МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему: **САЙТ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ І ПІДГОТОВКИ ДО МІЖНАРОДНИХ ЕКЗАМЕНІВ**

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.0221-з
спеціальності 022 «Дизайн»
освітньо-професійної програми «Графічний дизайн»
Цигипа Анастасія Романівна

Керівник: доцент кафедри дизайну,
_____ Ірина ГРЕСИК

Рецензент: доцент кафедри дизайну,
PhD _____ Ганна ЧЕМЕРИС

Запоріжжя

2025

АНОТАЦІЯ

Цигипа А. Р. Сайт для вивчення англійської мови і підготовки до міжнародних екзаменів : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» / наук. керівник, Гресик І.С. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 61 с.

UA : Робота викладена на 61 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 30 джерел. Об’єкт дослідження: веб-сайт. Предмет дослідження: веб-сайт для вивчення іноземних мов. Мета дослідження: розробка багатосторінкового веб-сайту для вивчення англійської мови на основі проведеного дослідження, аналізу конкурентів та цільової аудиторії.

Ключові слова: веб дизайн, користувацький досвід, користувацький інтерфейс, вебсайт.

Tsyhypa A. R. Website for Learning English and Preparing for International Exams: Bachelor’s thesis, specialty 022 "Design", Educational and Professional Program "Graphic Design" / Sci. adv. Gresyk I.S. Zaporizhzhia: ZNU, 2025. 61 p.

EN : The work is presented on 61 pages of printed text. The list of links includes 30 sources. Object of research: website. Subject of research: website for learning foreign languages. The purpose of the study: development of a multi-page website for learning English based on conducted research, competitor analysis, and target audience analysis.

Key words: web design, user experience, user interface, website

Апробація кваліфікаційної роботи:

1. Цигипа А. Р. Основні вимоги до проведення ux-дослідження перед початком розробки дизайну веб-сторінки. *Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2025», т.1, с. 96-97.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....6
РОЗДІЛ І ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ ЩОДО ДИЗАЙНУ ВЕБ-СТОРІНОК.....9
1.1. Дослідження та аналіз історії розвитку галузі UX/UI дизайну.....9
1.2. Основні вимоги і тенденції щодо композиції в розробці дизайну веб-сторінок.....11
1.3. Основні вимоги до проведення UX-дослідження перед початком розробки дизайну веб-сторінки.....15
РОЗДІЛ ІІ РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ТА СТИЛЮ ВЕБСАЙТУ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....18
2.1. Дослідження цільової аудиторії вебсайту. Пошук та вивчення аналогів веб сайтів для вивчення англійської..... 18
2.2. Робота над стилем сайту. Підбір кольорової гами та стилю тексту.....23
2.3. Обгрунтування концепції та пошукове ескізування вебсайту для вивчення англійської мови.....26
РОЗДІЛ ІІІ РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ІНТЕРФЕЙСУ ДЛЯ ВЕБСАЙТУ З ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....30
3.1. Послідовна розробка дизайну інтерфейсу для вебсайту з вивчення англійської мови.....30
3.2. Опис розробленого дизайну інтерфейсу для вебсайту з вивчення англійської мови.....33
ВИСНОВКИ.....36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....38
ДОДАТКИ.....42

ВСТУП

Актуальність теми. Знання іноземних мов зараз цінується як ніколи, як на ринку праці, так і в в щоденній практиці. Окремого значення набуло вивчення англійської, міжнародної мови спілкування. Володіння англійською мовою створює нові можливості: подорожі, навчання, міжнародні обміни, кращі умови на ринку праці.

Шляхом спостереження було виявлено, що необхідність вивчення англійської мови зберігає свою актуальність для української молоді. Наразі багато людей шукають способу вивчати мови онлайн і при цьому зберегти кошти. Багато хто виїхав за кордон через війну, хтось хоче змінити професію, і тому хотів би підтягнути англійську щоб мати більше переваг над конкурентами. Одним з можливих рішень було б піти на офлайн-курси з вивчення бажаної мови. Але хоч цей вид навчання має багато переваг і можливо принесе швидший результат, він не є доступним для кожного, тож одного бажання зазвичай мало, адже на шляху вивчення мов молодь стикається з багатьма проблемами: здебільшого відсутність стабільного доходу, неможливість поєднати роботу або навчання в університеті з розкладом курсів, відсутність компаній, які проводять курси або групові заняття для молоді в їхньому місті.

Саме тому з’явилася ідея надати користувачам можливість вивчати англійську безкоштовно і не виходячи з дому, шляхом створення вебсайту в якому будуть зібрані курси для різних рівнів, тести (в тому числі для перевірки рівня і підготовки до екзаменів). Це надасть змогу молоді поступово покращувати знання з англійської мови при тому зберігаючи кошти, вибираючи зручний для навчання час та місцезнаходження.

З огляду на сучасні тенденції у сфері дизайну користувацького досвіду, а також на основі викладеного матеріалу, можемо сформулювати тему нашого дослідження наступним чином: «Сайт для вивчення англійської мови і підготовки до міжнародних екзаменів» є актуальною.

Актуальність і теоретична значущість проєктної проблеми дозволяє нам визначити предмет, об’єкт та завдання дослідження.

Об'єкт дослідження — вебсайт.

Предмет дослідження — вебсайт для вивчення англійської мови.

Мета роботи полягає в розробці багатосторінкового веб-сайту для вивчення англійської мови на основі проведеного дослідження, аналізу конкурентів та цільової аудиторії.

Виходячи з формулювання об’єкту, предмету та мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

1. Дослідити інтернет-джерела, розглянути та проаналізувати загальні відомості, історію розвитку дизайну веб-сайтів;
2. Зробити аналіз об’єкту дослідження, охарактеризувати актуальність теми розробки веб-сайтів;
3. Виконати поглиблене дослідження предмету кваліфікаційної роботи, дослідити сучасні тенденції у розробці дизайну веб-сайтів;
4. Провести глибинний аналіз конкурентів;
5. Розробити концепцію, опрацювати пошукові ескізи та розробити багатосторінковий вебсайт на тему вивчення англійської мови та підготовки до міжнародних екзаменів.

Апробація результатів дослідження здійснювалась шляхом публікації тез доповіді «Основні вимоги до проведення ux-дослідження перед початком розробки дизайну веб-сторінки» у збірнику наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2025» (14-18 квітня 2025 року, м. Запоріжжя).

Структура пояснювальної записки. Пояснювальна записка складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Обсяг кваліфікаційної роботи становить 61 сторінок, 18 сторінок ілюстрацій, 4 — літературні джерела. Обсяг основної частини кваліфікаційної роботи становить 43 сторінки. За темою роботи опубліковано 1 теза доповіді на конференції.

РОЗДІЛ І
ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ ЩОДО ДИЗАЙНУ ВЕБ-СТОРІНОК

1.1. Дослідження та аналіз історії розвитку галузі UX/UI дизайну

UX дизайн – це підхід, що дозволяє вирішувати потреби людини за допомогою цифрового продукту. Цей метод перш за все спрямовано на вирішення проблеми користувача, а вже потім на візуальну складову та власні уподобання. Головною особливістю цього підходу є орієнтація на цілі користувача, що він хоче досягти за допомогою цифрового продукту, а також проблеми, які виникають під час досягнення цих цілей. [1, с. 21]

Головною задачею UX дизайну є створення корисних та ефективних цифрових продуктів, які задовольняють потреби аудиторії, паралельно є простими і зрозумілими у використанні. UX дизайн створює цифровий досвід, який до того ж формує у користувачів звички, надає доступ до даних так, щоб користувач міг з першого погляду зрозуміти їхній сенс. Вважається, що UX також впливає на внутрішній стан людини. Наприклад, якщо контент сайту розміщено хаотично і користувачеві важко з'орієнтуватися в архітектурі веб-сайту, то через якийсь час він відчуватиме втому. Також, композиція веб-сайту відіграє дуже важливу роль. Якщо блоки розміщені дуже близько один до одного - виникає відчуття напруги, якщо ж правила композиції і вільного простору дотримано - користувач відчуває, що все під контролем.

UI-дизайн — це процес розробки інтерфейсів для мобільних застосунків або вебсайтів із фокусом на візуальну привабливість, стиль та естетику. Він є невід'ємною складовою UX-дизайну, адже візуальна складова спрямована на покращення користувацького досвіду. UI-дизайн підтримує цілі UX-дизайну, втілюючи їх через естетичні й функціональні візуальні рішення. UI відповідає за візуальну складову веб-сторінки, формуючи комфортний користувацький досвід завдяки правильно підібраному візуалу, дотриманню правил композиції,

використанню контрастних кольорів, які відповідатимуть основним вимогам usability (адаптивний дизайн). [1, с. 21]

У процесі створення вебсайтів і мобільних застосунків UI-дизайн зосереджується на візуальній складовій, характері взаємодії та естетичному сприйнятті продукту. Обов'язки UI-дизайнера включають розробку кнопок і піктограм, добір шрифтів, кольорових палітр, розміщення елементів з урахуванням відступів, вибір зображень і забезпечення адаптивності інтерфейсу. Ключовою вимогою до візуального оформлення є забезпечення максимальної інтуїтивної зрозумілості інтерфейсу для користувача. Це вимагає уважного й послідовного опрацювання кожного елемента взаємодії — текстів, ілюстрацій, відео та анімацій, з якими користувач стикається під час користування продуктом. [1, с. 22]

Історія веб-дизайну розпочинається десь в середині 90-их років, коли завдяки розвитку цифрових технологій, а також появі мережі Інтернет, використання веб-сайтів поширилося на різні галузі людської діяльності, що принесло значні зміни в тому, як працює бізнес і як відбувається комунікація між ним і користувачами. Веб-сайт став невід'ємною частиною комунікації між віртуальною реальністю та користувачем. З часом, змінювалося також оформлення веб-сайтів: від простих текстових сторінок до складних веб-ресурсів з використанням анімованих елементів для взаємодії. Веб-сайт став візитівкою бренду, першим джерелом, до якого користувач звертався, щоб дізнатися інформацію про продукт.

Історія впливу технологій на бізнес і економіку нараховує вже десятки років. Запровадження комп'ютерів, а пізніше й бізнес-додатків, суттєво прискорило ведення бізнес-процесів, підвищивши їхню швидкість і ефективність. Після інтеграції комп'ютерних систем у щоденні операції, інформаційні технології стали наступним важливим кроком у розвитку бізнесу та економіки. Під інформаційними технологіями розуміють усі інтернет- і онлайн-рішення, які швидко перетворилися на необхідний інструмент для функціонування будь-якого бізнесу, зокрема й таких сфер, як UX/UI дизайн.[2]

В історії розвитку веб-дизайну було кілька важливих періодів, або «бумів», під час яких змінювалися поширені підходи до створення дизайну. Ці зміни були тісно пов’язані з появою нових технологій і технічним прогресом. Наприклад, технологія Flash — мультимедійний інструмент для створення векторної графіки — втратила актуальність після появи HTML5 та нових версій CSS. Завдяки цьому з’явилися нові можливості для трансформації сайтів, відтворення відео, презентації товарів і їх адаптації під різні розміри екранів пристроїв. Крім того, на ринку з’явилися планшети, а також нові версії операційних систем — Windows 8, Windows 10, Windows 11, а також альтернативні платформи iOS та Android, що суттєво вплинуло на розвиток веб-дизайну. На даний момент виявлено 8 основних періодів розвитку веб-дизайну: початковий період, період табличного дизайну, період розквіту Flash-технологій, період CSS, період панування технологій JavaScript, семантичний період, період Веб 2.0, період мобільності. [3].

У сучасному бізнесі та розробці продуктів і послуг компанії усвідомили, що недостатньо просто впроваджувати функції та тестувати їхню зручність у використанні, але необхідно створювати досвід, щоб конкурувати на ринку. Продукти та послуги повинні бути приємними у використанні, але також підтримувати фундаментальні людські потреби та цінності, що призводить до того, що досвід використання або споживання є ключовим фактором при розробці продукту або послуги. Різні визначення UX сходяться на думці, що на вплив UX впливає внутрішній стан користувачів – емоції, контекст, в якому він представлений, сприйняття користувачами продукту, а не тільки корисність і зручність використання як основної складової [4].

У сучасній економіці багато послуг, які раніше потребували оплати, тепер можна безкоштовно отримати через інтернет. Наприклад, споживачі можуть швидко й легко порівняти ціни на одяг, продукти, квитки на поїзд чи оренду житла за допомогою різних вебсайтів та мобільних додатків, замість того щоб телефонувати в магазини, заклади чи вокзали або витрачати час на обдзвонювання кожної організації. Навіть деякі товари трансформувалися у

послуги — замість купівлі CD чи DVD, цифрові медіа дають змогу отримати доступ до контенту або завантажити його безкоштовно чи за певну плату. Заснування Вікіпедія і Google назавжди змінило спосіб пошуку інформації для користувачів. А з розвитком штучного інтелекту досвід пошуку інформації змінився ще більше. Якщо декілька років тому, щоб знайти потрібну інформацію користувач звертався до Google, і шукав відповідь серед безлічі запропонованих статей, то зараз скоріше за все він звернеться за допомогою до Chat GPT, або іншого штучного інтелекту. Це набагато швидше, адже ШІ одразу надасть відповідь, проте має певні недоліки: недостовірна інформація, відсутність посилання на ресурси, з яких штучний інтелект бере інформацію, відсутність можливості побачити декілька різних думок на задану тему. [5]

Підсумовуючи, можна зазначити, що веб-сайт є важливим елементом в житті сучасного суспільства. Тренди і тенденції в веб-дизайні змінюються дуже часто і зумовлені створенню позитивного користувацького досвіду для підвищення конкурентоспроможності компаній на ринку. Саме тому, неможливо точно передбачити, яка саме технологія вплине на подальший розвиток веб-дизайну, у якому напрямку та з якою швидкістю він змінюватиметься, адже все змінюється майже щотижня. дизайнерам користувацького досвіду важливо регулярно слідкувати за змінами трендів, тенденцій і вимог до дизайну.

1.2. Основні вимоги і тенденції щодо композиції в розробці дизайну веб-сторінок

Композиція відіграє одну з найважливіших ролей в розробці дизайну веб-сторінок. Саме слово походить з латинської мови, в якій compositio означає розробка, формування, комунікація. Знання основних правил композиції забезпечує логічне і візуально-приємне розташування елементів. Це дає глядачеві змогу швидко визначити на яку інформацію треба звернути увагу найперше. Як зазначалося в першому розділі композиція веб-сайту відіграє дуже важливу роль на сприйняття веб-сайту користувачем. Якщо блоки розміщені дуже близько один до одного - виникає відчуття напруги, якщо ж

правила композиції і вільного простору дотримано - користувач відчуває, що все під контролем.

