

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
ФАКУЛЬТЕТ ІНЖЕНЕРІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ ТА ІНДУСТРІЇ МОДИ

«Допущено до захисту»
Завідувачка кафедри дизайну
та індустрії моди:



Галина РІПКА

23 грудня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**ОПТИМІЗАЦІЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА
КОРИСТУВАЦЬКОГО ДОСВІДУ УНІВЕРСИТЕТСЬКОГО
ВЕБРЕСУРСУ**

Спеціальність 022 «Дизайн»
Освітня програма 022.01 «Графічний дизайн і фешн індустрія»
Освітній рівень другий (магістерський)

Здобувач вищої освіти:



Бондар Андрій Вікторич
група ГрД-24зм



Науковий керівник: к.т.н., доц.

Мазнев Євген Олександрович



Рецензент: к.т.н., доц.

Кудрявцев Сергій Олександрович

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет інженерії

Кафедра дизайну та індустрії моди

Освітній рівень магістр

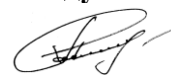
Галузь знань 02 Культура та мистецтво
(шифр і назва)

Спеціальність 022 Дизайн
(шифр і назва)

Спеціалізація 022.01 Графічний дизайн
(шифр і назва)

освітня програма Графічний дизайн і фешн індустрія

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри



Галина РІПКА

23 грудня 2025 р.

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Бондар Андрій Вікторович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема:

Оптимізація візуальної комунікації та користувацького досвіду університетського вебресурсу

спеціальне завдання:

Дослідження структури сайту університету з метою його удосконалення

керівник роботи Мазнів Євген Олександрович

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

2. Строк подання здобувачем вищої освіти роботи 10.12.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи:

Поточний сайт університету, наукова література, сайти інших установ

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТУ УНІВЕРСИТЕТУ

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

5. Перелік графічного матеріалу (слайдів презентації):

1. Титульний, 2. Мета роботи. 3. Методи дослідження. 4. Оновлений сайт СНУ ім.

В. Даля, 5. Чому потрібне оновлення?, 6. Структурна логіка нового сайту,

7. Ключові функціональні елементи, 8. Цифрова бібліотека та наука онлайн

9. Інтерактив та комунікація, 10. Мобільність і адаптивність – сучасний університет завжди у вашій кишені, 11. Окрема сторінка майбутнього, 12. Оновлена мапа сайту

університету, 13. Загальні висновки

6. Дата видачі завдання 08.09.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проектування	Термін виконання етапів	Примітка
1	Вибір та затвердження теми магістерської роботи	08.09.25	
2	Аналіз наукової літератури відповідно до обраної теми	09.10.25	
3	Написання та затвердження плану магістерської роботи	30.10.25	
4	Вступ	01.11.25	
5	Розділ 1	06.11.25	
6	Розділ 2	20.11.25	
7	Формулювання та оформлення загальних висновків	01.12.25	
8	Анотація до роботи	05.12.25	
9	Подача оформленої роботи на перевірку	10.12.25	

Здобувач вищої освіти

Керівник роботи



(підпис)

Андрій БОНДАР
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Євген МАЗНЄВ
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

Бондар А.В. Оптимізація візуальної комунікації та користувацького досвіду університетського вебресурсу, 2025, загальний обсяг роботи становить 54 сторінки.

Кваліфікаційна робота присвячена оптимізації візуальної комунікації та покращенню користувацького досвіду офіційного вебресурсу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.

Основна мета дослідження полягає в удосконаленні UX/UI складових сайту, оновленні його візуального стилю, розробленні адаптивної мобільної версії для коректного відображення на різних пристроях, а також у покращенні взаємодії користувачів з освітнім онлайн-середовищем університету.

У межах роботи проведено комплексний аналіз чинного вебсайту університету та порівняльне вивчення сайтів провідних українських і зарубіжних закладів вищої освіти. Це дозволило визначити ключові проблеми у сфері користувацького досвіду, зручності навігації та ефективності подачі інформації. Методи дослідження включають порівняльний UX/UI аналіз, вивчення міжнародних практик, опитування студентів щодо складнощів під час користування сайтом, а також аналіз сучасних тенденцій дизайну освітніх вебресурсів.

Перший розділ роботи висвітлює типологію вебсайтів, специфіку UX/UI дизайну університетських ресурсів та містить огляд найуспішніших і найменш ефективних прикладів серед сайтів українських ЗВО. Значну увагу приділено визначенню цільових груп користувачів, їхніх потреб та очікувань, а також вимогам до структури, функціоналу й візуального стилю сайту відповідно до корпоративної ідентичності університету.

Другий розділ зосереджений на процесі оновлення дизайну вебресурсу. У ньому детально описано етапи створення оновленої концепції: від формування дизайн-ідеї та побудови ескізів до розроблення інтерактивних прототипів. Визначено та обґрунтовано ключові структурні елементи майбутнього сайту, серед яких головна сторінка, система доступу до електронних навчальних курсів, а також розділи, орієнтовані на студентів, абітурієнтів і широку аудиторію, що цікавиться діяльністю університету.

У результаті проведеного дослідження запропоновано оновлений дизайн офіційного вебресурсу, який може бути впроваджений університетом під час модернізації своєї онлайн-платформи. Основними підсумками роботи є підвищення зручності користувацької взаємодії, покращення функціональності сайту на мобільних пристроях та удосконалення його візуального оформлення. Представлений проєкт є практичним внеском у оптимізацію вебсайту Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.

Ключові слова: UX/UI дизайн, користувацький досвід, адаптивний дизайн, вебресурс університету, візуальна комунікація, редизайн сайту, інформаційна архітектура.

ANNOTATION

Bondar A.V. Optimisation of visual communication and user experience of the university web resource, 2025, total volume of work is 51 pages.

The thesis is devoted to the optimisation of visual communication and improvement of the user experience of the official web resource of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University.

The main goal of the study is to improve the UX/UI components of the site, update its visual style, develop an adaptive mobile version for correct display on different devices, and improve user interaction with the university's online educational environment.

As part of the work, a comprehensive analysis of the university's current website and a comparative study of the websites of leading Ukrainian and foreign higher education institutions were conducted. This made it possible to identify key problems in the areas of user experience, ease of navigation, and effectiveness of information presentation. Research methods included comparative UX/UI analysis, a study of international practices, a survey of students regarding difficulties in using the site, and an analysis of current trends in the design of educational web resources.

The first section of the work highlights the typology of websites, the specifics of UX/UI design of university resources, and contains an overview of the most successful and least effective examples among Ukrainian higher education institution websites. Considerable attention is paid to identifying target user groups, their needs and expectations, as well as requirements for the structure, functionality and visual style of the website in accordance with the university's corporate identity.

The second section focuses on the process of updating the design of the web resource. It describes in detail the stages of creating an updated concept: from forming a design idea and building sketches to developing interactive prototypes. The key structural elements of the future website have been identified and justified, including the home page, the system for accessing e-learning courses, and sections aimed at students, applicants and the general public interested in the university's activities.

As a result of the research, an updated design of the official web resource was proposed,

which can be implemented by the university during the modernisation of its online platform. The main results of the work are increased user interaction convenience, improved website functionality on mobile devices, and improved visual design. The presented project is a practical contribution to the optimisation of the website of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University.

Keywords: UX/UI design, user experience, responsive design, university website, visual communication, website redesign, information architecture.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ.....	11
1.1. Типологія вебсайтів та особливості UX/UI дизайну освітніх платформ.....	11
1.2. Дослідження цільової аудиторії та її потреб у користуванні сайтом.....	19
1.3. Порівняльний аналіз сайтів українських та закордонних університетів.....	21
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	25
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТУ УНІВЕРСИТЕТУ.....	26
2.1. Етапи розробки концепції та прототипування сайту.....	26
2.2. Структура та функціональні елементи оновленого сайту	28
2.3. Візуальна комунікація та адаптивний дизайн для різних пристроїв	31
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	35
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37
ДОДАТКИ.....	38
Додаток А. Типологія сайтів.....	39
Додаток Б. Аналоги сайтів	41
Додаток В. Результати опитування за допомогою сервісу Google Forms.....	44
Додаток Г. Оновлена мапа сайту СНУ ім. В. Даля	47
Додаток Д. Інструкція для CMS	49

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах цифрової трансформації закладів вищої освіти університетський вебресурс є ключовим інструментом комунікації між університетом, студентами, абітурієнтами та зовнішніми стейкхолдерами. Саме сайт виконує функції інформаційного центру, сервісної платформи та візитівки закладу. Проте багато освітніх вебресурсів залишаються перевантаженими інформацією, мають застарілий дизайн та недостатньо ефективну структуру, що негативно впливає на сприйняття інформації та ускладнює навігацію.

