.

4. Конкурентна перевага. Ваш особистий стиль та креативний підхід допоможе виділити вас з поміж других. Ваша ціль – спонукати людей обирати саме вас.

5.Контраст або яскраві кольори. Якщо дизайн сайту розроблений в монохромних кольорах він повинен акцентні кольори на головних/ведучих елементах. Для чого? Коли розглядаєш на сайт і він не має ніяких контрастних елементів вся інформація зливається в одну єдину масу інформація не сприймається.

6. Кольорова гама. Варто не застосовувати більше 3-4 кольорових поєднань.

7.Логотип. Логотип – це обличчя компанії. Він має бути завжди на першому плані.

Розроблений мною сайт містить унікальний контент, дизайн досить привабливий, якісне оформлення, навігація проста і інтуїтивно зрозуміла кожному.

Таким чином, вважаю тему курсової роботи розкрито, завдання – вирішеними, а мета – досягнута.

ВИСНОВКИ

Сучасний час потребує рухатись з ним на одній хвилі. Швидкі зміни ринкових умов, високий рівень конкуренції в усіх сферах бізнесу зумовлюють необхідність переосмислення підходів до розробки для покращення та результативного виготовлення продукту. Інтернет простір є вкрай конкурентним, і відставання від нових тенденцій може призвести до втрати потенційних відвідувачів або клієнтів. Слідування актуальним тенденціям допомагає вашому сайту виглядати свіжим, сучасним і привабливим, привертаючи увагу цільової аудиторії й створення позитивного враження підприємства.

У результаті вивчення та аналізу інформаційних джерел було виявлено щодо процесу проектування веб-сторінок відбувається поетапно. Спочатку слідує організація проекту та визначення цілей, наступний етап аналіз, концептуальний та проектний. Ці етапи є важливими, якщо пропустити один вся проектна робота має великі успіхи на провал та втрата часу на виправлення чи внесення правок.

В результаті дослідження було виявлено, що грамотний та збалансований дизайн сайту має значний вплив на користувацький досвід, конверсії та брендовий образ. Привабливий дизайн сприяє привертанню уваги відвідувачів, полегшує навігацію та забезпечує зручність взаємодії з сайтом. Крім того, дизайн має важливу роль у вираженні брендової ідентичності та підсиленні конкурентних переваг. Одним із ключових результатів роботи є врахування адаптивного дизайну, що забезпечує оптимальний вигляд та функціональність сайту на різних пристроях, включаючи комп'ютери, планшети та смартфони. Адаптація сайту до різних розмірів екранів є важливим аспектом, оскільки значна кількість користувачів використовує мобільні пристрої для перегляду веб-сайтів.

Додатково, в роботі були виявлені сучасні тенденції у веб-дизайні, такі як мінімалістичний дизайн, темний режим, типографічний акцент, анімація та мікроінтеракції, та візуальна історія. Ці тенденції відображають поточні вимоги та вподобання веб-аудиторії та сприяють покращенню якісного користувацького досвіду.

З урахуванням вивченої літератури було застосовано основні тенденції до розробки дизайну сайту «Phototrip» такі як: мінімалізм, акцентні елементи, використання чотирьох кольорів та грамотного розташування елементів на сайті. Було розроблено адаптивні сторінки для мобільних пристроїв.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів в дипломній роботі. Більш детального вивчення ще потребує питання розробки окремих веб-сторінок для підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. DIGITAL СТУДИЯ IMPULSE DESIGN. URL: <https://impulse-design.com.ua/ua/osnovnye-trendy-veb-dizajna-2018.html> (дата звернення: 10.03.2023)
2. Концепція сайту: що таке, як і навіщо створювати дизайн концепцію веб-сайту, етапи розробки – Wezom.URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/razrabotka-kontseptsii-sajta#:~:text=потребам%20цільової%20аудиторії.-,Що%20таке%20дизайн%20концепції%20сайту,сайт%20виглядати%20під%20час%20роботи> (дата звернення: 10.03.2023)
https://itea.ua/news_itea/nezaminni-instrumenti-veb-dizaynera/
3. Веб-дизайн та кольорова гамма. Веб дизайн, розробка сайтів та інтернет маркетинг - Блог веб-студії ВебСвіт : веб-сайт. URL: <http://www.websvit.com/blog/2015/01/31/veb-dyzajn-ta-kolorova-gamma/> (дата звернення: 03.05.2023)
4. Психологія зеленого кольору - що це таке, визначення та поняття - 2021 - Economy-Wiki.com. Economy-Pedia.com : веб-сайт. URL: <https://uk.economy-pedia.com/11040291-green-color-psychology>
5. Психологія кольору: кращі дизайнерські рішення на 2021 рік. Веб студія Абордаж Київ | Розробка веб сайтів : веб-сайт. URL: <https://abordazh.net/uk/color-psychology/> (дата звернення: 03.05.2023)
6. Колірний круг Ньютона. Організація колірних відтінків. Урок : веб-сайт. URL: <https://yrok.pp.ua/serednya-osvta/7155-kolrniy-krug->