Завдання композиційної побудови полягає в гармонійному розташуванні основних розділів і контенту веб-сторінки таким чином, щоб у певній послідовності та взаємозв’язку між усіма її частинами — зображеннями, кнопками, відео, анімаціями, текстом — максимально ефективно розкривати зміст і призначення сторінки, формуючи виразну та збалансовану художню композицію. Гармонійна форма та композиційна побудова збагачує зміст і підвищує цінність веб-сторінки. [6, с. 27]

Існує декілька основних принципів композиції, яких варто дотримуватися для створення цілісної та гармонійної структури будь-якого візуального продукту, в тому числі веб-сайту:

1. Принцип доцільності

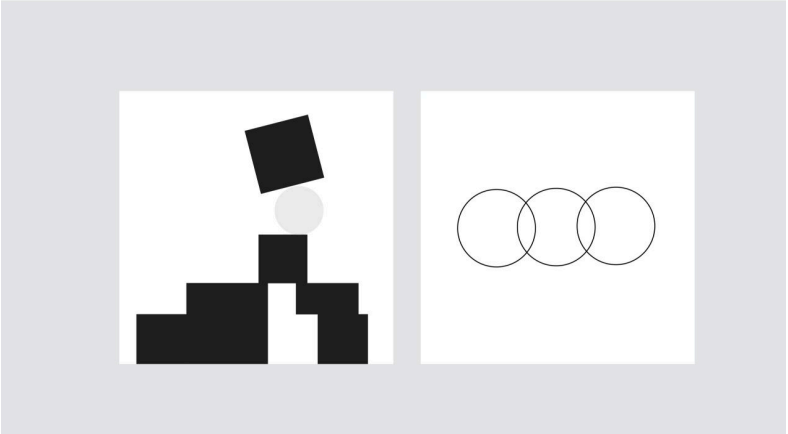


Рисунок 1.1 - Принцип доцільності

Принцип доцільності означає, що в роботі треба використовувати тільки справді необхідні елементи, відмовляючись від усього неважливого. Для цього потрібно чітко розуміти ціль і завдання проєкту. В розробці веб-сайту це може означати використання тільки необхідних для користувача елементів і дотримання цілісної архітектури веб-сайту. Шлях користувача веб-сторінкою має бути простим та інтуїтивно зрозумілим, для забезпечення приємного використання.

2. Принцип єдності

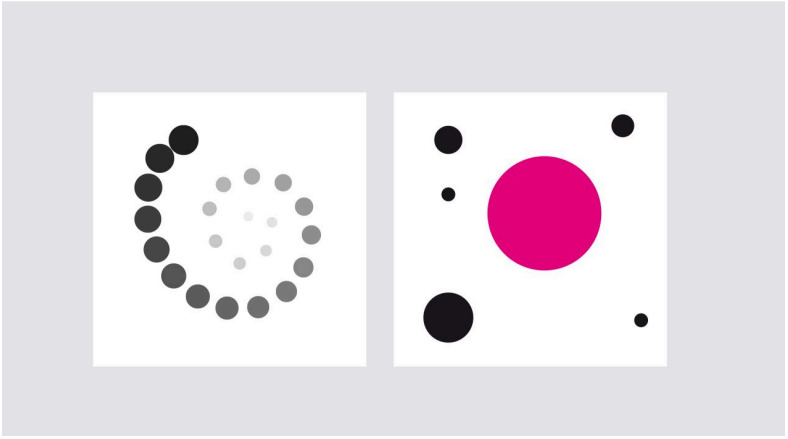


Рисунок 1.2 - Принцип єдності

Принцип єдності полягає в гармонійному розташуванні всіх елементів композиції, в створенні узгодженого та співпорядкованого між собою цілого. Форма зберігає єдність у малому й великому, не додаючи надлишкових елементів, виключає знаходження випадкових елементів на веб-сторінці. В розробці веб-сайту це може означати дотримання ієрархії веб сайту: використання заголовків, зображень, елементів, які привертатимуть увагу глядача на головне, дадуть йому змогу знайти інформацію за якою користувач звернувся першочергово.

3. Принцип домінанти

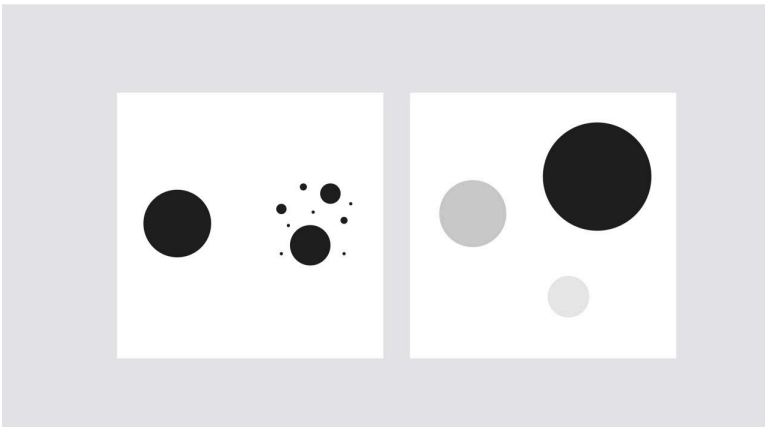


Рисунок 1.3 - Принцип домінанти

Головною ціллю принципу домінанти є фокусувати й утримувати з позиції спостерігача. Це центр за змістом та формою, головна точка композиції

веб-сайту, із якого починається основна дія, де розпочинається користувацький шлях.

4. Принцип групування



Рисунок 1.4 - Принцип групування

Принцип групування потрібен для моментальної оцінки й знаходження потрібної інформації. В UX-дизайні цей принцип використовується через використання блоків та стилів. Це допомагає зберегти структуру вебсайту та спрощує процес пошуку інформації користувачеві.

5. Принцип динамізму

Принцип динамізму полягає в тому, щоб захопити увагу глядача через певні характеристики об’єктів як форма, розмір, колір, тон, чи їх найбільш динамічні зони. Цей принцип дуже часто використовується для landing-сторінок, адже їх головною задачею є привернення уваги користувача до продукту.

6. Принцип рівноваги

Застосування цього принципу є важливим, щоб уникнути у глядача психологічного дискомфорту та враження, що візуальні елементи на вебсайті розміщені випадково і безладно. Хоча правила використання цього принципу залежать від цільової аудиторії, для якого розроблено вебсайт. Наприклад, в Японії вебсайти з великою кількістю інформації та контенту викликають більше довіри в користувача, в той самий час як в користувачів Європи подібний вебсайт скоріше викликає роздратування.

7. Принцип гармонії

Гармонія встановлює взаємозв’язок між усіма елементами композиції, забезпечуючи узгодженість усіх складових продукту. Саме завдяки гармонії в композиції досягається баланс. Форма продукту виражає сенс і зміст, а також реалізує функціональне призначення. Наприкад, якщо контент сайту розміщено хаотично, то через якийсь час він відчуватиме втому, і тому користувачеві буде важко знайти потрібну інформацію на вебсайті. [7]

Найважливішими ознаками композиції є єдність та цілісність . У завершеній композиції всі елементи взаємозалежні й усе підлягають єдиній меті. Ця взаємозв’язаність виявляється як у сюжетно-образному задумі твору, так і в гармонійному впорядкуванні його форми, що забезпечує єдність змісту та форми. [6, с.29]

У веб-дизайні ці принципи реалізуються, наприклад, через використання контрастних кольорів для виділення кнопок дії, балансування текстових і графічних елементів, а також підкреслення важливих розділів сторінки за допомогою великих і яскравих акцентів. Дотримання базових принципів композиції сприяє створенню ефективного та привабливого дизайну вебсайтів, який є зручним для користувачів і водночас допомагає легко знаходити необхідну інформацію. [8]

1.3. Основні вимоги до проведення UX-дослідження перед початком розробки дизайну веб-сторінки

UX-дослідження є однією з ключових складових процесу створення дизайну інтерфейсів. Вони застосовуються для розробки зручних і дружніх користувачеві інтерфейсів різного типу: мобільних і настільних додатків, вебсайтів, ігор, а також програм зі змішаною та доповненою реальністю. Зазвичай ці дослідження проводяться вручну фахівцями – дизайнерами, розробниками, архітекторами, тестувальниками тощо.

Проведення дослідження перед початком розробки допомагає виділити основні проблеми і потреби користувачів, визначити цільову аудиторію продукту, провести аналіз конкурентів. Це дасть змогу розробити дизайн

максимально дружній до користувача, що важливо і для замовника, адже завдяки цьому продукт матиме більше шансів на вищий попит на ринку і можливість виділитися серед конкурентів.

Дослідження складається з двох етапів: збору даних і узагальнення інформації, що сприяє підвищенню зручності та спрощенню використання продукту. На початковому етапі проєкту основна увага приділяється вивченню цільової аудиторії, її ключових вимог до продукту, а також аналізу потреб і цілей кінцевих користувачів. Дослідники збирають інформацію за допомогою опитувань, спостережень за потенційними чи поточними користувачами, а також аналізують наявні дослідження, літературу та аналітичні дані. На наступному етапі, у процесі проєктування, фокус дослідження зміщується в бік практичності та емоційного сприйняття продукту. Дослідники проводять тести юзабіліті, A/B-тестування, інтерв'ю з користувачами щодо їхнього досвіду, а також перевіряють припущення і пропозиції, які допомагають удосконалити дизайн.

Дослідження користувачів поділяються на два основні типи: кількісне та якісне. Кількісне дослідження (quantitative user research) зосереджується на зборі статистичних даних — воно допомагає виміряти кількість користувачів, їхні вподобання, частоту відвідувань тощо. Натомість якісне дослідження (qualitative UX research) орієнтоване на глибше розуміння поведінки та мотивацій користувачів. Воно працює з описами, уявленнями та враженнями, які не піддаються точному числовому виміру, але важливі для інтерпретації досвіду.

За допомогою кількісних досліджень можна визначити очікування користувачів від продукту, виявити найбільш популярні нові функції, зрозуміти, що варто змінити в інтерфейсі, а також з'ясувати найпоширеніші проблеми, з якими стикаються користувачі під час роботи з продуктом.

Методи кількісних досліджень:

- масові опитування. Опитування допомагає зібрати велику кількість інформації за невеликий проміжок часу. Респондентів можна опитати

наживо або онлайн (гугл-форми, за допомогою соціальних мереж або через відеодзвінок);

- використання сервісів накшталт Google Analytics та HotJar для аналізу статистичних даних;
- A/B-тестування. Головна ідея полягає в тому, що учасникам пропонується спробувати кілька версій продукту. Різниця може бути у загальній побудові макету, застосованих дизайнерських підходах, структурі ієрархії та інших деталях;
- аналіз зручності.

Існує декілька найбільш поширених прикладів якісних досліджень:

- інтерв'ю;
- польові дослідження.Такі дослідження здійснюють безпосередньо у “польових умовах”, тобто у тому середовищі, де продукт фактично використовуватиметься. Це дозволяє отримати глибоке і реалістичне розуміння того, як користувачі взаємодіють із продуктом у їхньому повсякденному житті. Наприклад, якщо ви провести дослідження для вебсайту для вивчення англійської мови, то користувачі, ймовірно, тестуватимуть вебсайт у себе вдома, на роботі або в дорозі;
- відеозаписи використання продукту цільовою аудиторією. [9, 10]

Проаналізувати та ефективно застосувати інформацію, здобуту в процесі дослідження, допоможуть такі інструменти та методи:

1. Persona – це детальний опис вигаданого користувача продукту, який включає такі характеристики, як ім’я, стать, вік, місце проживання, рівень знань і досвіду у сфері продукту, а також контекст його взаємодії з продуктом, цілі і емоції під час виконання завдань. Персона допомагає створити уніфікований образ типового користувача цільової аудиторії, що дозволяє правильно визначити пріоритети та обрати оптимальні дизайн-рішення.

2. Customer Journey Map (CJM) – це карта шляху користувача, яка відображає всі точки взаємодії персони з продуктом. Вона ілюструє цілі користувача, послідовність його дій і рівень усвідомлення на кожному етапі

взаємодії. CJM дає змогу подивитися на процес використання продукту з перспективи користувача, а не розробника, що допомагає виявити слабкі місця та можливості для покращення досвіду.

3. User Story –це короткий опис функції продукту з точки зору користувача. Вона складається за стандартною формулою: Як (тип користувача) + я хочу (дія / ціль) + щоб (результат).

4. Jobs to be Done (JTBD) – це метод дослідження, який фокусується на потребах користувача з позиції «найму» продукту для виконання певного завдання. Якщо User Story орієнтована на вже знайому аудиторію, то JTBD допомагає залучати нових користувачів, генерувати інновації й виходити за межі звичних рішень.

Основна формула JTBD виглядає так: Коли (опис ситуації) + я хочу (мотивація) + щоб (результат).

5. Service Blueprint – це метод дослідження, який поєднує в собі елементи Customer Journey Map (CJM) та Business Process Model and Notation (BPMN). Фактично, це карта шляху користувача, але з акцентом на внутрішні процеси компанії, що підтримують кожен етап взаємодії користувача з продуктом чи послугою.

Отже, проведення дослідження є важливим етапом при розробці веб-сторінки. Цей етап важливий для розуміння основних побажань і болей користувача. Наразі існує багато методів проведення досліджень, а також артефактів, які допомагають аналізувати отриману інформацію. [11]

РОЗДІЛ ІІ
РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ТА СТИЛЮ ВЕБСАЙТУ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

2.1. Дослідження цільової аудиторії вебсайту. Пошук та вивчення аналогів веб сайтів для вивчення англійської

Перш ніж розпочати роботу над дизайном вебсайту, необхідно чітко окреслити його мету. Це включає вивчення цільової аудиторії та її потреб, а також визначення завдань, які сайт має виконувати. Такий підхід дає змогу створити ресурс, який буде не лише привабливим, а й ефективним для користувачів.

Ідентифікація цільової аудиторії передбачає аналіз демографічних характеристик, інтересів, поведінкових моделей та уподобань потенційних відвідувачів. Ці дані можна отримати за допомогою маркетингових досліджень, опитувань і юзабіліті-тестів. Розуміння потреб аудиторії дозволяє дизайнерам приймати обґрунтовані рішення щодо структури, стилю та функціональності сайту.

