

Хмельницький національний університет

Факультет технологій і дизайну

Кафедра дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

РОЗРОБЛЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТУ СТУДЕНТСЬКОГО БУДИНКУ МОДЕЛЕЙ

Галузь знань 02 Культура і мистецтво
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн
Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ. 18079.01.17.ПЗ

Виконала: студентка 4 курсу, група ГДР-19-1 _____ Марина ГЛАДКА
(РОМАНЮК)

Керівник: кандидат техн. наук, доц. _____ Ельвіра БАЗИЛЮК

Нормоконтролер: кандидат техн. наук, доцент _____ Лариса КРАСНЮК

До захисту допускаю:

Зав. кафедри дизайну _____ Ельвіра БАЗИЛЮК

_____ 2023 р.

Хмельницький, 2023

_____ Хмельницький національний університет _____
(повне найменування навчального закладу)
 Факультет _____ технологій і дизайну _____
 Кафедра _____ дизайну _____
 Освітній рівень _____ перший (бакалаврський) _____
 Галузь знань _____ 02 Культура і мистецтво _____
(шифр і назва)
 Спеціальність _____ 022 Дизайн _____
(шифр і назва)
 Освітня програма _____ Дизайн _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри дизайну _____

Базилюк Е.В. _____

_____ 2023 року

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

_____ Гладка (Романюк) Марина Віталіївна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ «Розроблення дизайну сайту Студентського Будинку моделей» _____

Керівник роботи _____ Базилюк Е.В., к.т.н, доцент _____

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «1» березня 2023 р., № 5

2. Строк подання студентом закінченої роботи _____ 14 червня 2023 року _____

3. Вихідні дані до роботи _____ вид графічного об'єкту - сайт; тип – інформаційний, зміст сайту – головна сторінка з актуальною інформацією про СБМ, діючого керівника, нагороди, Барви Поділля та фото колекцій учасників конкурсів. Додаткові сторінки про команду, переможців конкурсів, історію СБМ та школу моделей _____

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ. Обґрунтування вихідних даних для проектування дизайну сайту.

Ретроспектива теми. Творча розробка дизайну об'єкту проектування. Висновки.

Перелік джерел посилань. Додатки. _____

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Банер з художнім проектом (розмір 150x100см) _____

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 8 лютого 2023 року**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Обґрунтування і вибір вихідних даних	02.03-14.03	
2	Дослідження ретроспективи теми	15.03-27.03	
3	Розробка концепції та варіантів оформлення сайту	15.05-25.05	
4	Розробка остаточного варіанту сайту	26.05-04.06	
5	Оформлення роботи	05.06-14.06	

Студент М.В.Гладка(Романюк)
(підпис) Ініціали, прізвищеКерівник проекту Е.В.Базилюк

АНОТАЦІЯ

до дипломної роботи освітнього рівня «бакалавр»
на тему: «Розроблення дизайну сайту для Студентського Будинку моделей»

студентки групи ГДР-19-1 Гладкої (Романюк) М. В.

керівник – к.т.н., доц. Базилюк Е. В.

Обсяг пояснювальної записки — 71 с., 57 рис., 4 додатки, 20 джерел посилання

Обсяг графічної частини – презентаційний банер розміром 1500x2000 мм

ВЕБДИЗАЙН, ВЕБСАЙТ, СТУДЕНТСЬКИЙ БУДИНОК МОДЕЛЕЙ, ЛОГОТИП,
ТРЕНДИ

У дипломній роботі розроблено логотип і дизайн сайту Студентського Будинку моделей.

В результаті дослідження сучасних трендів вебдизайну було обрано мінімалістичний стиль для розробки дизайну сайту.

Розроблені сторінки сайту мають однакове колористичне рішення та дизайн-систему з використанням офіційно затвердженого фірмового стилю Хмельницького національного університету.

дата

підпис

ЗМІСТ

Вступ.....	6
1. Обґрунтування вихідних даних до проектування дизайну сайту.....	8
1.1 Характеристика сайту, як інформаційного віртуального середовища	8
1.2 Аналітичне дослідження вимог до вебсайту Студентського будинку моделей.....	18
1.3 Вибір і аналіз джерела творчості.....	25
2. Ретроспектива теми.....	32
2.1 Історія розвитку веб дизайну.....	32
2.2 Аналіз сучасних тенденцій в дизайні сайтів.....	34
2.3 Аналіз сайтів-аналогів.....	43
3. Творча розробка дизайну об'єкту проектування.....	46
3.1 Вибір і обґрунтування концепції дизайну вебсайту, визначення змісту та структури інтерфейсу сайту СБМ.....	46
3.2 Розробка варіантів творчих ідей.....	51
3.3 Розробка остаточного варіанту оформлення сайту.....	54
Висновки.....	57
Перелік джерел посилань.....	60
Додаток А Бриф	63
Додаток Б Технічне завдання.....	65
Додаток Г Внутрішні додаткові сторінки сайту.....	67
Додаток Д Презентаційний банер.....	71

ВСТУП

Інтернет сьогодні є важливим засобом комунікації, що конкурує з пресою, телефоном і телебаченням. Він швидко розвивається і використовується для спілкування, розваг, реклами, торгівлі та доступу до різноманітної інформації для різних категорій користувачів. Інтернет надає зручний і ефективний спосіб розміщення інформації, цінники, каталоги товарів і замовлення на вебсайтах, звільняючи співробітників від пояснень за телефоном і дозволяючи більш ефективно вирішувати завдання. Тому створення вебсайту стає необхідністю для комерційних організацій.

Вебдизайн - це галузь веброзробки та графічного дизайну, яка зосереджена на проектуванні користувацьких інтерфейсів для вебсайтів та вебдодатків. Вебдизайнери відповідають за створення логічної структури сторінок, ефективну подачу інформації та художнє оформлення проектів. У сучасному світі вебдизайн впливає не лише на мистецтво, але й на різні сфери життя, включаючи торгівлю, спілкування, розваги та освіту. Цей напрямок вимагає знання останніх вебтехнологій та володіння художніми навичками. Вебдизайн є невід'ємною частиною проектування сайтів, мобільних додатків та програмного забезпечення.

Дизайн сайту Студентського будинку моделей Хмельницького національного університету (ХНУ) важливо розробити з урахуванням потреб абітурієнтів, учасників творчих конкурсів та манекенниць, з наданням зручного доступу до інформації також для викладачів університету.

Мета дипломної роботи полягає у створенні сайту для Студентського будинку моделей.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- дослідити види сайтів, особливості етапів проектування сайтів;
- проаналізувати історію розвитку дизайну сайтів;
- проаналізувати сучасні тенденції в дизайні сайтів
- дослідити цільову аудиторію для сайту студентського будинку моделей ХНУ, скласти бриф і технічне завдання (ТЗ);

- обрати і проаналізувати джерело творчості для формування ідей
- розробити концепцію сайту СБМ та структуру відповідно до сформованого ТЗ;
- розробити дизайн сторінок сайту СБМ.

Під час розробки були використані графічні редактори такі як Figma, Adobe Photoshop та інші.

Розроблений дизайн сайту Студентського будинку моделей призначений для абітурієнтів, студентів, викладачів університету, а також манекенниць.

Дипломна робота складається з пояснювальної записки, графічної частини банера розміром 1500x2000 та електронного макету із 5 сторінок сайту. Пояснювальна записка виконана на 70 сторінках друкованого тексту, містить 57 рисунків, 4 додатки та список використаних джерел з 20 найменувань.

1. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ДИЗАЙНУ САЙТУ

1.1 Характеристика сайту, як інформаційного віртуального середовища

Сайти (*вебсайти*) відіграють важливу роль у сучасному світі і мають значний вплив на різні аспекти життя.

Вебсайт – це сукупність взаємопов'язаних веб-сторінок, які доступні через Інтернет. Він представляє собою електронний ресурс, який може містити різноманітну інформацію, таку як текст, зображення, відео, аудіо та інші медіа елементи. Вебсайти використовуються для різних цілей, таких як надання інформації, комунікації, електронної комерції, розваг та багато іншого. Вони можуть мати різну структуру та дизайн, включати різноманітні функціональні можливості та навігаційні елементи. Вебсайти доступні для перегляду за допомогою веббраузерів на різних пристроях, таких як комп'ютери, смартфони, планшети тощо.

Сайти можна класифікувати залежно від їхньої цільової спрямованості та структури. Одним з підходів є класифікація за цільовим призначенням:

- Комерційні сайти (рис. 1.1) створюються для прямого продажу товарів або послуг через Інтернет, підвищення популярності компанії та привертання цільової аудиторії. Прикладом комерційного сайту є інтернет-магазин, де всі елементи спрямовані на підтримку покупок відвідувачами.

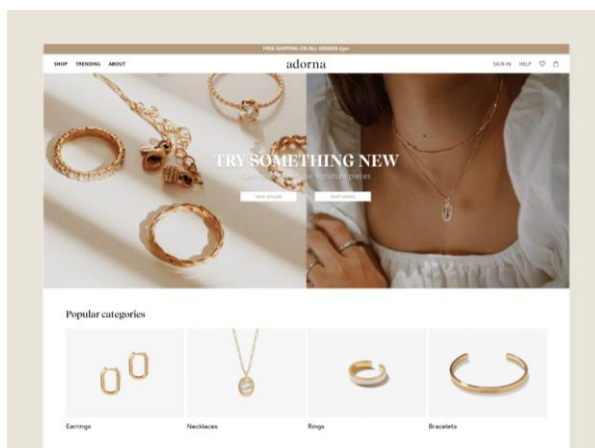


Рисунок 1.1 – Комерційний сайт

- Некомерційні сайти (рис. 1.2) включають онлайн-платформи різних державних органів, соціальних служб, навчальних закладів, міністерств та подібних установ. Головна мета таких сайтів - надання інформації з певних питань та підтримка комунікації зі спільнотою.

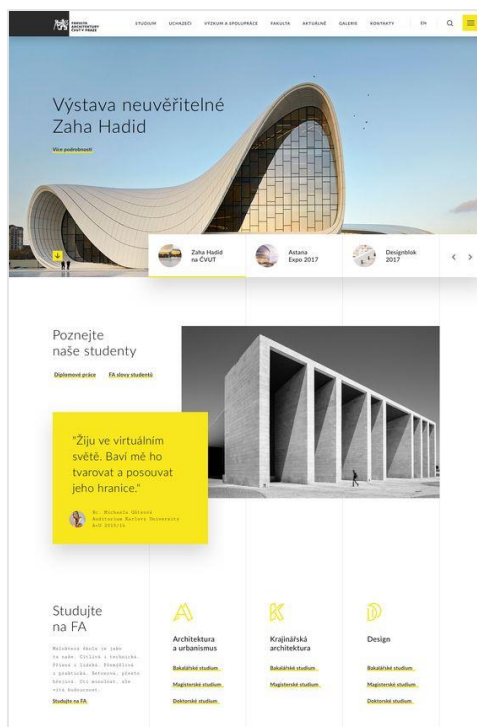


Рисунок 1.2 – Некомерційний сайт

Крім того, існує структурно-функціональна класифікація сайтів, яка враховує їхню структуру та функціональність [1, 19]:

1. *Лендінг* (рис.1.3) – це, зазвичай, односторінковий сайт зі сконцентрованою рекламною складовою. Вони призначені для захоплення уваги відвідувача та стимулювання його до певних конверсійних дій.

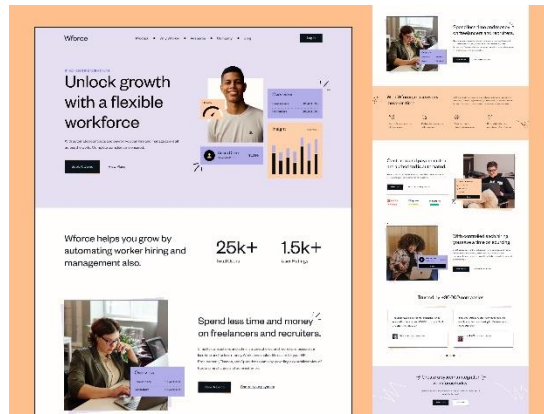


Рисунок 1.3 – Лендінг

2. *Корпоративні сайти* (рис. 1.4) використовуються компаніями або організаціями для презентації своєї діяльності, послуг, продуктів та контактної інформації. Вони зазвичай мають кілька розділів і сторінок.

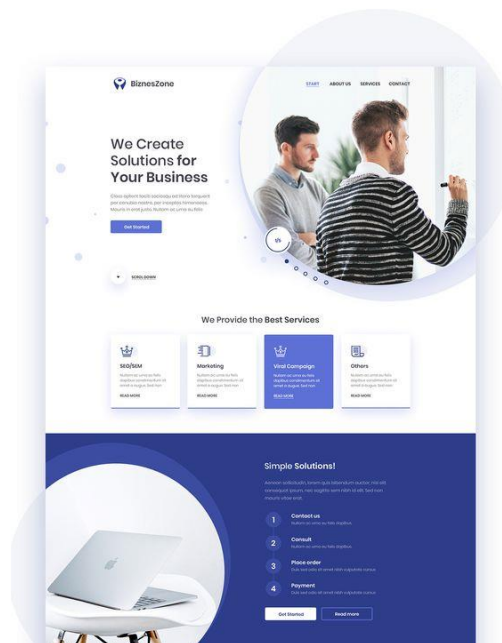


Рисунок 1.4 – Корпоративний сайт

3. *Портфоліо та особисті сайти* (рис. 1.5) використовуються фахівцями, художниками, дизайнерами або іншими професіоналами для представлення своїх робіт, послуг та досягнень. Будучи фрілансером, важливо мати привабливе та професійне оформлення свого веб-сайту, що надасть перевагу над конкурентами.

Однак, виставити портфоліо можна і на своєму блозі, необов'язково створювати окремий проект для цього.

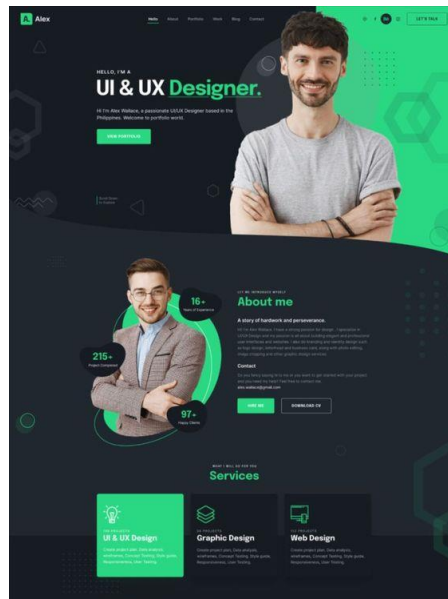


Рисунок 1.5 – Сайт-портфоліо

4. *Соціальні мережі та форуми* (рис. 1.6) створюються з метою спілкування, обміну думками та інформацією між користувачами.

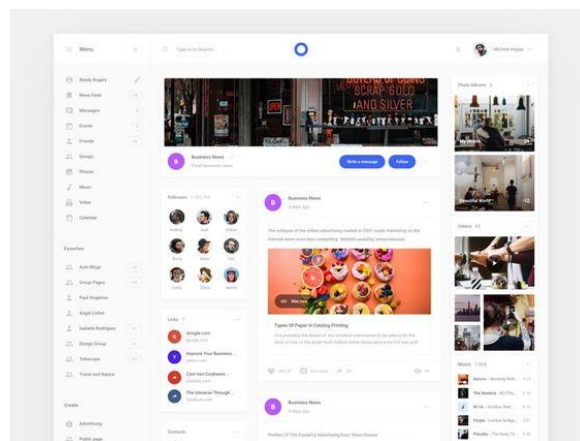


Рисунок 1.6 – Соціальні мережі

5. *Інтернет-магазин* (рис. 1.7) – це спеціальний комерційний формат сайту, який надає можливість зручно вибирати і замовляти товари онлайн. Його структура зазвичай включає кошик для зберігання вибраних товарів, форму

зворотного зв'язку для клієнтів, фільтри для полегшення пошуку, вікна з відгуками, а також кнопку "Купити" та інші необхідні функції.



Рисунок 1.7 – Інтернет-магазин

6. *Блог* (рис. 1.8) – це тип сайту, який може бути присвячений конкретній особі, її діяльності або ж цілій компанії. Блоги можуть бути розважальними, біографічними, науковими, інформаційними та іншими. Вони створюються для того, щоб автор міг ділитися своїми думками, ідеями, дослідженнями, а також взаємодіяти зі своїми читачами. В сучасному світі багато компаній створюють свої блоги, що дозволяє привернути більше потенційних клієнтів і підвищити рівень довіри до свого бренду.

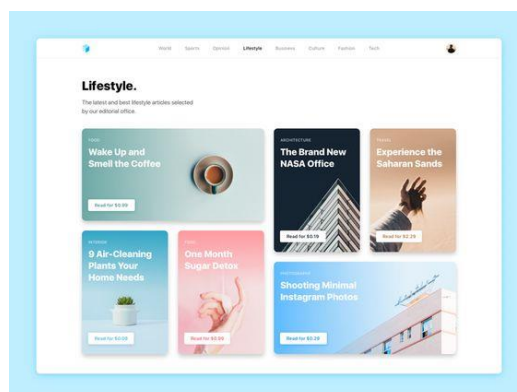


Рисунок 1.8 – Блог

7. Окремо варто відзначити такі види сайтів, як поштові сервіси, пошукові системи, хмарні сховища, відеохостинги і файлообмінники (рис. 1.9). Ці ресурси

мають широкий масштаб і зазвичай вимагають значних фінансових вкладень для їх розробки та підтримки.

