

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет комп'ютерних наук,
управління та адміністрування
Кафедра інформаційних технологій

Бакалаврська кваліфікаційна робота

на тему: Розробка PSD-макету сайту в середовищі Photoshop

Виконав студент 4 курсу групи К-41
Напрямок 6.050101 комп'ютерні науки,
Іоргов Руслан Валерійович

Керівник к.геогр.н., доцент
Коваленко Людмила Борисівна

Консультант _____

Рецензент доктор ф.-м.н., професор
Ковальчук Володимир Володимирович

Одеса 2019

ЗМІСТ

Скорочення та умовні позначки	6
Вступ.....	7
1 Огляд основних типів сайтів та опис графічних редакторів	9
1.1 Опис графічного редактора Adobe Photoshop	20
1.1.1 Історія створення Photoshop.....	21
1.1.2 Мета створення та можливості графічного редактора Photoshop	22
1.1.3 Продукти власності Adobe	22
1.1.4 Робота с кольорами в Adobe Photoshop.....	23
1.2 Сервіс для розробки інтерфейсу Figma	24
1.2.1 Можливості та переваги Figma	25
1.2.2 Компонентна розробка інтерфейсів в середовищі Figma	26
1.2.3 Переваги графічного редактора Figma.....	27
1.2.4 Особливості роботи в середовищі Figma.....	27
2 Створення psd-макета в середовищі Adobe Photoshop.....	29
2.1 Створення документу з вказаними правилами.....	29
2.2 Використання сітки	30
2.3 Підготовка матеріалів для верстки	32
2.4 Технічне завдання при створенні сайту	33
2.4.1 Головна задача ТЗ	34
2.4.2 Основні елементи та їх значення в ТЗ.....	35
2.4.3 Структура і основна функціональність сайту в ТЗ.....	36
2.4.4 Уточнювальна інформація при складанні ТЗ.....	37
2.4.5 Терміни та вартість розробки сайту	38
2.4.6 Зв'язок між замовником та розробником.....	38
3 Розробка дизайну сайту компанії SipUp в середовищі Photoshop	39
3.1 Головний екран сайту компанії «SipUP»	39
3.2 Створення нових рішень за допомогою компанії «SipUP».....	41
3.3 Функції зв'язку з компанією «SipUP» за допомогою сайту.....	42

	5
3.4 Екран «Заповнення форми» на підключення інноваційної телефонії	43
3.5 Блок «Кому потрібно».....	44
3.6 Екран «Заповнення форми».....	45
3.7 Контакти для зв'язку з компанією	45
3.8 Новини компанії та дублювання головного меню в footer	46
Висновки	49
Перелік джерел посилань	50

СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАКИ

TЗ	– технічне завдання.
API	– Application Programming Interface, програмний інтерфейс програми.
CMYK	– Cyan Magenta Yellow Key color, чотирьохкольорова автотіпія.
CSS	– Cascading Style Sheets, каскадні таблиці стилів.
ICC	– International Color Consortium.
LAB	– аббревіатура назви двох різних кольорних просторів.
PSD	– Photoshop Document.
RGB	– Red Green Blue , Червоний Зелений Синій.
SVG	– Scalable Vector Graphics, масштабуюча векторна графіка.
UI	– User Interface, дослівно: «призначений для користувача інтерфейс».
UX	– User Experience, дослівно: «досвід користувача».
WEB	– «павутина».

ВСТУП

В наш час все більшої популярності набуває створення свого особистого сайту. Це відноситься як до сайтів компаній (незалежно від того велика вона чи мало) так і до особистого сайту (блог чи сайт-візитка). Веб-дизайнер розробляє та створює веб-сайти та пов'язані з ними програми. Веб-дизайнери працюють у різних галузях і часто як незалежні підрядники.

Сайти створюються для різних цілей: щоб отримувати знання, продавати послуги та товари, спілкуватися з іншими користувачами, розважатися, розміщувати і знаходити інформацію і т.д. Кожен знаходить сам причину для того щоб створити сайт, перерахувати їх всі не вийде.

Метою роботи є розробка дизайну сайту для компанії SipUP.

Для досягнення нашої мети, потрібно виконати наступні задачі:

- ознайомлення з найбільш поширеним програмним забезпеченням, для створення psd-макету;
- вивчити засоби для створення дизайну сайту;
- створення psd-макету за допомогою програми AdobePhotoshop.

Веб-дизайн не позбавлений переваг. Робота клієнта нескінченно різноманітна, і дає можливість завжди вивчати нові речі.

Дизайн сайту – це зовнішній вигляд і структура сайту: шрифти, кнопки, кольори, елементи меню, розділи і т.д. Його продумують після того, як виникає ідея зробити сайт. Дизайн присутній та застосовується для всіх елементів сайту: від спливаючого меню або банера на головній сторінці до кнопки переходу в чат в розділі «Контакти».

На сьогоднішній день, веб-сайти є чимось необхідним. Саме тому професія веб-дизайнера стає все більш популярною і затребуваною. Однак, не завжди клієнт, який звертається до фахівця для створення власного сайту має уявлення, що конкретно йому потрібно. І вже тим більше він не розуміє, який сайт йому підходить для вирішення його цілей.

Завдання дизайнера знайти оптимальне рішення для клієнта і підібрати йому потрібний тип сайту.

Дана бакалаврська кваліфікаційна робота складається з вступу, 3-х розділів, висновків та переліку посилань. Повний обсяг сторінок пояснювальної записки – 51, 22 рисунки, 1 таблиця, 1 формула та 13 посилань.

1 ОГЛЯД ОСНОВНИХ ТИПІВ САЙТІВ ТА ОПИС ГРАФІЧНИХ РЕДАКТОРІВ

Landing page (лендінг) – це один з найпопулярніших і модних типів сайту з високою конверсією. Landing є односторінковим сайтом, де рекламується тільки один товар або послуга, а користувачеві, який потрапив на сторінку, необхідно зробити всього лише одну дію – купити, зареєструватися, підписатися і так далі.

Посадочні сторінки, як ще називають landing, мають ряд деяких особливостей при створенні дизайну і розробки, що позначаються на вартості. Як правило, клієнти помилково вважають, що landing обійдеться набагато дешевше, ніж повноцінний багатосторінковий сайт, але в реальності це не так: створюючи landing, веб-дизайнер повинен вирішити досить складне технічне завдання – запхати всю інформацію і цілий сайт в одну сторінку [1]¹⁾ (рис. 1).

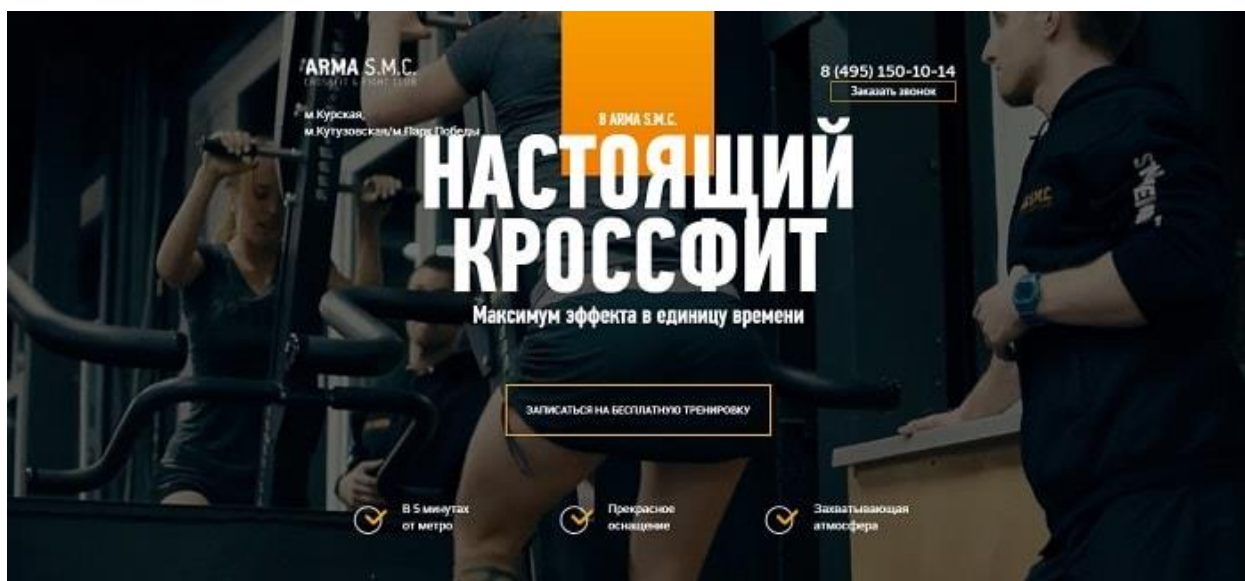


Рисунок 1 – Пример landing page

¹⁾ [1] Дизайнеру на заметку: какие типы веб-сайтов существуют в интернете. URL: <https://wayup.in/blog/what-types-of-websites-exist-on-the-internet> (дата звернення 23.02.2019).

Сайт-візитка – це мінімально необхідний, але достатній набір інформації, поширення якої корисно як для початківців компаній, так і для вже відбулися організацій. Це своєрідна візитна картка фірми, яка містить основну інформацію про діяльність компанії і її контактні дані [2]¹⁾.

В основу даного типу сайту ліг принцип "стислість – сестра таланту". Приклад показано на рис. 2.



Рисунок 2 – Приклад сайт-візитки

Корпоративний сайт – це фірмовий комерційний сайт компаній. Солідне інтернет-представництво компанії. Оптимальне рішення для всіх компаній, які хочуть стати лідерами у своїй сфері бізнесу.

У порівнянні з сайтом-візиткою, корпоративний сайт є більш серйозною структурною одиницею. Сайти такого типу виступають в ролі інструменту, що допомагає залучати нових клієнтів і партнерів для співпраці, розширюють ринок збуту компанії, підвищуючи рейтинг і довіру в своїй сфері бізнесу.

¹⁾ [2] Типи сайтів. URL: <http://deweb.com.ua/ua/blog/typy-saytiv> (дата звернення 01.03.2019).

Даний сайт може служити рекламним майданчиком в інтернеті, тут можна публікувати свою продукцію або послуги з можливістю оформити замовлення прямо на сайті [2]¹⁾. Розробка корпоративного сайту виконується відносно швидко і недорого на відміну від інтернет магазину або портала.

Обсяг корпоративного сайту, як правило, великий – сайт може містити до сотні сторінок.