Оптимізація візуальної комунікації та користувацького досвіду стає особливо актуальною з огляду на зростання вимог до доступності та зручності онлайн-сервісів. Користувачі очікують швидкої взаємодії, адаптивності інтерфейсу та інтуїтивного дизайну, який забезпечує комфортний перегляд з будь-якого пристрою. Університетський сайт, який відповідає сучасним стандартам UX/UI, сприяє підвищенню довіри, формуванню позитивного іміджу закладу та ефективнішій комунікації в освітньому середовищі.

Таким чином, дослідження, спрямоване на оптимізацію візуальної комунікації та користувацького досвіду вебресурсу університету, є важливим та своєчасним. Воно дозволяє вирішити низку практичних проблем, пов'язаних із доступністю інформації, зручністю навігації, візуальною узгодженістю та адаптивністю сайту, що в підсумку підвищує якість взаємодії користувачів з освітньою платформою.

Метою кваліфікаційної роботи є оптимізація візуальної комунікації та покращення користувацького досвіду університетського вебресурсу.

Об'єктом дослідження є офіційний вебресурс університету як засіб візуальної комунікації та взаємодії з користувачами.

Предметом дослідження є візуальна комунікація та користувацький досвід сайту СНУ ім. В.Даля.

Для досягнення мети було поставлено такі **завдання**:

1. Проаналізувати структуру, функціонал та візуальне оформлення чинного вебресурсу університету.

2. Дослідити потреби та очікування основних груп користувачів сайту.
3. Вивчити сучасні підходи та тенденції UX/UI дизайну освітніх вебресурсів.
4. Визначити ключові проблеми в навігації, поданні інформації та візуальній комунікації сайту.
5. Розробити оновлену концепцію дизайну та запропонувати прототип оптимізованого вебресурсу.

Практичне значення роботи полягає в розробленні оновленої структури та дизайну вебресурсу університету, які можуть бути використані для модернізації офіційного сайту та підвищення ефективності взаємодії користувачів з освітньою платформою. З практичної точки зору це забезпечує підвищення зручності користування сайтом, покращення доступності інформації, оптимізацію навігації та адаптивності, що в підсумку сприяє ефективнішій комунікації між університетом і його користувачами та покращує імідж закладу в цифровому середовищі.

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатків.

У першому розділі проведено теоретичний аналіз особливостей UX/UI дизайну університетських вебресурсів та дослідження їхньої типології. Розглянуто основні принципи візуальної комунікації, досліджено потреби цільової аудиторії сайту та визначено ключові вимоги до його структури та функціоналу. Також виконано порівняльний аналіз вебресурсів провідних українських та закордонних закладів вищої освіти, що дозволило виявити сильні та слабкі сторони існуючих рішень і сформулювати основу для розробки оновленого дизайну сайту університету.

У другому розділі представлено процес редизайну вебресурсу університету. Розглянуто етапи розробки дизайну — від створення концепції та ескізів до розробки інтерактивного прототипу. Визначено структуру та функціональні елементи нового сайту, серед яких ключові сторінки для студентів, абітурієнтів та загальної інформації про університет. Окрема увага приділена оптимізації візуальної комунікації, адаптивності сайту для мобільних пристроїв та покращенню користувацького досвіду.

Сформульовано загальні висновки по роботі.

РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ

1.1 Типологія вебсайтів та особливості UX/UI дизайну освітніх платформ

1.1.1. Типологія вебсайтів. Вебсайти університетів можна класифікувати за кількома ознаками, що відображають їхню функціональну спрямованість, складність структури та інтерактивність (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Типологія та UX/UI компоненти університетського вебресурсу

1. Інформаційні сайти. Основне завдання донести базову інформацію про університет, факультети, спеціальності, навчальні програми та новини. Такі сайти зазвичай мають просту ієрархію сторінок, статичний контент та обмежений функціонал. Вони ефективні для абітурієнтів та широкої громадськості, проте менш придатні для активних студентів або працівників.
2. Функціональні портали включають розділи для електронного навчання

(LMS), доступу до академічних сервісів, бібліотек, студентських кабінетів і внутрішніх ресурсів. Вони відзначаються інтерактивністю, авторизацією користувачів та персоналізованим контентом.

3. Брендіві сайти орієнтовані на формування позитивного іміджу університету, залучення партнерів та інвесторів, участь у рейтингах та міжнародних програмах. Вони містять медіа-контент, презентаційні матеріали та інструменти для комунікації зі стейкхолдерами.

4. Гібридні платформи поєднують інформаційні, функціональні та брендіві елементи. Сучасні університетські сайти зазвичай належать саме до цього типу, адже повинні задовольняти потреби різних груп користувачів – здобувачів вищої освіти, абітурієнтів, викладачів і партнерів.

1.1.2. Особливості UX/UI дизайну освітніх платформ. UX/UI дизайн (User Experience / User Interface) університетських вебресурсів визначає зручність, доступність та привабливість сайту для користувачів. Основні аспекти наведено у таблицях 1.1-1.5.

Таблиця 1.1

UX – користувацький досвід

Компонент UX	Опис
Навігація	Інтуїтивно зрозуміла структура меню, логічні шляхи до основного контенту, мінімізація кількості кліків для отримання інформації.
Персоналізація	Адаптація інтерфейсу під різні групи користувачів (студенти, викладачі, абітурієнти).
Доступність	Підтримка стандартів WCAG, можливість користування сайтом людьми з обмеженими можливостями, адаптивність для мобільних пристроїв.
Інтерактивність	Форми зворотного зв'язку, календарі подій, пошук за курсами та спеціальностями, інтеграція з LMS.

Таблиця 1.2

UI – інтерфейс користувача

Компонент UI	Опис
Візуальна ієрархія	Виділення важливих блоків, використання заголовків, контрастів та кольорових акцентів.
Типографіка та читабельність	Використання шрифтів, що добре сприймаються на різних екранах, коректні міжрядкові та міжбуквені інтервали.
Кольорова палітра	Використання корпоративних кольорів університету для підтримання впізнаваності бренду та комфортного сприйняття.
Візуальні елементи	Іконки, ілюстрації, інфографіка та фотографії, що прискорюють і полегшують сприйняття інформації.
Адаптивність	Коректний перегляд сайту на комп'ютерах, планшетах та смартфонах без втрати функціоналу та зручності.

Таблиця 1.3

Додаткові особливості

Компонент	Опис
Модульність контенту	Чітке розділення новин, анонсів, академічної інформації та студентських сервісів для зручності пошуку й сприйняття.
Простота оновлення	Зручна система керування контентом (CMS), що дозволяє адміністраторам швидко додавати та редагувати інформацію.
Зворотний зв'язок	Форми оцінки задоволеності користувачів, опитування та інструменти аналітики поведінки відвідувачів.

Сайт закладу вищої освіти є ключовим цифровим ресурсом, що забезпечує комунікацію між університетом, абітурієнтами, студентами, викладачами та зовнішніми партнерами, тому його структура, зміст і технічні характеристики повинні

відповідати сучасним вимогам інформування, доступності та зручності користування. Функціональність такого сайту базується на логічно організованій навігації, яка дозволяє різним групам користувачів швидко знаходити потрібну інформацію, включно з освітніми програмами, новинами, адміністративними документами та сервісами для студентів. Важливим параметром є інтуїтивність взаємодії, що передбачає зрозумілий інтерфейс, продуману структуру сторінок і передбачувану поведінку елементів, яка знижує когнітивне навантаження користувача.