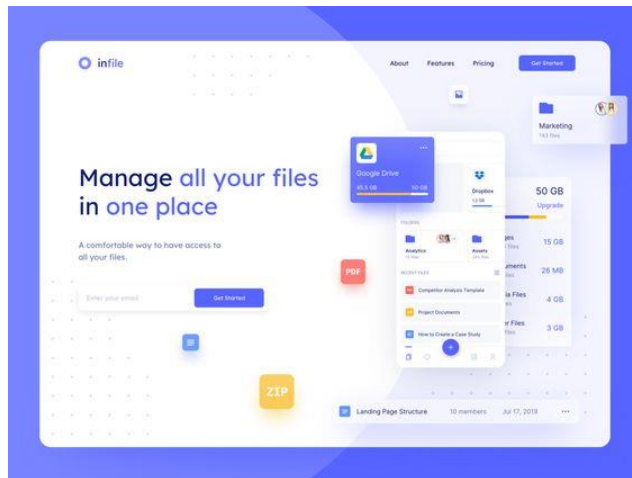


Рисунок 1.9 – Хмарне сховище

8. *Сайт-візитка* (рис. 1.10) – це невеликий онлайн-ресурс з простою структурою, створений з метою інформування аудиторії про діяльність компанії або окремого фахівця. Такі проекти мають на меті презентацію і розповідь про послуги або продукцію, які надаються. Вони дозволяють залучити клієнтів та партнерів, а також забезпечують можливість зворотного зв'язку.

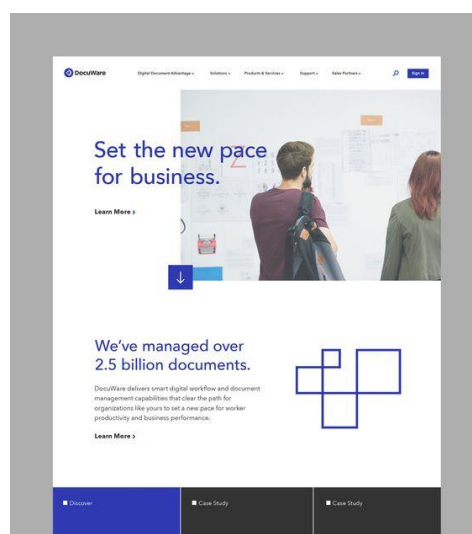


Рисунок 1.10 – Сайт-візитка

Сайт СБМ за структурою та функціональністю можна віднести до сайту-візиток, тому що він створений для того, щоб проінформувати усіх про діяльність, розповісти про команду та презентувати роботу.

Сайт-візитка представляє собою веб-сторінку організації з оригінальним дизайном, багатофункціональною системою управління контентом (CMS) та можливістю автоматичної синхронізації з корпоративною системою. Головна мета сайту-візитки полягає в привертанні клієнтів і партнерів, забезпеченні зручного зворотного зв'язку та ефективній рекламі. Він дозволяє зменшити комунікаційні та презентаційні витрати, а також зміцнює позиції компанії в конкурентній боротьбі.

Сайт-візитка є найбільш оптимальним і економічним рішенням для компаній, які планують просувати свої товари або послуги в Інтернеті, не витрачаючи значні фінансові ресурси.

Сайт-візитка може бути розбитий на різні функціональні частини:

- Набір статичних сторінок;
- Розділ новин, акцій, оглядів;
- Каталог товарів;
- Прайс-лист;
- Система пошуку;
- Кошик;
- Замовлення;
- Додаткові модулі (реєстрація користувачів, призначення менеджерів);
- Система автоматичної синхронізації бази даних з бек-офісом та веб-

візиткою.

Оформлення сайту-візитки потребує уваги до деталей, таких як наявність елементів корпоративного стилю компанії, назви компанії та логотипу. Однак з точки зору стилістики немає обмежень: сайт-візитка може виглядати однаково добре як в класичному стилі, так і в стилі арт-деко або хай-тек.

У питанні адміністрування краще скористатися системою управління контентом, а не використовувати чистий HTML-код. Система управління

контентом дозволяє швидко і просто оновлювати вміст сайту, додавати та редагувати інформацію, а також видаляти застарілий та неактуальний контент. Важливо пам'ятати, що навіть якщо компанія не потребує частого оновлення інформації, все одно це потрібно робити, оскільки неоновлюваний сайт виглядає "мертвим" і викликає сумніви у потенційних клієнтів [4].

Основні переваги сайту-візитки:

1. *Реклама і просування.* Він є ефективним інструментом для просування компанії, послуг або продуктів. Інформацію про компанію можна легко знайти в Інтернеті, а потенційні клієнти зможуть ознайомитись з нею в зручний для них час.

2. *Корпоративний образ.* Сайт-візитка допомагає створити професійний та довірливий образ компанії. Він може включати елементи корпоративного стилю, логотип, кольорову схему, що сприяє визнанню бренду та підсилює його ідентичність.

3. *Інформаційна база.* На сайті-візитці можна розмістити основну інформацію про компанію, послуги або продукти, контактні дані, розклад роботи, портфоліо і т.д. Це дозволяє потенційним клієнтам швидко знайти необхідну інформацію.

4. *Збір контактів.* Сайт-візитка може містити форму збору контактних даних від відвідувачів. Це дозволяє компанії збирати потенційних клієнтів, підписників або отримувати заявки через сайт.

5. *Оновлення інформації.* Завдяки системі управління контентом (CMS), сайт-візитка може бути легко оновлюваним. Замовник може самостійно додавати нову інформацію, актуалізувати дані, додавати нові сторінки або фотографії без необхідності залучення фахівця.

6. *Комерційний потенціал.* Хоча сайт-візитка зазвичай не є електронною торговою платформою, він може мати комерційний потенціал. На ньому можна розміщувати акції, спеціальні пропозиції, посилання на онлайн-магазин або замовлення послуг.

7. *Показник професіоналізму.* Наявність сайту-візитки свідчить про професіоналізм компанії. Він створює враження організованої, сучасної і ділової компанії, що має свої цілі та цінності.

Розробка вебсайту включає в себе декілька етапів, які потрібно виконати для успішної реалізації проекту. Ці етапи включають [18]:

1. *Розробка технічного завдання.* Технічне завдання є ключовим документом, який визначає всі деталі проекту і служить основою для подальшої роботи. В ньому вказуються структура сайту (кількість сторінок, розділів, категорій, блоків), вимоги до дизайну, функціональності, візуального та текстового наповнення. Технічне завдання визначає обсяг і характеристики проекту, що допомагає забезпечити однозначне розуміння вимог та очікувань замовника та розробників.

2. *Прототипування та дизайн.* На цьому етапі здійснюється творчий процес, який перетворює абстрактні ідеї на реальну веб-презентацію. Часто люди помилково припускають, що цей крок обмежується лише зовнішнім оформленням сторінок. Однак насправді його основна мета полягає у грамотному розташуванні елементів з урахуванням принципів юзабіліті та технічних особливостей. Професіонали звертають особливу увагу на створення логічної структури, зручну навігацію та забезпечення ефективної взаємодії з відвідувачами. Після підготовки прототипів та макетів, їх обговорюють та узгоджують з замовником. При необхідності вносяться необхідні зміни, поки проект не буде повністю задоволений всіма сторонами і прийнятий остаточно.

3. *Верстка та програмування.* Після макетування настає етап верстки та програмування. Цей крок включає інтеграцію дизайну з програмним кодом, що перетворює веб-сайт у функціональний інструмент. На цьому етапі веб-розробники використовують HTML, CSS, та інші технології для створення структури сторінок та оформлення елементів. Вони також програмують функціональні компоненти, такі як форми, кнопки, анімації та інші елементи взаємодії з користувачем. Під час верстки та програмування забезпечується оптимальна робота сайту на різних пристроях та веб-браузерах.

4. *Наповнення контентом.* Після завершення верстки, є функціональний інструмент, настає етап наповнення контентом. На цьому етапі порожні розділи та сторінки сайту заповнюються текстовими та графічними матеріалами. Це включає написання та розміщення текстів, створення та додавання зображень, відео, аудіо та інших медіа-елементів, які відповідають цілям та потребам веб-сайту. Контент повинен бути цікавим, інформативним і привабливим для відвідувачів сайту. Наповнення контентом вимагає уваги до деталей, таких як правильне форматування тексту, оптимізація зображень для швидкої загрузки та використання відповідних медіа-ресурсів. Крім того, важливо забезпечити логічну структуру контенту та зручну навігацію для користувачів.

5. *Тестування.* Тестування є останнім етапом в процесі розробки сайту і включає проведення різних видів перевірок, спрямованих на виявлення помилок, некоректного функціонування та загальної працездатності ресурсу. Цей етап є завершальним і має на меті забезпечити якість та надійність веб-сайту перед його запуском. Під час тестування фахівці аналізують різні аспекти сайту, включаючи функціональність, сумісність з різними пристроями та браузерами, завантаження сторінок, перехід між розділами, форми зворотного зв'язку та інші важливі елементи. Виявлені помилки та проблеми вирішуються та коригуються фахівцями, поки веб-сайт не буде повністю функціональним, стабільним та відповідним заданим вимогам. Тестування є критичним етапом, оскільки допомагає гарантувати якість веб-сайту перед його публічним доступом. Це дозволяє забезпечити задоволення користувачів, уникнути негативного враження від некоректної роботи сайту та зберегти репутацію компанії чи організації, що стоїть за сайтом.

6. *Здача проєкту.* Після завершення розробки і передачі готового проєкту замовнику, фахівці здійснюють навчання для ефективної роботи з сайтом. Це навчання допомагає клієнту оволодіти необхідними навичками для самостійного оновлення інформації на веб-сайті, збору аналітики, внесення певних змін та прийняття власних рішень. Під час навчання клієнт отримує інструкції та практичні вправи щодо роботи з веб-інтерфейсом адміністрування сайту. Це може включати розбір основних функцій та можливостей, керування контентом, налаштування

параметрів, роботу з базою даних та інші аспекти, необхідні для ефективного управління сайтом. Навчання дозволяє клієнту мати повний контроль над своїм веб-ресурсом та здійснювати необхідні зміни та оновлення без залучення зовнішніх фахівців. Це забезпечує гнучкість та незалежність у веденні веб-сайту, дозволяючи клієнту впливати на його подальший розвиток та успішну роботу.

Отже, за цільовим призначенням сайти поділяються на комерційні та некомерційні. Також за структурою та функціональністю існує поділ на: лендінги, корпоративні сайти, портфоліо та особисті сайти, соціальні мережі і форуми, інтернет-магазини, блоги, поштові сервіси та сайти-візитки. Розробка вебсайтів складається з етапів: розробка ТЗ, прототипування та дизайн, верстка та програмування, наповнення контентом, тестування та здача проєкту.

Визначено, що сайт СБМ – це сайт-візитка, з об'ємом від 5 до 10 сторінок, на яких наявна інформація про компанію (назва, вид діяльності, контактні дані тощо). Сайт-візитка може мати різні стилістики та дизайн, адаптуватися до корпоративного стилю компанії і виражати її унікальність. Загалом, сайт-візитка є ефективним і доступним інструментом для презентації компанії в Інтернеті. Він допомагає залучити нових клієнтів, підсилити рекламу, створити позитивний образ компанії та забезпечити швидкий доступ до необхідної інформації.

1.2 Аналітичне дослідження вимог до вебсайту Студентського будинку моделей

Для визначення вимог для сайту необхідно дослідити особливості діяльності компанії, цільову аудиторію, потреби користувачів.

Студентський Будинок моделей (СБМ) успішно працює в Хмельницькому національному університеті понад 30 років. Основна мета цієї роботи полягає в тому, щоб допомогти студентам розкрити їх творчий потенціал та створити свої власні авторські моделі та колекції одягу, взуття та аксесуарів [9].

Ініціаторкою і організатором СБМ ще в 1992 р. стала Ірина Мусіївна Баннова (рис.1.11) - кандидат технічних наук, доцент, академік Української технологічної

академії, Голова Хмельницької обласної Спільки дизайнерів України, пізніше – засновниця і перша завідувачка кафедри дизайну ХНУ. Протягом тридцяти років вона була творчою лідеркою і керівницею колективу (2001-2022 рр.) та протягом усього часу молоді викладачі, такі як Віта Дацкова (1992-1997 роки), Оксана Стрижова (з 1997 року до сьогоднішнього часу), Людмила Буханцова (2002-2004 роки), Олена Луцевська (2004-2006 роки) та Наталя Шинкар (2006-2011 роки), щиро та завзято допомагали талановитій студентській молоді розвиватися та творити у Студентському Будинку моделей.



Рисунок 1.11 – Ірина Мусіївна Баннова

Студентський Будинок моделей став місцем злиття талановитої молоді та викладачів різних факультетів та кафедр Хмельницького національного університету: кафедри дизайну, кафедри технології та конструювання швейних виробів, кафедри технологічної та професійної освіти і декоративного мистецтва. Кожен з цих підрозділів має свого представника і модератора студентської науково-творчої діяльності: Лариса Краснюк, Лариса Корницька та Інна Солтик.

З початку 2023 року Студентським Будинком моделей керує нова художня керівниця - кандидат технічних наук, старша викладачка кафедри дизайну Оксана Стрижова (рис.1.12), яка прийшла на зміну попередньому керівництву.



Рисунок 1.12 – Оксана Стрижова

За 30 років студентами-членами СБМ здобуто понад 300 перемог та нагород у всеукраїнських та міжнародних фестивалях та конкурсах, що свідчить про успішну творчу реальність.

Особливою гордістю Хмельницького національного університету та Студентського Будинку моделей є щорічне проведення Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля», який вже був проведений понад двадцять разів.

На сьогоднішній день вебсторінка Студентського Будинку моделей створена на сайті Хмельницького національного університету. Теперішній дизайн сайту СБМ виглядає застарілим. Сторінки не поділені по блокам, неструктурована інформація, через що вона погано сприймається. Текст по ширині розтягнутий на 1080px, що ускладнює читання. Також відступи між текстом та зображеннями не вирівняні. Використовуються неякісні фото. На сайті мало інформації про конкурс (як проходить, умови). Багато важливого тексту прикріплено документом, що не дуже зручно.

На головній сторінці немає чіткої структури. Варто проаналізувати її зміст та виділити логічні блоки.

В дизайні існуючої вебсторінки використовуються білий та темно-синій кольори (рис.1.13). Це айдентика Хмельницького національного університету.

Темно-синій колір підходить для вебсайтів компаній, які вимагають професійного та серйозного підходу. Зокрема, це сайти пов'язані з бізнесом, корпоративними сторінками, професійними послугами, банківськими та фінансовими установами, а також синій колір характерний для сайтів, що займаються наданням інформації, наприклад, новинні портали та академічні ресурси [7]. Оскільки СБМ – це структура, яка об'єднує творчих, креативних студентів, то використання в логотипі в якості основного темно-синього кольору (фірмового кольору університету) виглядає занадто стримано.

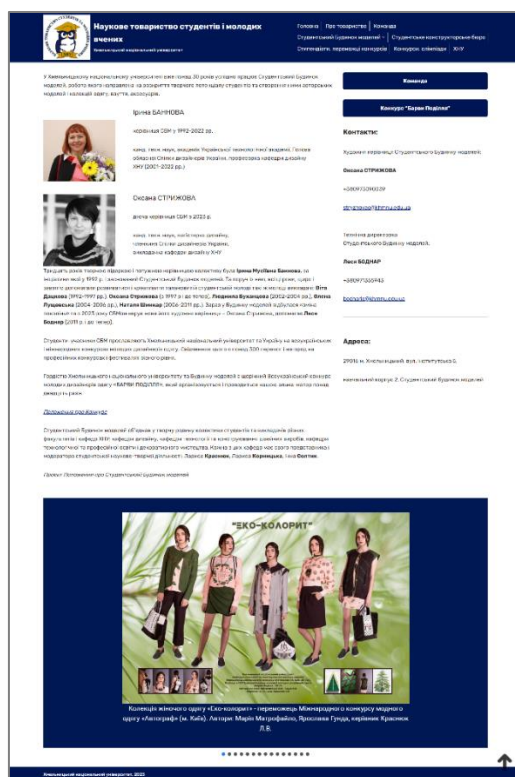


Рисунок 1.13 – Сайт Студентського Будинку моделей

Шапка сайту є важливим елементом, який допомагає створити перше враження про сайт та його контент. Логотип Наукового товариства студентів та молодих вчених, хоч і асоціюється з мудрістю та знаннями, не є відповідним для Студентського Будинку моделей, який має відмінну концепцію та ідентичність. Оскільки Студентський Будинок моделей є окремою структурою в університеті, логотип на сайті повинен відображати його ідентичність.