Визначення обсягу вебсайту й його вмісту полягає у формулюванні кількості сторінок, розділів і функціоналу, які будуть реалізовані. Це допомагає зберегти фокус проєкту, уникнути перевантаження зайвим контентом і забезпечити зручну навігацію.[12]

«Цільова аудиторія - це люди з вираженим або потенційним інтересом до продукту. У першому випадку вони купували його раніше або тільки планують це зробити. У другому - попит на продукт ще не сформований, але користувачі цікавляться суміжними тематиками і можуть вважатися потенційними клієнтами. Портрет цільової аудиторії - це сукупний термін для різних груп (сегментів), об’єднаних загальними характеристиками.» [13]

Одним із ключових підходів до аналізу та оцінки цільової аудиторії є її сегментація. Це процес поділу цільової аудиторії на окремі групи (сегменти), об'єднані спільними характеристиками чи потребами. Такий поділ дозволяє

ефективніше адаптувати продукт або послугу під конкретні очікування різних груп користувачів.

Одним із найпопулярніших методів сегментації є модель 5W, запропонована Марком Шеррінгтоном. Вона базується на п’яти простих запитаннях, які допомагають краще визначити цільову аудиторію на ранніх етапах проєкту:

- Що? (What?) – Що саме купує або використовує споживач?
- Хто? (Who?) – Хто саме є покупцем або користувачем (вік, стать, соціальний статус тощо)?
- Чому? (Why?) – Чому він це робить, яка його мотивація?
- Коли? (When) – Коли саме відбувається використання продукту?
- Де? (Where?) – Де саме відбувається взаємодія з продуктом? [14, с.2]

На основі цієї інформації можна визначити цільову аудиторії для вебсайту з вивчення англійської мови за методом 5W Марка Шеррінгтона.

Таблиця 2.1 - Визначення цільової аудиторії за методом 5W Марка Шеррінгтона

Що?	Курси з вивчення англійської мови
Хто?	Молодь, студенти 18-30 років, які хочуть покращити свої навички з англійської витрачаючи мінімальну кількість грошей
Чому?	Через те, що нестабільний дохід і навчання потребують бюджетних варіантів для покращення своїх навичок
Де?	Онлайн
Коли?	Весь рік

Після визначення основної цільової аудиторії можна створити персон, які відображатимуть потреби і болі потенційних користувачів вебсайту.

Таблиця 2.2 - Персона 1

Ім’я та Прізвище	Кароліна Мішель
Особисті дані	Жінка, 21 рік. Навчається на останньому курсі бакалаврату, займається фрилансом у вільний від

	навчання час, проживає в Запоріжжі.
Потреби	● Можливість вивчати англійську за гнучким графіком. ● Доступність та бюджетність ресурсів.
Інтереси	● Улюблені соц. мережі: тік ток та інстаграм. Старається активно вести блог в цих мережах. ● Полюбляє прості, мінімалістичні вебсайти.
Мотиви	● Мріє перейти на закордонний ринок, щоб мати вищий дохід. ● Шукає безкоштовні ресурси.
Очікування	● Навчання за гнучким графіком. ● Можливість навчатися не виходячи з дому. ● Безкоштовні ресурси. ● Зручний функціонал.
Болі	● Високі ціни. ● Неможливість навчатися офлайн.

Таблиця 2.3 - Персона 2

Ім’я та Прізвище	Микола Труковець
Особисті дані	Чоловік, 23 роки. Має вищу освіту. Родом з Оріхова, наразі проживає в Дніпрі. Працює розробником програмного забезпечення.
Потреби	● Вивчення англійської для підвищення кваліфікації на роботі. ● Наявність усіх потрібних матеріалів для вивчення в одному місці.
Інтереси	● Працює в ІТ вже декілька років, хоче продвинутися по кар’єрній драбині. ● Надає перевагу змістовності над красивим візуалом.
Мотиви	● Для підвищення на посаді має підтягнути англійську до вищого рівня. ● Має можливість платити за навчання, проте спочатку хоче спробувати безкоштовні варіанти. ● Хоче навчатися в онлайн-форматі.

Очікування	● Можливість проходити тести. ● Безкоштовні ресурси. ● Зручний функціонал. ● Вся потрібна інформація в одному місці.
Болі	● Не може навчатися офлайн. ● Відсутність ресурсів, які мають всю інформацію на одному вебсайті.

Таблиця 2.4 - Персона 3

Ім’я та Прізвище	Клена Аубанських
Особисті дані	Жінка, 23 роки. Проживає за кордоном. Працює продавчинею.
Потреби	● Покращення розмовної англійської. ● Соціалізація з іноземцями.
Інтереси	● Любить спілкуватися з новими людьми, має багато друзів. ● Любить подорожувати.
Мотиви	● Хоче знайти нових друзів в іншій країні. ● Мріє відвідати багато нових місць. ● Хоче інформативний, але в той самий час візуально-привабливий інтерфейс. ● Живе в маленькому місті, тому потребує можливості навчатися онлайн.
Очікування	● Привабливий візуал. ● Зручний функціонал. ● Лекції з лексики та говоріння.
Болі	● Не може навчатися офлайн. ● Не може знайти друзів в іншій країні через мовний бар’єр.

Отже, дослідження цільової аудиторії вебсайту до вивчення англійської мови засвідчило ефективність різних підходів, зокрема головні очікування та болі майбутніх користувачів вебсайту. Здебільшого користуватися вебсайтом

буде молодь 18 - 30 років, для яких найважливішими критеріями є доступність і зручний функціонал.

Ще одним важливим проміжним етапом перед початком безпосереднього проектування є ретельний огляд, підбір і аналіз аналогів. Цей етап допоможе дослідити актуальні тренди, виявити типові помилки в проектуванні та чітко зрозуміти, яка продукція на даний момент має попит. В ході виконання аналізу аналогів було проаналізовано три вебсайти, які також пропонують способи для вивчення англійської мови онлайн.

Першим було розглянуто сайт British Council (див. Рисунок А.1). Сайт пропонує багато можливостей для вивчення англійської, таких як: онлайн курси, проходження тесту на рівень англійської, різноманітні тести і завдання для покращення навичок. Однак, візуальне оформлення сайту є досить застарілим і потребує оновлення. Сайту не вистачає витримки пропорцій між основними та акцентними кольорами, а також вільного простору. Елементи сайту ніби витісняють один одного. Як висновок, сайт може привернути увагу тих, хто цінує наповнення більше ніж візуальну складову, проте водночас не буде мати попит серед тих, для кого цей елемент є важливим. [15]

Другим було знайдено сайт для отримання сертифікату-підтвердження рівня володіння англійською - Efset (див. Рисунок А.2). На даному ресурсі можна пройти як короткий, 15-хвилинний тест, так і довгий - тривалістю 50 хвилин (з можливістю отримання сертифіката). Також на сайті можна дізнатися про вимоги знань і навичок до кожного з рівнів. Сайт має сучасний і зрозумілий для користувача дизайн. Окремим плюсом є те, що під час проходження тесту можна увімкнути повноекранний режим, щоб повністю зануритися в навчання і не відволікатися на сторонні чинники. Проте, сайт не має можливості вивчати мову, тому за функціоналом він значно програє попередньому конкуренту. [16]

Третім, і останнім з оглянутих аналогів став сайт для отримання сертифікату з підтвердженням рівня англійської від Дуолінго (див. Рисунок А.3). Тут можна як безкоштовно тренуватися до екзаменів, так і купити тест, за результатами якого можна отримати сертифікат, який визнається багатьма

міжнародними компаніями і університетами. Сайт має мінімалістичний привабливий дизайн і просту навігацію. На цьому прикладі можна побачити вдале поєднання кольорів, збереження єдиного стилю. Заголовки виділені напівжирним шрифтом і є більшого розміру, що полегшує процес читання і виділення основного. Якісно використано білий простір для створення акцентів в тексті і ілюстраціях. [17]

Після визначення цільової аудиторії та аналізу подібних вебсайтів також необхідно визначити чим відрізнятиметься наш вебсайт від інших схожих аналогів. На основі проведеного дослідження маємо такі критерії:

- можливість пройти тест на рівень мови;
- навчальні матеріали, зібрані в одному місці і розділені по рівням з можливістю проходити тести на закріплення вивчених матеріалів;
- зручний функціонал;
- мінімалістичний привабливий візуал;

Також, на основі проведеного дослідження було визначено цілі майбутнього вебсайту:

- зберігання всіх навчальних матеріалів на одній платформі;
- надання можливості навчатися онлайн в будь-який час;
- надання можливості проходити тести і таким чином перевіряти свій рівень і готуватися до міжнародних екзаменів;

Отже, визначивши цільову аудиторію та проаналізувавши аналоги, було прийдено до висновку, що майбутній сайт повинен мати як можливість проходження тесту на рівень знання мови, так і можливості з метою засвоєння та вдосконалення навичок. В той самий час він матиме простий та сучасний дизайн в пастельних тонах і витриманими пропорціями між основними та акцентними кольорами. Поєднання зручного функціоналу та сучасного візуалу виділить вебсайт серед конкурентів і буде користуватися попитом в цільової аудиторії.

2.2. Робота над стилем сайту. Підбір кольорової гами та стилю тексту

Наступним кроком у створенні вебсайту є етап проєктування — саме тоді сайт починає набувати форми. Дизайн, орієнтований на користувача, має на меті зробити вебресурс інтуїтивно зрозумілим, легким у навігації та доступним для всіх, незалежно від фізичних чи технічних обмежень користувачів. Для цього фахівці застосовують низку методів, зокрема користувацькі дослідження та прототипування. У сучасному вебдизайні критично важливо дотримуватися найкращих практик адаптивного дизайну, який забезпечує комфортну взаємодію з сайтом на мобільних пристроях. З огляду на стрімке зростання використання смартфонів і планшетів, оптимізація під різні типи екранів є обов'язковою умовою для забезпечення зручного доступу до вмісту, незалежно від типу пристрою. [18]

«Візуальний дизайн – ще один важливий аспект сучасного вебдизайну. Використання кольору, типографіки та зображень може значно вплинути на візуальну естетику сайту. З'явилися тенденції та інновації в сучасному веб-дизайні, такі як плоский дизайн, матеріальний дизайн і мінімалістичний дизайн, що надає дизайнерам нові способи створення візуально приголомшливих сайтів.» [19, с. 87]

У процесі виконання кваліфікаційної роботи проаналізували основні вимоги до створення вебсайтів, а також зібрали інформацію, що стосується тематики вебсторінки — вивчення англійської мови.

Знайшли та проаналізовали аналоги веб-сайтів на тему вивчення англійської мови. Визначені композиційні, кольорові та шрифтові рішення у цих сайтах. На основі аналізу було визначено головні недоліки в візуальній і інформативних частинах конкурентів. Визначено критерії і цілі, які має виконувати майбутній вебсайт, щоб користуватися попитом.

Була обговорена концепція, обране кольорове рішення та шрифти. Ідеєю для створення вебсайту було надання можливості для молоді вивчати англійську та готуватися до міжнародних екзаменів віддалено і безкоштовно, адже як

виявилося при дослідженні, ці два пункти стають головними перешкодами в цільової аудиторії шоб розпочати виконання їхніх цілей.

При роботі над стилем сайту основну увагу було приділене підбору шрифтових та колірних рішень. Шрифтом було обрано Inter, шрифт гротескного типу, який в заголовках буде жирним, а приклади будуть виділятися курсивом. Гротескний тип шрифтів найкраще підходить для читання на цифрових екранх, особливо, якщо сайт містить багато текстової інформації. На сайті буде використано 3 типи заголовків: головний, заголовок для позначення різних тем та початку нових розділів, і заголовок для кнопок і інших елементів. (див. рис. 2.1).



Рисунок 2.1 - Типографія

Сайт матиме світлу тему і мінімалістичний дизайн. Стиль мінімалізму сьогодні є одним із найпопулярніших у візуальному оформленні головних сторінок сайтів провідних преміальних і технологічно прогресивних компаній. Його активно використовують, зокрема, в дизайні вебсайтів таких брендів, як *Bork*, *Apple*, *Dior*, *Chanel*, *Gucci* та інших.

Сучасний мінімалізм дає змогу досягти гармонійного балансу між естетикою, функціональністю та зручністю, формуючи водночас відповідну атмосферу. До ключових характеристик цього стилю належать:

- простота й зрозумілість контенту;
- мінімальна кількість графічних елементів;

- використання високоякісних фотоматеріалів, тематично пов’язаних із сайтом, без перевантаження дрібними деталями;
- контрастність зображень і чистота композиції;
- велика кількість вільного простору (white space);
- відсутність зайвих декоративних компонентів. [20, с. 69]

Також в ході роботи над стилем вебсайту було визначено колірну схему, відповідно до психології кольору. Кольори мають властивість впливати на емоційний стан людини та викликати певні асоціації. Зокрема, теплі відтінки — як-от червоний і помаранчевий — часто асоціюються з енергією, динамікою та пристрастю. Натомість холодні кольори, наприклад синій і зелений, здебільшого навіюють відчуття спокою, врівноваженості та гармонії.

Кольори відіграють важливу роль у формуванні користувацького досвіду. Яскраві та насичені відтінки здатні привернути увагу та створити відчуття енергійності й динаміки, що особливо доречно для вебсайтів у сферах моди чи розваг. Натомість ніжні пастельні тони допомагають викликати почуття спокою та делікатності, що є доречним для ресурсів, пов’язаних із медициною, дизайном інтер’єру чи іншими сферами, де важлива атмосфера довіри та комфорту. [21]

Основні кольори - білий та жовтий. Адже жовтий колір часто сприймається як символ оптимізму, радості та тепла, тому він буде мотивувати користувачів продовжувати навчання. Акцентним кольором є зелено-синій (використовуватиметься як колір action buttons, а його темніший відтінок - як колір тексту). Таким чином текст сайту залишиться читабельним і доступним для сприйняття для людей з вадами зору.