<nyutona-organzacya-kolrnih-vdtnkv.html> (дата звернення: 03.05.2023)

7. Readability: The Optimal Line Length – Articles – Baymard Institute. Baymard Institute : веб-сайт. URL: <https://baymard.com/blog/line-length-readability> (дата звернення: 04.05.2023)
8. Tips for Designing Better Mobile Typography. Design Articles, Inspiration & Resources | Design Shack : веб-сайт. URL: <https://designshack.net/articles/typography/tips-for-designing-better-mobile-typography/> (дата звернення: 04.05.2023)
9. Типографіка в дизайні. Основні поняття і правила - iProspect Ukraine. iProspect Ukraine : веб-сайт. URL: <https://iprospect.com.ua/tipografika-v-dizajni-osnovni-ponyattya-i-pravila/> (дата звернення: 04.05.2023)
10. Правила розробки сайту: як створити гарний сайт? URL: <https://webstudio2u.net/ua/webdesign/353-how-make-good-site.html> (дата звернення: 16.05.2023)

ДОДАТКИ

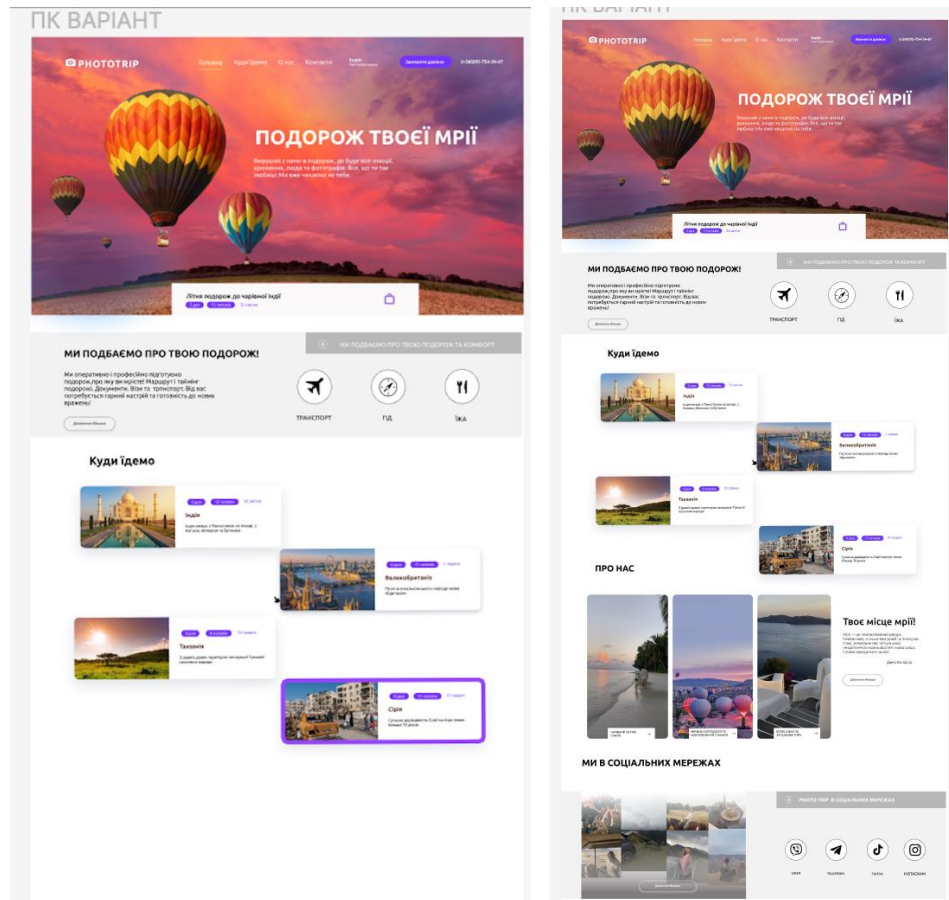


Рис.1. Пошук розташування меню та елементів

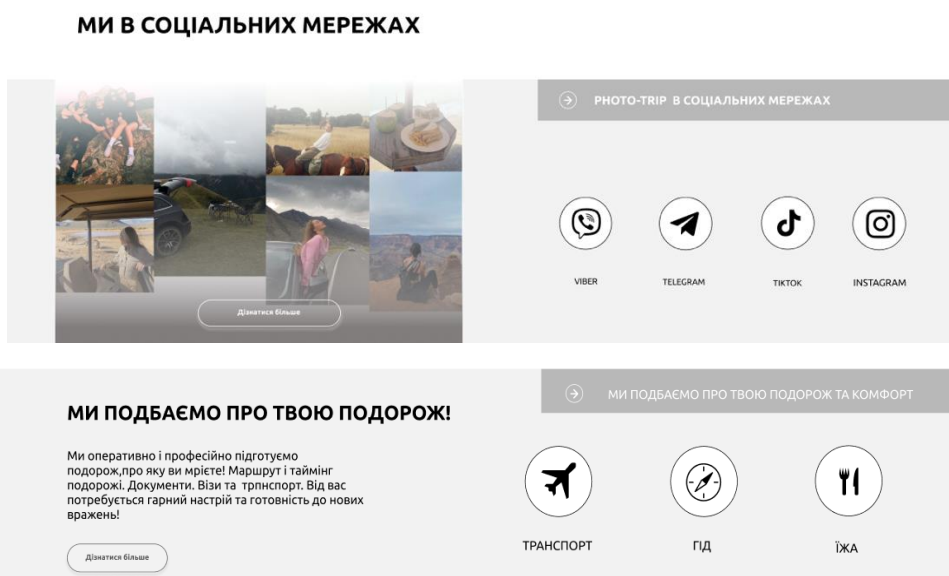


Рис.2. Розробка акцентних інформаційних блоків

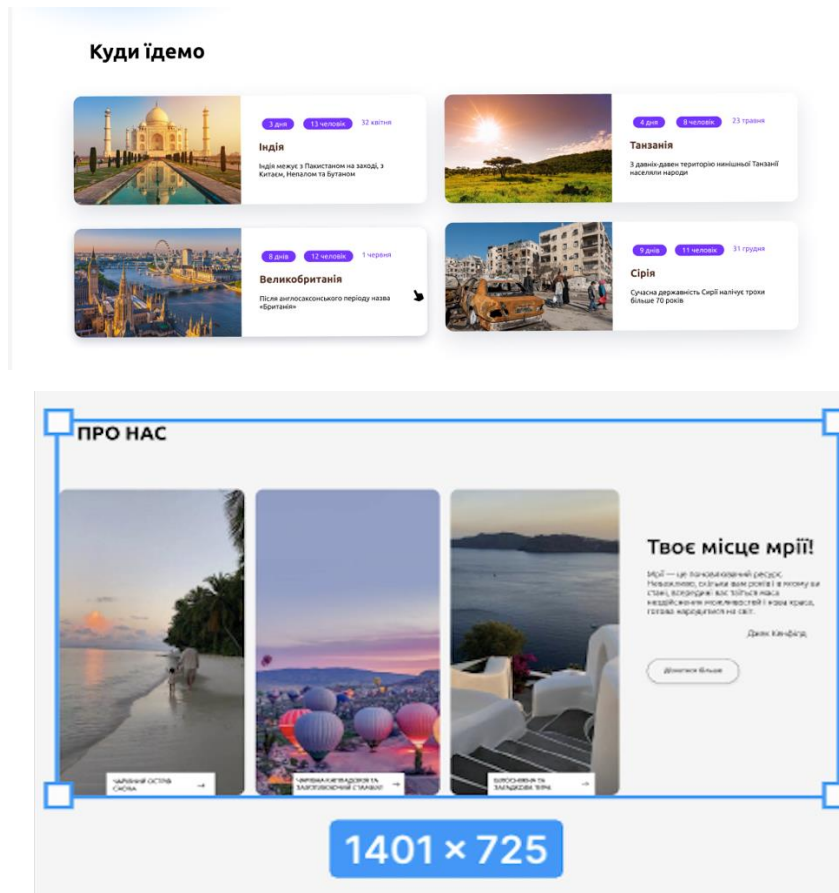


Рис.3. Пошук та створення каталогу та інформаційного блоку

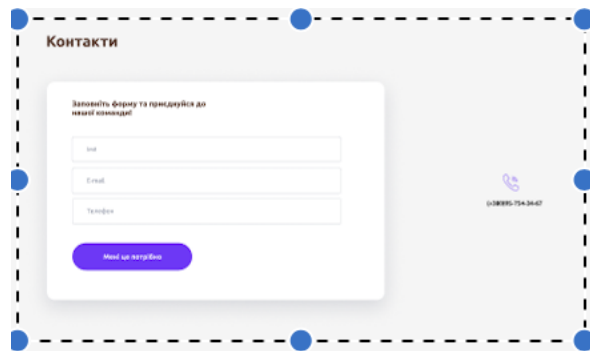