На сторінці сайту СБМ, під шапкою сайту, у вигляді банеру, при завантаженні сторінки відображається тимчасовий, розроблений студенткою Магерою Т., шрифтовий логотип СБМ (рис.1.14). Даний логотип розміщений на фоні темно-синього кольору (колір фірмового стилю ХНУ). Логотип має лаконічний вигляд, без дрібних деталей та нечитабельного тексту, що значно покращує сприйняття. Але логотип не виглядає вже сучасним, а додана анімація з «сердечками» не узгоджується з стилем закладу вищої освіти та фешн-трендами.



Рисунок 1.14 – Логотип Студентського Будинку моделей

З часу свого створення СБМ мав кілька інших варіантів логотипів. Зокрема, один з попередніх варіантів логотипу був не шрифтовим, а графічним, з градієнтом, який починався з жовтого і переходив до оранжевого. У логотипі зображувалася нитка, яка була протягнута через вушко голки. Стилiзована голка з ниткою утворювали силует жіночої фігури, що асоціювалося з жіночою фешн-фігурою (рис.1.15).



Рисунок 1.15 – Попередні варіант логотипу СБМ

Розроблення нового логотипу є важливим для реклами діяльності СБМ. Разом з цим логотип має стилістично узгоджуватися з дизайном сторінки сайту. Важливо враховувати емоційні реакції та враження, які кольори можуть викликати у відвідувачів сайту. Врахування факторів, таких як мета сайту, його аудиторія та повідомлення, яке він намагається передати, допоможе підібрати оптимальний колірний палітру.

Цільовою аудиторією сайту СБМ є творчі студенти, які мають бажання розробляти нові колекції одягу та брати участь в дизайнерських конкурсах. Для цієї категорії користувачів важливо, щоб сайт мав відповідний функціонал, який дозволить їм знайти потрібну інформацію про конкурси, змагання та події, що проводяться в СБМ. Також на сайті можна розміщувати фото- та відео-записи про діяльність Студентського Будинку моделей. Окрім творчих студентів, на сайті можуть бути зацікавлені. Для них важливо, щоб на сайті була доступна інформація про кастинги, які проводяться в СБМ, а також розміри та вимоги до параметрів фігури манекенниць.

Окрім студентів, сайт СБМ можуть відвідувати експерти НАЗЯВО, а також колеги з інших ЗВО, які зацікавлені у співпраці та обміні досвідом. Тому, важливо, щоб сайт був зрозумілим та доступним для цих перерахованих груп користувачів, мав відповідний дизайн та був завантажений швидко, аби відвідувачі могли швидко та ефективно знайти потрібну інформацію та матеріали. Таким чином, СБМ створює не лише місце для творчості та самовираження студентів, але й важливу платформу для взаємодії та співпраці з іншими установами та організаціями в галузі моди та дизайну.

Щоб визначити вимоги до сайту, необхідно проаналізувати вимоги замовника, потреби користувачів, сформувавши бриф. На основі зібраної інформації і брифу формується технічне завдання (ТЗ) [8].

Технічне завдання - це документ, який фіксує вимоги до рішень, що мають бути реалізовані під час створення сайту або програмного забезпечення. Його розробляють на основі особистої зустрічі з замовником, де заповнюється бриф.

Бриф - це коротка письмова інструкція, яку складають виконавець і замовник. У брифі вкладаються основні технічні параметри проекту. Бриф для розробки сайту СБМ, який сформовано на основі проведеного інтерв'ю з керівником СБМ, представлено в додатку А. Остаточні характеристики відображаються в самому технічному завданні (ТЗ). ТЗ складається на основі параметрів, викладених у брифі [12].

Етап складання ТЗ є найважливішим для успішної розробки [10]. Правильно складене технічне завдання на розробку сайту є гарантією 50% успішності проекту. Тому його розробляють не тільки менеджмент, але й технічний персонал (розробники і веб-дизайнери). ТЗ є як технічним, так і юридичним документом, в якому визначаються не лише технічні складові, але й терміни виконання замовлення.

Затвердження ТЗ відбувається за участю обох сторін, і в ньому детально відображаються характеристики кожної окремої сторінки та елемента сайту. Тому обсяг ТЗ може займати не одну сторінку. Для розробки великих порталів обсяг ТЗ може досягати декількох сотень сторінок.

У складанні ТЗ беруть участь як замовник, так і розробник. Розробник має внести свій внесок у технічне завдання, сформулювавши кінцеву мету та розуміючи бажання замовника, уникнувши при цьому двозначних тлумачень. Іншими словами, виконавець повинен побачити проблему очима замовника.

На основі затвердженого технічного завдання замовник буде приймати готову роботу. У деяких випадках сам виконавець створює ТЗ для проекту.

Технічне завдання включає наступні пункти:

- Загальна інформація (назва сайту, перелік необхідних документів);
- Призначення та ціль майбутнього сайту або програмного забезпечення;
- Вимоги до функціоналу сайту;
- Рівень безпеки майбутнього проекту;
- Дизайн, структура та навігація по сайту;
- Контент сайту;

- Порядок прийому виконаного проекту.

Технічне завдання є невід'ємним інструментом комунікації між замовником і виконавцем, оскільки дозволяє обом сторонам:

- Представити майбутній продукт;
- Перевірити створений продукт детально та по пунктах;
- Уникнути помилок і знизити їх кількість.

На основі брифу було розроблене Технічне завдання для сайту СБМ. Основною вимогою до майбутнього сайту визначено наступну структуру: «Головна» (Перший екран з СТА, Про нас, Керівник, Нагороди, Барви Поділля, Галерея, Форма зворотнього зв'язку, Контакти), «Команда», «Історія», «Переможці конкурсів» (Наша діяльність, Автори та їх колекції), «Школа моделей» (Параметри, Умови набору, Фото). Технічне завдання представлено в додатку Б.

Отже, дизайн сайту СБМ ХНУ потребує оновлення. В розробці нового сайту важливо врахувати інформацію зібрану в брифі та вимоги, сформовані в Технічному завданні, а саме: сайт-візитка для СБМ, основний напрям якого мода та студенти. Потрібно втілити в дизайні наступні ідеї: багато фото, білий простір, мінімум декоративних елементів. Стосовно функціоналу, сайт повинен містити п'ять сторінок, таких як: «Головна», «Команда», «Історія», «Переможці конкурсів», «Школа моделей».

1.3 Вибір і аналіз джерела творчості

Джерело творчості - це ідея, концепція або елемент, який надихає автора для створення унікального та естетичного проекту, який буде привабливим для цільової аудиторії. Це може бути будь-що, від книги або фільму до природних кольорів або архітектурного стилю. Джерело творчості може бути суб'єктивним і різним для кожної людини, і воно зазвичай відображає стиль або особистість автора.

В якості джерела творчості для розробки дизайну сайту СБМ обрано світову подію – Fashion Week. Тиждень моди - це подія в індустрії моди, що триває

приблизно тиждень, під час якої модельєри, бренди або "будинки моди" демонструють свої останні колекції на показах мод для покупців та ЗМІ. Ці заходи визначають майбутні модні тенденції на наступні сезони [13].

Найбільш відомі тижні моди проводяться у світових столицях моди: Мілані (рис.1.16), Парижі (рис. 1.17), Нью-Йорку (рис.1.18) та Лондоні (рис.1.19), які відомі своєю модною спадщиною та провідними дизайнерами. Однак, з 2010-х років, завдяки глобалізації моди, значно зросли популярність тижнів моди в нетрадиційних містах, таких як Берлін, Мадрид, Шанхай, Сан-Паулу та Токіо.



Рисунок 1.16 – Тиждень моди у Мілані



Рисунок 1.17 – Тиждень моди в Парижі



Рисунок 1.18 – Тиждень моди в Нью-Йорку



Рисунок 1.19 – Тиждень моди в Лондоні

Існують два типи модних показів: жіночий та чоловічий одяг. Місця проведення показів залежать від їх типу та призначення. Більшість показів високої моди відбуваються в Парижі, а більшість ділових показів і деяких показів високої моди проходять в Нью-Йорку.

В різних куточках світу проходять Тижні моди для одягу різного асортименту, призначення, концепцій (купальники, весільний одяг, екологічний дизайн тощо).

На тижнях моди дизайнери показують свої нові колекції, які стають основою для майбутніх модних трендів. Покупці, які знаходяться на подіумі або переглядають онлайн-стрічку показів, можуть побачити і придбати нові речі, які

ще не доступні для загального продажу. Після того, як дизайнерські колекції були продемонстровані на тижнях моди, вони з'являються у магазинах через кілька місяців.

Тижні моди також є місцем, де відбувається обмін ідеями та співпраця між дизайнерами і іншими фахівцями у галузі моди. Багато відомих модельєрів, які відвідують тижні моди, також працюють зі знаменитостями і рекламними кампаніями, щоб рекламувати свої бренди та продукти.

Крім того, на тижнях моди розвиваються нові інновації та технології, такі як онлайн-трансляції показів, розширена реальність та віртуальна реальність, що дозволяє більш широкому колу людей приймати участь у події.

Тижні моди є важливою платформою для дизайнерів та брендів, де вони можуть представити свої нові колекції та дизайнерські ідеї. Ці події в індустрії моду привертають увагу всього світу, в наслідок чого тренди, що з'являються на показах, стають впливовими в модному світі.

Хоча не всі тренди, які з'являються на тижнях моди, можуть стати популярними в масштабах глобального ринку моди, проте багато з них стають частиною нашого повсякденного життя. Наприклад, у попередні роки на тижнях моди було помітно зростання інтересу до стилів одягу, які сполучають в собі спортивний та класичний стилі. Згодом ці тренди стали популярними і в повсякденному житті.

Тижні моди не лише задають тренди для наступного сезону, але вони також відображають культурні тенденції та зміни у суспільстві. Наприклад, на деяких тижнях моди останнім часом з'явилася тенденція до використання на показах моделей з різних національностей та тілобудов. Це свідчить про зміну у ставленні до краси та різноманітності в культурі та суспільстві.

Виходячи з проведеного аналізу джерела творчості було сформовано мудборд (рис.1.20), що дозволило визначити основні візуальні асоціації для світу моди, показів одягу, сучасності: прямі лінії, шрифти з лаконічними і одночасно контрастними елементами символів, ахроматична гама, модульність (блочність),

емоційність, різноманітність текстур тощо. Такі візуальні елементи варто використати і для створення сайту Студентського будинку моделей.

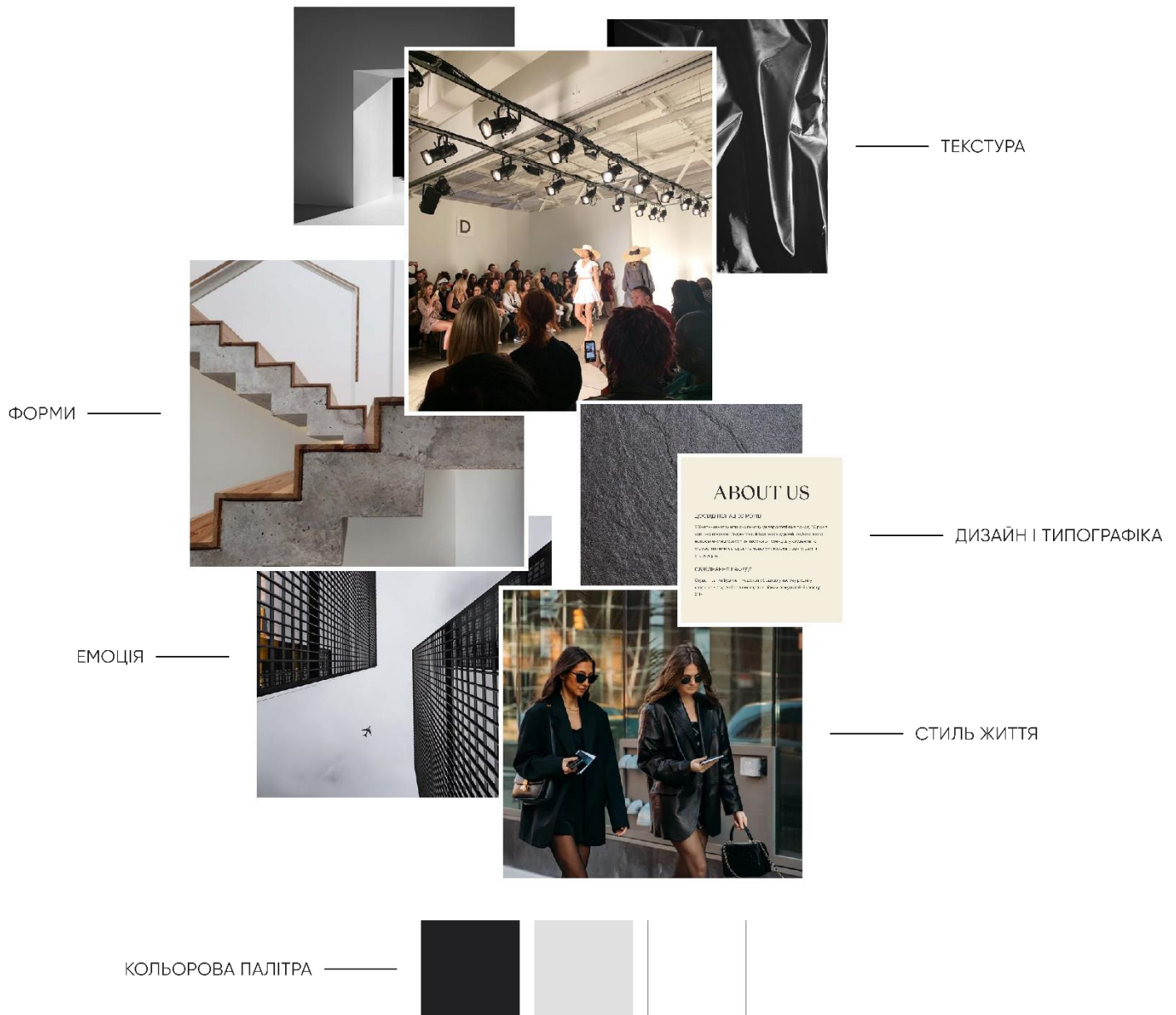


Рисунок 1.20 – Мудборд

Отже, в якості джерела творчості для розробки вебсайту СБМ обрано подію Fashion Week, яка є важливою складовою модного світу та стимулює розвиток індустрії, визначає модні тренди для наступного сезону. Вони створюють майданчик для обміну ідеями, співпраці та реклами брендів. Тижні моди сприяють розвитку нових інновацій та технологій, що дозволяють більш широкому колу

людей брати участь у модних подіях. Ці події впливають на модну індустрію та допомагають формувати модні тренди, які впливають на споживачів та ринок моди.

Для генерування ідей на основі аналізу джерела творчості розроблено мудборд, який сприяв вибору стилістики майбутнього сайту: мінімум декору, використання чорного, білого, сірого кольорів, а також яскравого (до прикладу, червоного) для створення акцентів, також доцільне використання прямих ліній, простих і чітких форм.

Таким чином, виявлено, що сьогодні за призначенням і функціями розрізняють такі види сайтів: лендінги, корпоративні сайти, портфоліо та особисті сайти, соціальні мережі та форуми, інтернет-магазини, блоги, поштові сервіси, сайти-візитки. Сайт Студентського будинку моделей ХНУ – це сайт-візитка, оскільки він створений для того, щоб проінформувати усіх про діяльність, розповісти про команду та презентувати роботу. Цей сайт необхідний для висвітлення діяльності СБМ Хмельницького національного університету, який існує вже понад 30 років, є організатором Всеукраїнського конкурсу «Барви Поділля», сприяє розвитку творчого потенціалу студентів в дизайні одягу.

Аналіз існуючого сайту СБМ показав, що він створений нещодавно і стилістично не пропрацьований. На ньому використані фірмові кольори ХНУ та логотип Товариства молодих вчених, які не відображають напрямок діяльності і цільову аудиторію Студентського Будинку моделей.

Дослідження потенційних користувачів сайту показало, що сайт СБМ має бути важливою платформою для співпраці з іншими установами та організаціями в галузі моди та дизайну, для комунікації з творчими студентами і залучення їх до створення креативних виробів, участі в конкурсах і фестивалях, а також для експертів НАЗЯВО та колег з інших закладів вищої освіти. Тому дуже важливою є презентація роботи Студентського Будинку моделей в галузі моди та дизайну, яка буде зрозумілою для різної за потребами цільовій аудиторії.

В сформованому брифі визначено, що сайт-візитка СБМ має основний напрям моду та студентів. Потрібно втілити в дизайні наступні ідеї: багато фото, білий простір, мінімум декоративних елементів. Стосовно функціоналу, сайт

повинен містити п'ять сторінок, таких як: «Головна», «Команда», «Історія», «Переможці конкурсів», «Школа моделей».

В Технічному завданні, на основі брифу, визначено таку структуру: «Головна» (Перший екран з СТА, Про нас, Керівник, Нагороди, Барви Поділля, Галерея, Форма зворотнього зв'язку, Контакти), «Команда», «Історія», «Переможці конкурсів» (Наша діяльність, Автори та їх колекції), «Школа моделей» (Параметри, Умови набору, Фото).