Сайт університету повинен бути повністю адаптивним, щоб коректно працювати на смартфонах, планшетах, ноутбуках і великих моніторах, адже більшість аудиторії переглядає інформацію з мобільних пристроїв. Одним із важливих параметрів є дотримання стандартів доступності, що дозволяє користуватися сайтом людям із порушеннями зору, слуху чи моторики, зокрема завдяки використанню контрастних кольорів, альтернативного тексту та коректної семантичної розмітки. Важливу роль відіграє візуальна ієрархія, яка забезпечує видимість ключових блоків, робить інформацію структурованою і допомагає відвідувачам орієнтуватися у великому масиві контенту.

Типографіка сайту повинна бути читабельною на різних екранах, із правильно підібраним кеглем, міжрядковими інтервалами та оптимальною довжиною рядка, що забезпечує комфортне сприйняття текстового матеріалу. Кольорова палітра має відповідати фірмовому стилю університету, підтримувати впізнаваність бренду та створювати приємне візуальне середовище без зайвого навантаження на очі. Додатковими засобами покращення користувацького досвіду є використання іконок, інфографіки, фотографій і мультимедійних матеріалів, які дозволяють швидше інтерпретувати інформацію і роблять взаємодію більш динамічною.

Сайт повинен мати ефективну систему управління контентом, що дає змогу відповідальним працівникам легко оновлювати інформацію, додавати новини, документи та оголошення без потреби залучення програмістів. Надзвичайно важливо, щоб структура контенту була модульною, а інформація — чітко розділеною на тематичні блоки, такі як академічні програми, наукова діяльність, студентські сервіси, міжнародне співробітництво, віртуальна приймальня комісія та інші розділи.

Таблиця 1.4

Основні параметри сайту ЗВО

Тип сайту	Функція	Особливості	Приклад використання
1	2	3	4
Сайт-візитівка	Стисла презентація організації, особи або проекту	Невелика кількість сторінок; простий та стриманий дизайн; відсутність складної навігаційної структури	Персональні сайти, вебсторінки малих бізнесів, візитки брендів
Сайт-портфоліо	Показ робіт, професійних результатів і компетенцій	Акцент на візуальному контенті (фото, відео, кейси); мінімум текстових блоків; наявність інтерактивних елементів	Портфоліо дизайнерів, фотографів, художників, копірайтерів, ІТ-фахівців
Landing page	Рекламування конкретного продукту, послуги чи пропозиції	Односторінкова структура; застосування маркетингових елементів (СТА, форми збору контактів, таймери, соціальні докази); орієнтованість на перетворення відвідувача на клієнта	Продаючі сторінки курсів, реєстрації на події, рекламних кампаній
Інтернет-магазин	Продаж товарів чи послуг у цифровому форматі	Каталог із товарними картками; інструменти фільтрації та пошуку; можливість онлайн-оплати та зв'язок із CRM	Онлайн-магазини електроніки, одягу, літератури, продуктів харчування

Тип сайту	Функція	Особливості	Приклад використання
1	2	3	4
Корпоративний сайт	Подача інформації про компанію, її діяльність, послуги та контакти	Багаторівнева структура; наявність стандартних розділів («Про нас», «Послуги», «Контакти», «Блог»); орієнтація на інформування користувачів	Сайти університетів, банків, органів влади, великих підприємств

Ефективний сайт закладу вищої освіти також повинен забезпечувати можливість збору та аналізу зворотного зв'язку, що реалізується через інтерактивні форми, опитування і системи вебаналітики, які допомагають оцінювати потреби користувачів і вдосконалювати роботу ресурсу.

Технічні параметри включають швидке завантаження сторінок, оптимізовану графіку, захищеність даних, коректну роботу пошукових механізмів і відповідність вимогам SEO, що підвищує видимість сайту у пошукових системах і полегшує доступ потенційних абітурієнтів до інформації про університет. Сайт має бути не лише джерелом статичної інформації, але й сучасною платформою взаємодії, яка відображає імідж університету, його цінності, динаміку розвитку та відкритість до аудиторії. Усі ці параметри разом формують якісний цифровий продукт, що є невід'ємною частиною освітнього середовища і важливим інструментом комунікації в умовах цифрової трансформації.

UX/UI компоненти є фундаментом ефективного вебсайту, оскільки вони визначають те, як користувач сприймає інтерфейс, взаємодіє з ним і оцінює загальний досвід користування. У центрі UX—user experience знаходиться зручність, логічність та інтуїтивність, що дозволяє користувачеві легко орієнтуватися у структурі сайту, знаходити потрібну інформацію та виконувати необхідні дії без додаткових зусиль. Основою якісного UX є чітко спроектована навігація, зрозумілі сценарії переходів між сторінками та мінімізація когнітивного навантаження, яке виникає внаслідок складних або нелогічних інтерфейсних рішень. Усі елементи UX

мають працювати разом, формуючи цілісний досвід, що відповідає потребам і очікуванням користувачів різних груп.

Таблиця 1.5

UX/UI компоненти (для всіх типів сайтів)

UX (User Experience)	
Компонент	Опис
Інтуїтивна навігація	Зрозуміла структура меню та швидкий доступ до основної інформації.
Персоналізація під групи користувачів	Адаптація інтерфейсу для студентів, викладачів та абітурієнтів.
Адаптивність під різні пристрої	Коректна робота сайту на смартфонах, планшетах та комп'ютерах.
Доступність (WCAG)	Можливість користування сайтом людьми з порушеннями зору чи моторики.
Інтерактивність	Форми, пошук, календарі подій, інтеграція з LMS.
UI (User Interface)	
Компонент	Опис
Візуальна ієрархія	Виділення важливих блоків, правильні акценти та контрасти.
Типографіка та читабельність	Шрифти, що добре читаються на різних екранах.
Корпоративна кольорова палітра	Використання офіційних кольорів університету.
Іконки та інфографіка	Візуальні елементи для швидкого сприйняття інформації.
Простота оновлення контенту	Можливість швидкого редагування матеріалів адміністраторами сайту.

UI—user interface—зосереджується на зовнішньому вигляді інтерфейсу та естетиці, яка впливає на перше враження користувача та загальне сприйняття сайту. Важливим компонентом UI є візуальна ієрархія, що допомагає підсилити значущість основних елементів і структурувати інформацію за очевидними логічними зв'язками. Завдяки використанню акцентних кольорів, контрастів, відступів та крупних заголовків користувач швидко розуміє, на які елементи звернути увагу. Не менш важливою є типографіка, оскільки читабельні шрифти, збалансовані інтервали та оптимальна довжина рядка забезпечують комфортне сприйняття тексту незалежно від пристрою. Візуальні елементи, такі як іконки, зображення та інфографіка, допомагають не лише прикрасити інтерфейс, але й скорочують час, необхідний для розуміння інформації.

Одним із ключових універсальних компонентів UX/UI є адаптивність, що забезпечує коректне відображення сайту на різних екранах—від смартфонів до широкоформатних моніторів. Такий підхід дозволяє створити стабільний досвід користування незалежно від технічних умов, у яких перебуває користувач. Сайти також мають відповідати принципам доступності, щоб їх могли повноцінно використовувати люди з різними обмеженнями. Це передбачає достатній контраст, альтернативний текст для зображень, логічну структуру заголовків, можливість навігації за допомогою клавіатури та підтримку допоміжних технологій. Доступність не лише розширює аудиторію, але й покращує загальну якість інтерфейсу для всіх користувачів.

Інтерактивні компоненти відіграють важливу роль у сучасному UX/UI, оскільки забезпечують активну взаємодію користувача з сайтом. До них належать форми зворотного зв'язку, пошукові рядки, фільтри, кнопки, спливаючі підказки, календарі та інші динамічні елементи, які створюють більш живий і зручний функціонал. Ефективна робота інтерактивних компонентів базується на зрозумілості та швидкій реакції системи, що дає користувачеві відчуття контролю й передбачуваності. Важливим елементом UX є й персоналізація, яка дозволяє формувати контент і функціонал відповідно до індивідуальних запитів різних груп користувачів, підвищуючи залученість і задоволеність досвідом користування.