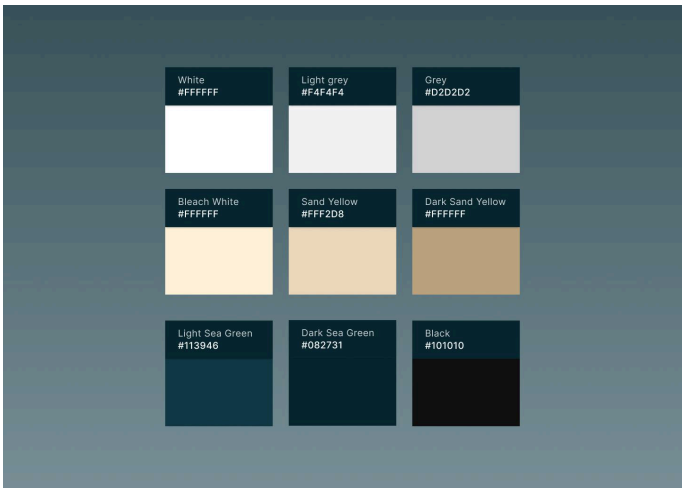
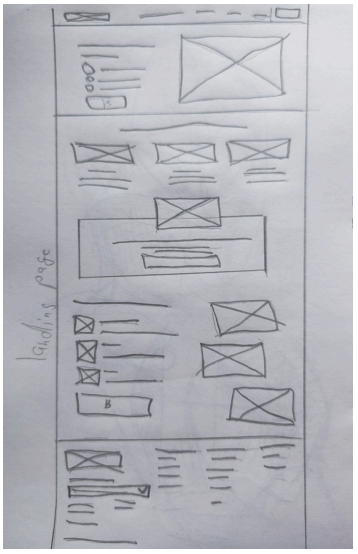


Рисунок 2.2 - Кольори

2.3. Обгрунтування концепції та пошукове ескізування вебсайту для вивчення англійської мови

Перед створенням цифрових прототипів в графічному редакторі було вирішено приділити увагу ескізуванню паперових прототипів для визначення загальної композиції, розташування елементів сайту.

«Скетч (англ. Sketch) – це найнижчий рівень деталізації та проектування інтерфейсу, який дозволяє проводити декілька ітерацій для швидкого фіксування ідеї та загального уявлення концепції UI-дизайну» [22, с.368].



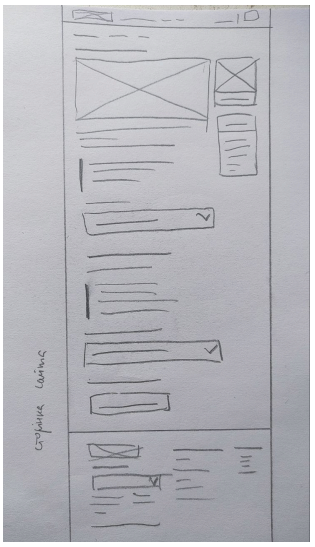


Рисунок 2.3, 2.4 - Паперовий прототип головної та навчальної сторінок

Після попереднього начерку перших екранів вебсайту було визначено архітектуру вебсайту. Функціонал вебсайту буде розділено на два блоки: навчальний та проходження тестів. Також буде розроблено окрему сторінку, яка розповість про розробників вебсайту та можливості, які він пропонує.

Далі розроблені паперові прототипи було перенесено в цифровий формат за допомогою графічного редактора Figma. «Figma — це застосунок для роботи із векторною графікою, що дозволяє створювати різні макети, елементи інтерфейсу, зображення, ілюстрації, проектування і багато інших креативів.» Результатом виконаної роботи став готовий цифровий прототип 6 сторінок веб сайта на тему вивчення англійської мови (див. рис. 2.5, Б.1, Б.2, Б.3, Б.4, Б.5, Б.6). [23]

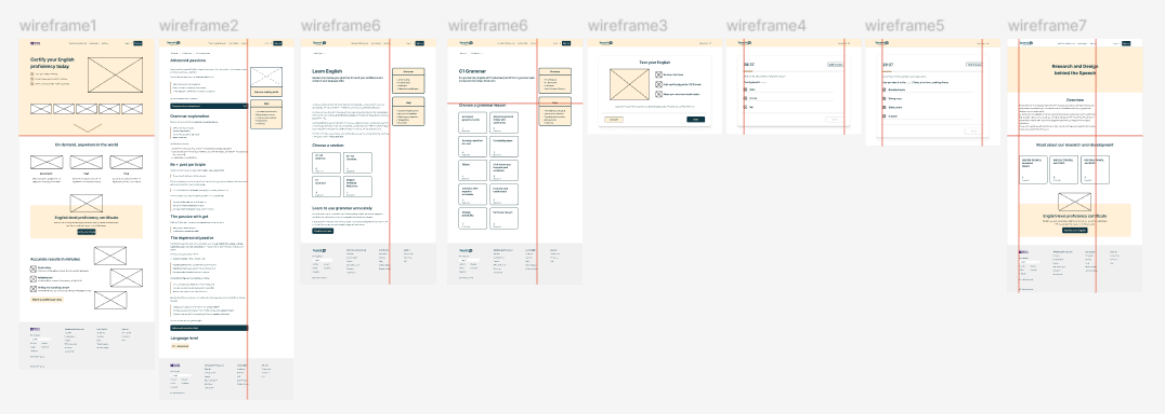


Рисунок 2.5 - Розроблені цифрові прототипи

Головна сторінка містить основну інформацію про можливості вебсайту, а також пропонуватиме глядачу пройти тест на визначення рівня англійської мови.

Архітектура навчального блоку складатиметься з декількох частин: головна сторінка, яка демонструватиме перелік рівнів, до яких є готові матеріали. Далі користувач зможе перейти на окрему сторінку до обраного рівня і переглянути теми, які він може вивчити. З цієї сторінки він вже зможе перейти на конкретну сторінку заняття і вивчити потрібну тему, а також пройти тест на закріплення.

Wireframe, також відомий як цифровий прототип, схема сторінки або схема екрану, являє собою графічне керівництво, яке представляє схематичне зображення вебсайту. [24, с. 130]

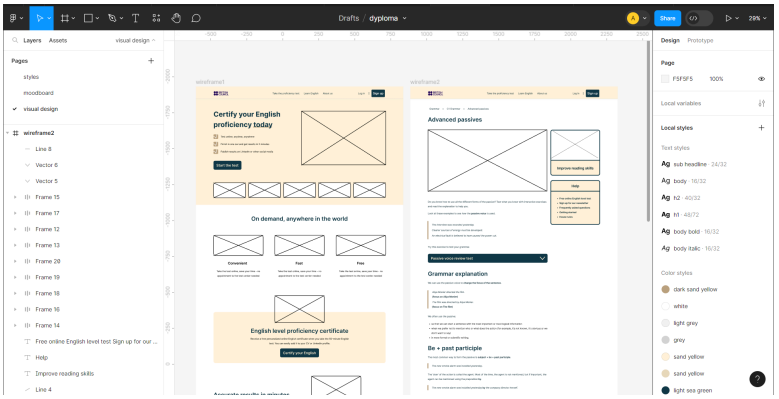


Рисунок 2.6 - Процес створення сторінок сайту

Основне завдання веб сайта - надати користувачам можливість вивчати англійську безкоштовно і не виходячи з дому, а також можливість пройти тестування, щоб дізнатися свій рівень англійської і\або поділитися їм у соцмережах. Сайт пропонує багато можливостей для вивчення англійської, таких як: онлайн курси, проходження тесту на рівень англійської, різноманітні тести і завдання для покращення навичок. Тут можна як безкоштовно тренуватися до екзаменів, так і пройти тест, за результатами якого можна отримати сертифікат, який визнається багатьма міжнародними компаніями і університетами. Сайт має мінімалістичний привабливий дизайн і просту навігацію.

Підсумовуючи вищезазначене можемо зробити такі висновки: ідеєю для створення вебсайту стало надання можливості для молоді вивчати англійську та готуватися до міжнародних екзаменів віддалено і безкоштовно; було окреслено основний функціонал вебсайту; вирішено використовувати мінмалістичний дизайн та світлу тему з темно-зеленими акцентами; розроблені ескізи майбутніх екранів вебсайту. Візуальне оформлення сайту не є застарілим. Візуальна частина сайту має витримані пропорції між головними та акцентними кольорами, а також вдосталь вільного простору.

РОЗДІЛ ІІІ
РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ІНТЕРФЕЙСУ ДЛЯ ВЕБСАЙТУ З ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

3.1. Послідовна розробка дизайну інтерфейсу для вебсайту з вивчення англійської мови

Після пошукового ескізування і розробки цифрових прототипів було розпочато процес фіналізації напрацювань. Перш за все було розпочато роботу над остаточним вирішенням архітектури вебсайту.

З метою повного розуміння як користувач буде користуватися вебсайтом, було вирішено створити User flow. «User flow, або UX flow, або діаграми користувацького досвіду, ілюструють повний шлях користувача та його взаємодію з продуктом. Вони відображають кожен крок від початку до фінальної дії. Ці діаграми допомагають оптимізувати користувацький досвід, підвищити коефіцієнт конверсії внаслідок оптимізації шляху користувача. Вони дають змогу оцінювати та покращувати взаємодію з користувачем для досягнення успішних результатів у використанні продукту.» [25]

Додаток В демонструє User flow вебсайту для вивчення англійської мови. Можемо побачити, що шлях користувача починається з головної сторінки, з якої користувач може перейти на потрібну йому сторінку або перейти на сторінку з вибором навчальних програм, а також перейти на окрему сторінку яка присвячена інформації про компанію.

Якщо користувач вибрав перейти на сторінку з проходження тесту, то його буде перенаправлено на сторінку з основними правилами щодо проходження тесту. Після цього він може перейти до тесту або повернутися на головну сторінку. Після успішного проходження тесту та отримання результату користувача буде перенаправлено на сторінку з вибором навчальних матеріалів.

Якщо ж користувач вирішить пройти навчання перш ніж приступити до тесту, то його буде перенаправлено на сторінку з вибор усіх існуючих навчальних програм, розділених за рівнями. Далі користувач може перейти до

бажаного рівня і переглянути всі доступні теми для вивчення. Вибравши тему, яку користувач хоче вивчити на цей раз, він може клікнути на картку з бажаним заняттям і перейти до навчання. На цій сторінці зможе продивитися інформацію і закріпити пройдений матеріал тестами.

Детальне опрацювання архітектури вебсайту і створення прототипів дали змогу розпочати роботу над проєктуванням візуальних елементів вебсайту. В минулому розділі зазначалося, що гарнітурою для сторінок було обрано гротескний шрифт Inter.

Основними кольорами вебсайту стали Bleach White #FFF2D8 і Dark Sea Green #082731. Також було використано вторинні кольори для тексту, тіней, сторінок зі світлою темою, анімації кнопок тощо.

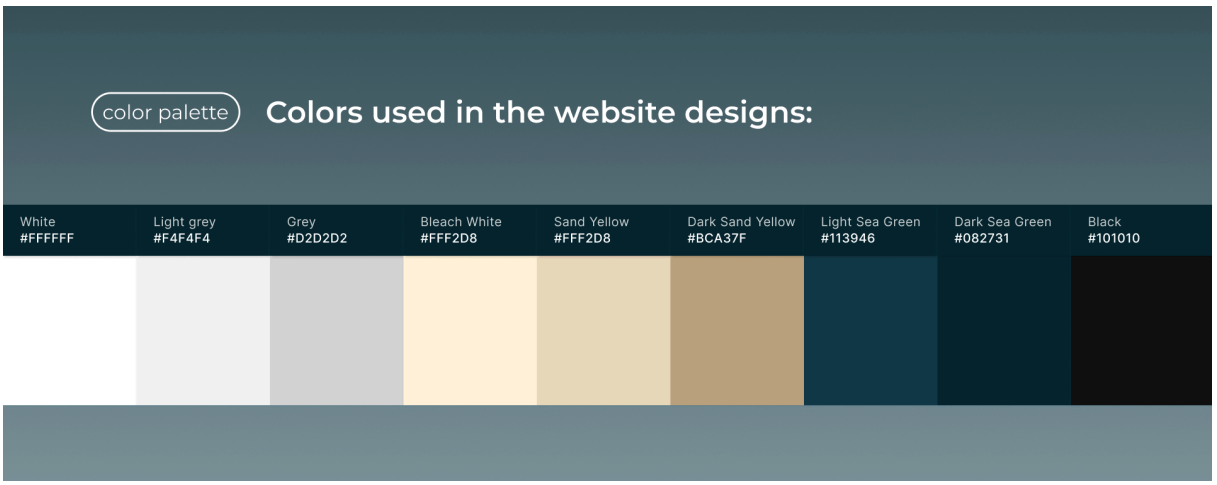


Рисунок 3.1 - Кольори використані в дизайні вебсайту

Шрифти та кольори було зібрано в стилі для швидшого редагування.

Далі для спрощення розробки подальших екранів було створено UI Kit – набір усіх елементів, на яких будується UI вебсайту. «UI Kit це візуалізація кожного з елементів на будь-якому етапі взамодії користувача з інтерфейсом. Він дозволяє швидко та якісно створювати кожну наступну сторінку з використанням компонентів і за зразком попередніх.» [26]

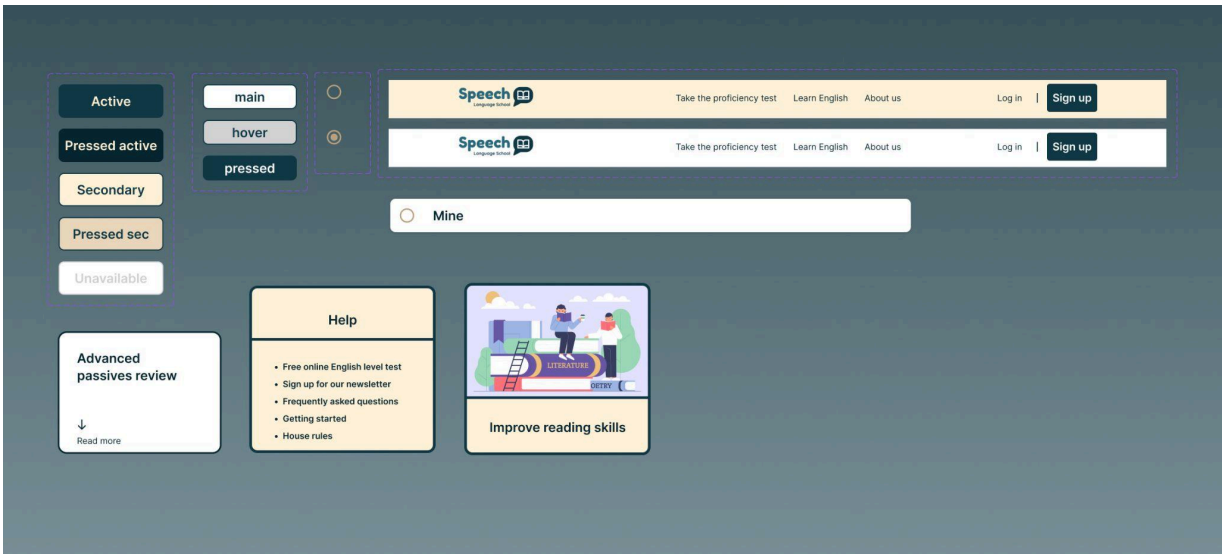


Рисунок 3.2 - UI Kit для вебсайту

Даний UI Kit містить в собі дизайни кнопок у різних станах, дизайн карток і варіацій до них (повністю текстових або з зображеннями), радіо-кнопок, статус-бару в залежності від колірної теми сторінки тощо. Це набагато спростило процес розробки вебсайту, адже по-перше, допомогло зберегти унікальний стиль на всіх сторінках і скоротило час, адже не було потрібно розробляти кожен елемент з самого початку.