В результаті аналізу джерела творчості – Fashion Week – визначено, що для світу моди в якості засобів візуальної комунікації актуальне використання ахроматичних кольорів, прямих лаконічних ліній, блоків-модулів, шрифтів з лаконічними і одночасно контрастними елементами символів, емоційність, різноманітність текстур тощо. Такі візуальні елементи варто використати і для створення сайту Студентського будинку моделей.

2. РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

2.1 Історія розвитку веб дизайну

Історія розвитку вебдизайну сягає коріннями до початку Інтернету. Перші вебсайти, які з'явилися в 1990-х роках, мали просту структуру і мало естетичне оформлення. Головною метою тоді було передати інформацію без особливої уваги до дизайну.

З появою нових технологій та зростанням популярності Інтернету, вебдизайн став все більш важливим. У 2000-х роках з'явилися нові можливості для вебдизайнерів, такі як використання CSS (Cascading Style Sheets), що дозволяло окремо визначати стиль та вигляд вебсайтів, і розширення можливостей веб-графіки [17].

З плином часу, вебдизайн став зосереджуватись на покращенні користувацького досвіду (UX) та взаємодії з користувачем. З'явилися принципи дизайну, такі як простота, консистентність, зручність використання та доступність. Віддано більше уваги структурі сайтів, навігації, розміщенню контенту та використанню графіки.

З ростом важливості вебдизайну, з'явилися спеціалізовані інструменти та програми для дизайнерів, що полегшують процес створення та редагування вебсайтів. Вебдизайнери стали враховувати не тільки естетичний бік, але й функціональність, ефективність та взаємодію з користувачами.

Загалом, історія розвитку веб дизайну свідчить про постійне зростання та прогрес у цій сфері, з урахуванням технологічних інновацій та змін потреб користувачів. Вебдизайн став необхідною складовою успішного інтернет-присутності, допомагаючи підвищити ефективність комунікації та залучити цільову аудиторію.

Розвиток вебсайтів відбувався протягом останніх десятиліть і супроводжувався значними змінами і нововведеннями. Виділяють декілька етапів розвитку вебсайтів:

- *Статичні сайти.* На початку веброзвитку були статичні сайти, які склалися з невеликої кількості HTML-сторінок. Вони були прості в структурі та мали обмежені функціональні можливості.
- *Динамічні сайти.* З'явилися динамічні сайти, які використовували скриптові мови програмування, такі як PHP та JavaScript. Це дозволило створювати більш інтерактивні та функціональні сайти, які можуть взаємодіяти з користувачем та базами даних.
- *Контент-менеджмент системи (CMS).* З'явилися CMS, такі як WordPress, Joomla та Drupal, які спростили процес створення та керування вебсайтами. Вони надали можливість не-технічним користувачам безпосередньо редагувати та оновлювати вміст сайту.
- *Адаптивний дизайн.* З поширенням мобільних пристроїв стало важливим розробляти сайти, які добре відображаються на різних пристроях і розмірах екранів. Адаптивний дизайн забезпечує оптимальну візуалізацію та взаємодію з сайтом на комп'ютерах, смартфонах і планшетах.
- *Інтерактивність та відмова від кліків.* Сучасні вебсайти стали більш інтерактивними та зосередженими на зручності користувача. Вони використовують AJAX, JavaScript – фреймворки та різні технології, щоб забезпечити швидку та плавну взаємодію без необхідності в кліках.
- *Розширені функції та інтеграція.* Вебсайти стали використовувати розширені функції, такі як електронна комерція, соціальні мережі, онлайн-платформи та інші. Вони можуть інтегруватися зі сторонніми сервісами та API для забезпечення більш широкого спектру функцій та послуг.
- *Швидкість та оптимізація.* Завдяки зростанню швидкості Інтернету та зробленим вдосконаленням у процесі розробки, вебсайти стали швидшими та більш оптимізованими. Це включає кешування, стиснення ресурсів, оптимізацію зображень та інші методи, щоб забезпечити швидку загрузку сторінок. Ці етапи розвитку вебсайтів продовжуються, із появою нових технологій, фреймворків та

підходів, що сприяють подальшому розширенню можливостей та функціоналу вебсайтів.

Історія розвитку вебдизайну є постійною еволюцією, і майбутнє цієї галузі обіцяє більше нововведень і технологічних досягнень. Завдяки технічному прогресу та зростаючій креативності дизайнерів, вебдизайн продовжує трансформуватися та забезпечувати незабутні враження та зручність користувачів у світі Інтернету.

Таким чином, розвиток вебдизайну свідчить про значний прогрес і зміни, які відбулися в інформаційних технологіях протягом останніх десятиліть. Від простих інформаційних сайтів з мінімальним оформленням до сучасних інтерактивних та візуально привабливих веб-додатків, вебдизайн зазнав суттєвих трансформацій, пристосовуючись до зростаючих технологій та потреб користувачів. З появою нових інструментів, принципів дизайну та збільшенням уваги до користувацького досвіду, вебдизайн став необхідною складовою успішного вебпроекту. Зараз він враховує не лише естетику, але й функціональність, доступність та взаємодію з користувачами.

Отже, прогрес у веб дизайні сприяє покращенню комунікації, створенню сильного бренду та залученню цільової аудиторії. Вебдизайнери продовжують адаптуватись до нових тенденцій та використовувати передові технології для створення привабливих, функціональних та взаємодіючих веб сайтів.

Загалом, історія розвитку веб дизайну свідчить про його важливість у сучасному світі, де візуальна привабливість, зручність використання та користувацький досвід стають ключовими факторами успіху в онлайн-середовищі.

2.2 Аналіз сучасних тенденцій в дизайні сайтів

Сучасні тенденції в дизайні сайтів постійно змінюються, проте деякі з них є більш популярними і сталішими, ніж інші [5][11].

1. *Динамічний контент.* Це може бути анімація, відео або інші рухомі елементи, які роблять сайт більш вражаючим та цікавим для відвідувачів (рис.2.1).



Рисунок 2.1 – Динамічний контент

2. *Темний режим.* Один з найбільш популярних трендів останніх років, оскільки він не тільки виглядає стильно та сучасно, але й зменшує напруження очей під час довготривалого перегляду контенту (рис.2.2).

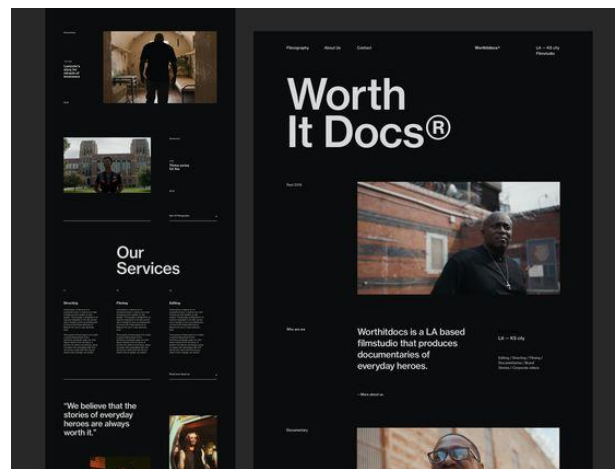


Рисунок 2.2 – Темний режим

3. *Градiєнти.* Градiєнти - це переходи кольорів від світлого до темного або від одного кольору до іншого. Вони додають глибину та текстуру сайту та дозволяють розташовувати важливі елементи в окремих зонах на сайті (рис.2.3).



Рисунок 2.3 – Градієнти

4. *Динамічні шрифти.* Шрифти, що змінюються, залежно від контексту або дії користувача, можуть додати більше взаємодії та цікавості до сайту (рис.2.4).



Рисунок 2.4 – Динамічні шрифти

5. *3D елементи.* Використання 3D елементів (наприклад, кнопок, іконок) дозволяє виглядати сайту більш інтерактивним та привабливим (рис.2.5).

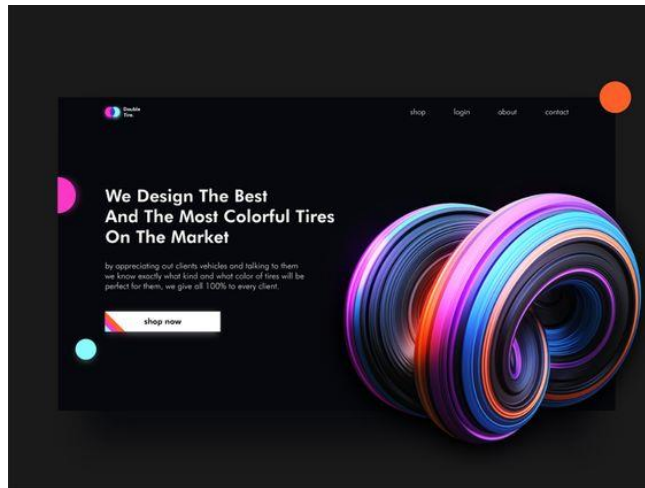


Рисунок 2.5 – 3D елементи

6. *Дизайн з великою кількістю білого простору.* Використання білого простору між блоками вмісту та елементами дозволяє створювати дизайн, що виглядає більш простим та чистим (рис.2.6).

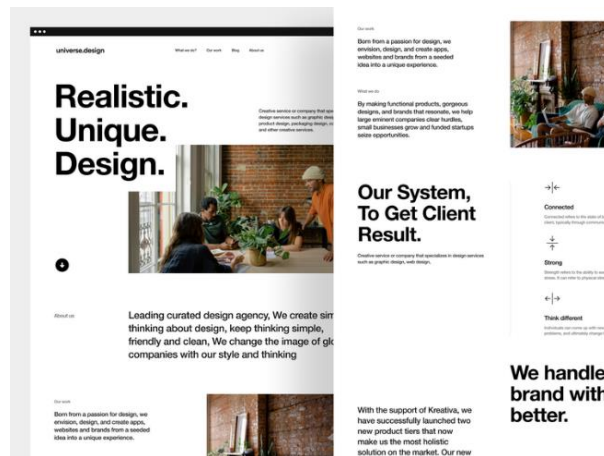


Рисунок 2.6 – Світлий дизайн

7. *Анімації.* Додавання анімацій до елементів дизайну сайту може зробити його більш привабливим та ефективним для привернення

Таким чином, сьогодні в дизайні сайтів є актуальними анімації, 3D елементи, динамічні шрифти, градієнти, темні теми, динамічний контент, які спрямовані на забезпечення зручності використання, швидкість та зручність навігації, зручність доступу до інформації та багато іншого.

Крім актуальності окремих елементів дизайну, розглядають веб-сторінки з позиції стильової єдності. Найпоширеніші стилі у веб-дизайні є [3][6]:

1. *Мінімалізм* - це стиль, що використовує мінімальну кількість елементів та кольорів. Він спрощує дизайн та робить його більш доступним для користувача (рис.2.7).

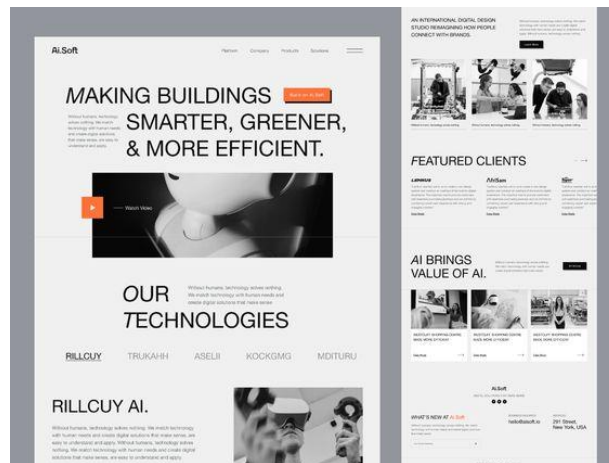


Рисунок 2.7 – Мінімалістичний дизайн

2. *Типографічний* - це стиль, де текст та типографіка є головними елементами дизайну. Він зосереджений на елегантному та читабельному відображенні тексту (рис.2.8).

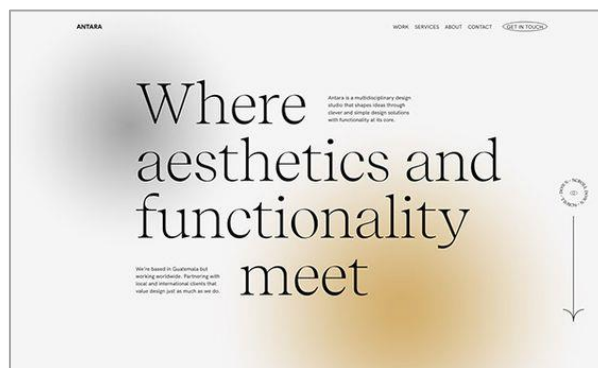


Рисунок 2.8 – Типографічний дизайн

3. *Flat/Матовий/Плоский дизайн* - це стиль, де всі елементи мають плоский вигляд без тіней та градієнтів. Він дозволяє зосередитись на змісті сайту, зробити його більш зрозумілим та доступним (рис.2.9).

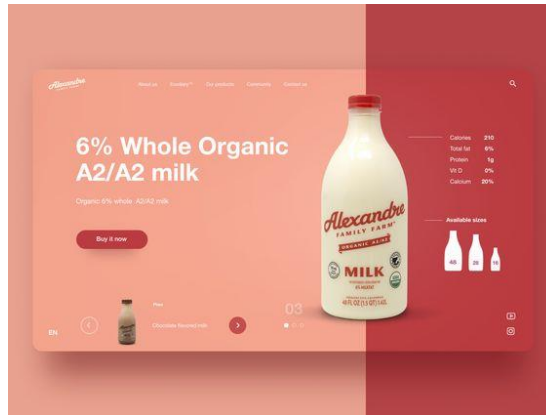


Рисунок 2.9 – Матовий дизайн

4. *Неоморфізм* (від нео-скевоморфізм) виник у результаті поєднання скевоморфізму та плоского дизайну. Neumorphism використовує світло та тіні, щоб створити дійсно чисті інтерфейси (рис.2.10).



Рисунок 2.10 – Неоморфізм

5. *Ілюстративний* - це стиль, де використовують ілюстрації та графіку, щоб створити унікальний вигляд сайту. Він може бути використаний для створення дружнього та дитячого вигляду сайту (рис.2.11).

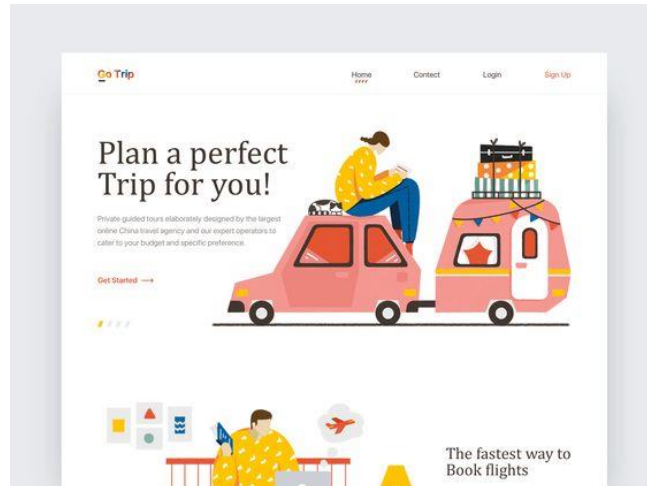


Рисунок 2.11 – Ілюстративний дизайн

6. *Ретро* - це стиль, що надихається старовинними дизайнами, використовуючи вінтажні кольори, шрифти та елементи дизайну. Цей стиль може створювати відчуття ностальгії та створювати враження, що сайт був створений давно (рис.2.12).

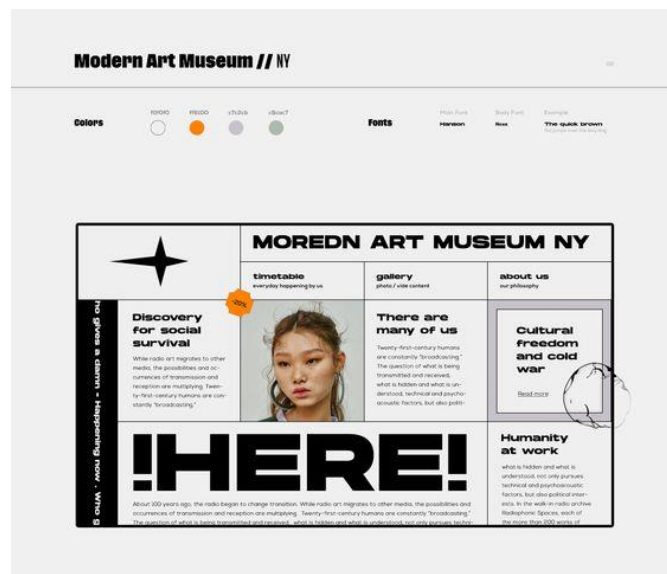


Рисунок 2.12 – Ретро дизайн

7. *Геометричний* - це стиль, де використовують геометричні форми та лінії, щоб створити візуальний ефект. Він може бути використаний для створення сучасного та абстрактного вигляду сайту (рис.2.13).