Технічна оптимізація також належить до важливих UX/UI компонентів, адже швидкість завантаження сторінок, правильна організація коду, оптимізовані зображення та стабільність роботи напряму впливають на те, як користувач оцінює сайт. Якщо інтерфейс виглядає привабливо, але працює повільно, досвід користувача значно погіршується. UX і UI не існують окремо: вони формують єдину систему, у якій гармонійна візуальна частина підсилює функціональність, а добре продумана логіка взаємодії робить візуальний дизайн значущим. Саме тому сучасні вебсайти, незалежно від їх типу, використовують поєднання UX/UI компонентів, спрямованих на створення ефективного, доступного й естетично привабливого цифрового продукту, який відповідає потребам користувачів і стандартам сучасного вебдизайну.

Сучасний університетський вебресурс повинен поєднувати функціональність, інтуїтивність та привабливу візуальну складову. Типологія сайтів допомагає визначити пріоритети для конкретного закладу, а застосування принципів UX/UI забезпечує максимальний комфорт користувачів і ефективну комунікацію освітньої установи в цифровому середовищі.

1.2. Дослідження цільової аудиторії та її потреб у користуванні сайтом

Дослідження цільової аудиторії є ключовим етапом у створенні сучасного, функціонального та зручного вебресурсу закладу вищої освіти. Сайт університету повинен відповідати потребам різних груп користувачів, адже він є одночасно інформаційною платформою, інструментом комунікації та важливим елементом іміджу закладу. Щоб створити ефективний вебресурс, необхідно чітко розуміти, хто саме його відвідує, з якими завданнями приходить користувач, яку інформацію очікує знайти та які перешкоди можуть виникати під час взаємодії з платформою.

Цільова аудиторія сайту закладу вищої освіти є неоднорідною та включає декілька основних груп: абітурієнтів, студентів, викладачів, адміністративний персонал, випускників та зовнішніх партнерів. Кожна з цих груп має власні мотивації та унікальні сценарії поведінки на сайті. Абітурієнти зазвичай шукають інформацію про спеціальності, умови вступу, дедлайни, вартість навчання та студентське життя.

Студентів цікавлять розклади, навчальні матеріали, електронні кабінети, оголошення кафедр та сервіси для навчання. Викладачі шукають доступ до внутрішніх систем, документів та інструментів академічної діяльності. Адміністративні працівники використовують сайт як платформу для поширення офіційної інформації, а зовнішні партнери – для ознайомлення з діяльністю університету, міжнародними проєктами та формами співпраці.

Дослідження аудиторії передбачає використання різних методів. Одним із найефективніших є проведення опитувань, які допомагають визначити частоту користування сайтом, труднощі під час навігації, задоволеність інтерфейсом та пріоритети в інформаційному наповненні. Іншим важливим методом є аналіз поведінкової аналітики, яка відстежує шляхи користувачів на сайті, сторінки з найвищим трафіком, показники відмови та тривалість перебування. Це дає змогу зрозуміти, які розділи є найбільш затребуваними, а які потребують покращення. Не менш корисним є проведення інтерв'ю з представниками кожної аудиторійної групи, що дозволяє глибше зрозуміти їхні цілі та очікування.

Важливо також враховувати бар'єри, з якими стикаються користувачі під час роботи з сайтом. Серед них – складна структура меню, надмірна кількість інформації, низька читабельність текстів, відсутність мобільної адаптації, повільне завантаження сторінок або застарілий дизайн. Виявлення таких проблем дозволяє розробникам та дизайнерам планувати покращення, орієнтуючись на реальні потреби користувачів.

Після збору даних потрібно сформулювати портрети користувачів, так звані персони, які допомагають моделювати поведінку аудиторії та прогнозувати її взаємодію з сайтом. Наприклад, «Абітурієнт Марко» може мати потребу у швидкому доступі до умов вступу, віртуального туру або чату з приймальною комісією, тоді як «Здобувачка Олена» потребує оперативних повідомлень про зміни в розкладі, доступу до електронного кабінету та посилань на освітню платформу. Створення таких персон дозволяє робити дизайн більш цілеспрямованим та адаптованим під реальні сценарії використання сайту.

Результатом дослідження цільової аудиторії є формування чітких вимог до структури, функціоналу, стилю та подачі інформації на сайті. Вебресурс закладу

вищої освіти має бути доступним, зручним і зрозумілим для кожного користувача, незалежно від його віку, технічного досвіду чи мети відвідування платформи. Такий підхід дозволяє створити сайт, який не лише задовольняє інформаційні потреби, а й підсилює імідж навчального закладу, зміцнює довіру та підвищує ефективність комунікації з усіма групами аудиторії.

1.3. Порівняльний аналіз сайтів українських та закордонних університетів

У процесі порівняльного аналізу вебресурсів університетів України та закордонних (європейських, американських чи інших провідних освітніх закладів) виявляються суттєві відмінності в дизайні, структурі, функціональності та інформаційній політиці, що відображає різні підходи до цифрової комунікації та пріоритети навчальних установ. Українські університетські сайти часто характеризуються досить інформативним наповненням — вони містять великі тексти, оголошення, академічні новини та багато внутрішніх документів, проте часом мають надмірну інформаційну перевантаженість, що може ускладнювати навігацію для користувачів. Стандарти інформативності українських сайтів оцінювалися експертами громадської мережі ОПОРА, які виявили, що багато вишів мають загалом задовільний рівень відкритості своїх інтернет-ресурсів, але існує потенціал для оптимізації структури та подачі даних [5].

При цьому закордонні університети зазвичай демонструють більш «промисловий», професійний підхід до вебдизайну — їхні сайти виділяються єдиною візуальною концепцією, високою якістю графіки, а також адаптивністю та інтуїтивністю інтерфейсу. У рейтингах найкращих університетських сайтів, наприклад, у DigitalSilk, можна побачити приклади, де дизайн кожного елементу — від навігації до головних банерів ретельно продумані для залучення абітурієнтів і поточної студентської аудиторії [6].

Ще одним ключовим аспектом порівняння є присутність сайтів у мережі, яка вимірюється не лише кількістю відвідувань, а й глибиною контенту та індексацією сторінок пошуковими системами. За даними аудиту вебресурсів українських

університетів, деякі виші значно відстають від міжнародних аналогів за кількістю індексованих сторінок та їх структурною глибиною [7].

Щодо вебаналітики, дослідження показують, що інструменти аналітики, які використовують закордонні університети, частіше інтегровані безпосередньо в сайт для моніторингу поведінкових патернів користувачів, аналізу популярних сторінок та оптимізації UX/UI. Українські ж сайти в багатьох випадках або не використовують аналітику на глибинному рівні, або роблять це пасивно, що обмежує можливості поліпшення взаємодії з користувачем [8].

Крім того, візуальна й функціональна адаптивність є ще одним пунктом відмінностей зарубіжні університети частіше задають тренд використання сучасних підходів: адаптивного дизайну, легких анімаційних ефектів, інтуїтивної навігації, модульного контенту та чіткої візуальної ієрархії. З української сторони помітні поступові кроки в цьому напрямку, але часто вебресурси залишаються перевантаженими статичними блоками інформації або мають застарілі шаблони. Наприклад, у деяких дослідженнях виявляється, що модернізація сайтів державних вишів часто обмежується базовим SEO-аналізом і поверхневим редизайном головних сторінок, без комплексного UX-перепроєктування [9].

Ще один важливий пункт – швидкодія та продуктивність сайту. За результатами зовнішнього аудиту українських університетських ресурсів, одним із факторів, що гальмує їхню ефективність, є повільне завантаження сторінок, що негативно впливає на SEO, зручність користування і залучення абітурієнтів [7]. У закордонних університетах значну увагу приділяють оптимізації ресурсів (зображень, скриптів, сторінок), щоб забезпечити високу швидкість і стабільну роботу, навіть при великих навантаженнях.

Іміджевий аспект також відіграє значну роль: міжнародні університети використовують сайт як важливий інструмент брендингу через візуально яскраві банери, мультимедійні презентації, історії успіху студентів, інтерактивні віртуальні тури. Українські університети хоча й демонструють зростаючий інтерес до іміджевого контенту – усе ще рідше використовують просунуті мультимедіа або інтерактивні елементи для залучення широкої аудиторії.

Для того, щоб зрозуміти особливості вебресурсів українських та закордонних університетів, корисно провести їх порівняльний аналіз. Такий аналіз дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, оцінити рівень адаптивності, зручності навігації, функціональності та естетичного сприйняття сайту. Порівнюючи сайти різних освітніх установ, можна визначити, які практики є ефективними та можуть бути запозичені для покращення українських університетських платформ.