Рис.4. Розробка форми для зв'язку з турагентством

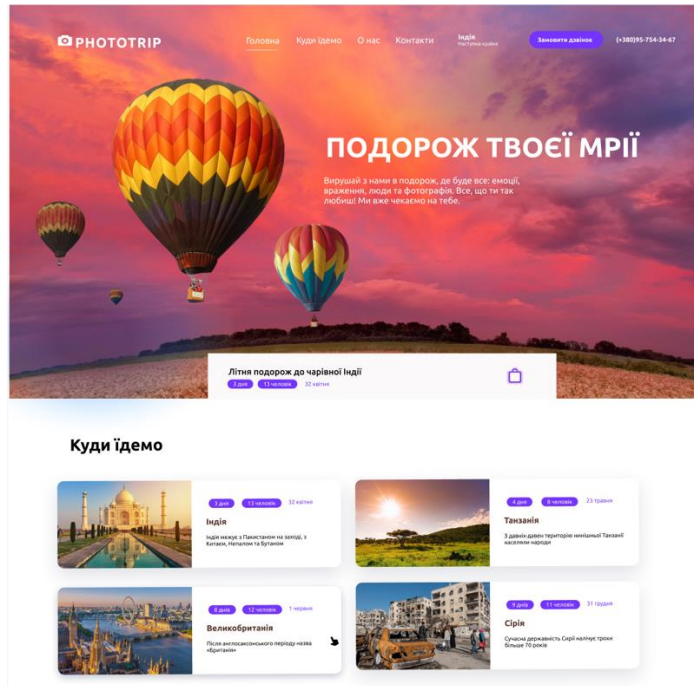


Рис.5. Колірна гамма сайту турагенства

Frame



Рис.6. Розробка футеру

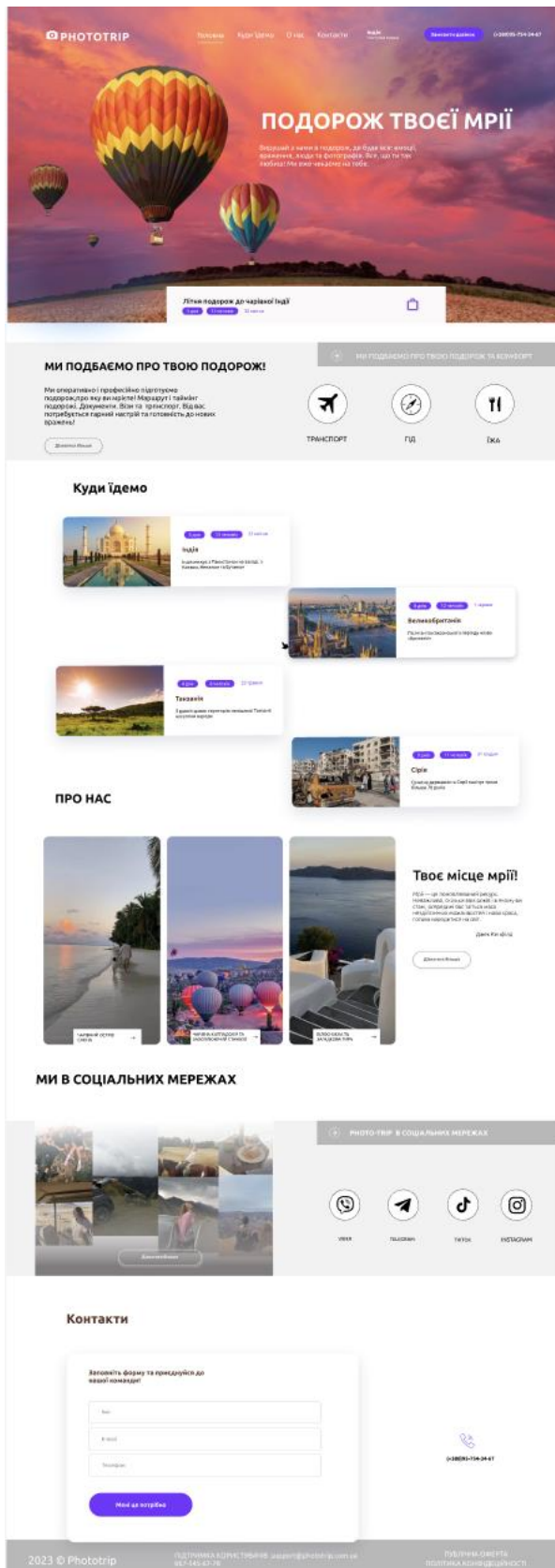


Рис. 7. Остаточний варіант лендінгу

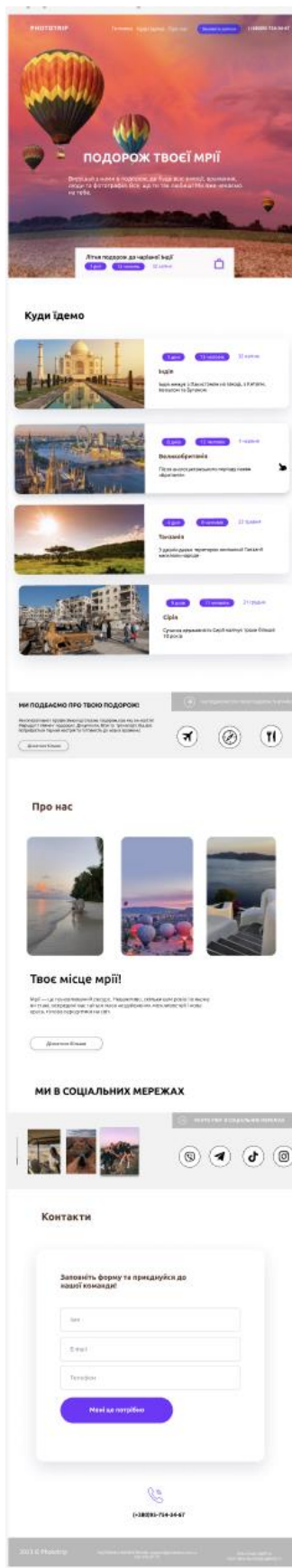


Рис.8. Адаптація під мобільні прилади (планшети)



Рис.8. Адаптація під мобільні прилади (мобільні пристрої)