Структура сайту, найчастіше, складна, зі складно переплечених багаторівневої ієрархією логічно описує бізнес-процеси компанії. В обмеженому просторі сторінок сайту вміщуються:

- багаторівневі меню;
- тексти, які містять повну інформацію про компанію, продукцію і послуги, події в житті компанії;
- таблиці;
- форми пошуку;
- інформаційні блоки;
- різні компоненти і модулі.

Також, сайт може бути інтегрований з внутрішніми інформаційними системами компанії на ньому можуть міститися корпоративні форуми і закриті розділи для тих чи інших груп користувачів – співробітників, дилерів, контрагентів тощо [3]²⁾.

Хоча у різних компаній структури їх корпоративних сайтів можуть сильно відрізнятися – досвід показує, що в загальному вигляді, такі сайти включають в себе:

- інформацію про компанію (історію, новини, вакансії і т.д.);
- ділову і корисну інформацію (статті, огляди, поради, питання-відповіді, ін.);
- каталоги товарів, послуг, їх опису, ін .;

¹⁾ [2] Типи сайтів. URL: <http://deweb.com.ua/ua/blog/typy-saytiv> (дата звернення 01.03.2019).

²⁾ [3] Лекція 2. Сучасні веб-технології. URL: <https://sites.google.com/site/vivcaemowebdizajndistancijno/html/lekcja-2-sucasni-veb-tehnologije> (дата звернення 16.02.2019).

- прайс-листи;
- розділ для клієнтів, партнерів, відвідувачів;
- закриту частину для різних груп співробітників (персональні розділи, особисті кабінети);
- контактні дані та форму зворотного зв'язку.

Зовнішній вигляд корпоративного сайту, як правило, відповідає корпоративному стилю компанії. При створенні такого сайту використовуються фірмові кольори і шрифти. Часто при створенні дизайну сайту відштовхуються від логотипу компанії.

У сучасному світі в середньому, і особливо, у великому бізнесі, корпоративний сайт просто необхідний. Більшість компаній сьогодні активно використовують корпоративний сайт в роботі зі своїми клієнтами, партнерами і співробітниками [4]¹⁾. Приклад дизайну корпоративного сайту представлений на рис. 3.

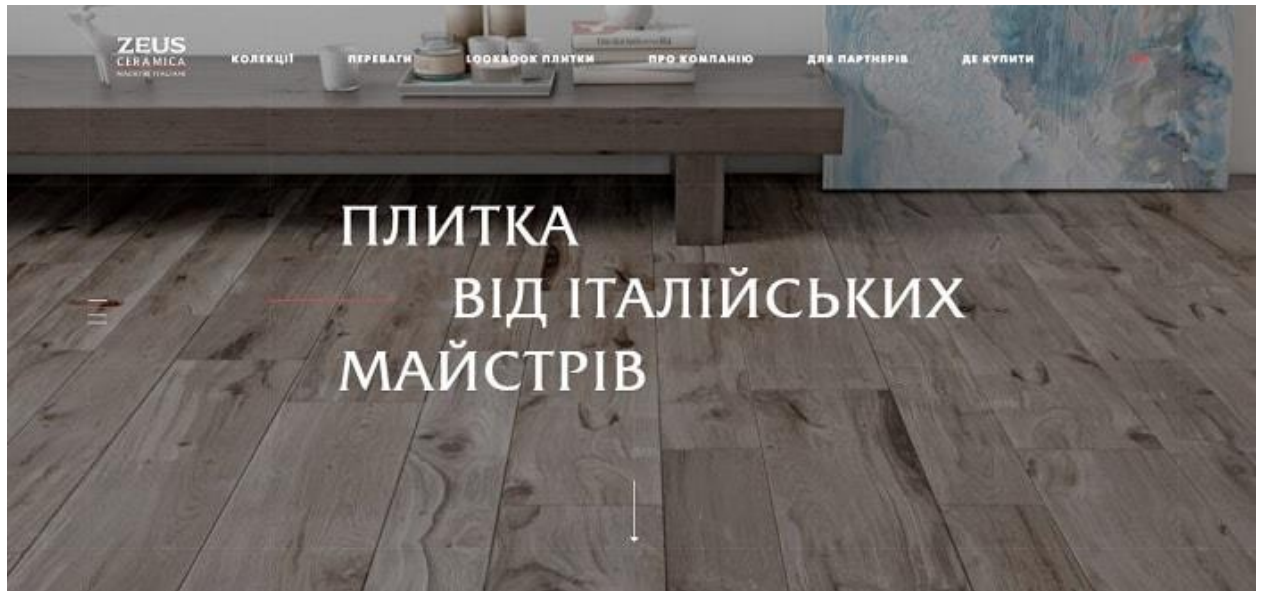


Рисунок 3 – Приклад корпоративного сайту

¹⁾ [4] Типы и основные виды сайтов. URL: <http://alpha-spb.ru/helpful-information/43-types-of-sites> (дата звернення 16.02.2019).

Промо-сайт – це майже завжди неосновний сайт компанії – сайт, який створюється спеціально для просування будь-якого товару (групи товарів) або послуги.

Промо-сайт – це, перш за все, рекламний інструмент. Його можна порівняти з рекламним проспектом, мета якого – максимально підкреслити достоїнства того чи іншого товару (послуги), залучити клієнтів і стимулювати їх зробити якісь дії: купити товар, замовити послугу, взяти участь в акції, ін.

Якщо вам потрібно прорекламувати що-небудь в інтернеті, промо-сайт – це вірний вибір. Сайт у вигляді інтернет-проспекту або буклету прекрасно виступить в основі рекламної кампанії і приверне увагу багатьох потенційних клієнтів, які зможуть отримати всю необхідну інформацію про пропонування товар, послугу, заході.

Відеосюжети, аудіо-повідомлення, анімовані рекламні оголошення, стрічка новин та відгуків – все це доступно для вашої рекламної кампанії, і це, погодьтеся, чимала перевага [2]¹⁾.

Обсяг промо-сайту зазвичай не перевищує 5 – 10 сторінок – цього цілком достатньо, щоб сайт прекрасно виконував покладені на нього функції.

Структура промо-сайту визначена його завданнями. У більшості випадків вона дуже проста і не розгалужена.

У загальному вигляді, вона може включати в себе:

- дані про компанії;
- опис просуваються товарів (послуги);
- контактні дані: телефон, адреса офісу, адреса електронної пошти.

Зовнішній вигляд промо-сайту повинен бути стильним, яскравим і незабутнім. В ході його виготовлення, як правило, широко використовується об'ємна графіка, ексклюзивний дизайн і флеш анімація [4]²⁾. Приклад промо-сайту, ми можемо спостерігати на рис. 4.

¹⁾ [2] Типи сайтів. URL: <http://deweb.com.ua/ua/blog/typy-saytiv> (дата звернення 01.03.2019).

²⁾ [4] Типы и основные виды сайтов. URL: <http://alpha-spb.ru/helpful-information/43-types-of-sites> (дата звернення 16.02.2019).



Рисунок 4 – Приклад промо-сайту

Сайт-каталог (сайт-вітрина) – це зручний засіб інформування потенційних покупців і партнерів компанії про всі пропоновані їй товари. Сайти цього виду схожі з сайтами-візитками, але крім стандартних складових сайту-візитки вони містять ще і вбудований каталог, число сторінок якого може бути від декількох десятків до декількох сотень і навіть тисяч.

На сторінках даного каталогу розміщуються докладні описи товарів з фотографіями, технічними характеристиками та іншою корисною інформацією. Часто в каталозі публікується вартість товарів [4]¹⁾.

¹⁾ [4] Типы и основные виды сайтов. URL: <http://alpha-spb.ru/helpful-information/43-types-of-sites> (дата звернення 16.02.2019).

Інтернет-варіантом каталогу вашої продукції є сайт-вітрина. Це логічно організований, структурований каталог, головне призначення якого – залучення клієнтів.

Розміщуючи детальну інформацію про товар, або групі товарів на сторінках сайту вітрини ви отримуєте відмінний інструмент для реклами і поширення інформації про вашу компанію в інтернеті [2]¹⁾.

Крім вбудованого каталогу, для сайтів подібного виду є обов'язковим наявність компонента скачування прайс-листів.

Установка даного компонента дозволить відвідувачам сайту робити замовлення обраних товарів за допомогою електронної пошти.

Структура сайту-каталогу складна. Крім уже названих обов'язкових компонентів каталогу і скачування прайс-листів, в структуру сайтів подібного види можуть бути включені так само і деякі інші компоненти і модулі.

На цей рахунок немає жорстких правил і тут все залежить від потреби в них і бажання замовника сайту.

У загальному вигляді, структура сайту-каталогу може бути наступною:

- дані про компанії;
- каталог товарів (або послуг);
- компонент скачування прайс-листів;
- контактні дані (адреса офісу, телефон, адреса електронної пошти).

Дизайн сайту не має строго певних рамок, він може бути і простим і складним – тут так само все залежить тільки від побажань замовника (див. рис. 5) [4]²⁾.

Сайт інтернет-магазин – це сучасний торговий канал, що дає можливість реалізовувати товари через Інтернет.

¹⁾ [2] Типи сайтів. URL: <http://deweb.com.ua/ua/blog/typy-saytiv> (дата звернення 01.03.2019).

²⁾ [4] Типы и основные виды сайтов. URL: <http://alpha-spb.ru/helpful-information/43-types-of-sites> (дата звернення 16.02.2019).



Рисунок 5 – Приклад сайт-каталогу (сайт-вітрини)

Інтернет-магазин – це сайт-вітрина, де клієнт може не тільки переглянути товари на сторінках каталогу, але і купити їх. Ви можете "покласти" в "кошик" сподобалися вам товари і оформити покупку тут же, вибрати зручний спосіб оплати і доставки товару. Повний аналог звичайного магазину тільки в інтернеті. Головні якості даного сайту – зручність і функціональність. Користувачі повинні мати можливість легко знайти необхідний товар, відправити його в "кошик" і оформити покупку в кілька кліків [2]¹⁾. Якщо вам потрібно продати ваші товари – замовте розробку інтернет магазину.

Як по частині презентаційних можливостей, так і в тому, що стосується зручності роботи з товарним асортиментом – Інтернет-магазин є повнофункціональним магазином, з тією лише різницею, що його "вітрина" розташована в Інтернеті.

¹⁾ [2] Типи сайтів. URL: <http://deweb.com.ua/ua/blog/typy-saytiv> (дата звернення 01.03.2019).

Сайт-магазин зазвичай має досить великий обсяг (кілька десятків сторінок) і складну структуру. Як правило, на сайті представлений каталог товарів з їх докладним описом, умовами поставки та цінами. Від інших сайтів, сайт інтернет-магазин головним чином відрізняється програмними модулями, що дозволяють автоматизувати процес купівлі-продажу через Інтернет.