Нижче наведена таблиця, яка систематизує основні параметри сайтів українських та закордонних університетів, що дозволяє наочно оцінити їхні відмінності та сильні сторони кожного підходу (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Порівняння сайтів українських та закордонних університетів

Параметр	Українські університети	Закордонні університети
Дизайн	Інформаційно насичений, часто перевантажений; обмежена візуальна привабливість	Єдина візуальна концепція, сучасний дизайн, акцент на UX/UI
Структура сайту	Велика кількість сторінок, складна навігація, статичні блоки	Лаконічна і логічна структура, модульний контент, інтуїтивна навігація
Функціональність	Базові сервіси: документи, новини, внутрішні кабінети	Розвинені інтерактивні інструменти: пошук, фільтри, інтеграція з LMS, онлайн-оплата, мультимедіа
Адаптивність	Часткова мобільна версія, обмежена оптимізація під різні пристрої	Повна адаптивність для смартфонів, планшетів і ПК
Швидкість та продуктивність	Повільне завантаження сторінок, не завжди оптимізовані ресурси	Швидке завантаження, оптимізація зображень та скриптів
Аналітика	Обмежене використання вебаналітики та моніторингу поведінки користувачів	Інтегровані інструменти аналітики для UX-досліджень та оптимізації сайту
Імідж та мультимедіа	Обмежене використання мультимедіа та інтерактивних елементів	Використання банерів, відео, віртуальних турів, інтерактивних історій успіху студентів

Отже, порівняльний аналіз показує, що українські університетські сайти мають значний потенціал для вдосконалення: вони повинні рухатися в напрямку глибшої інтеграції UX-досліджень, модернізації візуального дизайну, прискорення роботи сайту і підвищення рівня вебаналітики. Водночас іноземні університети демонструють трендові підходи, які можуть слугувати орієнтиром і надихати на розвиток, модернізацію та цифрову трансформацію освітніх платформ в Україні.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

1. Типологія вебсайтів освітніх установ демонструє різноманітність форм та функцій, починаючи від сайтів-візитівок і портфоліо до корпоративних платформ та інтернет-магазинів для навчальних послуг. Аналіз UX/UI компонентів показав, що ефективні сайти поєднують інтуїтивну навігацію, адаптивність, зручність взаємодії та привабливий візуальний дизайн, що забезпечує користувачу позитивний досвід.

2. Дослідження цільової аудиторії університетського сайту дозволило визначити ключові групи користувачів, їхні потреби та пріоритети при роботі з вебресурсом. Абітурієнти, студенти, викладачі та адміністративний персонал мають різні сценарії використання сайту, що підкреслює необхідність персоналізованого підходу, інтерактивних елементів і адаптивного контенту для забезпечення ефективної комунікації та задоволення очікувань користувачів.

3. Порівняльний аналіз сайтів українських та закордонних університетів виявив сильні та слабкі сторони обох підходів. Українські сайти зазвичай містять великий обсяг інформації, але часто перевантажені та мають обмежену адаптивність і інтерактивність. Закордонні вебресурси демонструють сучасний дизайн, модульну структуру, високий рівень UX/UI та інтеграцію аналітичних інструментів, що забезпечує зручність користування та ефективне залучення аудиторії.

4. На основі проведеного передпроектного аналізу визначено основні напрямки для редизайну університетського сайту: оптимізація навігації, впровадження адаптивного дизайну, використання сучасних UX/UI рішень, інтерактивних компонентів та мультимедійних матеріалів, а також врахування потреб різних груп користувачів для підвищення ефективності комунікації та задоволеності від взаємодії з вебресурсом.

РОЗДІЛ 2. . РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ДИЗАЙНУ САЙТУ УНІВЕРСИТЕТУ

2.1 Етапи розробки концепції та прототипування сайту

Розробка сучасного сайту починається з формування концепції, яка визначає загальну ідею, цілі та напрямки роботи над вебресурсом. Концепція сайту – це своєрідний план, що відображає як інформаційні, так і візуальні аспекти проекту, а також передбачає оптимальні сценарії взаємодії користувачів із платформою. Цей етап є ключовим, адже від нього залежить ефективність всіх подальших дій: дизайну, структурування контенту та реалізації функціональних елементів.

Перший крок у створенні концепції – визначення цільової аудиторії сайту. Необхідно зрозуміти, хто буде користуватися ресурсом, які інформаційні потреби має кожна група користувачів, які проблеми можуть виникати при навігації та доступі до контенту. На цьому етапі часто використовують опитування, інтерв'ю, аналіз аналітики та створення користувацьких персон, що дозволяє деталізувати сценарії поведінки користувачів та визначити пріоритети у функціоналі сайту.

Наступний крок – розробка інформаційної архітектури сайту. Це процес визначення структури вебресурсу, розподілу контенту на розділи та сторінки, встановлення логічних шляхів навігації і створення схеми зв'язків між елементами. Важливо, щоб користувач міг швидко знаходити потрібну інформацію та ефективно переміщуватися між розділами без зайвих зусиль. Якісна інформаційна архітектура – основа інтуїтивної навігації та зручного користувацького досвіду.

Після формування концепції переходять до прототипування сайту.

Прототипування – це процес створення попередньої моделі сайту, яка дозволяє перевірити логіку, структуру та зручність використання до початку дизайну та програмування. Воно допомагає уникнути помилок, зменшити витрати та забезпечити ефективність кінцевого продукту.

Прототип – це спрощена, часто чорно-біла модель майбутнього вебресурсу, яка демонструє його структуру, розташування основних елементів та взаємодію

користувача з функціоналом. Прототип дозволяє наочно представити розташування меню, кнопок, форм, блоків тексту та мультимедіа, а також перевірити логіку навігації перед початком розробки графічного дизайну. На цьому етапі можна швидко вносити зміни, тестувати альтернативні рішення та оцінювати ефективність інтерфейсу без високих витрат часу та ресурсів. Прототипування може здійснюватися в різних формах: від простих паперових ескізів до інтерактивних цифрових макетів. Використання інтерактивних прототипів дозволяє проводити юзабіліті-тести, отримувати зворотний зв'язок від користувачів та враховувати його на ранніх етапах розробки. Це значно підвищує якість кінцевого продукту, скорочує ризик помилок та забезпечує відповідність сайту потребам аудиторії.

Підсумовуючи, етапи розробки концепції та прототипування включають: визначення цілей та задач сайту, аналіз цільової аудиторії, формування інформаційної архітектури, створення прототипів та їх тестування. Дотримання цих етапів забезпечує логічність структури сайту, інтуїтивність навігації, ефективність функціональних рішень та високу якість UX/UI, що у підсумку сприяє позитивному сприйняттю вебресурсу користувачами та підвищує ефективність взаємодії з університетом через онлайн-платформу (рис. 2.1).

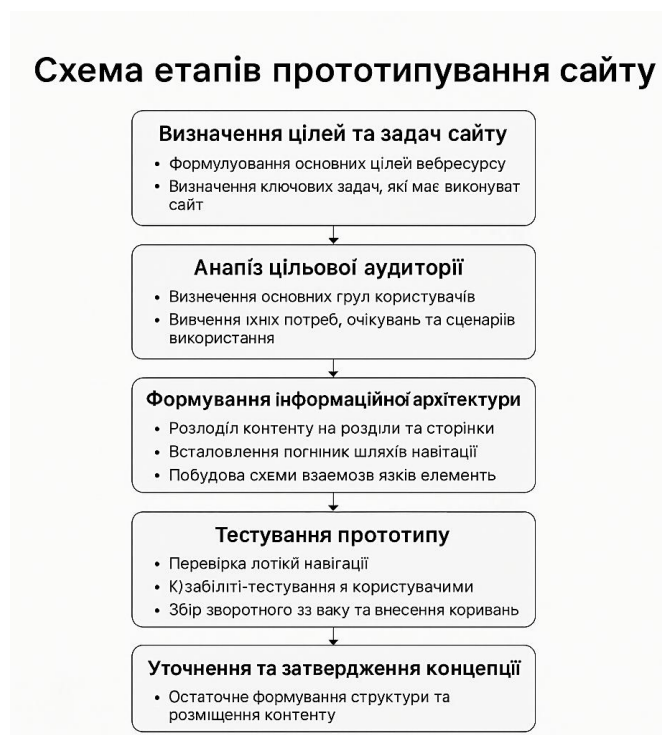


Рис. 2.1. Схема етапів прототипування сайтів

Отже, прототипування – ключовий етап веброзробки, що дозволяє перевірити логіку, структуру та зручність сайту до початку дизайну та програмування. Послідовність етапів критично важлива: Сюди входить визначення цілей і задач формує основу для всіх наступних рішень. Аналіз цільової аудиторії забезпечує релевантність контенту та UX. Інформаційна архітектура створює логічну структуру сайту.