Рисунок 2.13 – Геометричний дизайн

8. *Динамічний* - це стиль, де дизайнери використовують анімацію та ефекти, щоб зробити сайт більш динамічним та цікавим для користувача. Він може бути використаний для створення ігрового вигляду сайту або для відображення ефектних переходів між різними сторінками (рис.2.14).

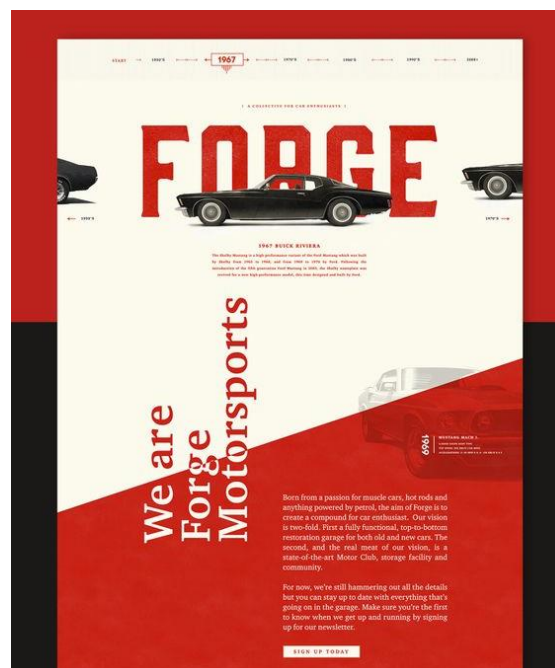


Рисунок 2.14 – Динамічний дизайн

9. *Футуристичний* - це стиль, де використовують світлові ефекти, металічні текстури та футуристичні форми, щоб створити враження майбутнього (рис.2.15).

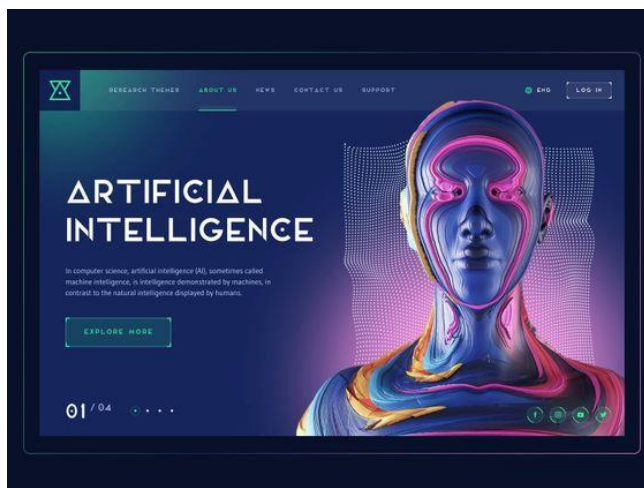


Рисунок 2.15 – Футуристичний дизайн

10. *Сюрреалістичний* - це стиль, який використовує неочікувані та нелогічні комбінації елементів, щоб створити незвичайний та фантастичний вигляд сайту (рис.2.16).

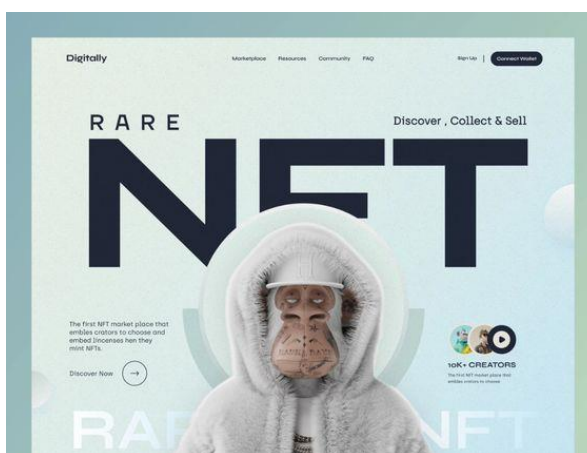


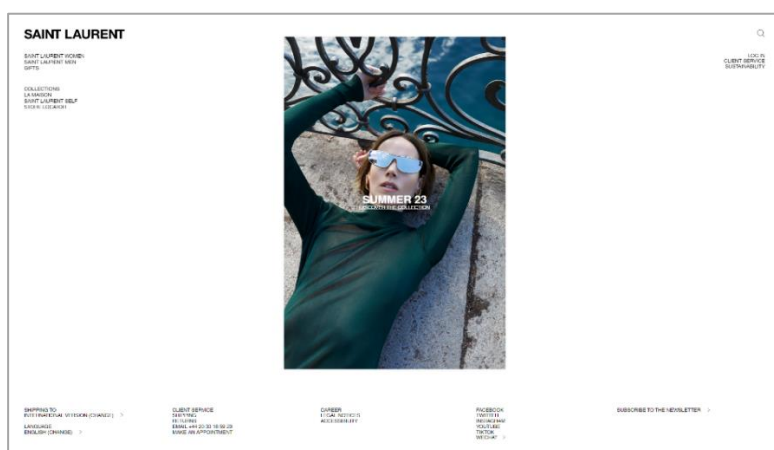
Рисунок 2.16 – Сюрреалістичний дизайн

Вибір стилю залежить від тематики сайту, цільової аудиторії та особливостей виробника бренду. Їх можна комбінувати між собою, або використовувати окремо, щоб створити унікальний та ефективний дизайн для вашого сайту. Оскільки тенденції в дизайні сайтів постійно змінюється, важливо слідкувати за ними та адаптуватись, щоб забезпечити успіх своєї компанії в онлайн просторі.

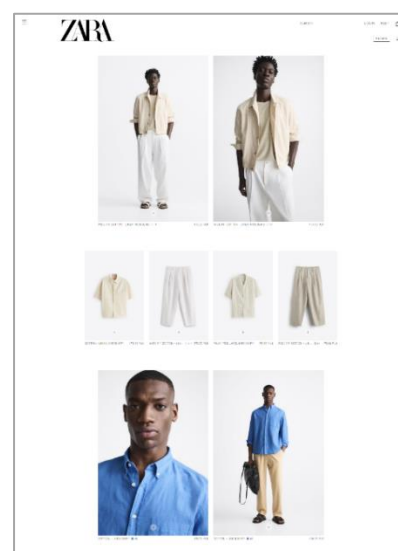
Отже, в результаті проведеного аналізу сучасних трендів і стилів з'ясовано, що стилі у вебдизайні визначають зовнішній вигляд інтерфейсу вебсайту або вебдодатку. Інтерфейс сайту містить такі елементи дизайну: колір, шрифти, форми, фонові зображення, графічні елементи, відступи, розміри елементів, анімація тощо. Ці елементи дизайн-системи допомагають створити єдиний та привабливий дизайн, забезпечуючи зручність та легкість використання сайту для користувачів. Застосування стилів у вебдизайні дозволяє зберегти єдиний стиль на всій сторінці, а також покращити її швидкодію та зручність для використання. Вони дозволяють надати вебсторінці особистий стиль, відображення бренду та покращення її вигляду. Найпоширеніші стилі: мінімалізм, типографічний, плоский, ретро, сюрреалістичний, футуристичний, динамічний, геометричний, ілюстративний, неоморфізм.

2.3 Аналіз сайтів-аналогів

Для визначення стилю і концепту майбутнього сайту СБМ було проаналізовано ряд сайтів відомих будинків мод (рис.2.17-2.18).

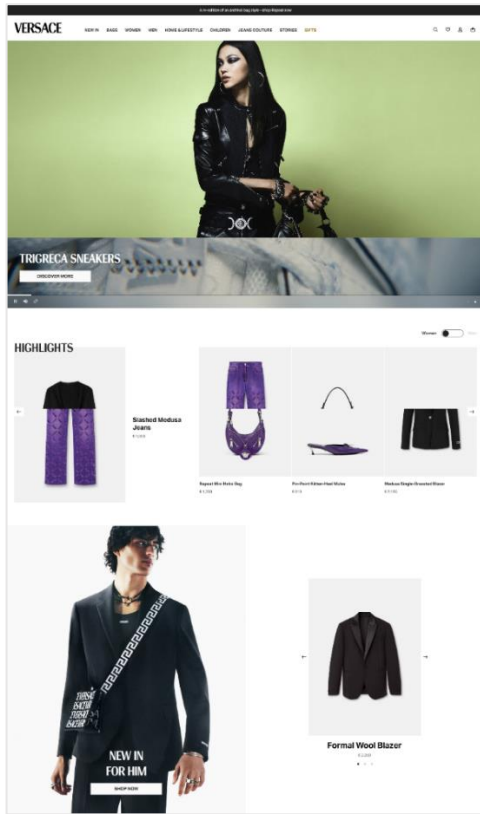


а

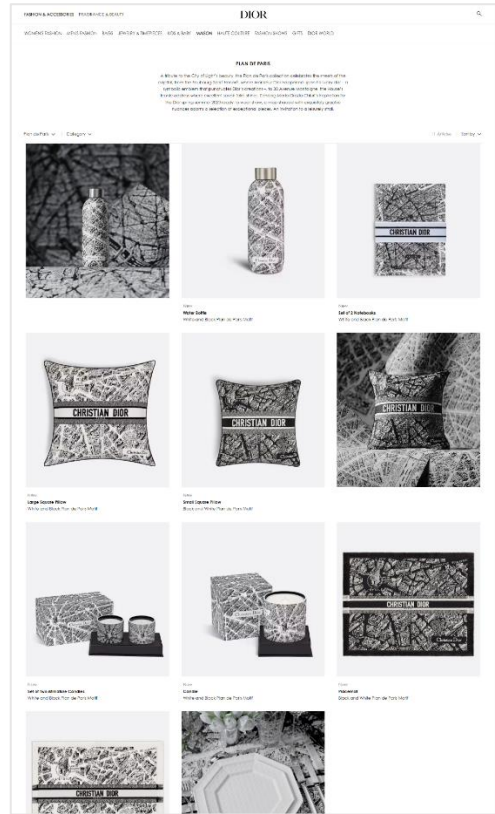


б

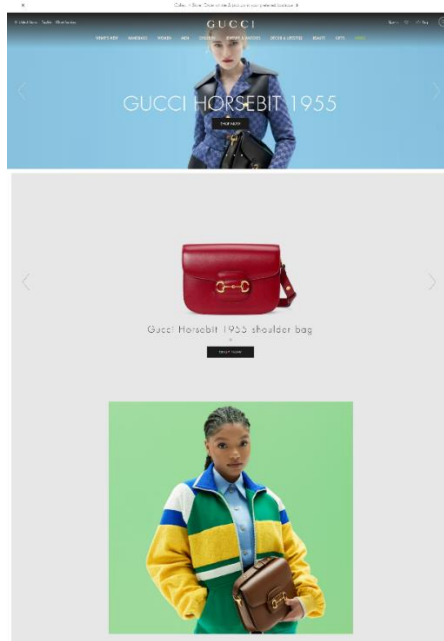
Рисунок 2.17 – Головні сторінки сайтів будинків мод: а – Yves Saint Laurent, б - Zara



а



б



в

Рисунок 2.18 – Головні сторінки сайтів Будинків моди: а - Versace, б - Christian Dior, в - Gucci

На фешн-сайтах будинків мод зазвичай зустрічається елегантний та стильний дизайн. Кольорова гамма може бути різноманітною - від нейтральних до яскравих кольорів. Зазвичай використовуються чисті лінії, які забезпечують чіткий та простий дизайн. Форми на сайтах можуть бути різними - від прямих та кутових до більш органічних та круглих. Будинки мод часто використовують свої брендові шрифти та логотипи, щоб підкреслити свою унікальність та брендовість [14–16].

Також має бути велика кількість якісних фотографій, адже фотографії є ключовим елементом фешн-сайтів, вони допомагають донести до відвідувачів атмосферу та стиль колекції. Фешн-сайтам притаманна чітка та проста навігація, яка дозволяє швидко знайти потрібну інформацію або колекцію. Наявність блогу та інших розділів зі статтями, де публікують статті про свої колекції, модні тренди та інші теми, що стосуються моди. Фешн-сайти можуть мати інтерактивні елементи, такі як відео-презентації, віртуальні приміряння, можливість обміну думками з іншими відвідувачами та інші функції. Будинки мод використовують свої брендові шрифти та логотипи на своїх сайтах, щоб зробити свій бренд більш впізнаваним та привабливим для клієнтів.

За результатами проведеного аналізу виявлено, що сайти відомих будинків мод використовують білий, чорний та сірий кольори. Акцентними виступають фотографії. Лінії прямі, гострі кути, шрифти тонкі та елегантні. Відсутні різні ілюстрації та декоративні елементи, натомість використовують фешн-відео та фото. Сайти максимально прості, чіткі та зрозумілі.

Застосування стилів у вебдизайні дозволяє зберегти єдиний стиль на всій сторінці, а також покращити її швидкодію та зручність для використання. Вони дозволяють надати вебсторінці особистий стиль, відображення бренду та покращення її вигляду. Найпоширеніші стилі: мінімалізм, типографічний, плоский, ретро, сюрреалістичний, футуристичний, динамічний, геометричний, ілюстративний, неоморфізм.

Отже, для розробки дизайну сайту СБМ варто врахувати такі деталі, як: чорний, білий та сірий кольори елементів, елегантні шрифти, якісні та акцентні фотографії, чисті та тонкі лінії, прямі, кутові або органічні форми.

3. ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТУ ПРОЄКТУВАННЯ

3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну вебсайту, визначення змісту та структури інтерфейсу сайту СБМ

Відповідно до ТЗ, складеного брифу вебсайт СБМ має бути лаконічним, чистим, мінімалістичним, відображати сучасні тенденції, мати багато якісних фото та білого простору. Також повинен прослідковуватись напрям – мода та студенти.

На основі цього було створено дві концепції: одна – відповідність корпоративному стилю ХНУ, а інша – відповідно до мудборда, стилів фешн-індустрії [20].

Для Студентського Будинку моделей важливо мати грамотно розроблений сайт, який задовольнить потреби різних категорій користувачів, виявлену раніше цільову аудиторію [2].

Відповідно цільової аудиторії основна інформація, яка повинна бути на сайті СБМ, включає:

1. *Історія та мета СБМ.* У цьому розділі варто розмістити детальний опис Студентського Будинку Моделей: коли було засновано, які цілі стоять перед ним, які проекти він реалізував та реалізовує в даний час, які ідеї та принципи його діяльності та інше.

2. *Проекти та досягнення.* Сайт СБМ повинен містити інформацію про проекти, які вже були здійснені центром, та їхні досягнення. Для кожного проекту повинна бути наведена інформація про його мету, процес роботи, досягнення та результати. Крім того, слід додавати фото- та відеоматеріали про проекти. Ця інформація дозволить студентам та всім відвідувачам сайту ознайомитися з можливостями СБМ та побачити, як він допомагає студентам розвиватися.

3. *Команда та контакти.* На сайті СБМ повинна бути інформація про контакти центру, такі як електронна адреса, телефон та адреса. Це дозволить всім, хто зацікавлений у співпраці з СБМ, зв'язатися з центром.

4. *Галерея зображень.* На сайті СБМ повинна бути галерея зображень, яка містить фото та відео про проекти, тренінги та інші події, що проводяться в СБМ.

Це дозволить студентам та всім відвідувачам сайту побачити, як працює СБМ та які можливості він надає.

5. *Інформація для потенційних учасників.* На сайті СБМ повинна бути інформація для тих, хто бажає приєднатися до центру. Це можуть бути вимоги до учасників, умови участі в проектах, інформація про можливості розвитку та інші корисні ресурси.

6. *Посилання.* У цьому розділі можна розмістити посилання на сторінки інших важливих ресурсів, зокрема, на сайти партнерів, корисні матеріали про навчання та кар'єру, блоги та форуми, які можуть бути корисні для студентів.

Також можна висвітлити таку інформацію, як:

1. *Календар подій.* На сайті СБМ може бути розміщений календар подій, який містить інформацію про найближчі тренінги, семінари, конкурси та інші події, які проводить СБМ або в яких він бере участь.

2. *Оголошення та новини.* Сайт СБМ може мати розділ, де будуть розміщуватися оголошення та новини про СБМ та його проекти. Це дозволить всім відвідувачам сайту бути в курсі останніх новин та подій, які відбуваються в СБМ. Вони повинні бути свіжими та регулярно оновлюватися.

3. *FAQ.* У цьому розділі слід зібрати всі найчастіші запитання від студентів та інших відвідувачів сайту щодо діяльності СБМ. Наприклад, про якість навчання, умови вступу до центру, розклад роботи тощо. Відповіді на запитання повинні бути доступні та лаконічні.

Проте у зв'язку з пандемією та повномасштабним вторгненням ця інформація є не актуальною, оскільки останнім часом практично не проводяться тренінги, семінари та інші події. Тому «Календар подій» наразі не доцільний, але у майбутньому може стати дуже зручним оновленням. Це ж саме можна сказати про блок «FAQ». В даний період немає тісного зв'язку зі студентами через відсутність різних заходів, тому і блок з поширеними питаннями та відповідями недоречний.

Загалом, сайт Студентського Будинку моделей повинен бути інформативним, зручним для використання та містити всю необхідну інформацію для студентів та всіх, хто цікавиться моделюванням. Такий сайт допоможе привернути нових

учасників до СБМ, збільшити обсяги співпраці з партнерами та розвивати центр як цілісний проект.