Ці елементи було створено завдяки інструменту «component» (компонент). Завдяки цьому інструменту дизайнер може одним кліком змінити колір кнопки, або шрифт для кожної копії даного елементу.

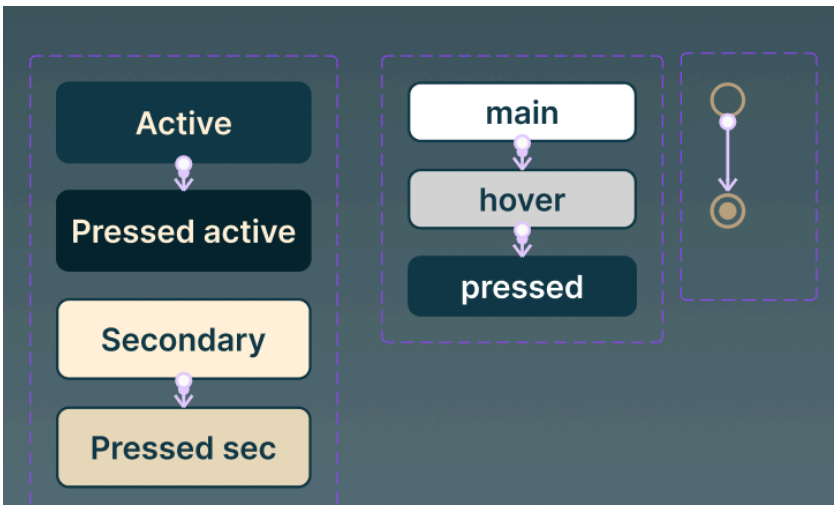


Рисунок 3.4 - Прототипування компонентів

Завдяки вкладці «Prototype» (прототип) було налаштовано різні стани кнопок та їхню анімацію: при натисканні, в спокої, при наведенні курсора.

Ретельно опрацьовані початкові етапи розробки дизайну вебсайту дали змогу перейти до етапу розміщення кольорових акцентів та ілюстрацій.. Додаток Г представляє вже повністю готовий перелік екранів вебсайту.

Після повної реалізації дизайну екранів було розроблено просту анімацію прототипу.

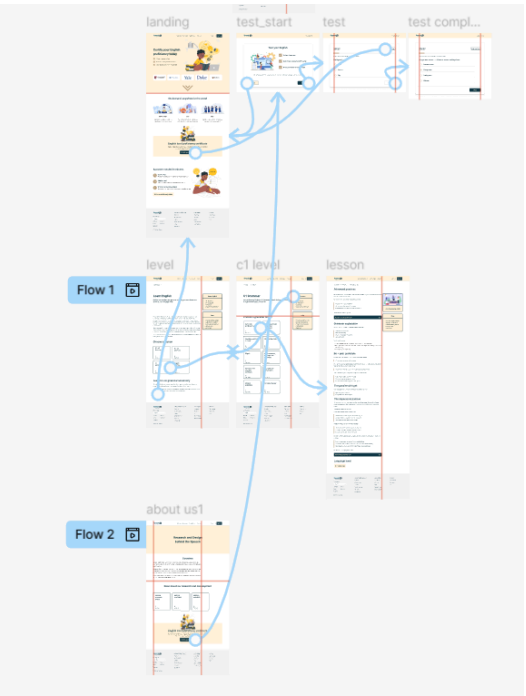


Рисунок 3.4 - Прототипування вебсайту

Результатом виконаної роботи є готовий дизайн і анімований прототип багатосторінкового вебсайту для вивчення англійської мови «Speech» (див. Додаток Д).

3.2. Опис розробленого дизайну інтерфейсу для вебсайту з вивчення англійської мови

Як тільки користувач переходить за посиланням на вебсайт, спершу він побачить головну сторінку (див. рис. Г. 1). Ця сторінка виступає центром в навігації вебсайтом, адже з неї можна перейти на будь–який інший розділ. Але найголовніше, ця сторінка має зацікавити користувача залишитися на вебсайті, тому здебільшого контент сторінки спрямовано на можливість проходження

онлайн тесту. Кожен блок має опис переваг: швидкість проходження тесту, безкоштовний результат, визнання результату різними інституціями, зручний функціонал.

Якщо користувач вибере перейти до виконання тесту, його буде перенесено на сторінку з описом тесту та головними правилами щодо проходження (див. рис. Г. 6). Весь процес проходження тесту займатиме щонайбільше 50 хвилин. Тест є абсолютно безкоштовним, а після проходження, результатами можна буде поділитися в соцмережах. З цієї сторінки користувач може або повернутися назад до головної сторінки, або розпочати тест.

Після того як тест буде розпочато, користувача буде перенесено на сторінку з якої починається відлік часу на проходження тесту. Користувач має проходити завдання одне за одним. Після того як користувач відповів на питання і перейшов до іншого завдання, повернутися до минулого буде неможливо. Користувач буде бачити відлік часу і прогрес проходження завдань. Тест буде пройдено тільки коли користувач відповість на всі питання, в іншому випадку, користувач може завершити тест передчасно, але його буде просто перенаправлено на головну сторінку без отримання результату. Він зможе повернутися до тесту в будь-який інший більш зручний для нього момент. Після завершення тесту користувачу буде запропоновано завантажити результати, а також перейти до навчання на сайті, щоб підтягнути свої знання.

Навчальний блок вебсайту розділено по рівням (див. рис. Г. 2). Ця сторінка містить картки з рівнями англійської за якими користувач може перейти до потрібного рівня. Також, якщо користувач не впевнений в тому за яким рівнем йому слід розпочинати навчання, на сторінці знаходиться блок який спонукатиме користувача пройти тест для визначення рівня мови.

Якщо користувач знає за яким рівнем хоче розпочати навчання, то натиснувши на картку, він перейде на сторінку з описом рівня і всіма доступними лекціями на платформі (див. рис. Г. 3). Далі так само натиснувши на картку з лекцією, яка зацікавить, як і на минулій сторінці користувач перейде на сторінку з повним обсягом лекції (див. рис. Г. 4). На цій сторінці

користувач може переглянути інформацію по вибраній темі, а також пройти короткі тести на закріплення вивченого.

Також, з головної сторінки вебсайту можна перейти на окрему сторінку з інформацією про компанію (див. рис. Г. 5). На цій сторінці можна переглянути інформацію про коротку історію компанії, а також побачити до яких екзаменів можна підготуватися завдяки навчанню на вебсайті, а також переглянути короткі гайди до кожного з екзаменів.

Після закінчення візуального дизайну та прототипування, залишився фінальний етап роботи, яким було створення мокапів для того, щоб показати як дизайн виглядатиме на сторінці (див. Додаток Д).

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було проведено дослідження та аналіз історії розвитку галузі UX/UI дизайну. Це було розглянуто не тільки зі сторони дизайну, а й історії розвитку мережі Інтернет в загалом. Викладено ключові вимоги до розробки дизайну вебсайтів, а також описано базові принципи композиції, колористики та типографіки, які треба знати для створення ефективного дизайну вебсайтів. Також було проаналізовано актуальність теми вивчення англійської мови серед української молоді. Так, було визначено, що молодь має бажання вивчати англійську, проте за різних життєвих обставин не має такої можливості.

Вивчення потреб і поведінки користувачів дало зрозуміти, що головною вимогою для майбутнього вебсайту - зручний функціонал та доступність всіх ресурсів в одному місці.

Також було проведено аналіз вебсайтів, визначено головні тенденції в розробці та вплив композиції на сприйняття користувача. Проаналізовано сучасні приклади вебсайтів зі схожим функціоналом, вивчено основні тенденції, загальні підходи, а також виявлено сильні та слабкі сторони використання певних технік і дизайнерських рішень.

У другому розділі було описано процес розробки концепції, опрацювано пошукові ескізи та розроблено цифрові прототипи багатосторінкового вебсайту на тему вивчення англійської мови та підготовки до міжнародних екзаменів.

У третьому розділі було описано процес фіналізації дизайн вебсторінок, пояснено архітектуру вебсайту та визначено основні переваги в розробці вебсайтів за допомогою графічного редактору Figma.

Отже, на основі проаналізованої інформації можна зробити висновок, що вебсайти для вивчення мов є надзвичайно популярними та актуальними в сучасних умовах, оскільки саме за їх допомогою можна покращувати свої навички не виходячи з дому, а також зберігаючи кошти. Проте насправді

ефективними є лише ті вебсайти, з широким функціоналом та приємним візуалом, будуть користуватися попитом у вибагливої цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисенко О., Гавкалюк І. UX & UI дизайн: відмінності та взаємодія / *Традиції та новітні технології у розвитку сучасного мистецтва*. 2023. № 8. С. 21–23.
2. Barefoot, K., Curtis, D., Jolliff, W., Nicholson, J. R., Omohundro, R. *Defining and Measuring the Digital Economy*. 2018. URL: https://www.bea.gov/sites/default/files/papers/defining-and-measuring-the-digital-economy.pdf
3. Кононенко К. А., Пирог В. О. Розвиток та сучасний стан веб-дизайну / *Матеріали конференції*. 2017. С. 161–163.
4. Буковська А. Дослідження впливу UI/UX дизайну на цифрову трансформацію економіки / *Матеріали* IV *Міжнародної науково-практичної конференції учених та студентів «Цифрова економіка як фактор інновацій та сталого розвитку суспільства»*. 2023. С. 23–24.
5. Koskenvirta K. *UX analysis of successful digital sharing platform market leaders*. Lappeenranta–Lahti University of Technology LUT, LUT School of Business and Management, Software Engineering, 2022. URL: https://lutpub.lut.fi/bitstream/handle/10024/164067/Digital%20Sharing%20Platforms%20-%20Succesful%20Design.pdf?sequence=3&isAllowed=y
6. Романюк О. Н., Катєльніков Д. І., Косовець О. П. *Веб-дизайн і комп'ютерна графіка*. 2007.
7. Композиція як процес побудови. Системи формальної композиції. Композиційні принципи. URL: https://www.arthuss.com.ua/books-blog/kompozic (дата звернення: 03.05.2025).

8. Композиція у веб дизайні – як створити ідеальний сайт. URL: https://foxminded.ua/kompozytsiia-u-veb-dyzaini/ (дата звернення: 04.05.2025).
9. Що таке діаграма User Flow і як її створити. URL: https://ua.weblium.com/blog/sho-take-diagrama-user-flow (дата звернення: 04.05.2025).
10. Що таке Figma та для кого вона потрібна. URL: https://cases.media/article/sho-take-figma-ta-dlya-kogo-vona-potribna (дата звернення: 04.05.2025).
11. Цигипа А. Р. Основні вимоги до проведення ux-дослідження перед початком розробки дизайну веб-сторінки. *Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2025», т.1, с. 96-97.*
12. Яловега Н. І., Яресько А. П. Дослідження портрету потенційної цільової аудиторії : дис. ... д-ра філософії. 2020.
13. Дослідження UX: все про цілі, методи, специфіку. URL: https://luxnet.io/uk/blog/ux-research-ua (дата звернення: 27.03.2025)
14. Небилиця О. А., Бондаренко К. С. Узагальнення основних методів оцінки та аналізу цільової аудиторії як ключового фактору ефективності діяльності підприємства. 2021.
15. Learn English. URL: https://learnenglish.britishcouncil.org/ (дата звернення: 04.04.2025).
16. EF SET: English test with free certification. URL: https://www.efset.org/ (дата звернення: 04.04.2025).
17. Duolingo English Test. URL: https://englishtest.duolingo.com/applicants (дата звернення: 04.04.2025).
18. Основні етапи розробки веб-сайту. URL: https://etk.lntu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=5516&forceview=1 (дата звернення: 04.05.2025).

19. Дегтяренко О. В. Етапи та особливості розробки сучасного дизайну веб-сайту / *Акатріні ВМ*. С. 85–88.

20. Васильєв О. С. Актуальні стилі дизайну веб-сайтів Інтернет-магазинів / *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. С. 67–72.

21. Психологія кольору у веб-дизайні: Створення дивовижного досвіду користувача через колірні схеми. URL: https://ux.pub/designer_kaliaieva/psikhologhiia-koloru-u-vieb-dizaini-stvorienia-divovizhnogho-dosvidu-koristuvacha-chieriez-kolirni-skhiemi-7e4 (дата звернення: 04.05.2025).

22. Єрьомін А. Ю., Дашковська А. О., Новожилова М. В. Три найважливіші етапи у розробці веб-сайтів: проєктування, grid та типографіка. С. 368.

23. Композиція у веб дизайні – як створити ідеальний сайт. URL: https://foxminded.ua/kompozytsiia-u-veb-dyzaini/ (дата звернення: 04.05.2025).

24. Поташева А., Усата О. Ю. Особливості проєктування веб-сайту (UX/UI дизайн) / *Міністерство освіти і науки України. Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. Черкаський інститут банківської справи. Чорноморський державний університет імені Петра Могили*. С. 129.

25. Огляд процесу створення веб-сайтів. URL: https://cases.media/article/oglyad-procesu-stvorennya-vebsaitiv (дата звернення: 04.05.2025).

26. Що таке UI Kit и для чого він потрібен вашій компанії. URL: https://evergreens.com.ua/ua/articles/ui-kit.html (дата звернення: 04.05.2025).

27. Ігнатюк Є. О., Попов А. В. Методи UX-досліджень в процесі прийняття рішень при проєктуванні інтерфейсів / *Problems of Informatization: the eleventh international scientific and technical conference*. 2023. С. 40.