Прототипи дозволяють тестувати і коригувати концепцію на ранніх стадіях. Тестування прототипів з реальними користувачами допомагає виявити проблеми юзабіліті та оптимізувати навігацію. Уточнення та затвердження концепції гарантує узгодженість між бізнес-цілями, потребами користувачів і технічними можливостями. Результат прототипування – чітка структура та сценарії взаємодії, що значно скорочує ризики помилок і витрати на розробку.

2.2 Структура та функціональні елементи оновленого сайту

Оновлений сайт є комплексною системою, яка поєднує в собі логічну структуру та набір функціональних елементів, що забезпечують зручність користування та ефективність взаємодії. Структура сайту визначає його архітектуру, тобто спосіб організації контенту та навігації між сторінками. Вона повинна бути зрозумілою, логічною та відповідати очікуванням цільової аудиторії. Зазвичай структура включає головну сторінку, розділи з основною інформацією, додаткові сторінки для сервісів та контактів, а також інтерактивні елементи, які сприяють швидкому доступу до потрібних даних.

Функціональні елементи сайту охоплюють навігаційне меню, пошукову систему, форми зворотного зв'язку, інтерактивні кнопки та блоки для взаємодії з користувачем. Важливим компонентом є адаптивний дизайн, що дозволяє коректно відображати сайт на різних пристроях. Крім того, сучасні сайти часто інтегрують мультимедійні елементи, такі як зображення, відео та анімації, які підвищують привабливість ресурсу та сприяють кращому сприйняттю інформації.

Оновлений сайт має забезпечувати швидке завантаження сторінок,

оптимізовану структуру даних та можливість персоналізації контенту для різних груп користувачів. Важливою частиною функціоналу є системи безпеки, що захищають дані користувачів та забезпечують конфіденційність. Усі ці елементи працюють у комплексі для створення позитивного досвіду користування, підвищення ефективності комунікації та досягнення поставлених цілей вебресурсу.

Пропонується нова архітектура сайту СНУ ім. Володимира Даля, яка буде базуватися на принципах чіткості, модульності та зручності навігації, забезпечуючи легкий доступ до інформації для всіх категорій користувачів (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Нова архітектура сайту СНУ ім. В.Даля

Схема нового інтерфейсу сайту, яка візуалізує концепцію швидкого та легкого доступу до всієї необхідної інформації передбачає мінімалістичний підхід до навігації, де користувач може знайти потрібний розділ за один клік. Ця візуалізація демонструє такі елементи, як велике, інтуїтивно зрозуміле меню, інтегрований індексований пошук для швидкого знаходження контенту, а також інтерактивну карту кампусів, що полегшить орієнтацію на території університету.

Таким чином, новий інтерфейс забезпечить неперевершений користувацький досвід, роблячи процес пошуку інформації максимально простим та ефективним.

Також оновлений сайт СНУ ім. Володимира Даля буде оснащений рядом ключових функціональних елементів, спрямованих на покращення взаємодії з

користувачами та надання вичерпної інформації (рис. 3.2).

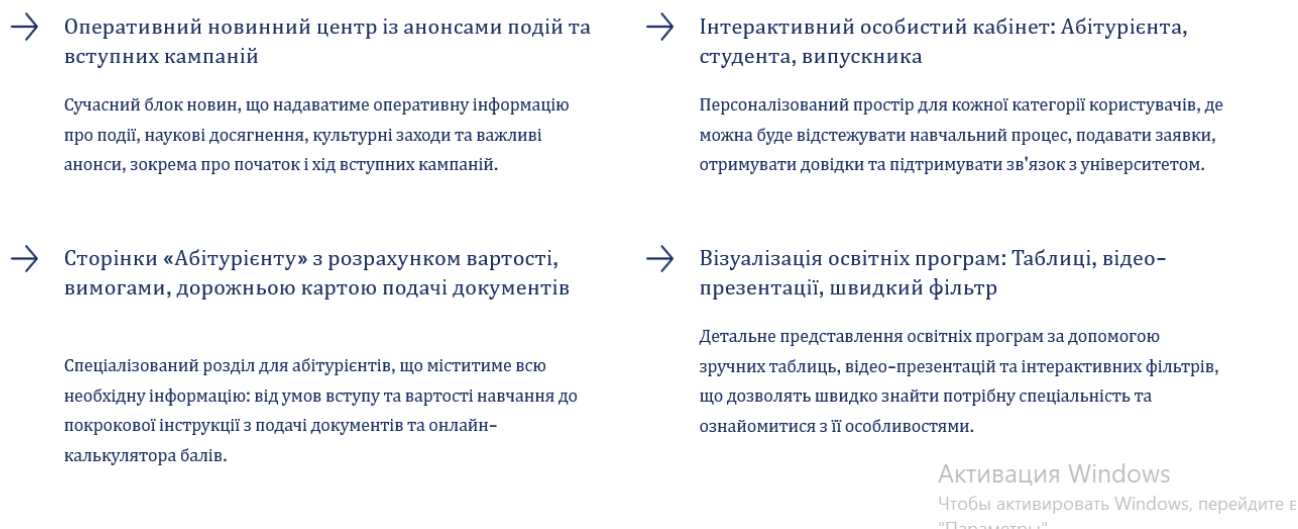


Рис. 3.2. Ключові функціональні елементи

Наступним блоком, який буде уваги та розробки, це цифрова бібліотека та наука онлайн. Університет, як центр знань та інновацій, забезпечить розширений доступ до наукових ресурсів та можливостей для дистанційного навчання через оновлений сайт (рис. 3.3).

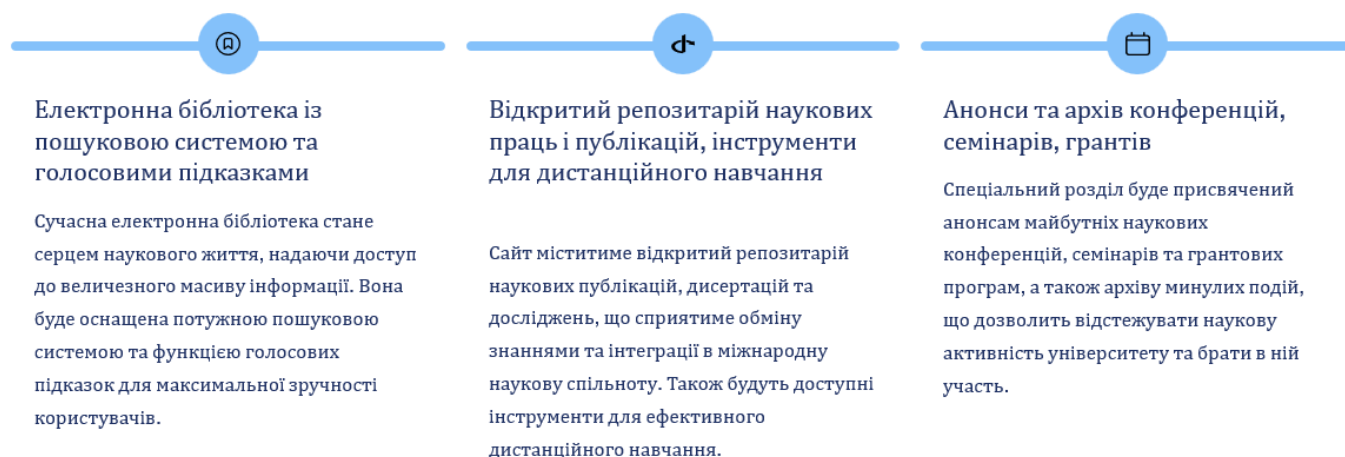


Рис. 3.3. Цифрова бібліотека та наука онлайн

Ще пропонується звернути увагу на інтерактив та комунікацію. Оновлений сайт буде побудований на принципах відкритості та ефективної комунікації, забезпечуючи зручні канали для взаємодії між університетом та його аудиторією (рис. 3.4).