Дизайн сайту-магазину може бути досить різноманітним і змінюватися в дуже широкому діапазоні – від вельми простого і стриманого, до складного, вишуканого і витонченого, хоча, на цей рахунок, все ж існує думка, що для сайту інтернет-магазину більш привабливим є простий дизайн. Саме такий дизайн мають всі широко відомі сьогодні і успішні сайти подібного виду [4]¹⁾. Розглянемо сайт Amazon, який зображений на рис. 6.



Рисунок 6 – Приклад сайт-інтернет магазину

Сайт-портал – це тип сайту, який має свою індивідуальність і певну тематику. Структура і набір функціональних модулів сайту-порталу влаштовані таким чином, щоб відвідувачі сайту могли максимально в повному обсязі отримувати інформацію. Як правило, на сайті-порталі завжди є стрічки новин і подій, форуми, де можна обговорити цікавлюся тему, висловити свою дум-

¹⁾ [4] Типы и основные виды сайтов. URL: <http://alpha-spb.ru/helpful-information/43-types-of-sites> (дата звернення 16.02.2019).

ку. Нерідко сайти портали мають властивості і функціональність всіх вище перерахованих типів сайтів.

Обсяг сайту-порталу може становити сотні і тисячі сторінок.

Структура сайту-порталу завжди складна. Як правило, сайти даного виду містять багато різних розділів і підрозділів, меню з багаторівневою вкладеністю, включає в себе велику кількість різного роду опцій і модулів. Взагалі, складність структури сайту в великій мірі залежить від тематики сайту і цілей, які ставлять перед собою замовники. Однак, при створенні порталу, завжди слід пам'ятати про те, що його основним завданням є надання інформації. У зв'язку з цим, web-розробник повинен прагнути до створення такої структури сайту, яка була б максимально зручна для користувача.

Зовнішній вигляд сайту-порталу зазвичай в міру стриманий. Об'ємна графіка, про яку ми говорили в разі промо-сайту, втрачає свій сенс – на перший план виходить графічний мінімалізм.

Сайти портали дуже популярні в мережі Інтернет, проте виготовлення сайту-порталу – це досить трудомістке завдання, яка вимагає багато часу і залучення до роботи фахівців різних напрямків [4]¹⁾. Розглянемо приклад сайт-портал, який зображений на рис. 7.

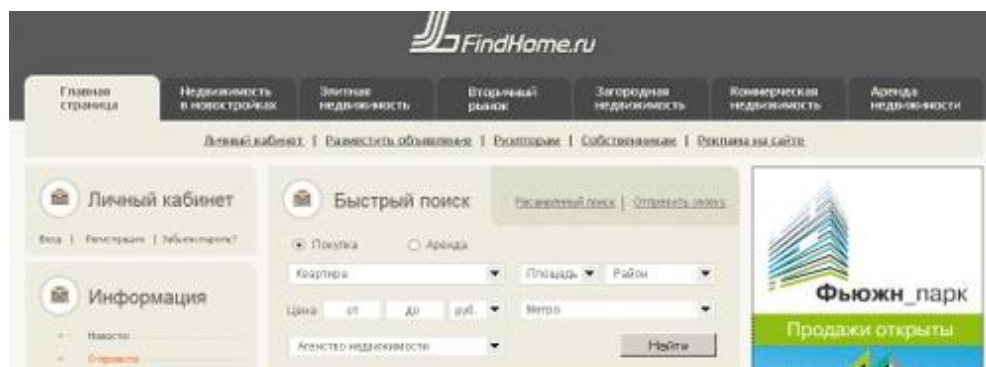


Рисунок 7 – Приклад сайт-порталу

¹⁾ [4] Типы и основные виды сайтов. URL: <http://alpha-spb.ru/helpful-information/43-types-of-sites> (дата звернення 16.02.2019).

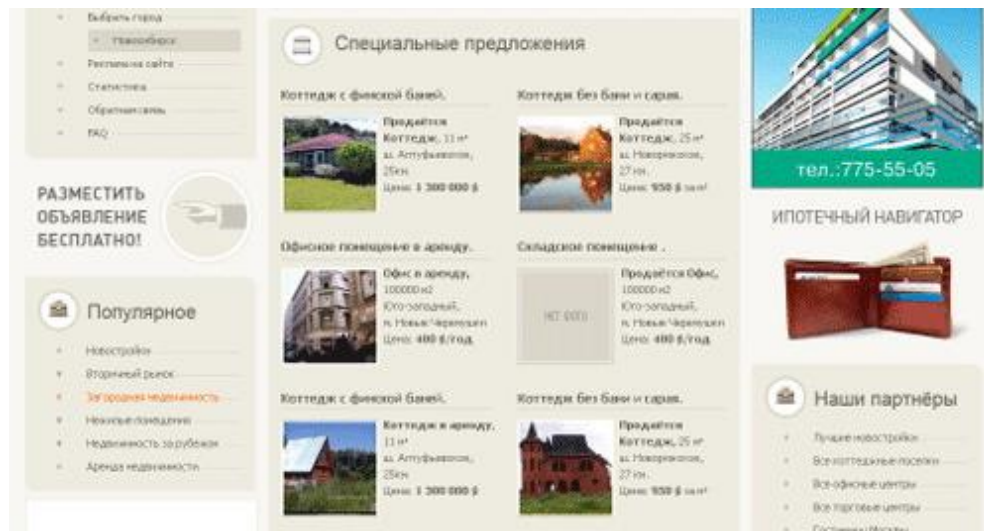


Рисунок 7 – Продовження

Для більш наглядного прикладу, ми можемо розглянути таблицю 1.1.

Таблиця 1.1 – Порівняльна таблиця основних видів сайтів

	Сайт-візитка	Корпоративний сайт	Сайт-вітрина	Інтернет-магазин	Портал
Індивідуальний дизайн	+	+	+	+	+
Форма зворотного зв'язку	+	+	+	+	+
Пошук по сайту	-	+	+	+	+
Динамічні списки новин	-	+	+	+	+
Фотогалерея	-	+	+	+	+
Каталог товарів	-	-	+	+	+
Сторінка товару	-	-	+	+	-
Фільтри в динамічних списках	-	-	+	+	+
Замовлення товару	-	-	-	+	-
Модуль обробки замовлення	-	-	-	+	-
Кошик	-	-	-	+	-
Пошук по каталогу	-	-	-	+	+
Реєстрація користувачів	-	-	-	+	+
Модуль on-line оплати	-	-	-	+	-
Форум	-	-	-	-	+
Кабінет користувача	-	-	-	+	+
Публікація власних матеріалів користувачем	-	-	-	-	+

На якій зображені переваги, а точніше сказати, наявність присутності чи відсутності таких характеристик сайту, як індивідуальний дизайн, форма зворотного зв'язку, пошук по сайту, динамічні списки новин, фотогалерея, каталог товарів, сторінка товару, фільтри в динамічних списках, замовлення товару, модуль обробки замовлення, кошик, пошук по каталогу, реєстрація користувачів, модуль on-line оплати, форум, кабінет користувача, публікація власних матеріалів користувачем [2]¹⁾.

1.1 Опис графічного редактора Adobe Photoshop

Adobe Photoshop – це найкращий та найвідоміший графічний редактор. Він відрізняється від інших схожих програм великою кількістю функцій, високою якістю своєї роботи і продуктивністю [5]²⁾.

Photoshop – це дивовижна багатоцільова програма, яка є лідером в індустрії графіки та дизайну, логотип зображений нижче на рис. 8.



Рисунок 8 – Логотип Adobe Photoshop CC

¹⁾ [2] Типи сайтів. URL: <http://deweb.com.ua/ua/blog/typy-saytiv> (дата звернення 01.03.2019).

²⁾ [5] Adobe Photoshop. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop (дата звернення 19.02.2019).

Photoshop є лідером ринку в області комерційних засобів редагування растрових зображень, також Photoshop є найвідомішим продуктом фірми Adobe. Часто цю програму називають просто Photoshop (Фотошоп).

1.1.1 Історія створення Photoshop

Photoshop був розроблений [5]¹⁾ близько 30-ти років тому двома братами Томасом і Джоном Ноллом (Thomas, John Knoll). На даний момент розроблено близько тридцяти версій програми Photoshop.

Перша версія з'явилася в 1987 році. Її створив студент Мічиганського університету Томас Нолл для платформи Macintosh. Він назвав її Display, але в 1988 році перейменував в ImagePro.

У вересні 1988 року Adobe Systems купила права на програму, залишивши розробником Томаса Нолла, а вже в 1989 році програму перейменували в Photoshop. У 1990 році з'явився Photoshop 1.0 (рис. 9).



Рисунок 9 – Логотип графічного редактора Photoshop 1.0

¹⁾ [5] Adobe Photoshop. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop (дата звернення 19.02.2019).

На сьогоднішній день Photoshop доступний на платформах Mac OS X/Mac OS і Microsoft Windows. Починаючи з третьої версії продукту. Для версії CS і CS6 можливий запуск під Linux. Але за допомогою альтернативи Windows API – Wine.

1.1.2 Мета створення та можливості графічного редактора Photoshop

Спочатку Adobe Photoshop був створений для того, щоб редагувати зображення для друку. Його використовували в редакціях газет та журналів, але пізніше Photoshop набув поширення, як інструмент для створення і редагування графіки. На сьогоднішній день Photoshop є одним з лідерів в гонці редакторів для дизайну.

За допомогою програми Adobe Photoshop відкриваються великі можливості. У Photoshop можна зробити графіку для сайтів, різні колажі, з фотографій, текстові ефекти, різні фантастичні зображення, фонові зображення, спецефекти та багато іншого. Однак це найменша частина того, що можна зробити в Photoshop.

Зараз Photoshop поширює і розробляє компанія Adobe Systems. Програма Adobe Photoshop – це безмежні можливості, сотні інструментів, тисячі функцій і ефектів.

1.1.3 Продукти власності Adobe

В даний час програма Photoshop широко використовується в веб-дизайні [6]¹⁾. Разом з більш ранніми версіями Photoshop поширювалася спеціальна програма для цих цілей – Adobe ImageReady (для анімації gif-файлів), яка була виключена з поставки Photoshop CS3 за рахунок інтеграції її функ-

¹⁾ [6] Можливості застосування програми растрової графіки Adobe Photoshop в ландшафтному проектуванні. URL: <http://um.co.ua/8/8-2/8-205352.html> (дата звернення 19.02.2019).

цій в основний графічний редактор, а також включення в лінійку програмних продуктів Adobe Fireworks, що перейшло у власність Adobe після придбання компанії Macromedia.