Отже, основна інформація, яка повинна бути на сайті Студентського Будинку Моделей (СБМ), включає історію та мету СБМ, опис проектів та їхні досягнення, календар подій, оголошення та новини, фото, найчастіші запитання, а також інформацію про команду та контакти. Ця інформація дозволить студентам та відвідувачам сайту ознайомитися з можливостями СБМ та зв'язатися з центром для співпраці.

Після проведення дослідження та детального аналізу сайту Студентського Будинку моделей, було виявлено, що є певні аспекти, які потребують покращення. Виявлені недоліки можуть зменшити ефективність та привабливість сайту для користувачів. Таким чином, необхідно розробити стратегію покращень, щоб зробити сайт привабливішим та зручнішим для відвідувачів.

Враховуючи зібрану інформацію на головній сторінці сайту СБМ варто розмістити такі блоки інформації (рис.3.1):

1. Головний екран
2. Про нас
3. Керівники
4. Нагороди
5. Барви Поділля
6. Галерея
7. Форма зворотнього зв'язку
8. Контакти

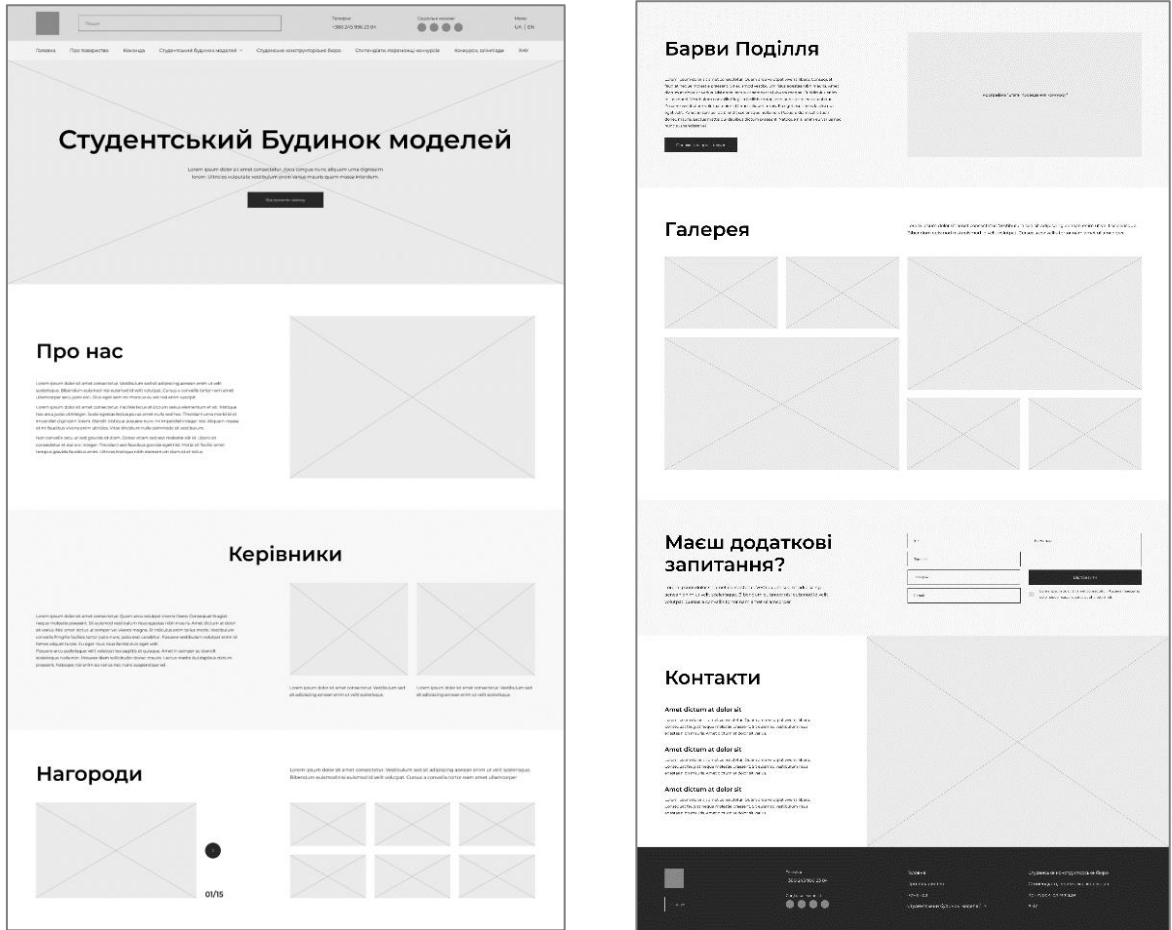


Рисунок 3.1 – Варіант структури сторінки сайту (в 2-х частинах)

Для поліпшення зручності читання на сторінці "Команда" необхідно скоротити розтягнутий текст та уникати вирівнювання по правому краю. Також потрібно вирішити проблему різних фотографій щодо кольору, якості та ракурсу. Інформацію про кожного члена команди слід чітко розділити від іншої інформації для полегшення сприйняття (рис.3.2).

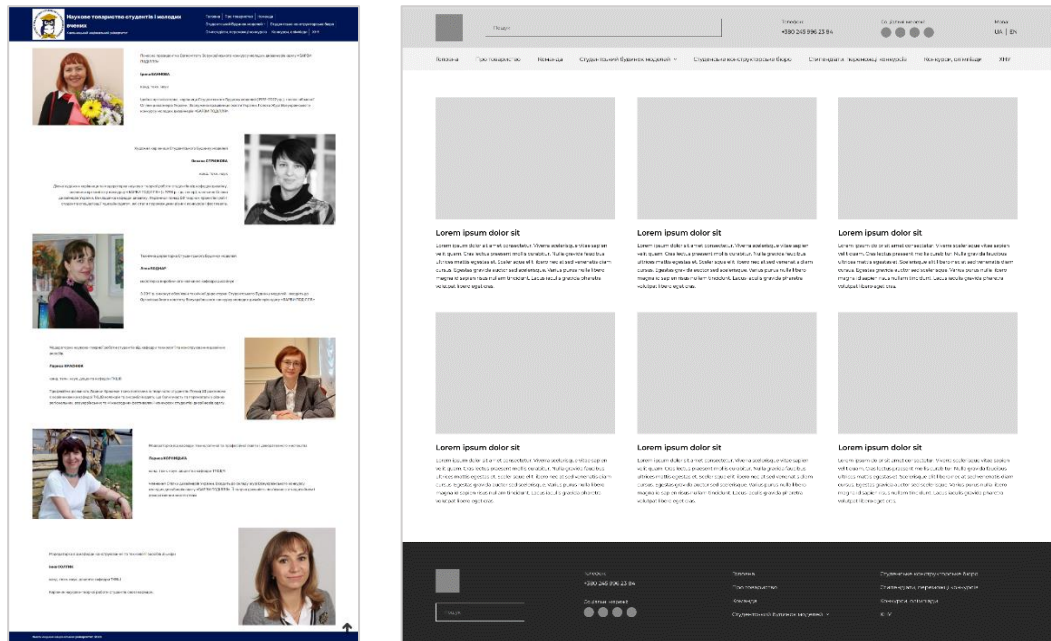


Рисунок 3.2 – Сторінка «Команда»: а – наявна, б – розроблена пропозиція

Також при проведенні аналізу наявного сайту СБМ було визначено, що доцільним є створити ще декілька сторінок, таких як: «Історія», «Переможці конкурсів» та «Школа моделей». Ця додаткова інформація має велике значення для осіб, які готуються до конкурсів і бажають краще розуміти, які роботи отримують найбільшу оцінку, а також для молодих моделей, які мріють стати професійними манекенницями, але не знають, з чого почати.

На сторінці «Історія» доцільно представити історію становлення Студентського будинку моделей: з чого все починалось, які труднощі спіткали та яких успіхів було досягнуто.

На сторінці «Переможці конкурсів» варто розповісти про людей, які отримали нагороди на конкурсах. Переглядаючи цю інформацію користувач зможе краще розуміти які саме колекції краще підходять для змагань та мають шанс на перемогу. Також буде посилання на сторінку в соціальних мережах кожного переможця, що надасть змогу побачити інші роботи конкурсантів та дізнатись як їхнє життя змінилось з того часу, це може змотивувати тих, хто ще думає, вагається або ж просто невпевнений в своїх силах.

Останньою сторінкою, яку вирішено розробити, є сторінка «Школа манекенниць». Звісно, на показах потрібні моделі, які демонструватимуть колекції дизайнерів, тому варто чітко і доступно розписати всі умови набору, дати, потрібні параметри моделі (зріст, обхват талії, грудей та стегон), а також продемонструвати фото з показів.

Отже, для сайту Студентського будинку моделей обрано таку структуру: сторінки «Головна», «Команда», «Історія», «Переможці конкурсів», «Школа моделей», кожна з яких включатиме важливу інформацію для абітурієнтів, учасників конкурсів та викладачів.

3.2 Розробка варіантів творчих ідей

Розроблений варіант№1 передбачає з використання кольорів університету. Для такої концепції обрано ретростиль, який спрямований відобразити циклічність в моді (рис.3.3).

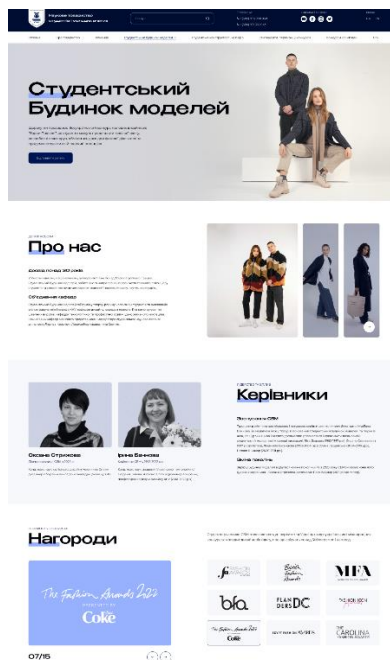


Рисунок 3.3 – Концепт, що відповідає корпоративному стилю ХНУ

Відповідно до розробленого мудбору, була сформована інша концепція (варіант№2), яка ґрунтується на використанні стильних, сучасних, елегантних

шрифтів, багато білого простору, великих та якісних фешн-фото, елементів з гострими кутами, прямих ліній, чітких форм (рис.3.4).



Рисунок 3.4 – Концепт у стилі фешн-сайту

Виходячи з зібраних і представлених на мудборді референсів було обрано другий варіант дизайну та удосконалено його, так як він більше підходить для обраної теми.

Було розроблено концепцію, в якій основним кольором сайту буде білий (#FFFFFF), додатковими чорний (#212122) та сірий (#F3F3F3). Проте, потрібно пам'ятати, що дизайн сайту розробляється здебільшого для молоді, тому варто додати якийсь яскравий колір. Для Студенського будинку моделей обрано червоний (#960707) в якості акцентів (рис.3.5).



Рисунок 3.5 – Кольорова гамма

Шрифти обрані тонкі та елегантні, заголовки Lighthouse Regular, підзаголовки Segoe Script Regular, основний текст Gilroy Regular. Лінії, елементи прямі, гострі, без круглих форм. Кнопки також з прямими кутами, без заокруглень (рис.3.6).

А Б В Г Г Д Е Є Ж З И І
Й К Л М Н О П Р С Т У Ф
Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ю Я

А б в г г д е є ж з и і
й к л м н о п р с т у ф
х ц ч ш щ ь ю я

Рисунок 3.6 – Обрані шрифти

Дана стилістика буде витримувати діловий, фешн стиль. Також вирішено робити підзаголовки або інші акцентні підписи червоним рукописним шрифтом. Такий прийом додасть грайливості дизайну, а також нагадає про молодість та юність (рис.3.7). Окрім цього, червоний колір є одним з найстильніших, його нерідко можна побачити на модних показах, моделях і просто на людях, які хочуть виглядати стильно.



Рисунок 3.7 – Приклад прийому з рукописним написом

Для відображення приналежності СБМ до Хмельницького національного університету в дизайні сайту використано елементи фірмового стилю ХНУ (рис.3.8), не нав'язливо, щоб не перенавантажити дизайн, а лише удосконалити його.



Рисунок 3.8 – Графічна ідентифікація ХНУ та приклад використання корпоративного стилю в дизайні сайту

Отже, для дизайну сайту СБМ було обрано білий (#FFFFFF), чорний (#212122) та сірий (#F3F3F3) кольори. В якості акцентів використано червоний (#960707). Шрифти обрані тонкі та елегантні, заголовки Lighthouse Regular, підзаголовки Segoe Script Regular, основний текст Gilroy Regular. Також використані декоративні елементи фірмового стилю ХНУ задля відображення приналежності до університету.

3.2 Розробка остаточного варіанту оформлення сайту

Враховуючі всі вищезазначені аспекти був розроблений остаточний варіант дизайну головної сторінки сайту. Шапка сайту представлена на рисунку 3.9.

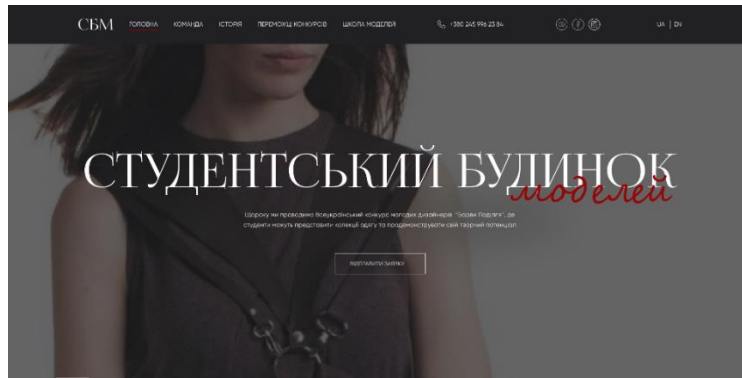


Рисунок 3.9 – Шапка та перший екран сайту

Головна сторінка сайту СБМ ХНУ містить блоки: «Про нас», «Керівник», «Нагороди», «Барви Поділля», «Галерея», «Форма зворотнього зв'язку», «Контакти». Кінцевий варіант оформлення головної сторінки представлено на рисунку 3.10.

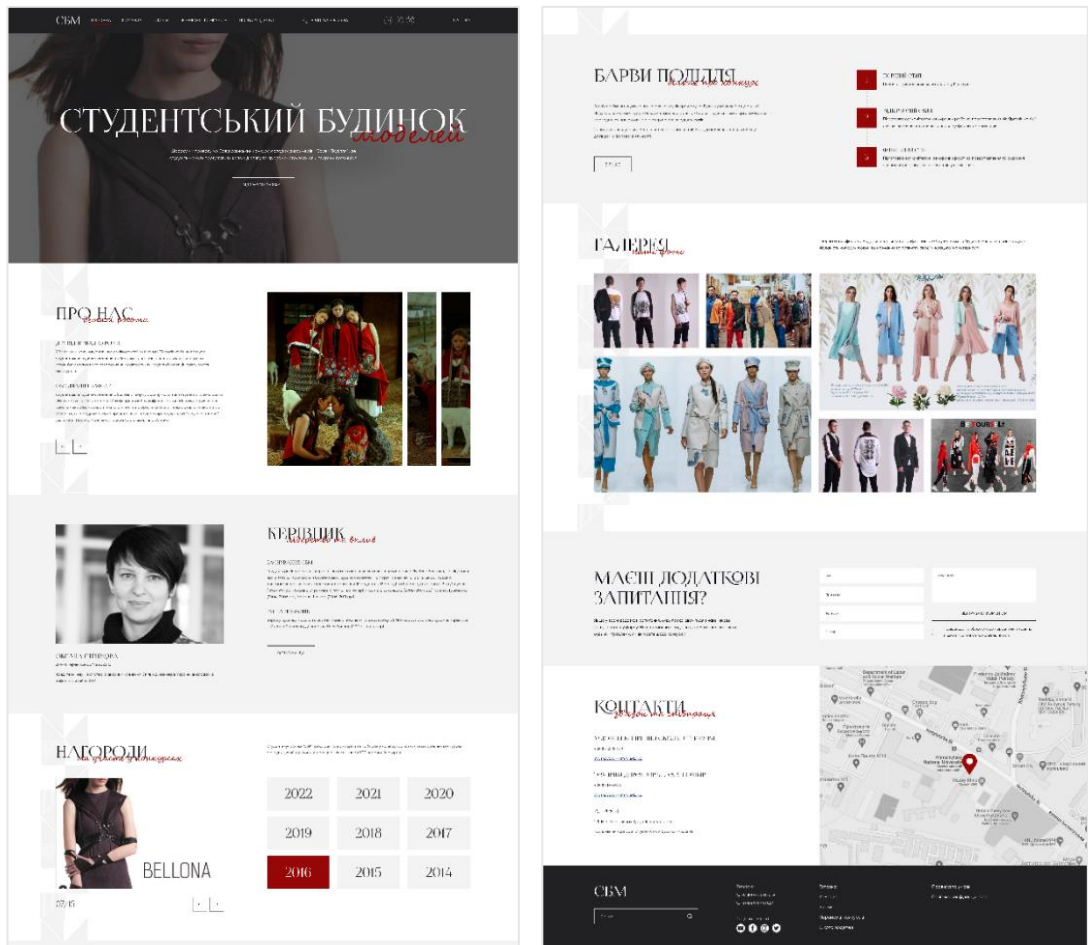


Рисунок 3.10 – Кінцевий варіант головної сторінки СБМ

В якості рекламної продукції розроблено дизайн візитки для художньої керівниці Студентського будинку моделей Оксани Стрижової та флаєр з інформацією про Школу моделей (рис.3.а,б). Дизайн візитки та флаєра відповідає стилю та концепції Студентського будинку моделей, а також гармонійно узгоджується з дизайном сайту. Візитка може використовуватись під час зустрічей, презентацій та інших подій, сприяючи підвищенню впізнаваності СБМ та враження професійності серед контактів та клієнтів.