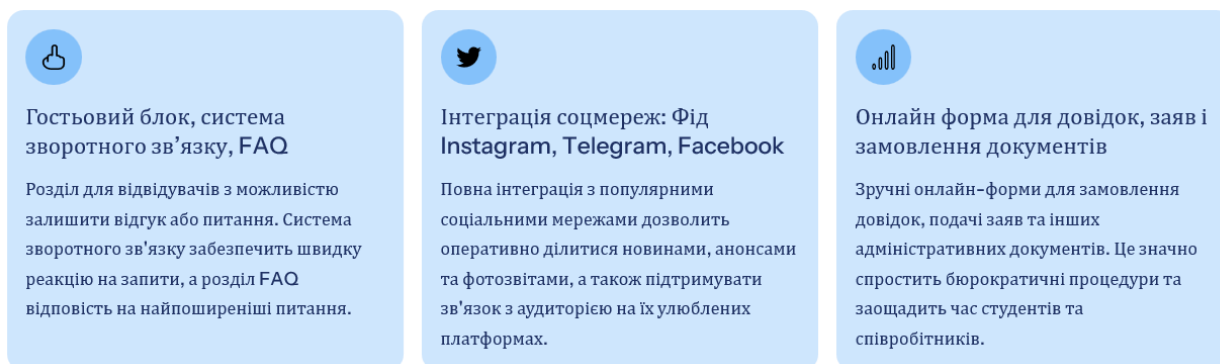


Рис. 3.4. Інтерактив та комунікація

Завдяки цим функціональним елементам, сайт стане не лише інформаційним ресурсом, а й повноцінною платформою для взаємодії.

2.3. Візуальна комунікація та адаптивний дизайн для різних пристроїв

Візуальна комунікація є одним із ключових елементів ефективної взаємодії між університетським вебресурсом та його аудиторією. Вона визначає те, як користувачі сприймають інформацію, навігацію, структуру контенту та емоційний тон платформи. У цифровому середовищі роль візуальної комунікації не обмежується лише естетикою – вона забезпечує зрозумілість, доступність і швидкість орієнтації користувача на сайті. Саме тому розробка візуальної системи університетського вебресурсу має базуватися на принципах інформативності, логічності та адаптивності.

Сучасні університетські сайти виконують багато функцій: вони інформують абітурієнтів, підтримують студентів під час навчання, допомагають викладачам організовувати освітній процес, а також формують імідж закладу. У цьому контексті візуальна комунікація має забезпечити чітку передачу змісту, гармонійне поєднання графічних елементів та інтуїтивність взаємодії з інтерфейсом. Структура і вигляд сайту повинні формувати позитивне враження та підкреслювати цінності університету, водночас не перевантажуючи користувача зайвою інформацією.

Важливою складовою сучасної візуальної комунікації є **адаптивний дизайн**. Оскільки користувачі відвідують університетські сайти з різних пристроїв —

комп'ютерів, планшетів, смартфонів – інтерфейс має автоматично підлаштовуватися під характеристики екрану. Адаптивний дизайн забезпечує оптимальний вигляд та функціональність сайту на будь-якому пристрої, зберігаючи зручність навігації, читабельність тексту, логічність розміщення блоків та доступність функцій.

Проектування адаптивного дизайну починається зі створення макетів для різних розмірів екранів. Це дозволяє визначити, як змінюватимуться модулі сторінок, яким має бути розташування головних елементів, як трансформуватиметься меню та як буде зчитуватися контент. Наприклад, на мобільних пристроях основний акцент робиться на вертикальній подачі контенту, тому великі банери, широкі таблиці чи складні галереї мають бути перероблені або спрощені. Важливо також забезпечити достатній розмір інтерактивних елементів, щоб користувач міг легко натискати кнопки на сенсорних екранах.

Ефективна візуальна комунікація передбачає використання продуманої кольорової палітри, типографіки та іконографіки. Корпоративні кольори університету мають підсилювати впізнаваність бренду та допомагати структуруванню інформації. Шрифти повинні забезпечувати комфортне читання на екранах різних типів, а правильне використання відступів, інтервалів і контрастів допомагає формувати чітку ієрархію змісту. Іконки та інфографіка сприяють швидкому сприйняттю інформації, особливо у мобільних версіях сайту, де обмежений простір вимагає компактності.

Важливим принципом адаптивного дизайну є послідовність. Незалежно від того, з якого пристрою заходить користувач, сайт має виглядати цілісним, а інтерфейс зрозумілим. Послідовність забезпечується єдиними правилами застосування шрифтів, кольорів, кнопок, стилів блоків та інтерактивних елементів. Це дозволяє користувачеві швидко розуміти структуру сторінки та передбачати поведінку інтерфейсу.

Крім того, адаптивний дизайн підвищує доступність сайту для людей з інвалідністю. Завдяки гнучкій структурі сторінок легше впроваджувати інструменти для людей з порушеннями зору, слуху чи моторики. Це можуть бути функції збільшення тексту, читання екраном, висока контрастність, альтернативний текст для графіки та коректне формування структури заголовків. Впровадження таких

можливостей не лише відповідає стандартам WCAG, а й розширює аудиторію ресурсу, роблячи його універсальним.

Оновлений сайт СНУ ім. Володимира Даля буде повністю адаптований під усі типи пристроїв, від стаціонарних комп'ютерів до смартфонів та планшетів. Це забезпечить безперебійний доступ до інформації та сервісів університету, незалежно від місця та часу.

Мобільність і адаптивність – сучасний університет завжди у вашій кишені. Ця візуалізація підкреслює гнучкість та сучасність нового веб-ресурсу, який дозволить студентам, викладачам та абітурієнтам залишатися на зв'язку з університетом у будь-якій ситуації. Адаптивний дизайн є не просто зручністю, а необхідністю в сучасному цифровому світі, де більшість користувачів отримують доступ до інтернету через мобільні пристрої.

Також пропонується додати окрему сторінку майбутнього. Оновлений сайт СНУ ім. Володимира Даля є відображенням стратегічного бачення університету, що прагне бути лідером у цифровому епосі та надавати найсучасніші освітні послуги (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Окрема сторінка майбутнього

Підсумовуючи, візуальна комунікація та адаптивний дизайн є взаємопов'язаними складовими ефективного користувацького досвіду

університетського сайту. Візуальна система визначає спосіб подання інформації, а адаптивний підхід гарантує її доступність на будь-якому пристрої. Разом вони створюють зручний, зрозумілий і сучасний вебресурс, який сприяє комунікації між університетом і його аудиторією, формує довіру та підтримує позитивний імідж закладу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

1. Розробка концепції та прототипування є критично важливим етапом модернізації університетського сайту, оскільки дозволяє на ранніх стадіях визначити логіку взаємодії користувача з інтерфейсом, сформувати інформаційну архітектуру та протестувати основні сценарії використання без значних фінансових витрат. Побудова прототипів забезпечує можливість швидкого внесення змін та оптимізації майбутнього дизайну.

2. Оновлена структура та функціональні елементи сайту мають відповідати сучасним вимогам до зручності, прозорості та доступності інформації. Чітка ієрархія контенту, продумана навігація, наявність сервісних інструментів (пошук, особистий кабінет, каталоги освітніх програм, форми зворотного зв'язку) підвищують ефективність користування ресурсом як для абітурієнтів, так і для студентів, викладачів та партнерів університету.

3. Візуальна комунікація відіграє ключову роль у формуванні цілісного образу університету, забезпечує емоційне сприйняття бренду та сприяє ефективній передачі інформації. Використання зрозумілих візуальних патернів, гармонійної кольорової палітри та типографіки допомагає покращити навігацію і спростити взаємодію користувачів із сайтом.