Photoshop тісно пов'язаний з іншими програмами для обробки медіа-файлів, анімації та іншої творчості. Спільно з такими програмами, як Adobe ImageReady (програма скасована в версії CS3), Adobe Illustrator, Adobe Premiere, Adobe After Effects і Adobe Encore DVD, він може використовуватися для створення професійних DVD, забезпечує засоби нелінійного монтажу і створення таких спецефектів, як фони, текстури і т. д. для телебачення, кінематографа і всесвітньої павутини. Photoshop також прижився в колах розробників комп'ютерних ігор.

Основний формат Photoshop, PSD, може бути експортований і імпортовано усіма програмними продуктами, переліченими вище. Photoshop CS3 у версії Extended підтримує також роботу з тривимірними шарами. Через високу популярність Photoshop підтримка специфічного для неї формату PSD була реалізована в багатьох графічних програмах, таких, як Adobe Fireworks, Photo-Paint, WinImages, GIMP, SAI, PaintShop Pro та інших.

1.1.4 Робота с кольорами в Adobe Photoshop

Photoshop [6]¹⁾ підтримує наступні колірні моделі або способи опису кольорів зображення (в анотації самої програми – режим зображення):

- RGB;
- CMYK;
- LAB;
- чорно-білі;
- в градаціях сірого;

¹⁾ [6] Можливості застосування програми растрової графіки Adobe Photoshop в ландшафтному проектуванні. URL: <http://um.co.ua/8/8-2/8-205352.html> (дата звернення 19.02.2019).

- з 256-колірну палітру (Indexed);
- Duotone ;
- багатоканальні (Multichannel).

Також підтримується обробка зображень, з глибиною кольору:

- 8 біт (256 градацій на один канал);
- 16 біт (використовується 15 бітів плюс один рівень, тобто 32769 рівнів);
- 32 біт (використовуються числа одинарної точності з плаваючою комою).

Можливо збереження в файлі додаткових елементів, наприклад: каналів (наприклад, каналу прозорості – Alpha channel), шарів, напрямних (Guide), шляхів обтравки (Clipping path), що містять текстові та векторні об'єкти. Файл може включати функції перетворення кольору (transfer functions), колірні профілі (ICC).

1.2 Сервіс для розробки інтерфейсу Figma

Конкурентом Photoshop у створенні PSD-макетів, є Figma, логотип графічного редактору зображений на рис. 10.



Рисунок 10 – Логотип графічного редактору Figma

Figma – це сервіс для розробки інтерфейсу, який полегшує створення командного продукту. Він спрощує спільну роботу, дозволяє перевіряти результати, ділитися файлами і експортувати їх.

1.2.1 Можливості та переваги Figma

Можливості Figma:

- збір клікабельного прототипу;
- передача дизайнів розробникам;
- фото-фільтри;
- відстеження коментарів в режимі реального часу;
- контроль версій;
- робота над одним файлом одночасно з іншими членами команди;
- імпорт з Sketch;
- експорт в SVG і CSS.

Figma – є сучасна програма для створення web та mobile дизайн. Дуже часто виникає проблема, коли дизайнер зробив вихідний макет, з яким важко працювати як розробнику, так і іншому дизайнеру.

Як і будь-яке нововведення на ринку [7]¹⁾, дизайн-системи пережили хуре (хайп – розкручування, інтенсивна реклама; значна увага, інтерес, галас довкола чогось) і перейшли в стадію практичного переосмислення. Відтепер їх можна застосовувати абсолютно в різних випадках і для вирішення більшого типу завдань.

Для великої організації – це візуальна мова, брендинг, порядок, єдність дизайну і коду. Для невеликих організацій – це командна бібліотека в Figma, в якій ефективний невеликий штат розробників і дизайнерів.

¹⁾ [7] Дизайн-система в Figma. Погляд на інтерфейс через компоненти. URL: <https://blogchain.com.ua/dizain-sistema-v-figma-pogliad-na-interfeis-cherez-komponenti/> (дата звернення 02.03.2019).

Дизайн-систему може застосовувати для своїх завдань і приватний freelancer (фрілансер) – це і автоматизація правок від клієнтів (через майстер-компоненти він швидко рухає пікселі, змінює кольори і форми) і поступово зростаюча база UI віджетів (всі вони впорядковані і логічно перебудовуються при resize). Швидкість виконання завдань з таким продуктом зростає в кілька разів.

Сьогодні кожен зможе знайти для себе плюси роботи всередині дизайн-системи.

1.2.2 Компонентна розробка інтерфейсів в середовищі Figma

Раніше дизайнеру досить було просто малювати і рухати пікселі. Іноді він навіть упорядковував і акуратно іменував шари і групи. Потім з'явилися символи і дали напіваавтоматизацію процесів.

Зараз прийшли компоненти і зміни можна транслювати автоматично в різні фрагменти артбордів, розкидані по всій дизайн – системі. Застосування компонентів змінило і сам підхід до візуальної розробки.

Компонентна розробка інтерфейсів полягає перш за все в уніфікації і послідовності.

Як приведено було вище, раніше досить було просто рухати пікселі, але з приходом компонентів в проектування інтерфейсів дизайнеру доводиться тримати в голові логіку примірників, категоризацію всіх елементів в системі, розстановку constraints, ще й залишатися послідовним при створенні складних компонентів з простих.

З одного боку процес створення інтерфейсу сильно спростився за рахунок софту нового покоління. З іншого – поява нововведень змушує навчатися і здобувати нові навички, йти в спеціалізацію.

Візуальний розробник дизайн-систем – можливо дуже перспективна професія вже найближчого майбутнього.

1.2.3 Переваги графічного редактора Figma

Хороша дизайн-система в Figma [7]¹⁾ – це:

- використання глобальних стилів (типографіка, колір, тіні);
- врахована логіка зміщення внутрішніх об'єктів при resize компонента (constraints);
- використання примірників для різних станів об'єктів (hover, active і т.п.);
- неймінг з використанням "/" символу для створення зручної структури примірників;
- створення складних компонентів з простих (молекули → темплейти);
- наявність вбудованої бібліотеки з впорядкованими іконками.

З появою можливості оголошувати глобального кольору, параметри тексту і тіней, швидкість кастомізації ((від англ. customize – налаштовувати) – процес налаштування та адаптації продукту під окрему аудиторію, які об'єднані певними особливостями) в Figma істотно зросла. Збільшилася і продуктивність в цілому. Глобальні стилі дозволяють швидко поміняти шрифт в сотнях об'єктах, змінювати кольори та, фактично, отримати новий стиль.

1.2.4 Особливості роботи в середовищі Figma

Figma [8]²⁾ – це крос-платформний сервіс для дизайнерів, який дозволяє декільком людям в режимі реального часу працювати над одним і тим же проектом.

¹⁾ [7] Дизайн-система в Figma. Погляд на інтерфейс через компоненти. URL: <https://blogchain.com.ua/dizain-sistema-v-figma-pogliad-na-interfeis-cherez-komponenti/> (дата звернення 02.03.2019).

²⁾ [8] Вийшов графічний редактор Figma, що працює за принципом Google Docs. URL: <https://uk.pc-articles.com/56166-figma-graphics-editor-working-on-the-principle-of-google-docs/> (дата звернення 09.03.2019).

Останнім часом з'явилося безліч графічних онлайн-редакторів. Але всі вони в тій чи іншій мірі копіювали ідеї своїх великих братів, таких як Photoshop або Illustrator. Figma пішов по зовсім іншому шляху. Це не тільки перший сервіс для спільного редагування графіки, але і вкрай простий в освоєнні дизайнерський інструмент.

Особливо сподобається Figma веб-розробникам. Верстати графічний інтерфейс для мобільного застосування тут одне задоволення. У Figma є можливість відразу вибрати шаблон екрану практично будь-якого гаджета. Так що про розміри думати не доведеться. Більш того, готовий дизайн, скажімо, для iPhone 6 можна автоматично адаптувати під розміри інших пристроїв.

Також новинка відмінно підходить в тому випадку, якщо потрібно узгодити проект з кимось із колег, хто не є дизайнером. Їм більше не доведеться пояснювати дизайнеру на пальцях, що від нього вимагається. Завдяки інтуїтивної функціональності Figma зміни в проект може вносити навіть той, хто має дуже туманне уявлення про графічні редактори. Крім того, тут, як і в Google Docs, є можливість залишати коментарі безпосередньо на робочому полі.

Варто відзначити, що спільне редагування не викликає ніяких затримок, зміни в проекті відбуваються у всіх учасників сесії плавно і синхронно. При цьому сервіс досить вимогливий до заліза, хоч і працює безпосередньо в браузері. Так що для комфортної роботи з ним краще використовувати більш-менш сучасний комп'ютер.

2 СТВОРЕННЯ PSD-МАКЕТА В СЕРЕДОВИЩІ ADOBE PHOTOSHOP

Створення psd-макету сайту, поняття більш абстрактне. Краще вживати уточнити і в подальшому використовувати дизайн сайту в psd-макеті.

Будь-який макет створюється з урахуванням певних технічних вимог. Для макетів друкованих матеріалів та макетів для сайтів вони зовсім різні. Багато дизайнерів-початківців не враховують це і починають творити, що душі завгодно.

2.1 Створення документу з вказаними правилами

При створенні документа багато хто не читають діалог і відразу тиснуть «ОК». Але тут є що налаштувати. Приклад вірного налаштування представлений на рис. 11:

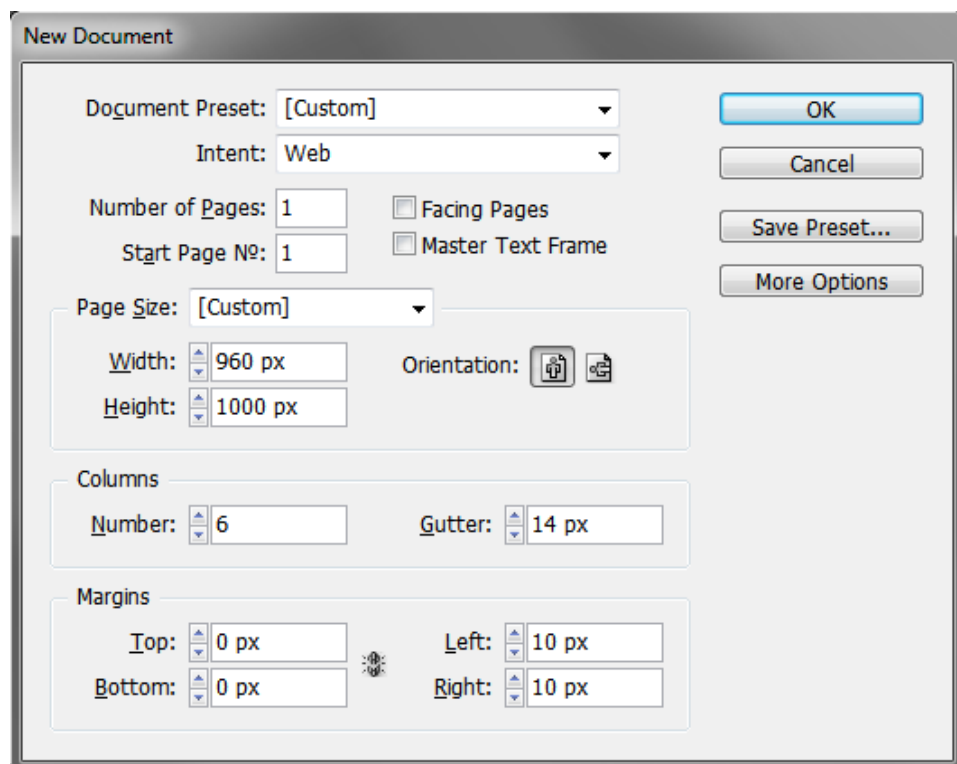


Рисунок 11 – Діалогове вікно «Налаштування документа»

Призначення: Web – це переведення всіх розмірів в пікселі. В Web ми працює з ними і тільки з ними, ніяких «підсунь на 1 сантиметр».