28. Зелінська О. В., Потапова Н. А., Волонтир Л. О. Інформаційні системи та технології в галузі. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2022. Т. 2, № 14. С. 267–270.

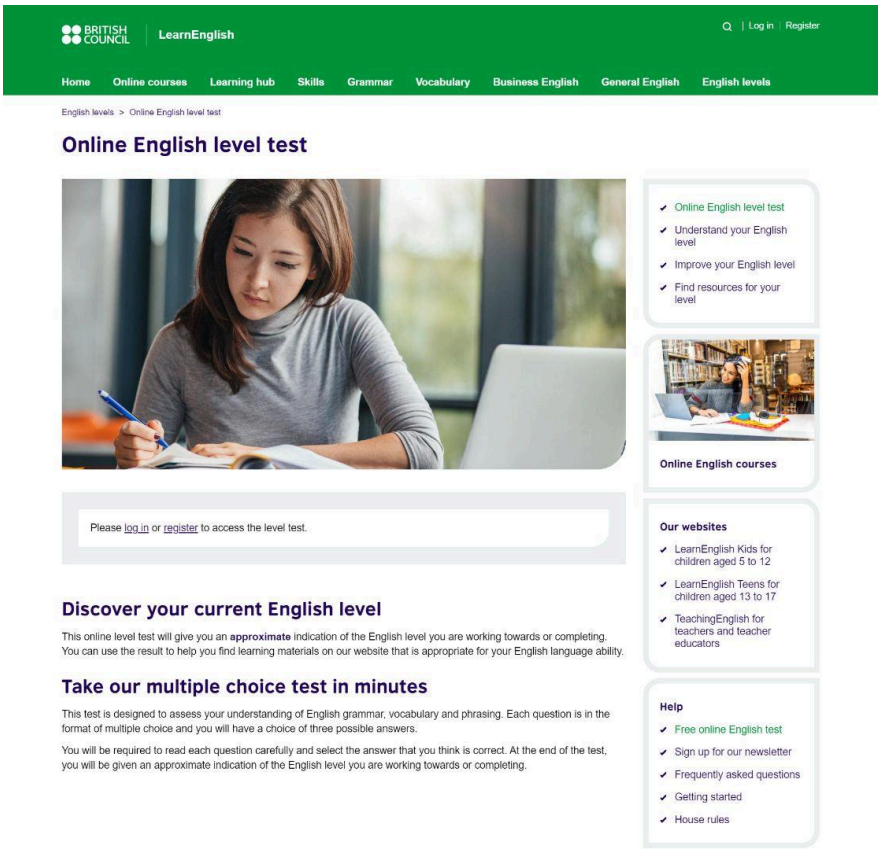
29. Ігнатюк Є. О., Попов А. В. Методи UX-досліджень в процесі прийняття рішень при проєктуванні інтерфейсів. *Problems of Informatization: the eleventh international scientific and technical conference*. 2023. С. 40.

30. Типи UX-досліджень. URL: https://cases.media/article/tipi-ux-doslidzhen-2 (дата звернення: 04.05.2025).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Аналіз аналогів