а)

б)

Рисунок 3.11 – Візитка для художньої керівниці

Отже, для дизайну сайту СБМ було обрано білий (#FFFFFF), чорний (#212122) та сірий (#F3F3F3) кольори. В якості акцентів використано червоний (#960707). Шрифти обрані тонкі та елегантні, заголовки Lighthouse Regular, підзаголовки Segoe Script Regular, основний текст Gilroy Regular. Також використані декоративні елементи фірмового стилю ХНУ задля відображення приналежності до університету.

При розробці дизайну для сайту Студентського будинку моделей обрано таку структуру: сторінки «Головна», «Команда», «Історія», «Переможці конкурсів», «Школа моделей», кожна з яких включатиме важливу інформацію для абітурієнтів, учасників конкурсів та викладачів.

Також розроблена візитка для художньої керівниці, що забезпечить впізнаваність.

ВИСНОВКИ

В результаті виконання дипломної роботи виявлено, що сьогодні за призначенням і функціями розрізняють такі види сайтів: лендінги, корпоративні сайти, портфоліо та особисті сайти, соціальні мережі та форуми, інтернет-магазини, блоги, поштові сервіси, сайти-візитки. Сайт Студентського будинку моделей ХНУ – це сайт-візитка, оскільки він створений для того, щоб проінформувати усіх про діяльність, розповісти про команду та презентувати роботу. Цей сайт необхідний для висвітлення діяльності СБМ Хмельницького національного університету, який існує вже понад 30 років, є організатором Всеукраїнського конкурсу «Барви Поділля», сприяє розвитку творчого потенціалу студентів в дизайні одягу.

Аналіз існуючого сайту СБМ показав, що він створений нещодавно і стилістично не пропрацьований. На ньому використані фірмові кольори ХНУ та логотип Товариства молодих вчених, які не відображають напрямок діяльності і цільову аудиторію Студентського Будинку моделей.

Дослідження потенційних користувачів сайту показало, що сайт СБМ має бути важливою платформою для співпраці з іншими установами та організаціями в галузі моди та дизайну, для комунікації з творчими студентами і залучення їх до створення креативних виробів, участі в конкурсах і фестивалях, а також для експертів НАЗЯВО та колег з інших закладів вищої освіти. Тому дуже важливою є презентація роботи Студентського Будинку моделей в галузі моди та дизайну, яка буде зрозумілою для різної за потребами цільовій аудиторії.

В сформованому брифі визначено, що сайт-візитка СБМ має містити багато фотографій, білий простір, мінімум декоративних елементів. Стосовно функціоналу, сайт повинен містити п'ять сторінок, таких як: «Головна», «Команда», «Історія», «Переможці конкурсів», «Школа моделей».

В Технічному завданні, на основі брифу, визначено таку структуру: «Головна» (Перший екран з СТА, Про нас, Керівник, Нагороди, Барви Поділля, Галерея, Форма зворотнього зв'язку, Контакти), «Команда», «Історія», «Переможці

конкурсів» (Наша діяльність, Автори та їх колекції), «Школа моделей» (Параметри, Умови набору, Фото).

В результаті аналізу джерела творчості – Fashion Week – визначено, що для світу моди в якості засобів візуальної комунікації актуальне використання ахроматичних кольорів, прямих лаконічних ліній, блоків-модулів, шрифтів з лаконічними і одночасно контрастними елементами символів, емоційність, різноманітність текстур тощо. Такі візуальні елементи варто використати і для створення сайту Студентського будинку моделей.

Дослідження історії розвитку вебдизайну свідчить про його важливість у сучасному світі, де візуальна привабливість, зручність використання та користувацький досвід стають ключовими факторами успіху в онлайн-середовищі. Прогрес у вебдизайні сприяє покращенню комунікації, створенню сильного бренду та залученню цільової аудиторії. Вебдизайнери продовжують адаптуватись до нових тенденцій та використовувати передові технології для створення привабливих, функціональних та взаємодіючих веб сайтів.

В результаті проведеного аналізу сучасних трендів і стилів з'ясовано, що стилі у вебдизайні визначають зовнішній вигляд інтерфейсу вебсайту або вебдодатку. Інтерфейс сайту містить такі елементи дизайну: колір, шрифти, форми, фонові зображення, графічні елементи, відступи, розміри елементів, анімація тощо. Ці елементи дизайн-системи допомагають створити єдиний та привабливий дизайн, забезпечуючи зручність та легкість використання сайту для користувачів. Застосування стилів у вебдизайні дозволяє зберегти єдиний стиль на всій сторінці, а також покращити її швидкодію та зручність для використання. Вони дозволяють надати вебсторінці особистий стиль, відображення бренду та покращення її вигляду. Найпоширеніші стилі: мінімалізм, типографічний, плоский, ретро, сюрреалістичний, футуристичний, динамічний, геометричний, ілюстративний, неоморфізм.

За результатами проведеного аналізу виявлено, що сайти відомих будинків мод використовують білий, чорний та сірий кольори. Акцентними виступають фотографії. Часто в дизайні використовують лінії прямі, гострі кути, шрифти тонкі

та елегантні. Відсутні незмістовні ілюстрації та декоративні елементи, натомість використовують фешн-відео та фото. Сайти максимально прості, чіткі та зрозумілі.

Для розробки сайт повинна бути на сайті Студентського Будинку Моделей (СБМ), включає історію та мету СБМ, опис проєктів та їхні досягнення, календар подій, оголошення та новини, фото, найчастіші запитання, а також інформацію про команду та контакти. Ця інформація дозволить студентам та відвідувачам сайту ознайомитися з можливостями СБМ та зв'язатися з центром для співпраці.

Отже, для сайту Студентського будинку моделей обрано таку структуру: сторінки «Головна», «Команда», «Історія», «Переможці конкурсів», «Школа моделей», кожна з яких включатиме важливу інформацію для абітурієнтів, учасників конкурсів та викладачів.

Для дизайну сайту СБМ було обрано білий (#FFFFFF), чорний (#212122) та сірий (#F3F3F3) кольори. В якості акцентів використано червоний (#960707). Шрифти обрані тонкі та елегантні, заголовки Lighthaus Regular, підзаголовки Segoe Script Regular, основний текст Gilroy Regular. Також використані декоративні елементи фірмового стилю ХНУ задля відображення приналежності до університету.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Види сайтів та їх функціонал. Webtune. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/vydy-sajtiv-ta-yih-funkczional/> (дата звернення: 20.05.2023).
2. Як визначити цільову аудиторію? Ideadigital. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/> (дата звернення: 10.05.2023).
3. Найбільш популярні стилі в веб-дизайні. Стилi WEB-дизайну - стилi дизайну сайту. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://avada-media.ua/ua/stili-web-dizajna/> (дата звернення: 10.05.2023).
4. Системи керування контентом. Victoria Lviv. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.victoria.lviv.ua/library/students/wd/work10.html> (дата звернення: 19.05.2023).
5. Основні тренди веб-дизайну. WebTune. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://webtune.com.ua/statti/dyzajn/osnovni-trendy-veb-dyzajnu/> (дата звернення: 17.05.2023).
6. Особливості стилів у вебдизайні. Cases. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cases.media/article/osoblivosti-stiliv-u-vebdizaini-na-prikladi-saitu-z-dostavlennya-vodi> (дата звернення: 17.05.2023).
7. Психологія цвета в веб-дизайне. Uprock. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.uprock.ru/articles/psihologiya-cveta-v-veb-dizayne> (дата звернення: 15.05.2023).
8. ТЗ на створення сайту: як правильно його скласти, приклади та помилки, які не варто повторювати. Creator systems. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://creator-systems.com/ua/news/tz-na-stvorennia-saitu-yak-pravylnoyoho-sklasty-pryklady-ta-pomylyky-yaki-ne-varto-povtoriuvaty> (дата звернення: 02.06.2023).
9. Студентський Будинок моделей. Наукове товариство студентів і молодих вчених. [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<https://ntsmv.khmnu.edu.ua/studentskyj-budynok-modelej/> (дата звернення 16.04.2023).

10. ТЗ для розробки сайту. Brander. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://brander.ua/blog/tz-dlya-rozrobki-saytu> (дата звернення: 02.06.2023).

11. Тренди веб дизайну у 2023 році. Rubarb. . [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rubarbs.com/ua/article/trendi-veb-dizaynu-u-2023-rotsi> (дата звернення: 17.05.2023).

12. Що таке «бриф» і навіщо він потрібен?. Diia. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-brif-i-naviso-vin-potriben> (дата звернення 02.06.2023).

13. Fashion week. Wikipedia. . [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Fashion_week (дата звернення 11.05.2023).

14. Home. Gucci Us Official Site | Redefining Luxury Fashion. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.gucci.com/us/en/>(дата звернення 11.05.2023).

15. Home. Versace Official Online Store | Fashion Clothing & Accessories. . [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.versace.com/international/en/home/> (дата звернення 11.05.2023).

16. Plan de paris - collections - maison | dior. Dior. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.dior.com/en_int/fashion/maison/collections/plan-de-paris (дата звернення 11.05.2023).

17. Sitepractic. Походження вебдизайну. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://sitepractic.jimdofree.com/головна/теорія/> (дата звернення 14.05.2023).

18. Webtune. Етапи створення вебсайтів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://webtune.com.ua/ru/statti/web-razrobotkaru/etapy-sozdaniya-sajta/> (дата звернення 21.05.2023).

19. Web-valley. Гайд за напрямками та стилями у вебдизайні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://web-valley.ru/articles/stili-vebdizajna> (дата звернення 18.05.2023).

20. Wezom. Що таке концепція сайту. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://wezom.com.ua/blog/razrobotka-kontseptsiiisajta> (дата звернення 03.06.2023).

ДОДАТОК А

Бриф на сайт Студентського будинку моделей ХНУ

Інформація про сайт	
Назва	Студентський будинок моделей
Основна тема сайту	Сайт-візитка Студентського будинку моделей
Адреса поточного сайту (якщо є)	https://ntsmv.khmnu.edu.ua/budynok-modelej/
Положення на ринку та користувачі	
Основний напрям	Студенти та мода
Хто ваші користувачі?	<ul style="list-style-type: none"> -Творчі студенти, які мають бажання розробляти нові колекції одягу та брати участь в дизайнерських конкурсах -Студенти, які хочуть бути манекенниками та приймати участь у показах моделей -Експерти НАЗЯВО, а також колеги з інших ЗВО
Хто ваші основні сайти-конкуренти в плані бізнес-логіки?	knukim.edu.ua knutd.edu.ua
Дизайн	
Чи є у вас ідеї, які ви хочете втілити в дизайні?	Багато фото, білий простір, мінімум декоративних елементів
Що ви категорично не бажаєте бачити в дизайні сайту?	Мало "повітря", перемішана подача інформації, застарілі шрифти.
Що у вас вже є?	
Чи є у вас логотип?	-
Можливо, у вас є брендингові правила чи style-guide?	+
Чи є у вас контент: фото, ілюстрації, текст тощо?	+
У вас є брендові кольори, шрифти?	-

Рисунок А.1 – Бриф

Функціонал	
<i>Перерахуйте вимоги до функціоналу, якщо вони необхідні, наприклад: фільтр параметрів, особистий кабінет та його пряме призначення, та всі індивідуальні вимоги (оскільки це безпосередньо впливає на остаточний бюджет проекту)</i>	
Сайт-візитка	Це має бути сайт з достатньою кількістю необхідної інформації
<i>Вкажіть передбачувані основні розділи вашого майбутнього сайту, докладно опишіть головну сторінку та прокоментуйте зміст розділів (із зазначенням типів змісту або особливостей кожної сторінки):</i>	
Головна	На сторінці потрібні такі блоки: 1. Стартовий екран з 1 закликом до дії "Відправити заявку". 2. Блок "Про нас" - коротко про те, хто ми. 3. Блок "Керівник". 4. Блок "Нагороди". У цьому блоці описати по роках які нагороди здобували учасники. 6. "Барви Поділля". 7. "Галерея". 8. Форма для запитань. Обов'язкові дані – ім'я, телефон, email. 9. Контакти СБМ. 10. Футер.
Команда	На сторінці потрібно додати фото та інформацію про всю команду СБМ.
Історія	На сторінці потрібно розповісти про шлях становлення СБМ.
Переможці конкурсів	На сторінці потрібно додати блок з інформацією про діяльність СБМ, а також блок з фото та описом переможців конкурсів СБМ.
Школа моделей	На сторінці потрібно додати такі блоки: 1.Параметри 2.Умови набору 3.Фото
Подальший розвиток та реклама	
Ви вже працюєте із командою розробників?	–
Чи є ідеї, хто буде здійснювати підтримку та оновлення сайту?	–
Чи планується просування сайту у пошукових системах?	–
Чи є необхідність підготовки обкладинок для соцмереж, постів тощо?	–
Термін	
Вкажіть термін здачі проекту	–
Ваші коментарі, питання, побажання	
–	

Рисунок А.2 – Бриф

ДОДАТОК Б

ТЗ на сайт Студентського будинку моделей ХНУ

Інформація про сайт	
Про компанію	Студентський будинок моделей - це місце, де збираються творчі люди для того, щоб разом створювати щось нове, стильне, красиве.
Ціль сайту	<ul style="list-style-type: none"> · Представити всю необхідну інформацію для потенційних учасників СБМ. · Надати можливість заповнити заявку на конкурс онлайн. · Презентувати роботу СБМ. · Залучити нових студентів в розвиток СБМ.
ЦА	<ul style="list-style-type: none"> -Творчі студенти, які мають бажання розробляти нові колекції одягу та брати участь в дизайнерських конкурсах -Студенти, які хочуть бути манекенниками та приймати участь у показах моделей -Експерти НАЗЯВО, а також колеги з інших ЗВО
Структура	
Головна	<p>Хедер:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Пункти "Головна", "Команда" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей" в меню. · Номер телефону. · Посилання на соціальні мережі. <p>Перший екран:</p> <ul style="list-style-type: none"> · СТА (відправити заявку). <p>"Про нас":</p> <ul style="list-style-type: none"> · Коротка інформація про СБМ. <p>"Керівник":</p> <ul style="list-style-type: none"> · Інформація про дійсного керівника. · Фото. · Навігація на сторінку "Команда". <p>"Нагороди":</p> <ul style="list-style-type: none"> · Надати можливість переглянути нагороди на кожен рік. <p>"Барви Поділля":</p> <ul style="list-style-type: none"> · Коротка інформація про конкурс. · Етапи проведення. · Можливість одразу надіслати заявку. <p>"Галерея":</p> <ul style="list-style-type: none"> · Фото колекцій. <p>Форма зворотнього зв'язку:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Обов'язкові дані: ім'я, прізвище, телефон, пошта. · Можливість надіслати коментар. <p>"Контакти":</p> <ul style="list-style-type: none"> · Дані художньої керівниці, технічної директорки. · Адреса СБМ. · Карта. <p>Футер:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Телефон СБМ. · Посилання на соціальні мережі. · Правила та умови. · Політика конфіденційності. · Пункти "Головна", "Команда" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей".

Рисунок Б.1 – ТЗ

Команда	<p>Хедер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Пункти "Головна", "Комада" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей" в меню. • Номер телефону. • Посилання на соціальні мережі. <p>Основний контент:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Фото команди. • Короткий опис кожного члена команди. <p>Футер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Телефон СБМ. • Посилання на соціальні мережі. • Правила та умови. • Політика конфіденційності. • Пункти "Головна", "Комада" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей".
Переможці конкурсів	<p>Хедер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Пункти "Головна", "Комада" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей" в меню. • Номер телефону. • Посилання на соціальні мережі. <p>"Наша діяльність":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Фото. • Інформація про діяльність. <p>"Автори та їх колекції":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Фото авторів. • Короткий опис кожного автора. • Перелік робіт кожного автора. <p>Футер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Телефон СБМ. • Посилання на соціальні мережі. • Правила та умови. • Політика конфіденційності. • Пункти "Головна", "Комада" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей".
Історія	<p>Хедер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Пункти "Головна", "Комада" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей" в меню. • Номер телефону. • Посилання на соціальні мережі. <p>Основний контент:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Фото. • Інформація про шлях становлення СБМ. <p>Футер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Телефон СБМ. • Посилання на соціальні мережі. • Правила та умови. • Політика конфіденційності. • Пункти "Головна", "Комада" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей".
Школа моделей	<p>Хедер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Пункти "Головна", "Комада" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей" в меню. • Номер телефону. • Посилання на соціальні мережі. <p>"Параметри":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Інформація про модельні параметри. <p>"Умови набору":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Інформація про те, як потрапити в школу моделей. <p>Фото</p> <p>Футер:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Телефон СБМ. • Посилання на соціальні мережі. • Правила та умови. • Політика конфіденційності. • Пункти "Головна", "Комада" "Історія", "Переможці конкурсів" та "Школа моделей".