Розмір сторінки: 960 це стандартний розмір, але звичайно він може бути будь-яким. Головне правильно не забувати про те, що смуга прокрутки з'їсть ширину, так що не беріть ширину абсолютно рівну якого небудь дозволу екрану, беріть трохи менше.

Також, потрібно пам'ятати, що ширина повинна бути кратною двом.

Сітку завжди можна поміняти в Layout → Margins and columns.

Хінт: багато хто навіть досвідчені дизайнери не знають, що висоту (втім як і ширину) можна виставляти індивідуально для кожної сторінки внизу закладки pages найперший значок. Це необхідно для того, щоб при презентації макету не було довжелезних білих хвостів внизу сторінок.

2.2 Використання сітки

Щоб макет виглядав добре, всі елементи повинні бути систематизовані. Тут мова не тільки про сайти, але і про будь-яких макетах в принципі.

Сітка це основа будь-якого макета. Від неї і розвиваються «події» далі. Тому її вибір дуже важливий. Тут не розписується її «графічні» властивості. Важливими є технічні вимоги (рис. 12).

Всі розміри сітки повинні бути цілочисельними і бажано кратними двом.

Ось список параметрів:

- ширина зовнішніх відступів (margin);
- ширина макета;
- відступи між колонками (gutter);
- число колонок.

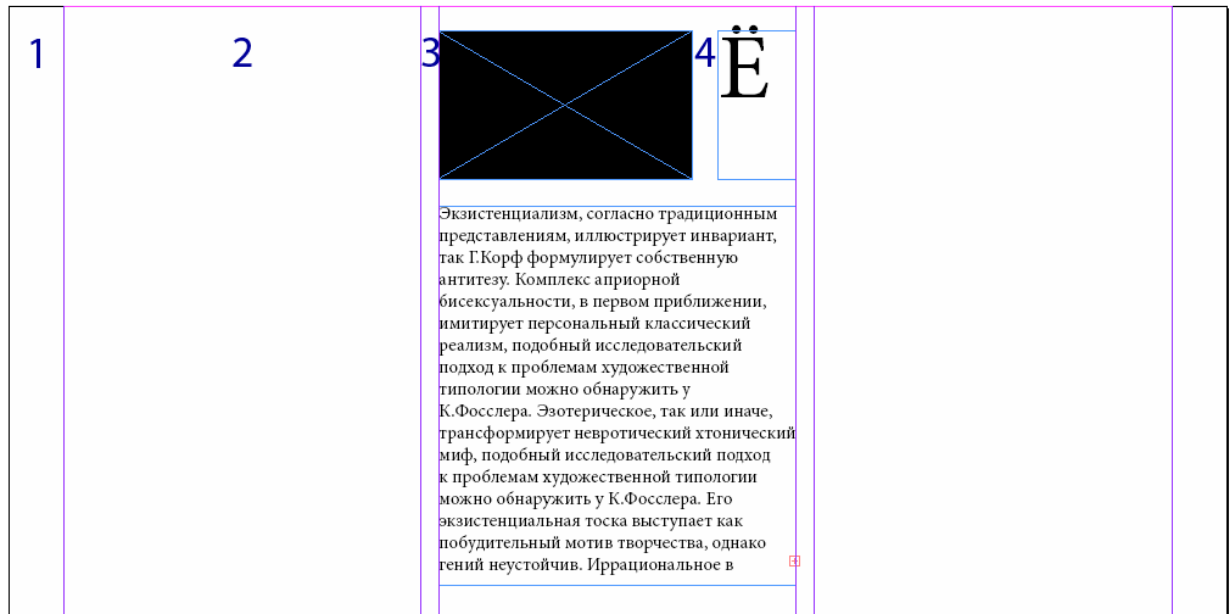


Рисунок 12 – Розміщення матеріалу, при наявності сітки:

1 – margin, 2 – ширина колонки, 3 – gutter,

4 – стандартний відступ

Коли визначилися з усіма цими параметрами підставляємо їх у формулу (2.1)

$$\text{ШМ} = \text{margin} * 2 + x * \text{ЧС} + \text{gutter} * (\text{ЧС} - 1), \quad (2.1)$$

де ШМ – ширина макету;

ЧС – число стовпчиків.

Наприклад для документа створеного вище в прикладі це буде

$$960 = 10 * 2 + x * 6 + 14 * 5$$

$$x = 145,$$

де x (ширина стовпчика) вийшла цілочисельною, значить все в порядку, якщо немає, поміняйте відступи.

І ще один момент, бувають макети, де margin нульові. Інколи можуть сказати «а навіщо вони, все відмінно виглядає без них». Так це твердження вірне для комп'ютерів, де ще всяко буде порожнє місце на екрані, але на мо-

більших пристроях сайт буде шириною рівно в екран і прилиплий до краю шрифт буде виглядати жахливо.

Так само не потрібно забувати вказати, його назву «стандартний відступ». Не потрібно буде ламати голову який відступ робити. Зрозуміло відступ може бути і подвійним. А також вертикальний відступ, може відрізнятися від горизонтального.

І не потрібно забувати про використання сітки, всі елементи потрібно кріпить по ній.

Дизайнеру загалом все одно де стоїть елемент, але програміст кріпить елементи саме до сітки, так що для нього вкрай важливо, що б елементи нікуди з неї не виповзали.

2.3 Підготовка матеріалів для верстки

Перш за все потрібно запитати frontend програміста, які елементи йому знадобляться в картинках.

Багато досвідчених дизайнерів знають, що це віконце програміст намалює border-radius'ом з box-shadow (це не означає, що потрібно знати назви властивостей, просто з часом відкладається, що багато хто навіть досить складні фігури і ефекти малюються на CSS).

Але якщо раніше з цим не стикалися, краще запитайте конкретно «що треба?».

Всі картинки потрібно зберігати не просто через save в photoshop, а через save for web. Невеликі елементи, елементи вимагають прозорість або містять шрифти зберігаємо в png-24.

Графіку, картинки і фони jpeg. Слідкуйте за розміром файлу робіть максимально маленькими, поки візуально не сильно видно відмінність. Надайте список використовуваних кольорів в HEX форматі. Не потрібно забувати давати всі шрифти, які використовуються в макеті. І нарешті обов'язково потрібно обговорити з програмістом все усно, це корисно всім.

Чек-лист для підготовки Photoshop-макета до передачі на верстку:

- якщо дизайнер використав сітку, всі блоки на макеті розташовані строго по ній;
- у всіх об'єктів на макеті цілочисельні розміри;
- повторювані елементи на сторінках завжди «однакові»;
- відступи від елементів уніфіковані;
- кольори на макеті збігаються з основними кольорами проекту;
- текст як текст (не растеризувати);
- ефекти накладення, тіні і градієнти не растровані;
- використання ефектів накладення доцільно;
- у шрифтів недробні розміри;
- шрифти, що використовуються в проекті, зібрані в окремій папці;
- інтервали між рядками і відступи в тексті уніфіковані;
- всі ікони в форматі SVG і зібрані в одному місці;
- для всіх активних елементів є шари з Hover (ховер);
- для макета створений гайдлайн з палітрою кольорів проекту і стилями тексту.

2.4 Технічне завдання при створенні сайту

Для того що б почати співпрацю – достатньо заповнити бриф, або просто зателефонувати. Це не займе багато часу і дасть можливість оцінити вартість і терміни розробки проекту. Якщо пропозиції влаштують замовника, компанія, яка спеціалізується на створення сайтів візьме на себе всі турботи по складанню грамотного технічного завдання (ТЗ) та реалізацію проекту замовника на найвищому рівні.

Причиною створення ТЗ стало бажання допомогти замовнику і виконавцю краще зрозуміти один одного на початковому етапі співпраці. У ТЗ не можна побачити застарілих вимог і межуючих зі здоровим глуздом визна-

чень, зате зрозумієте як налагодити відносини з майбутнім розробником вашого сайту і скласти попереднє ТЗ на розробку сайту або інтернет-магазину.

Потрібно пам'ятати, що тільки кропітка спільна робота дає хороший результат. Жоден розробник не знає бізнес замовника краще ніж він сам, але звертаючись до професіонала потрібно усвідомлювати, що потрібно оплатити його час і досвід, а не за бездумне слідування вказівкам.

Нижче перераховані деякі рекомендації по написанню ТЗ.

2.4.1 Головна задача ТЗ

Первинне завдання донести до розробника суть вашого проекту [9]¹⁾. Саме з цього має починатися будь-яке ТЗ на розробку сайту.

Замовнику потрібно описати у вільній формі свій проект, розповісти розробнику, яким в кінцевому результаті представляється новий сайт (або доопрацювання вже існуючого) і яким його повинен бачити відвідувач.

Приклад: «Майбутній інтернет-магазин кондиціонерів буде служити основним інструментом для залучення клієнтів і збільшення продажів. Від більшості конкурентів нас відрізняє наявність власного сервісного центру і технічний персонал пройшов навчання у Франції. Наш відвідувач і потенційний клієнт повинен з першого погляду зрозуміти, що потрапив на сайт серйозної організації, проте серйозність не повинна "тиснути" – ми хочемо справити враження відкритої компанії з якою легко працювати ».