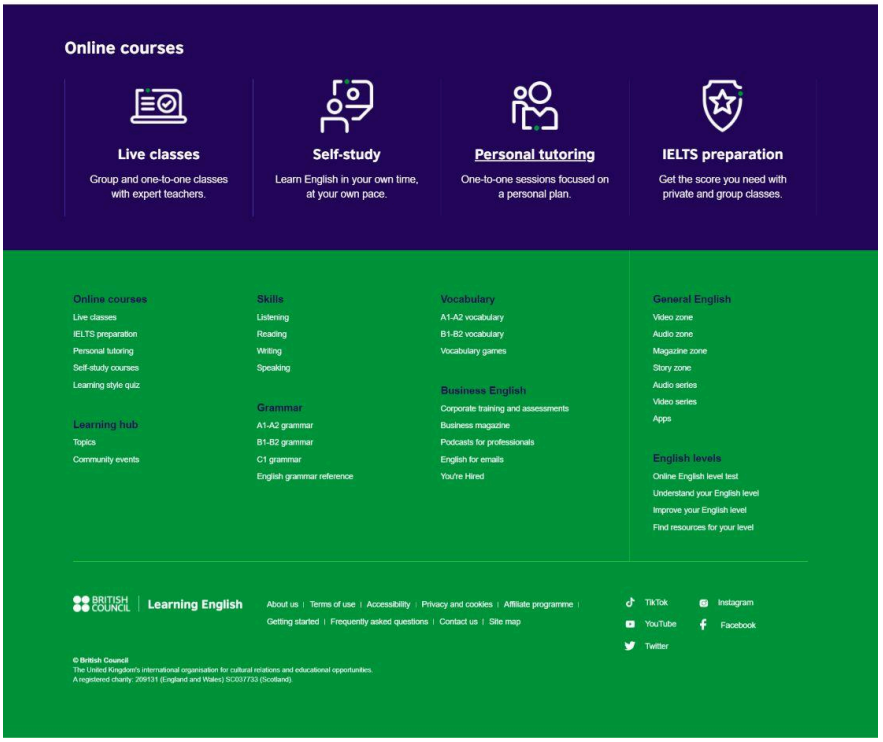


Рисунок А.1 - British council website



Рисунок А.2 - Efset website

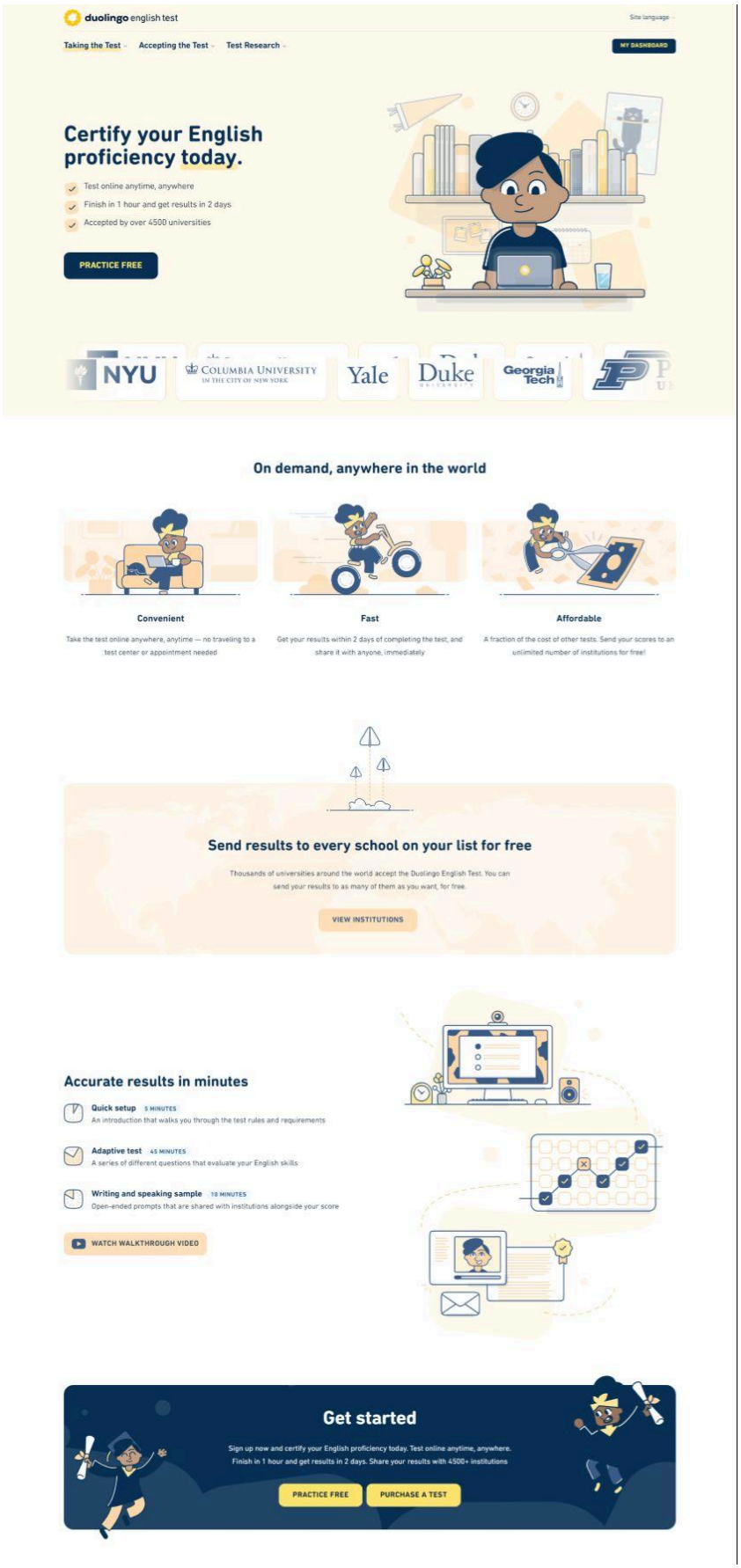


Рисунок А.3 - Duolingo English test website

ДОДАТОК Б

Розроблені цифрові прототипи

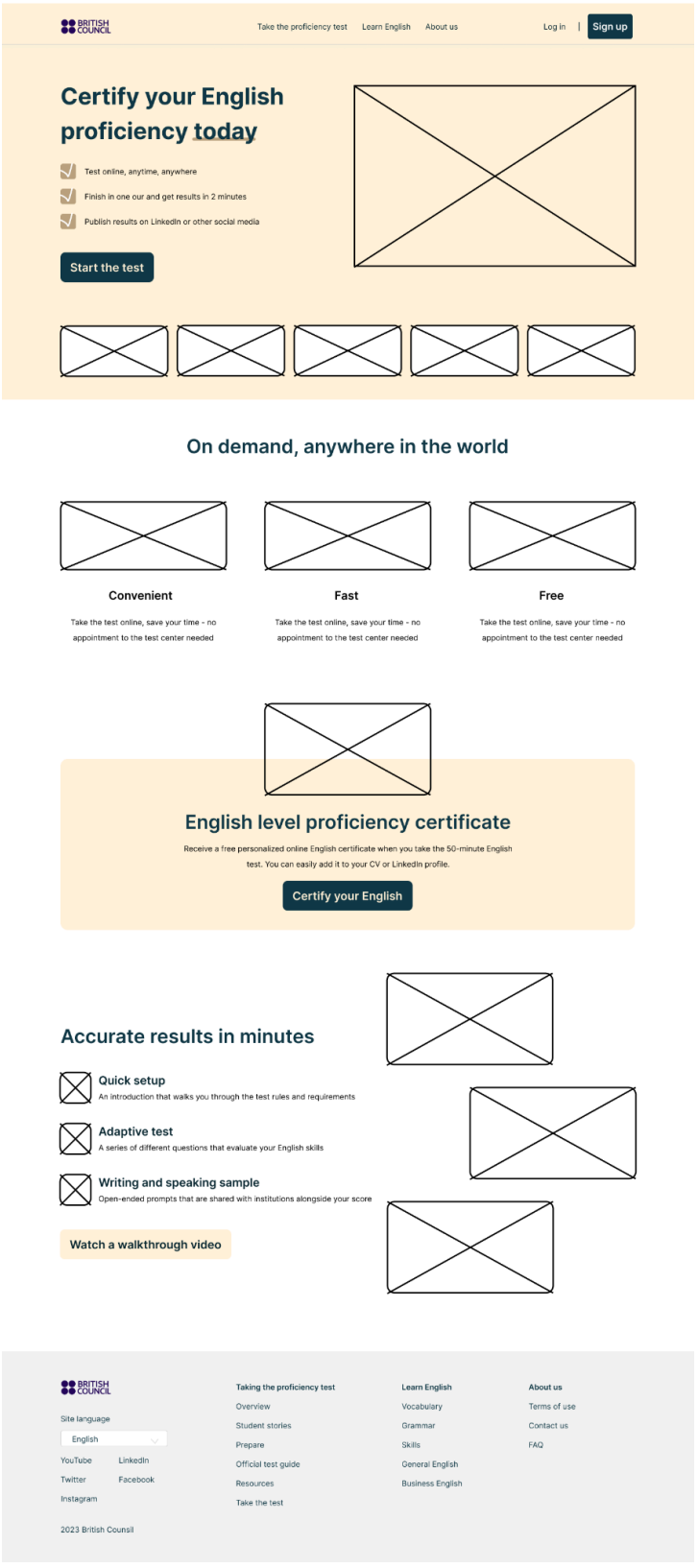


Рисунок Б.1 - landing page



Рисунок Б.2 - сторінка сайту

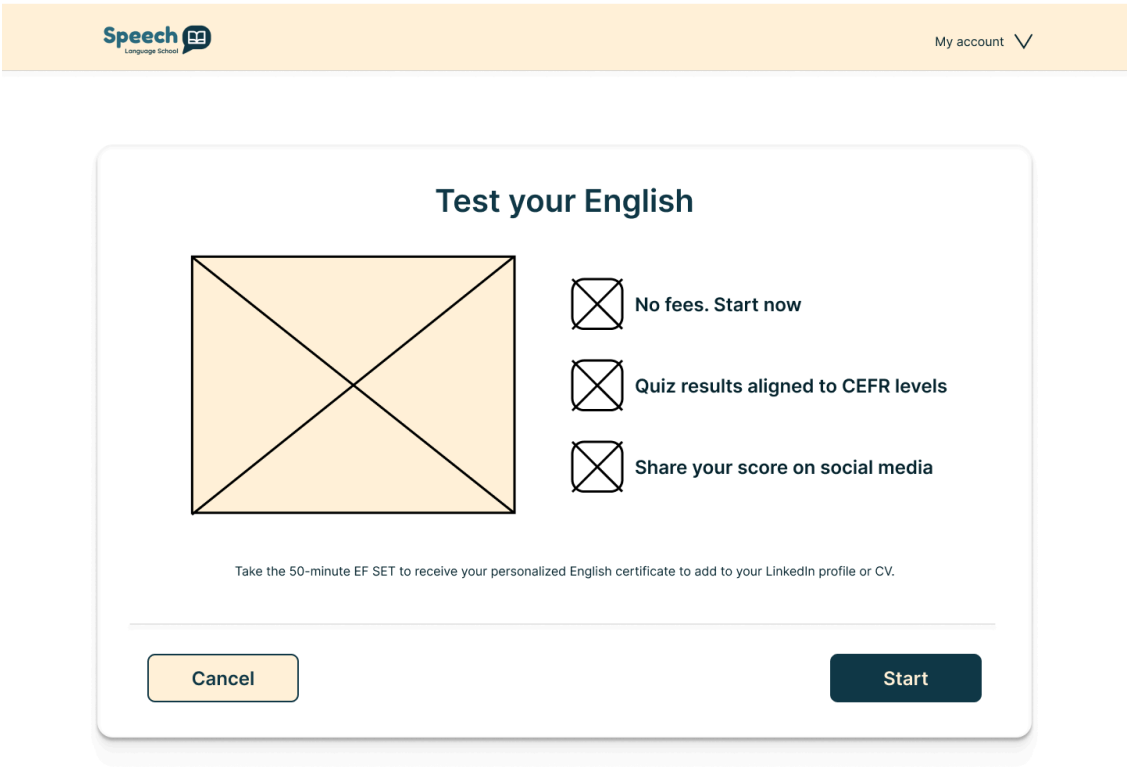


Рисунок Б.3 - сторінка для старту тесту

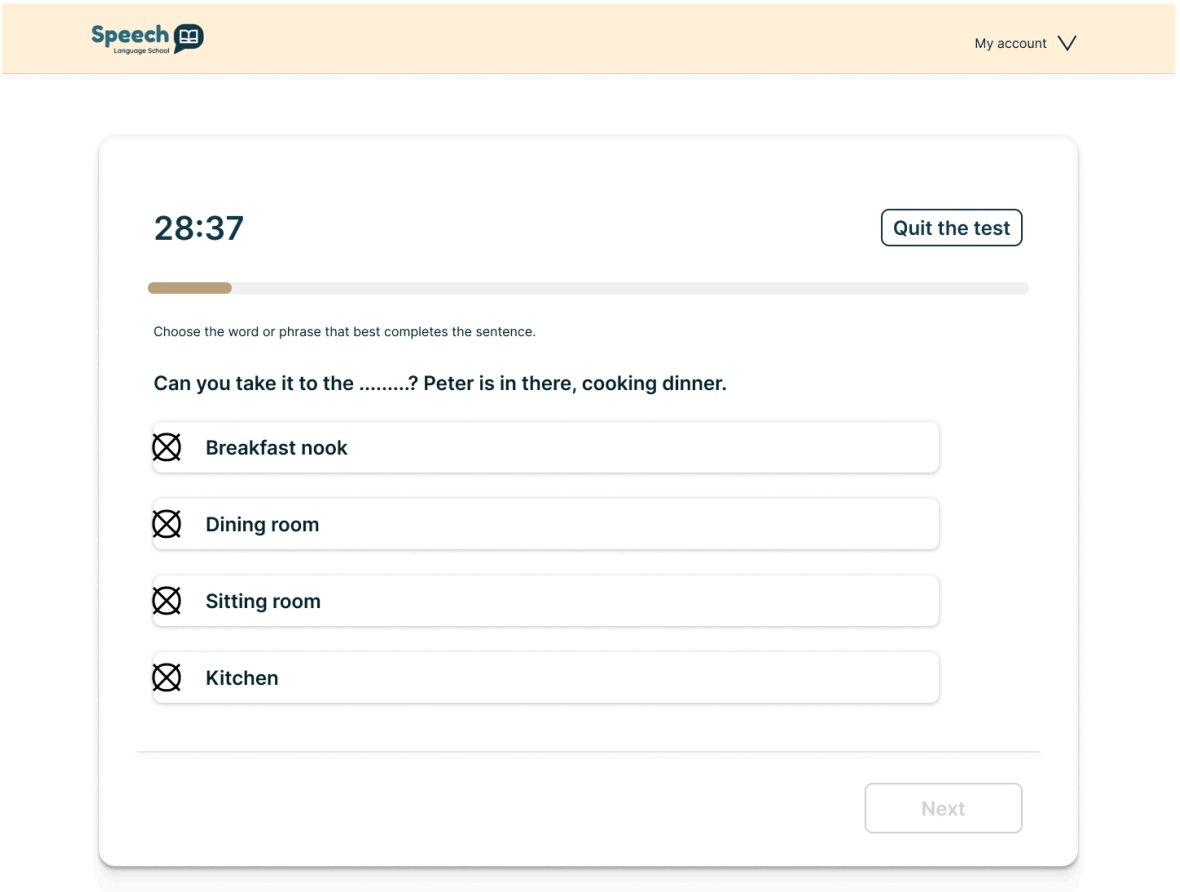


Рисунок Б.4 - сторінка для тесту



Рисунок Б.5 - сторінка з описом курсів

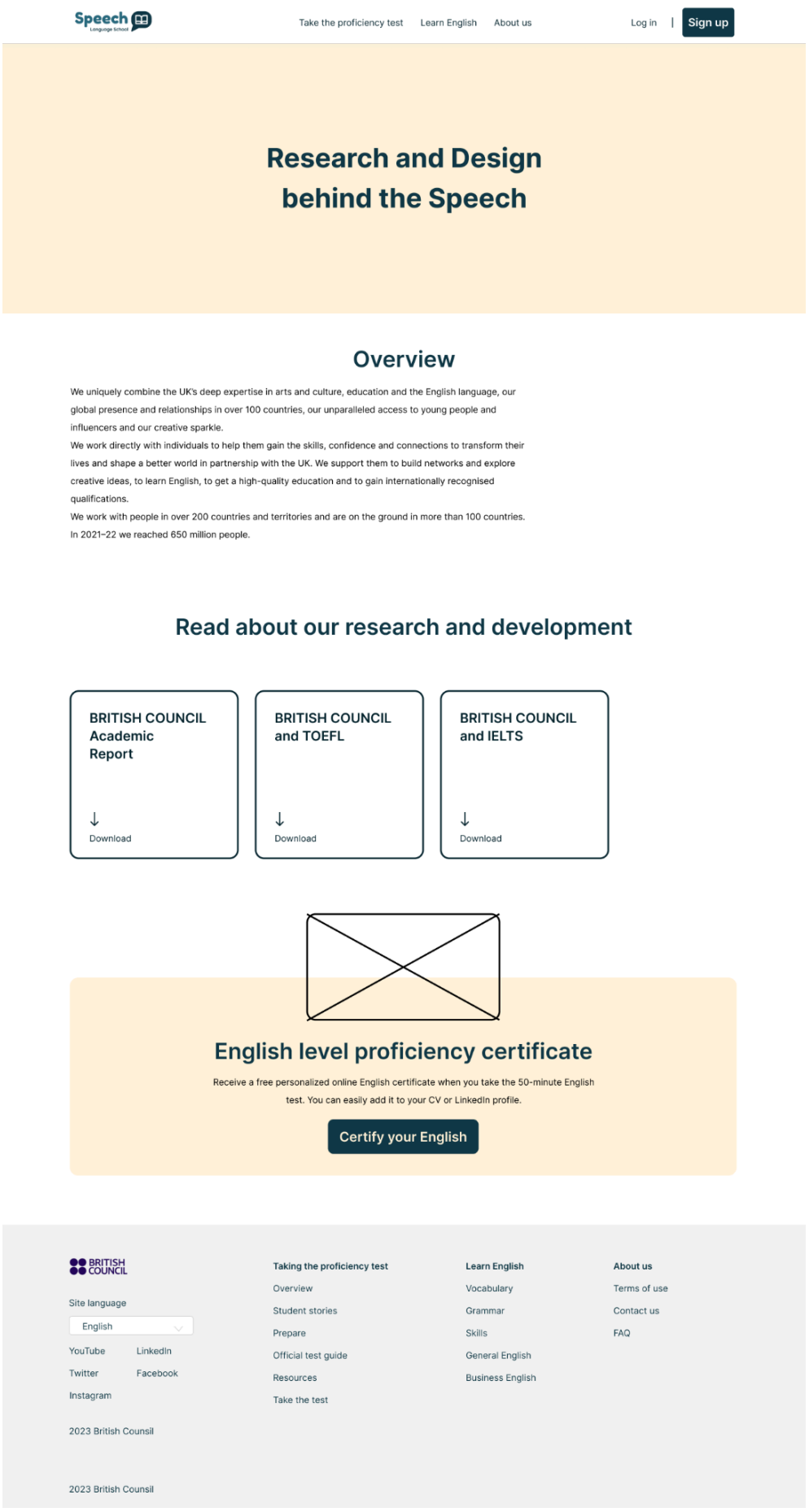


Рисунок Б.6 - сторінка про компанію

ДОДАТОК В

User flow для вебсайту



ДОДАТОК Г