Рисунок Б.2 – ТЗ


ДОДАТОК В

Внутрішні додаткові сторінки сайту

СБМ
ГОЛОВНА
КОМАНДА
ІСТОРІЯ
ПЕРЕМОЖЦІ КОНКУРСІВ
ШКОЛА МОДЕЛЕЙ
+380 245 996 23 84
UA | EN

Студентський будинок моделей / Команда


НАША КОМАНДА *професіоналів*



ІРИНА БАННОВА

Почесна президентка Організаторів Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля», канд. техн. наук


Ідеїна організаторка, керівниця Студентського Будинку моделей (1992–2022 рр.), голова обласної Спільноти дизайнерів України, Заслужена працівниця освіти України, Голова Жюри Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля».



ОКСАНА СТРИЖОВА

Художня керівниця Студентського Будинку моделей, канд. техн. наук


Діюча художня керівниця та модераторка науково-творчої роботи студентів від кафедри дизайну, членкиня оргкомітету конкурсу «Барви Поділля» із 1998 р. і до тепері, членкиня Спільноти дизайнерів України. Викладачка кафедри дизайну. Керівниця понад 50 творчих проєктів і робіт студентів спеціалізації «дизайн одягу», які стали переможцями різних конкурсів і фестивалів.



ЛЕСЯ БОДНАР

Технічна директорка Студентського Будинку моделей, майстерка виробничого напрямку кафедри дизайну


З 2011 р. виконує обов'язки технічної директорки Студентського Будинку моделей і входить до Організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля».



ЛАРИСА КРАСНЮК

Модераторка науково-творчої роботи студентів від кафедри ТКШВ, канд. техн. наук, доцент кафедри ТКШВ


Професійна діяльність Лариси Краснюк тісно пов'язана із творчістю студентів. Понад 20 років вона є керівником на кафедрі ТКШВ колекції та ансамблю одягу, що бали участь та перемогали у різних регіональних, всеукраїнських та міжнародних фестивалях і конкурсах студентсько-дизайнерів одягу.



ЛАРИСА КОРНИЦЬКА

Модераторка від кафедри технологічної та професійної освіти і декоративного мистецтва, канд. техн. наук, доцентка кафедри ТПОДМ


Членкиня Спільноти дизайнерів України. Входить до складу журі Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «БАРВИ ПОДІЛЛЯ». Її творча діяльність пов'язана з етнодизайном і декоративним мистецтвом.



ІННА СОЛТІК

Модераторка від кафедри конструювання та технології виробів зі шкіри, канд. техн. наук, доцентка кафедри ТКШВ

Керівниця науково-творчої роботи студентів своєї кафедри.




Телефони:

+3801 973 090 039

+3801 971 355 943

Соціальні мережі:



Головна

Команда

Історія

Переможці конкурсів

Школа моделей

Правило та умови

Політика конфіденційності

Рисунок В.1 – сторінка «Команда»

СВМ ГОЛОВНА КОМАНДА СТОРИ ПЕРEMOЖЦІ КОНКУРСІВ ШКОЛА МОДЕЛІВ

+380 245 996 23 84

UA EN

Студентський бренд-колектив / Портфоліо, що виростає

НАША ДІЯЛЬНІСТЬ


колекція студентів

ВІНУХА ВОЛОДИМИР
 Головною метою творчої студії є бути актуальною будь-якою формою: простором для творчості, 3D-об'єктом, мистецтвом, модою, ілюстрацією, ідеєю, а також колекцією. Це і є колекція у розумінні і креативності СВМ-дизайнерів.

РЕЗЮМЕ НАПІВНІСТІ АБО СВАБОДИ ВІДКРИТТЯ
 Авторські колекції формують особу на сцені і стають її частиною. Вони не лише показують, а й доповнюють образ, використовують різні матеріали та фактури, і є ілюстрацією мрії, що стає реальністю, на відміну від інших колекцій.

Кожна колекція має свою історію, навіщо ми творимо? Дуже важко бути оптимістичною людиною в Україні, і це часом стає мовою, якою ми спілкуємося між собою. Ми розуміємо, як важко бути в Україні, і хочемо показати, що це не означає, що ми не можемо бути креативними і дивувати інших.

Кожна колекція – це відображення уяви і особистості на вершині актуальності. Вони ілюструють свої ідеї, творять акцент, поєднують свою власну історію з реальністю.



АВТОРИ І ЇХ КОЛЕКЦІЇ

кращі з кращих



ТІМОШЕНКО ТЕТЯНА
(2001-2006 РР. УЧАСТЬ)

Студентка кафедри економічної теорії та історії економіки факультету ЕТД

Авторка колекцій:
 - Студентська (2003)
 - Діагностика (2004)
 - Діагностика (2004)
 - Вільна форма (2004)
 - Студентська (2006)

@tetianatyshenko



ПОДЧАХА СВИТЛАНА
(2001-2005 РР. УЧАСТЬ)

Студентка кафедри дизайну факультету ЕТД

Авторка колекцій:
 - Діагностика (2003)
 - Діагностика (2004)
 - Діагностика (2004)
 - Вільна форма (2004)
 - Студентська (2006)

@svitlanapodchaha



ВОЙНОВ ТАРАС
(2003-2005 РР. УЧАСТЬ)

Студент кафедри економічної теорії та історії економіки факультету ЕТД

Авторка колекцій:
 - Студентська (2003)
 - Студентська (2004)
 - Студентська (2005)

@voynovtaras



ЮРІЙ ЮРІЙ
(2002-2004 РР. УЧАСТЬ)

Студент кафедри економічної теорії та історії економіки факультету ЕТД

Авторка колекцій:
 - Студентська (2002)
 - Студентська (2003)

@yuriiyurii



МОРОЗ ІРИНА
(2011-2015 РР. УЧАСТЬ)

Студентка кафедри дизайну факультету ЕТД

Авторка колекцій:
 - Студентська (2011)
 - Студентська (2012)
 - Студентська (2013)
 - Студентська (2014)
 - Студентська (2015)

@irinamoroz



КУЗОК ВАЛЕНТИНА, КУЗОК ОЛЬГА
(2013-2015 РР. УЧАСТЬ)

Студентки кафедри дизайну факультету ЕТД

Авторка колекцій:
 - Студентська (2013)
 - Студентська (2014)
 - Студентська (2015)

@valentynakuzok



ПЕТРУНІВ ОЛЕГ
(2013-2015 РР. УЧАСТЬ)

Студент кафедри дизайну факультету ЕТД

Авторка колекцій:
 - Студентська (2013)
 - Студентська (2014)
 - Студентська (2015)

@olegpetruniv



ГЛАДКА НАЛІЦЬКА
(2015-2017 РР. УЧАСТЬ)

Студентка кафедри дизайну факультету ЕТД

Авторка колекцій:
 - Студентська (2015)
 - Студентська (2016)
 - Студентська (2017)

@natalyagladka

МАЄШ ДОДАТКОВІ ЗАПИТАННЯ?

Відправ нам електронний лист, будь ласка, заповнивши всі поля форми, і ми зв'язуватимемося з тобою. Будь ласка, не використовувати в електронному листі образливі висловлювання та не використовувати образливі висловлювання.

Ім'я:

Прізвище:

Електронна пошта:

Телефон:

Результат:

Підприємство, в якому працюєш, надає можливість працювати на повний робочий день.

СВМ

Телефон: +380 245 996 23 84

Головна | Контент | Історія | Переможці конкурсів | Школа моделей

Посилитися на сторінку | Поділитися координатами сторінки

Facebook | Instagram | Twitter

Рисунок В.2 – сторінка «Переможці конкурсів»

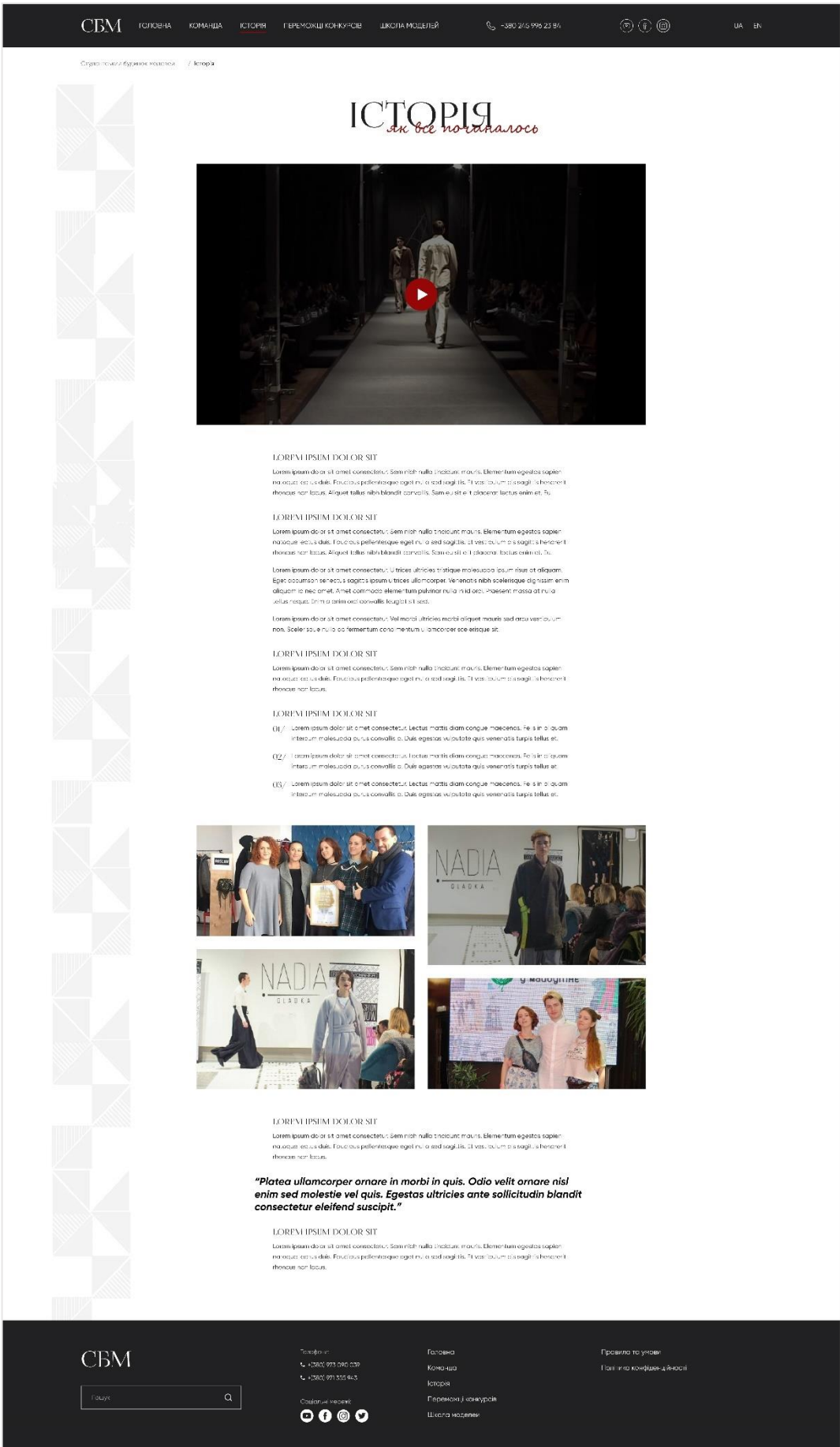


Рисунок В.3 – сторінка «Історія»

Студентський будинок моделей / Школа моделей

ПАРАМЕТРИ *особливості моделінгу*

Моделінг бізнес є різноманітним і вимагає певних параметрів у моделі. Зовнішність, грає ключову роль, моделі повинні мати привабливий вигляд з симетричними рисами обличчя, доглянутою шкірою та гарною поставою. Крім того, розмір і пропорції тіла, етнічність та вік також можуть бути важливими факторами.

Розмірені стандарти та професійні і вимоги також можуть впливати на можливості моделі. Параметри моделі можуть різнитися залежно від регіону та галузі модельного бізнесу, тому рекомендується звернутися до професійного модельного агентства для отримання конкретних вказівок та можливостей.

ВІК

В різні області модельного бізнесу потрібні дітята різного віку, але найчастіше шукають моделі для показів зрістом 172-183 см.

ВІК

Деякі модельні агентства спеціалізуються на роботі з молодшими моделями, інші фокусуються на дорослих моделях.

ПАРАМЕТРИ

Загалом ідеальні параметри 90-60-90, але це відносний показник або за сучасними мірками – максимум чий.

ОБЛИЧЧЯ

В модельному бізнесі шукають людей з привабливим зовнішнім виглядом, симетричними рисами обличчя, чистою шкірою, рівними зубами та гарною поставою.

УМОВИ НАБОРУ *як потрапити до нас*

1 LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Egestas nulla rhoncus ligula egetas cursus. Nisi facilis suspendisse amet malesuada. Etiam ut est enim.

2 LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Egestas nulla rhoncus ligula egetas cursus. Nisi facilis suspendisse amet malesuada. Etiam ut est enim.

3 LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Egestas nulla rhoncus ligula egetas cursus. Nisi facilis suspendisse amet malesuada. Etiam ut est enim.

4 LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Egestas nulla rhoncus ligula egetas cursus. Nisi facilis suspendisse amet malesuada. Etiam ut est enim.

ФОТО *наша гордість*

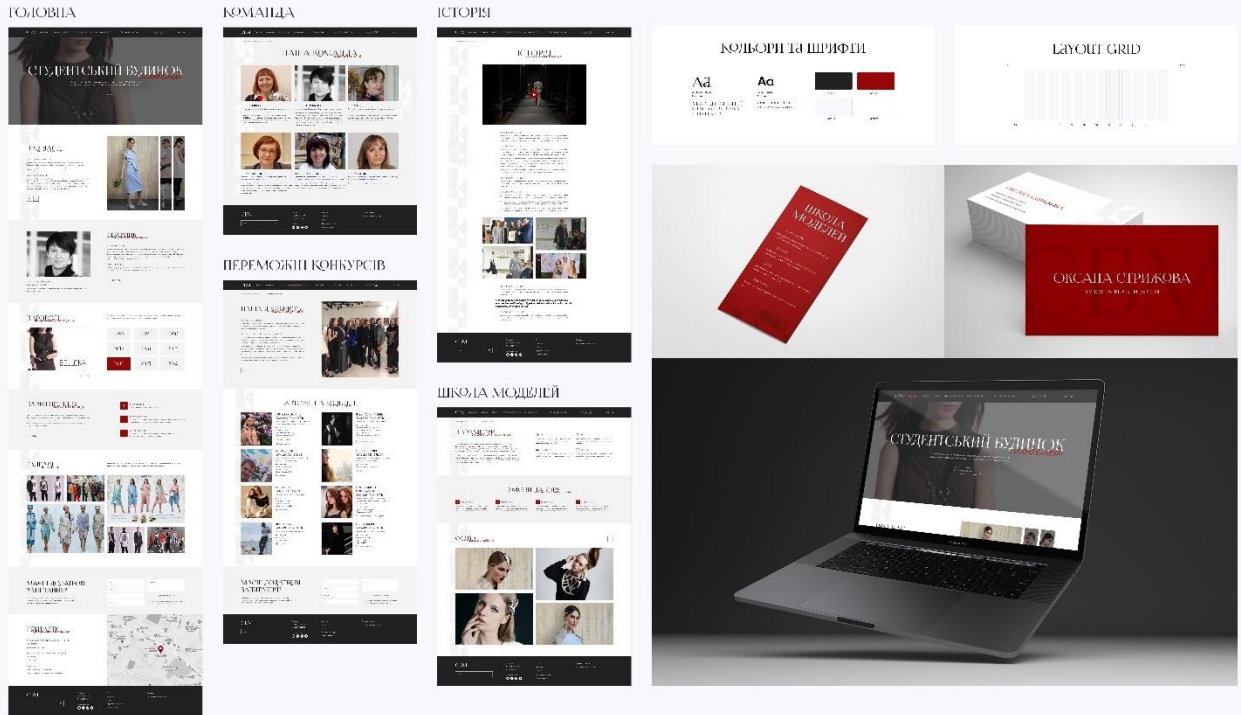


Рисунок В.4 – сторінка «Школа моделей»

ДОДАТОК Г

Презентаційний банер

РОЗРОБЛЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТУ СТУДЕНТСЬКОГО БУДИНКУ МОДЕЛЕЙ



Виконала: ст. групи ІДР-19 Гадава (Романко) М. В.
Керівник: кандидат тех.-наук, доц. Базилюк С. Д.