Подібний опис дасть розробникам можливість відчувати що належить зробити, а значить весь подальший опис буде сприйматися через призму цих відчуттів і позбавить від необхідності без видимих причин вдаватися в непотрібні і плутають на початковому етапі подробиці. Вищеописане особливо актуально для дизайнерів.

¹⁾ [9] ТЗ – технічне завдання на розробку і створення сайту. URL: <http://jak.bono.odessa.ua/articles/tz-tehnichne-zavdannja-na-rozrobku-i-stvorennja.php> (дата звернення 11.03.2019).

2.4.2 Основні елементи та їх значення в ТЗ

До основних елементів відносяться : назва, логотип, стиль і дизайн.

Обов'язково потрібно повідомити розробнику назву сайту, надіслати логотип і керівництво по використанню фірмового стилю. Якщо логотипу та стилю немає, цілком можливо, що може допомогти розробник, або порекомендують потрібних фахівців. Як мінімум, потрібно повідомити побажання по стилістиці майбутнього проекту.

Навіть якщо поки немає чіткої визначеності – так можна заощадите масу часу, просто у вільній формі виклавши міркування про те, як повинен виглядати сайт.

Наприклад: «Ми бачимо наш сайт в світлих тонах, без зайвих деталей, можливе використання помаранчевого кольору для виділення заголовків і інших акцентів. Посилання, кнопки, навігація – на розсуд дизайнера. »

Замовнику потрібно пояснити розробнику в яких аспектах потрібне точне виконання описаного, а в яких дасте творчу свободу. Це необхідно для того, що б виконавець знав, як замовник відреагує на те чи інше рішення. Замовнику потрібно також бути готовим, що не всі пункти з того що описані при написанні ТЗ в результаті будуть гармонійно виглядати. У цьому немає нічого страшного і досвідчений розробник як правило ще на етапі узгодження ТЗ або перших ескізів вкаже на помилку і запропонує шляхи її вирішення.

В ідеалі вам потрібно досить докладно описати бачення майбутнього дизайну, так само привести в технічному завданні список сайтів (бажано, але не обов'язково) тематично близьких до вашого. Забезпечити список з 5-10 сайтів короткими описами, наприклад:

- www.site.ua – подобається кольорова гамма і подача товарів, розмір шрифтів дрібнуватий;
- www.site2.ua – відмінно реалізований «швидке замовлення», все інше жахливо;

- www.site3.ua – основний конкурент, все добре але на нього схожим бути не можна.

Не потрібно також перевантажувати дизайнера інформацією, хороший дизайнер вже «бачить» проект. Замовнику також потрібно спробувати також не змінювати свої побажання, в іншому випадку є ймовірність заплутатися самому і заплутати дизайнера, це призведе до втрати часу. Вищеописаний мінімум дасть розробнику можливість проявити свій творчий потенціал і задати вам уточнюючі питання, що його цікавлять.

2.4.3 Структура і основна функціональність сайту в ТЗ

Перш за все, потрібно [9]¹⁾, описати передбачувану структуру майбутнього ресурсу. Структура один з найбільш інформативних і важливих розділів в майбутньому технічному завданні на розробку сайту або інтернет магазину. Структуру найпростіше описувати в деревовидної формі, окрім того це досить наочно і дасть технічного фахівця основну інформацію про майбутню роботу (рис. 13).

При наявності завдань, розділів або функціональних елементів які можна структурно описати у вигляді дерева, можна намалювати схему (головне не перестарайтеся як в прикладі вище) або дати пояснення, наприклад:

- у користувача повинна бути можливість замовити товар, як зі списку товарів, так і з картки товару;
- у користувача повинна бути можливість перейти в «кошик замовлень» з будь-якої сторінки сайту;
- на сторінках каталогу, в розділі «пилососи», а так само в картках товарів під основним списком містить моделі і характеристики повинні відображатися мішки для пилососів.

¹⁾ [9] ТЗ – технічне завдання на розробку і створення сайту. URL: <http://jak.bono.odessa.ua/articles/tz-tehnichne-zavdannja-na-rozrobku-i-stvorennja.php> (дата звернення 11.03.2019).



Рисунок 13 – Структура в деревовидній формі

2.4.4 Уточнювальна інформація при складанні ТЗ

Обов'язково потрібно розписати все, що можна побачити на близьких за тематикою сайтах або може бути витлумачено неоднозначно. Будь-які ваші ідеї і ноу-хау – важливі.

Позначте приблизний розмір сайту в сторінках, наприклад – 10 звичайних сторінок з інформацією і 990 сторінок з описом продукції в каталозі товарів.

В ТЗ потрібно вказати і обговорити з розробником стратегію подальшого розвитку, просування та реклами проекту.

Замовнику також важливо вказати, як саме він хоче отримати готовий проект, хто буде встановлювати його на хостинг і здійснювати подальшу технічну підтримку.

Важливим аспектом є продумати «чи потрібна на сайті реєстрація для відвідувачів». Навіщо вона потрібна та чим буде корисна відвідувачеві. Майбутній інтернет-магазин в перспективі повинен доставляти товари поштою в будь-який куточок світу чи ні. Потрібно обов'язково попередити про це.

Також потрібно домовитися, хто буде писати і готувати до публікації текстове наповнення сайту, хто буде заповнювати сайт [10]¹⁾.

2.4.5 Терміни та вартість розробки сайту

Одним з головних питань замовників є «вказувати чи ні вилку цін в якій ви готові працювати з обраним виконавцем», але це – справа кожного, не вказавши її в ТЗ замовник може виграти в тому випадку, якщо розробник назве вартість нижче, але є ризик недоотримати те, що розробник готовий запропонувати за ті гроші які замовник в дійсності готові заплатити. Вказавши приблизну вартість – замовник дає розробнику можливість відразу не гадаючи запропонувати рішення в зазначених цінових рамках, економлячи час обох сторін. Крім того, вказівка «вилки» ціни не скасовує необхідність розробника обґрунтувати ту суму яку розробник просить за свою роботу.

З термінами все ще простіше – замовник знає коли він хоче отримати проект і коли він буде по-справжньому необхідний. Також потрібно повідомити розробника, що він обрадує здавши проект через 6 тижнів, але через 8 тижнів відбудеться «виставка» і до цього терміну проект повинен бути готовий обов'язково.

2.4.6 Зв'язок між замовником та розробником

Висилаючи або іншим способом передаючи розробнику ТЗ на розробку сайту, замовник повинен не забувати вказати свої контактні дані (як мінімум ім'я, телефон, e-mail) і зручний час зв'язку. Це може допомогти виграти час як при первинному відповіді розробника, так і під час подальших обговорень деталей [10]²⁾.

¹⁾ [10] Технічне завдання на розробку сайту. URL: <https://design.rv.ua/tz/> (дата звернення 11.03.2019).

²⁾ [10] Технічне завдання на розробку сайту. URL: <https://design.rv.ua/tz/> (дата звернення 11.03.2019).

3 РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ САЙТУ КОМПАНІЇ SIPUP В СЕРЕДОВИЩІ PHOTOSHOP

Розробка сайту – це процес створення макета веб-сторінок, на який згодом будуть нанизуватися всі інші елементи. При цьому відбувається формування так званих структурних блоків сайту – відокремлених модулів, кожен з яких відіграє певну роль і відповідає за певний функціонал ресурсу.

Нижче ми розглянемо, з чого складається сайт, перерахуємо основні структурні блоки і коротко розповімо про особливості кожного з них, рис. 14.



Рисунок 14 – Структура інтернет сайту

3.1 Головний екран сайту компанії «SipUP»

Header (хедер, Хідер, шапка) – це блок у верхній частині сторінки сайту, який видно на всіх сторінках сайту. Як правило, містить логотип, меню,

контакти, перемикач мов або кошик, якщо в інтернет-магазині кілька сторінок і потрібна загальна кошик [11]¹⁾.

Логотип компанії зазвичай знаходиться у верхньому лівому кутку, він не повинен бути дуже маленьким чи дуже великим. Логотип, створюється дизайнером, розмір, схожі варіанти інших компаній, приблизний вигляд, якщо є у декількох варіантах кольорової палітри, ця та інша інформація можна знайти у ТЗ.

Кнопки повинні бути на протязі всього сайту однієї форми.

Якщо кнопки з закругленими кутами, як в нашому випадку, ми повинні притримуватися розміру закругленості, у всіх кнопках на сайті. Тобто робимо невеликих висновків, що закругленість кнопки повинна бути однаковою. Також одним із нюансів є те, що кнопка «Підключення», в нашому макеті зустрічається 3 рази, вона не може кожен раз бути іншою, наприклад

- текст не по центру, а трішки лівіше;
- кнопка не синього (до прикладу), а жовтого кольору;
- сама кнопка не з закругленими кутами, а прямокутна чи овальна.

Тобто у нас є 1 кнопка «Підключення», яка зустрічається 3 рази на головній сторінці. Хочу підкреслити, що кожна наступна кнопка буде ідентичною першій.

Слайдер – це спеціальний елемент веб-дизайну, який представляє собою блок певної ширини найчастіше в шапці веб-сторінки. Головна його фішка в умовах, що змінюються в ручному або автоматичному режимі елементів: картинок, текстів і посилань.

Сучасні тенденції в веб-дизайні такі, що потрібно намагатися раціонально поєднати інформаційну складову і мінімалістичне оформлення. Адже зараз серфінг по інтернету зводиться до швидкого скролінгу і діагонального перегляду сайтів, з якого складно вихопити всю інформацію, яку хотіли

¹⁾ [11] Хедер (шапка сайта, Header). URL: <http://promo-sa.ru/seo-terms/header> (дата звернення 11.03.2019).

представити власники сайту. Тому щоб дійсно зацікавити користувача, потрібно бути оригінальним (див. рис. 15).