Фінальні варіанти екранів вебсайту

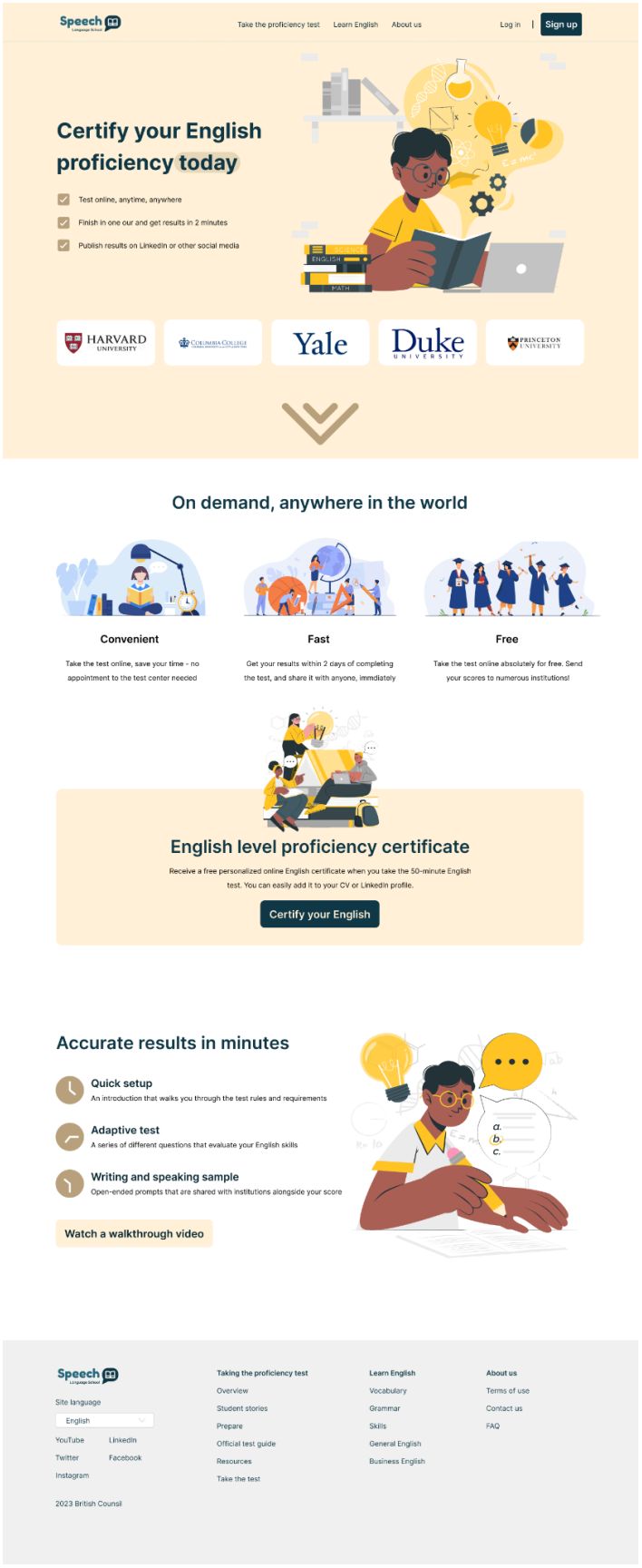


Рисунок Г.1 - Головна сторінка



Рисунок Г.2 - Сторінка з вибором рівня

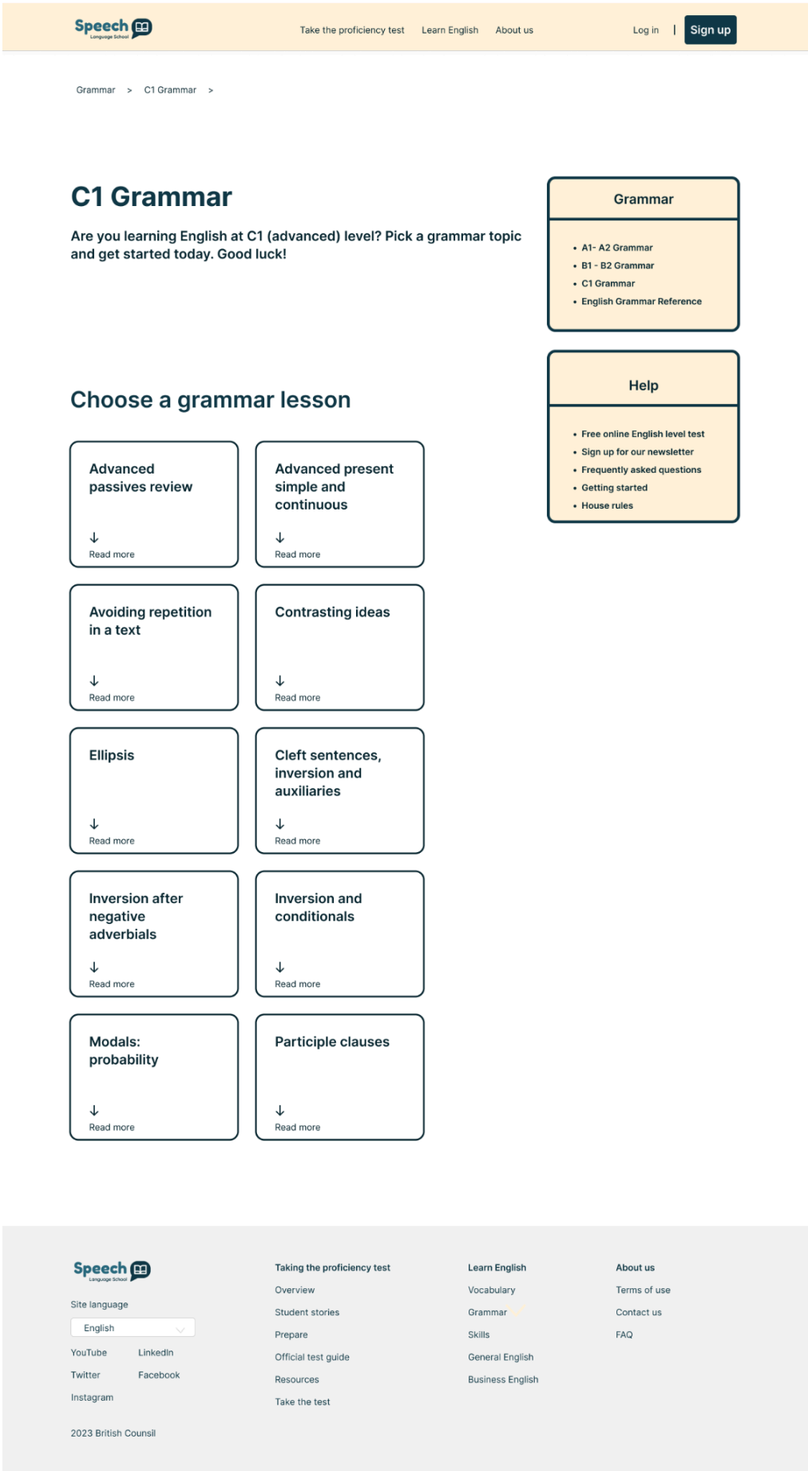


Рисунок Г.3 - Сторінка з вибором матеріалів за рівнем



Рисунок Г.4 - Сторінка заняття

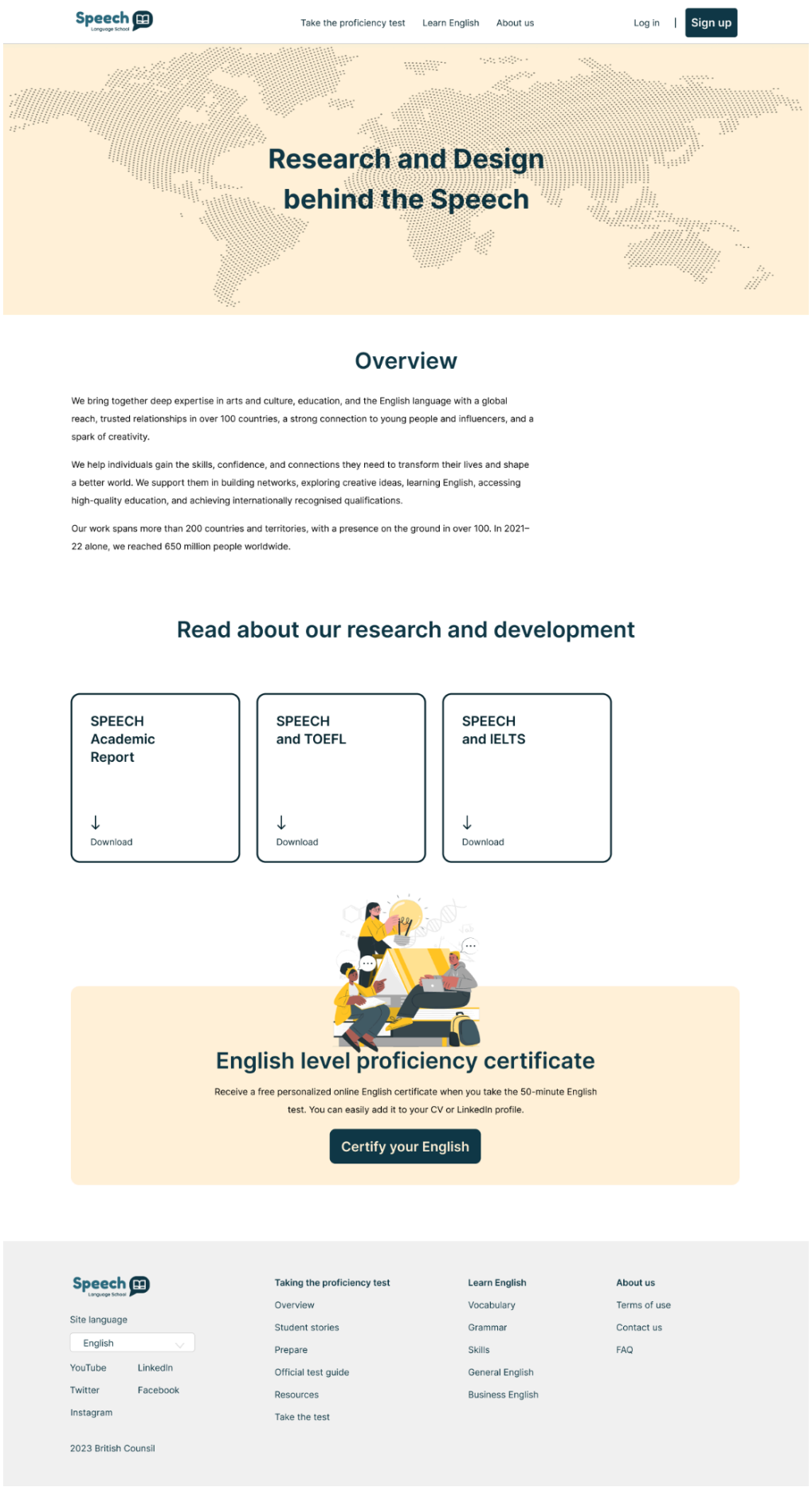


Рисунок Г.5 - Сторінка про компанію

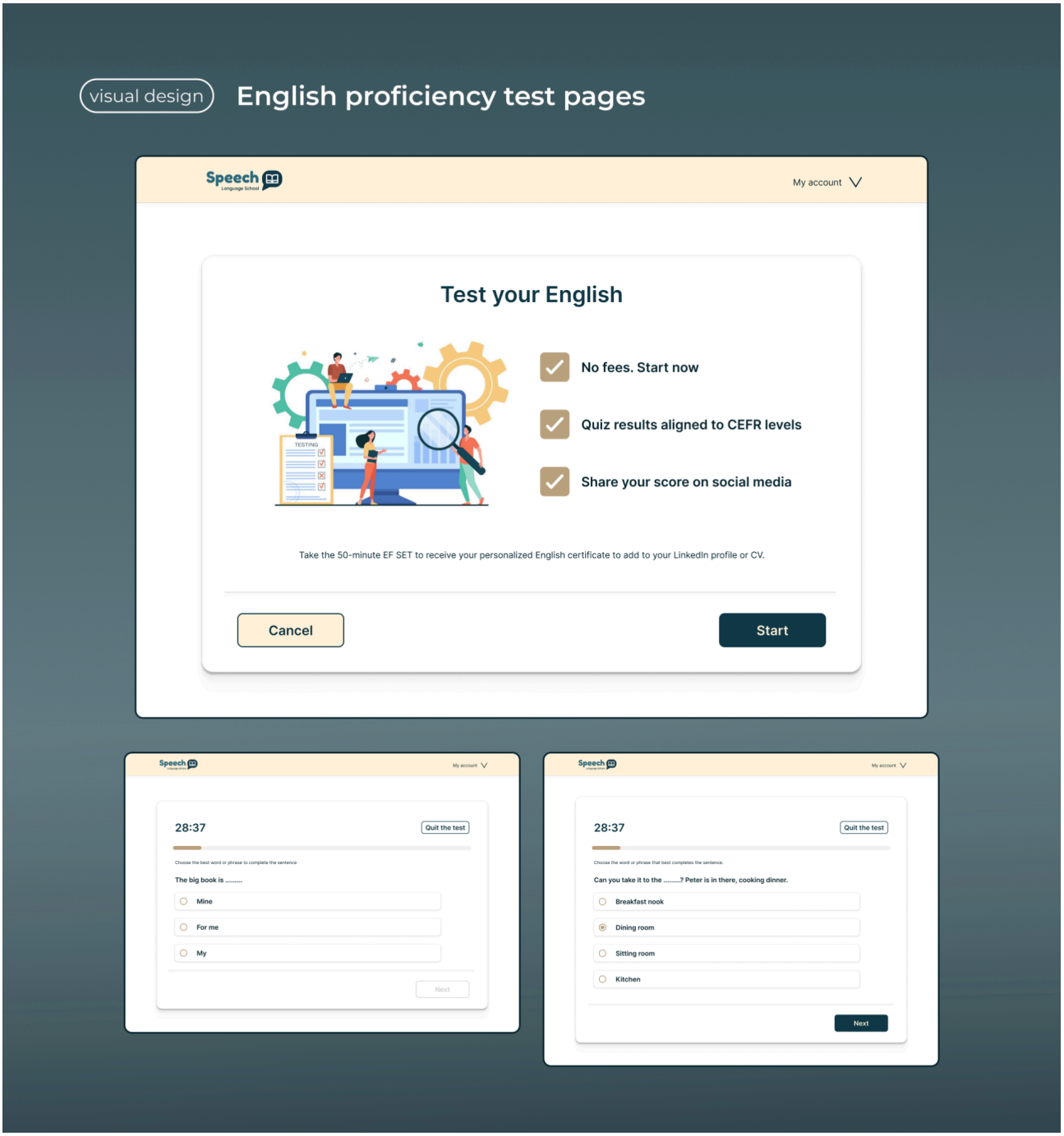


Рисунок Г.6 - Сторінки проходження тесту

ДОДАТОК Д

Готовий дизайн



Рисунок Д.1 - Мокап 1



Рисунок Д.2 - Мокап 2

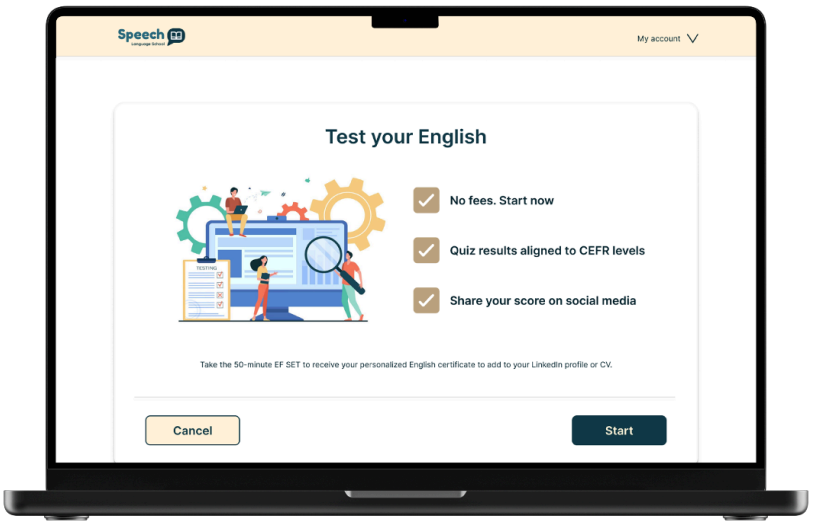


Рисунок Д.3 - Мокап 3



Рисунок Д.4 - Мокап 4

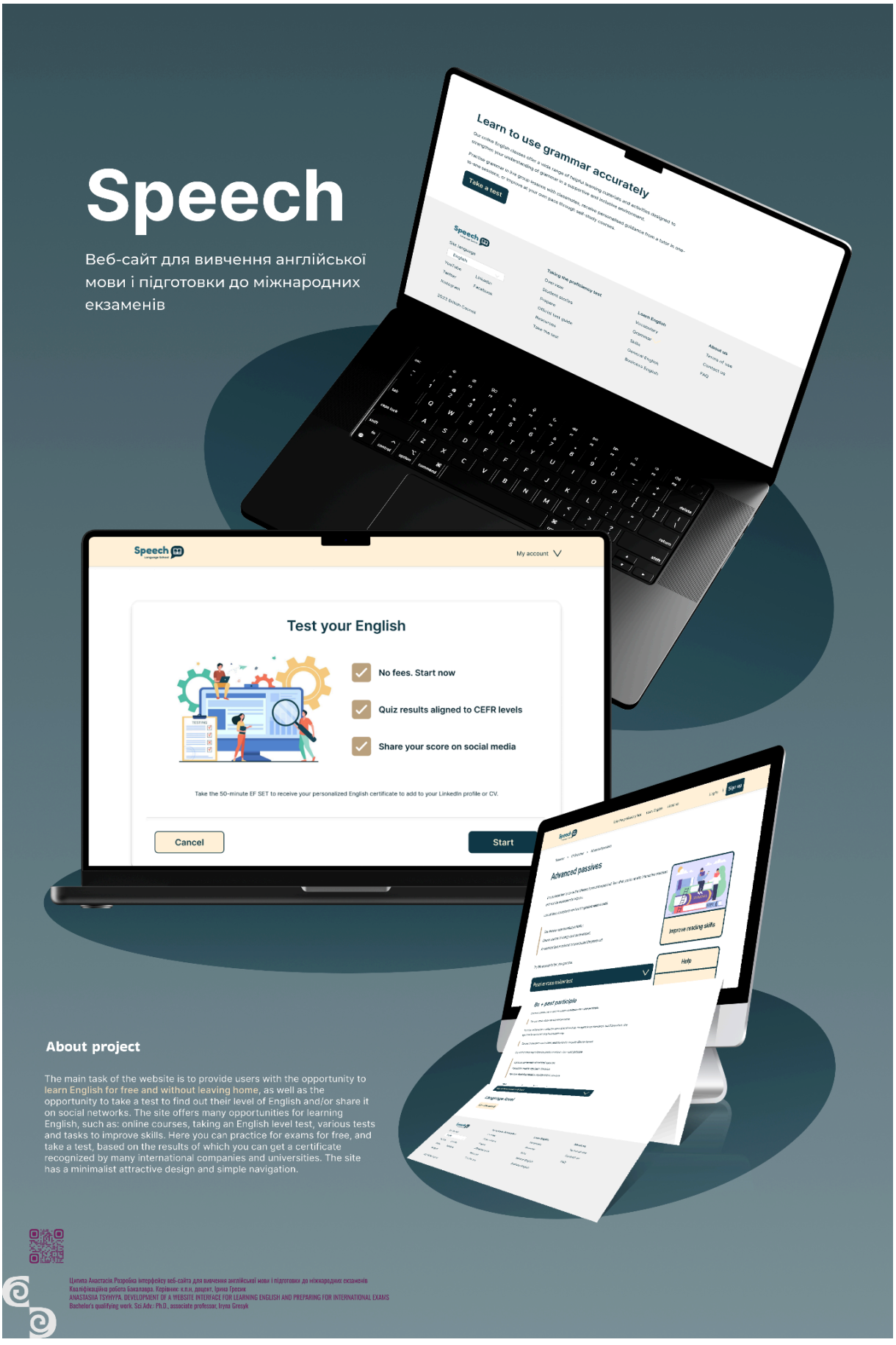


Рисунок Д.5 - Демонстрація роботи