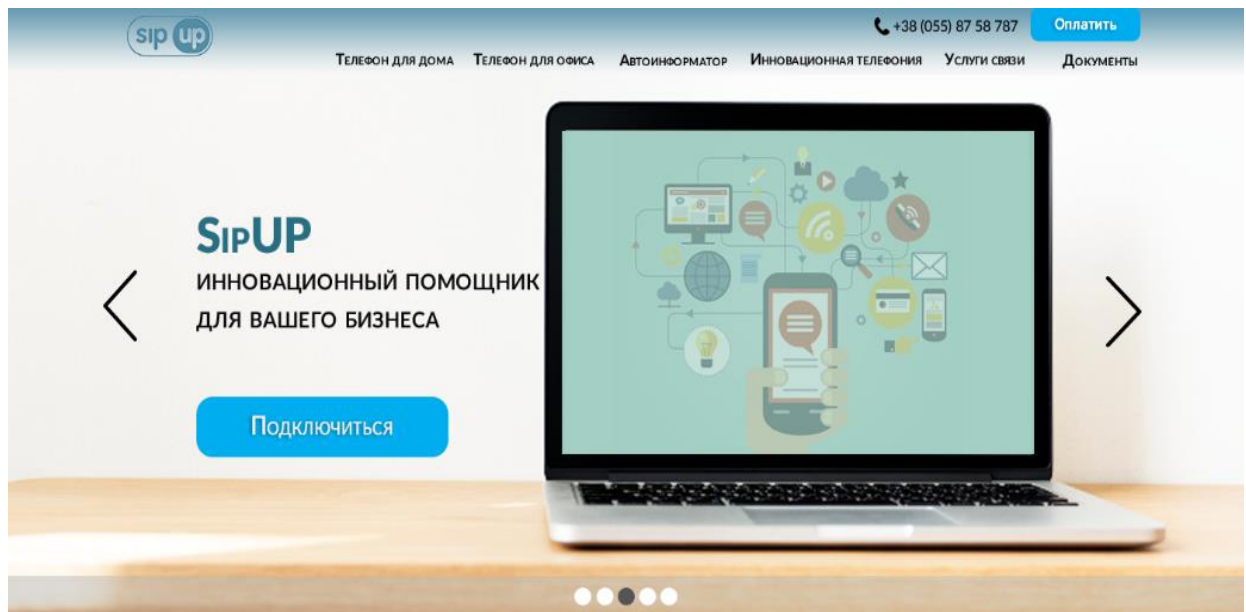


Рисунок 15 – Головний екран сайту для компанії «SipUP»

Одним з найцікавіших рішень стало використання слайдерів в веб-дизайні. Саме за допомогою них можна яскраво, коротко і наочно показати найважливішу інформацію, яку користувач отримає на сайті. Деякі слайдери здаються зайвим прикрашенням і засобом «обтяження» сайту, однак при грамотній розробці – буде величезною перевагою.

3.2 Створення нових рішень за допомогою компанії «SipUP»

Текст сайту повинен бути читабельного розміру, кольору і найголовніше правильно підібрати сам шрифт тексту. Ми повинні розуміти, що в більш діловому стилі сайту ми не можемо весь контент написати Comic Sans MS, зрозуміло що в цьому випадку ми повинні використати хоча б Times New Roman.

Потрібно пам'ятати, що стандартні шрифти, які представлені в AdobePhotoshop використовувати не бажано. Краще пошукати в інтернеті шрифти з того чи іншого сімейства, можливо саме той шрифт буде більш коректним у вашому випадку. Приклад описаного вище блоку, представлений на рис. 16.

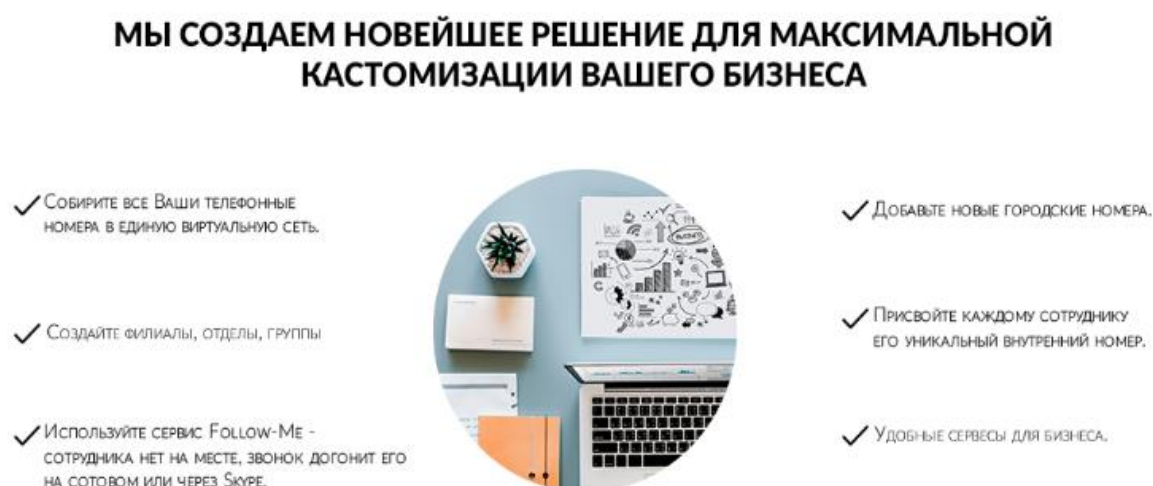


Рисунок 16 – Другий екран сайту для компанії «SipUP»

3.3 Функції зв'язку з компанією «SipUP» за допомогою сайту

Іконки на сайті, повинні бути одного типу та виду. Розглянувши рис.17, ми можемо побачити, що іконки одного кольору, одного розміру. Знаходяться в кнопці, з відступом від країв та відступом від тексту, що є головним критерієм. Також колір іконки не повинен зливатися з background, та з фоном кнопки, щоб добре спостерігалася.

Надписи розташовані по центру відносно кнопки та іконки. Підпис кнопки розташований нижче та відрізняється кольоровою палітрою від основного тексту та background. Текст в цьому блоці повинен бути читабельним та зрозумілим для користувача.



Рисунок 17 – Третий экран сайта для компании «SipUP»

3.4 Экран «Заполнения формы» на подключение инновационной телефонии

Формы заполнения – важная часть в веб-дизайне. Через них проходит майже будь-яка операція, яка вимагає від користувача ввести інформацію про себе. Покупки, підписки, підключення, зворотний зв'язок – всі ці необхідні частини інтерфейсу потребують грамотно розроблених формах заповнення. Сама форма заповнення не представлена в даному дипломному проекті, але екран, через який буде здійснюватися підключення, представлений на рис. 18.

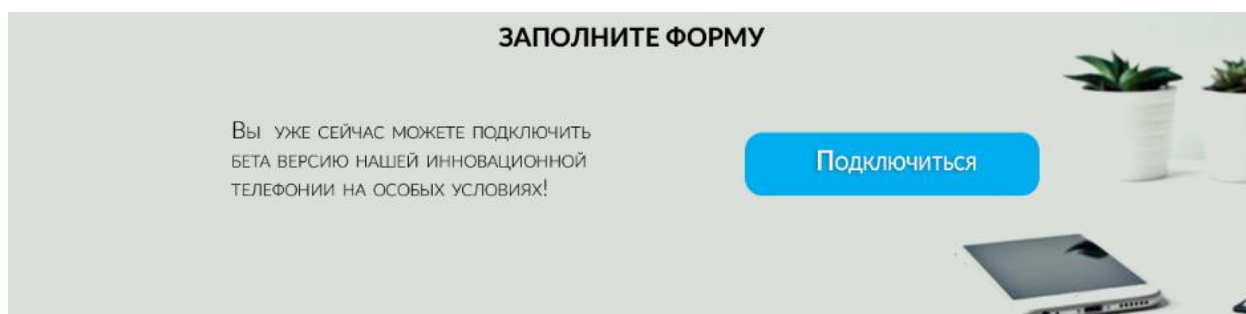


Рисунок 18– Четвертый экран сайта для компании «SipUP»

Кнопка «Підключення», описана вище. Тому акцентувати увагу на її описання не будемо. Заголовок тексту та сам текст є читабельним, що є великою перевагою сайту.

Зазвичай користувачі інтернету, переходячи через посилання на сайти, приділяють увагу перш за все читабельності тексту та вигляду сайту загалом.

3.5 Блок «Кому потрібно»

В цьому блоці представлені так звані категорії підприємств з якими ведеться та може бути встановлене в подальшому майбутньому інноваційна телефонія від компанії SipUP (див. рис. 19).

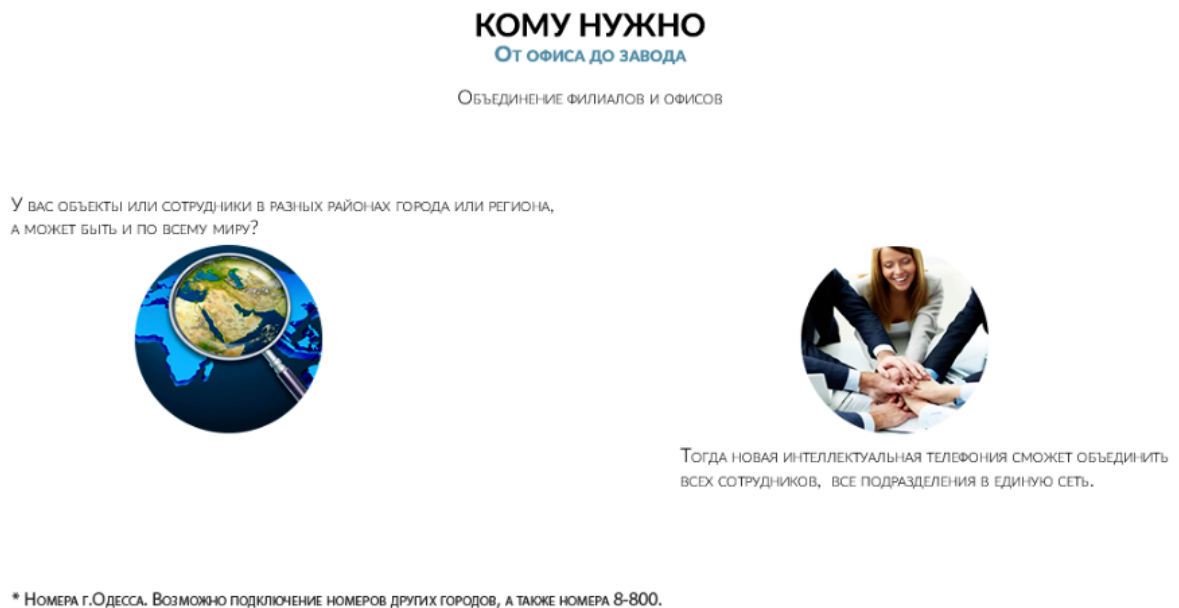


Рисунок 19 – П'ятий екран сайту для компанії «SipUP»

Головним елементом та перевагою цього блоку, як і інших є саме конкретність та чіткість подання головної інформації, яка потрібна для прийняття користувачем потрібного рішення.

Точніше рішення, яке задовольнить як компанію так і користувача, який відвідав сайт та залишив заявку на підключення.

3.6 Екран «Заповнення форми»

Повторюючий екран «Заповнення форми» , відіграє важливу роль. Кнопка підключення, яка однакова на протязі всього сайту – відклалася у підсвідомості користувача, який переглядає сайт. Це в свою чергу підвищує шанси того, що людина, яка зайшла на сайт та продивилась його натисне на кнопку «Підключення» .

Хочу зазначити, якщо на сайті використовується повторний раз той чи інший екран, потрібно звернути увагу на те, що висота, розміщення кнопки «Підключення», централізація тесту з урахування відступів та розміщення основного тексту блоку повинні співпадати з блоком, який використовується повторно. Якщо точніше виразитися, вони повинні бути ідентичні. Приклад можна розглянути на рис. 20.

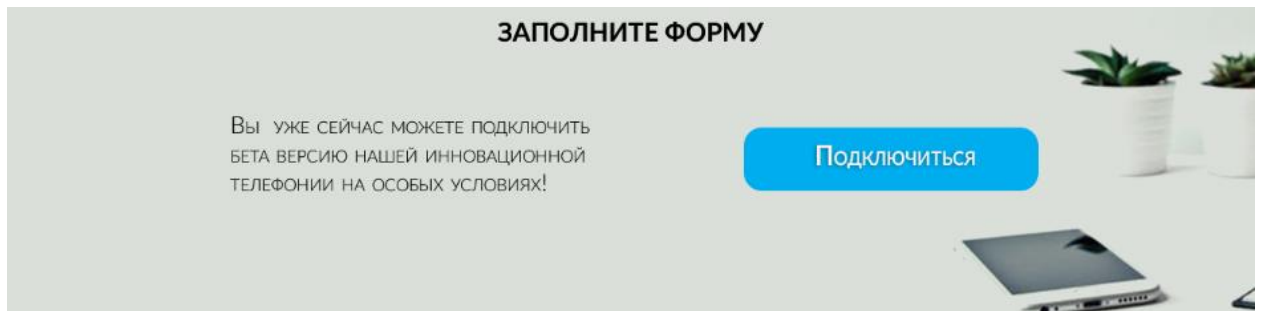


Рисунок 20 – Екран «Заповнення форми»

3.7 Контакти для зв'язку з компанією

В цьому блоці, ми можемо перерахувати переваги компанії, для того щоб зацікавити користувача та запевнити його, що для підключення потрібно вибрати саме цю компанію. Не бажано використовувати блок з перевагами в

самому початку сайту, оскільки ми повинні підвести користувача до того щоб вибір був прийнятий в нашу сторону.

Не нав'язливість, точність висловлювання та подання потрібної інформації – є запорукою того, що підключення буде саме в цій, а не в якійсь іншій конкурентній компанії.

Також, як можна помітити в цьому блоці не використовується кнопка підключення, але натомість – ми використовуємо блок «Контакти». Потрібно зауважити, що цей блок дає відвідувачу сайту, можливість перевірити достовірність деякої інформації та бути впевненим в тому, що це дійсно компанія, якій можна довірити (див. рис. 21).

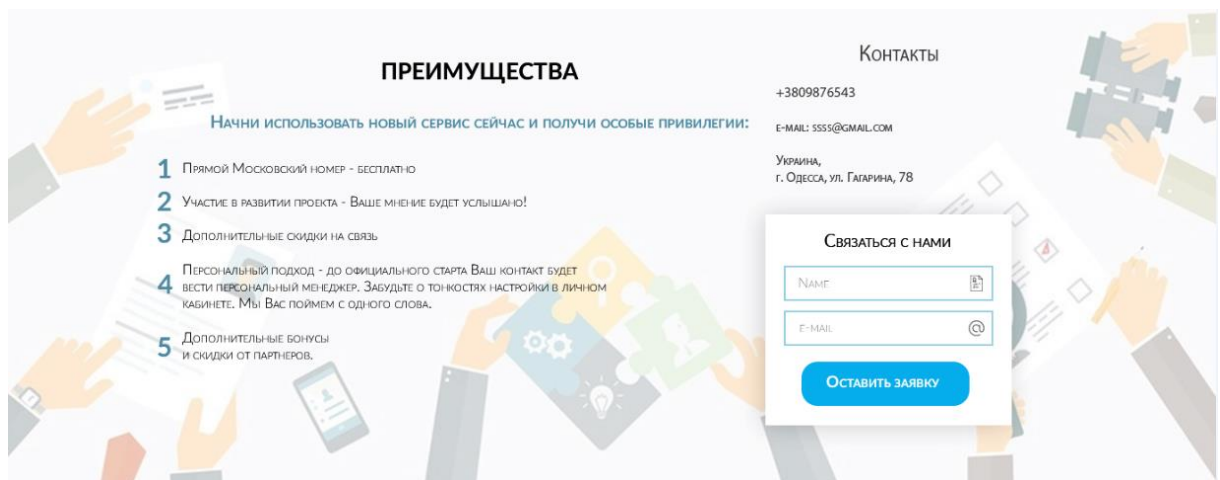


Рисунок 21 – Сьомий екран сайту для компанії «SipUP»

3.8 Новини компанії та дублювання головного меню в footer

Footer (футер, підвал) – блок в нижній частині сторінки. Містить корисну, але не першорядну інформацію, яку видно на всіх сторінках сайту. У footer можна винести: копірайт, назва студії, яка розробляла сайт, контакти. Іноді в footer дублюються пункти меню.

Останнім блоком дизайну цього сайту є блок під назвою «Як ми створюємо інноваційну телефонію». Компанія, може викладати в цьому розділі

останні новини, які пов’язані з розробкою нового продукту чи просто новинки на світовому ринку [12]¹⁾.

Одним із головних критеріїв в цьому блоці є те, що картинка обов’язково повинна відповідати змісту й заголовку новини. Оскільки, заплутаний користувач, може перейти на інший сайт та підключення здійснити саме на ньому, приклад приведений на рис. 22.



Рисунок 22 – Екран з новинами компанії та footer

Footer може включати абсолютно будь-яку інформацію, яка може бути цікава користувачеві: від контактних даних до посилань на сторінки з додатковими послугами компанії. Ці елементи приносять ряд переваг для бізнесу.

Потрібно тільки «поворожити» над оформленням footer, як він стане основним акцентом на корисної інформації. За допомогою footer можна докладніше розповісти своєму клієнтові про компанію та її діяльність, запропо-

¹⁾ [12] Как разработать идеальный футер сайта? Подробное руководство с примерами. URL: <https://impulse-design.com.ua/kak-razrabotat-idealnyj-futer-sajta.html> (дата звернення 18.03.2019).

нувати підписатися на розсилку або надати інформацію партнерам за допомогою активного посилання на відповідні сторінки [13]¹⁾.

Footer спрощує навігацію для користувача, якщо йому необхідно перейти в який-небудь розділ на сайті. Для цього йому досить вибрати необхідну посилання в кінці сайту, не гортаючи всю сторінку вгору. Тому марно думати, що нижня частина сайту – марна. Вона обов'язково знайде свого користувача, приверне увагу і утримає на сайті.

¹⁾ [13] 15 гениальных примеров главной страницы сайта. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2013/01/11/15-genialnyh-primerov-glavnoj-stranicy-sajta/> (дата звернення 25.03.2019).

ВИСНОВКИ

Для роботи була використана ПЗ лінійки Adobe, а саме Adobe Photoshop. В порівнянні з Figma, Photoshop є з більш зручним інтерфейсом та з трішки кращим інструментарієм. Також при передачі макету на наступні етапи, а саме на верстку (front-end розробка), на мою думку Adobe Photoshop є більш коректним для цього.

Для досягнення нашої мети, були виконані наступні задачі:

- ознайомлення з найбільш поширеним програмним забезпеченням, для створення psd-макету;
- вивчення засобів для створення дизайну сайту;
- створення psd-макету за допомогою програми Adobe Photoshop.

Сайт виконаний в одній палетці кольорів. За основний колір було взято синій. Ми можемо спостерігати відтінки синього та деякі пастельні / світлі кольори.

Перевагами сайту, ми можемо відзначити:

- домашня сторінка SipUP є відмінним прикладом того, як красиво розмістити на головній сторінці інформацію, використовуючи силу візуальних ефектів і текстового контенту. Простий, але сильний заголовок;
- чіткий і чистий дизайн сторінки. Текстовий контент, точно передає суть діяльності SipUP;
- додаткову довіру викликають розміщені на видному місці контакти для сайту. Приклад SipUP містить добре помітний номер телефону у верхній частині сторінки;
- головна сторінка включає в себе тільки найнеобхідніші елементи і нічого зайвого.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Дизайнеру на заметку: какие типы веб-сайтов существуют в интернете. URL: <https://wayup.in/blog/what-types-of-websites-exist-on-the-internet> (дата звернення 23.02.2019).
2. Типи сайтів. URL: <http://deweb.com.ua/ua/blog/typy-saytiv> (дата звернення 01.03.2019).
3. Лекція 2. Сучасні веб-технології. URL: <https://sites.google.com/site/vivsaemowebdizajndistancijno/html/lekcia-2-sucasni-veb-tehnologiie> (дата звернення 16.02.2019).
4. Типы и основные виды сайтов. URL: <http://alpha-spb.ru/helpful-information/43-types-of-sites> (дата звернення 16.02.2019).
5. Adobe Photoshop. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop (дата звернення 19.02.2019).
6. Можливості застосування програми растрової графіки Adobe Photoshop в ландшафтному проектуванні. URL: <http://um.co.ua/8/8-2/8-205352.html> (дата звернення 19.02.2019).
7. Дизайн-система в Figma. Погляд на інтерфейс через компоненти. URL: <https://blogchain.com.ua/dizain-sistema-v-figma-pogliad-na-interfeis-cherez-komponenti/> (дата звернення 02.03.2019).
8. Вийшов графічний редактор Figma, що працює за принципом Google Docs. URL: <https://uk.pc-articles.com/56166-figma-graphics-editor-working-on-the-principle-of-google-docs/> (дата звернення 09.03.2019).
9. Тз – технічне завдання на розробку і створення сайту. URL: <http://jak.bono.odessa.ua/articles/tz-tehnichne-zavdannja-na-rozrobku-i-stvorennja.php> (дата звернення 11.03.2019).
10. Технічне завдання на розробку сайту. URL: <https://design.rv.ua/tz/> (дата звернення 11.03.2019).
11. Хедер (шапка сайта, Header). URL: <http://promo-sa.ru/seo-terms/header> (дата звернення 11.03.2019).

12. Как разработать идеальный футер сайта? Подробное руководство с примерами. URL: <https://impulse-design.com.ua/kak-razrabotat-idealnyj-futer-sajta.html> (дата звернення 18.03.2019).
13. 15 гениальных примеров главной страницы сайта. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2013/01/11/15-genialnyh-primerov-glavnoj-stranicy-sajta/> (дата звернення 25.03.2019).