4. Адаптивний дизайн забезпечує повноцінний доступ до сайту з різних пристроїв – смартфонів, планшетів, ноутбуків та широкоформатних моніторів. Це не лише підвищує зручність, а й позитивно впливає на поведінкові фактори, що важливо для SEO та загального користувацького досвіду. Коректне відображення контенту на всіх типах екранів є необхідною умовою сучасного освітнього вебресурсу.

5. Удосконалення дизайну повинно базуватися на реальних потребах користувачів, даних аналітики та результатах тестування. Комплексний підхід, який включає UX-дослідження, прототипування, належну структурування інформації та адаптивність, забезпечує створення конкурентоспроможного університетського сайту, що відповідає світовим стандартам Web-дизайну.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Досліджено сучасні типи вебсайтів та визначено особливості UX/UI для освітніх платформ, що дозволило окреслити ключові вимоги до структури та інтерактивності університетського сайту.
2. Визначено основні групи цільової аудиторії університетського сайту та їхні інформаційні потреби.
3. Проведено порівняльний аналіз сайтів українських та закордонних університетів, що дозволив виявити сильні та слабкі сторони.
4. Розроблено концепцію нового дизайну сайту з урахуванням логіки користувацьких сценаріїв і навігації.
5. Створено прототипи ключових сторінок вебресурсу, які продемонстрували оптимальні сценарії взаємодії користувача з інтерфейсом і забезпечили можливість попереднього тестування.
6. Запропоновано оновлені функціональні елементи сайту, такі як інтегрований пошук, особистий кабінет, каталоги програм, форми зворотного зв'язку та адаптивні інфоблоки.
7. Розроблено систему візуальної комунікації, що ґрунтується на гармонійній кольоровій палітрі, сучасній типографіці та уніфікованих елементах інтерфейсу для підсилення бренду університету.
8. Обґрунтовано важливість адаптивного дизайну та запропоновано підходи до його впровадження, що забезпечують коректне відображення сайту на різних пристроях та покращують загальний користувацький досвід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академія ITSTEP (2023, 14 квітня). Фігма – базовий інструмент для роботи дизайнерів. URL: <https://shorturl.at/Pr1Na>
2. Єфімов Ю. Тенденції «яскравого мінімалізму» у сучасному графічному дизайні. Арт-простір. 2024. № 5.
3. Проектування логічної структури різних видів сайтів. SEObanda. URL: <https://www.seobanda.com/uk/our-services/designing-the-structure-of-the-site/>
4. Сходінка у веб-дизайні. URL: <https://skhodynka-marathon.com/>
5. Укладено рейтинг інформативності сайтів ВНЗ – Освіта.UA URL: https://osvita.ua/vnz/rating/44894/?utm_source=chatgpt.com
6. 30 Best University Websites With Impressive Designs URL: https://www.digitalsilk.com/digital-trends/best-university-websites/?utm_source=chatgpt.com
7. Вебаналітика як засіб оцінювання і формування конкурентних переваг університетів України url: https://www.researchgate.net/publication/355839958_vebanalitika_ak_zasib_ocinuvanna_i_formuvanna_konkurentnih_perevag_universitetiv_ukraini
8. Маркетинговий статистичний аналіз веб-сайту університету митної справи та фінансів / Маркетинг і цифрові технології URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/305?utm_source=chatgpt.com
9. American university, washington, d.c. American university. URL: [https://www.american.edu/Attention web designers: you have 50 milliseconds to make a good first impression! / G. Lindgaard et al. Behaviour & information technology. 2006. Vol. 25, no. 2. P. 115–126. URL: https://doi.org/10.1080/01449290500330448](https://www.american.edu/Attention%20web%20designers%3A%20you%20have%2050%20milliseconds%20to%20make%20a%20good%20first%20impression!%20%2F%20G.%20Lindgaard%20et%20al.%20Behaviour%20%26amp%20information%20technology.%202006.%20Vol.%2025%2C%20no.%202.%20P.%20115%E2%80%93126.%20URL%3A%20https%3A%2F%2Fdoi.org%2F10.1080%2F01449290500330448)
10. Buono V. D., Fortezza F. Universities' experience with brand. the role of design in managing university communication and branding. The design journal. 2017. Vol. 20, sup 1.P. S705–S720.URL:<https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1353016>
11. Design, user experience, and usability. user experience design practice / ed. by A. Marcus. Cham: Springer International Publishing, 2014. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-07638-6>
12. Usability and user experience / C. Rusu et al. International journal of information technologies and systems approach. 2015. Vol. 8, no. 2. P. 1–12. URL: <https://doi.org/10.4018/ijitsa.2015070101>
13. Work and life of stanley kubrick. Work and life of stanley kubrick. URL:

<https://kubrick.life/>

14. Notess M. Usability, user experience, and learner experience. ELearn. 2001. Vol. 2001, no. 8. P. 3. URL: <https://doi.org/10.1145/566933.566938>
15. Usability and user experience / C. Rusu et al. International journal of information technologies and systems approach. 2015. Vol. 8, no. 2. P. 1–12. URL: <https://doi.org/10.4018/ijitsa.2015070101>
16. Golander G., Tractinsky N., Kabessa-Cohen I. Trends in website design. AIS transactions on human-computer interaction. 2012. Vol. 4, no. 3. P. 169–189. URL: <https://doi.org/10.17705/1thci.00045>
17. Design, user experience, and usability. user experience design practice / ed. by A. Marcus. Cham : Springer International Publishing, 2014. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-07638-6>
18. Elsayed A. M. Web content strategy in higher education institutions. Information development. 2016. Vol. 33, no. 5. P. 479–494. URL: <https://doi.org/10.1177/0266666916671387>

ДОДАТКИ

Додаток А Типологія сайтів

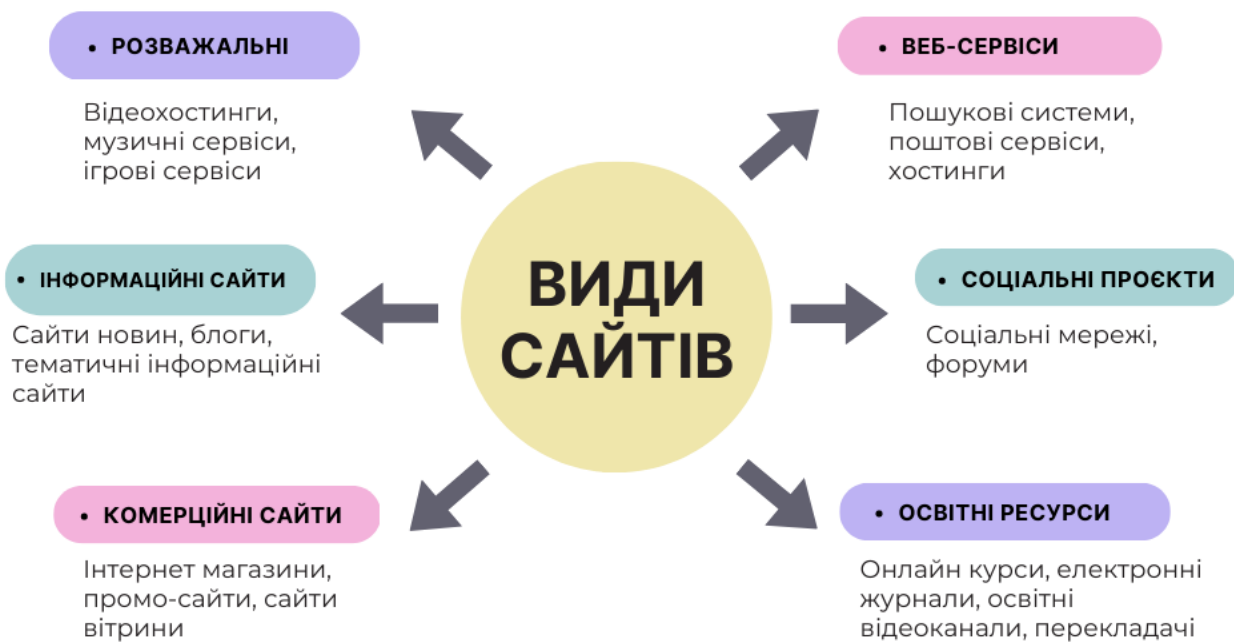


Рис. А.1. Види сайтів

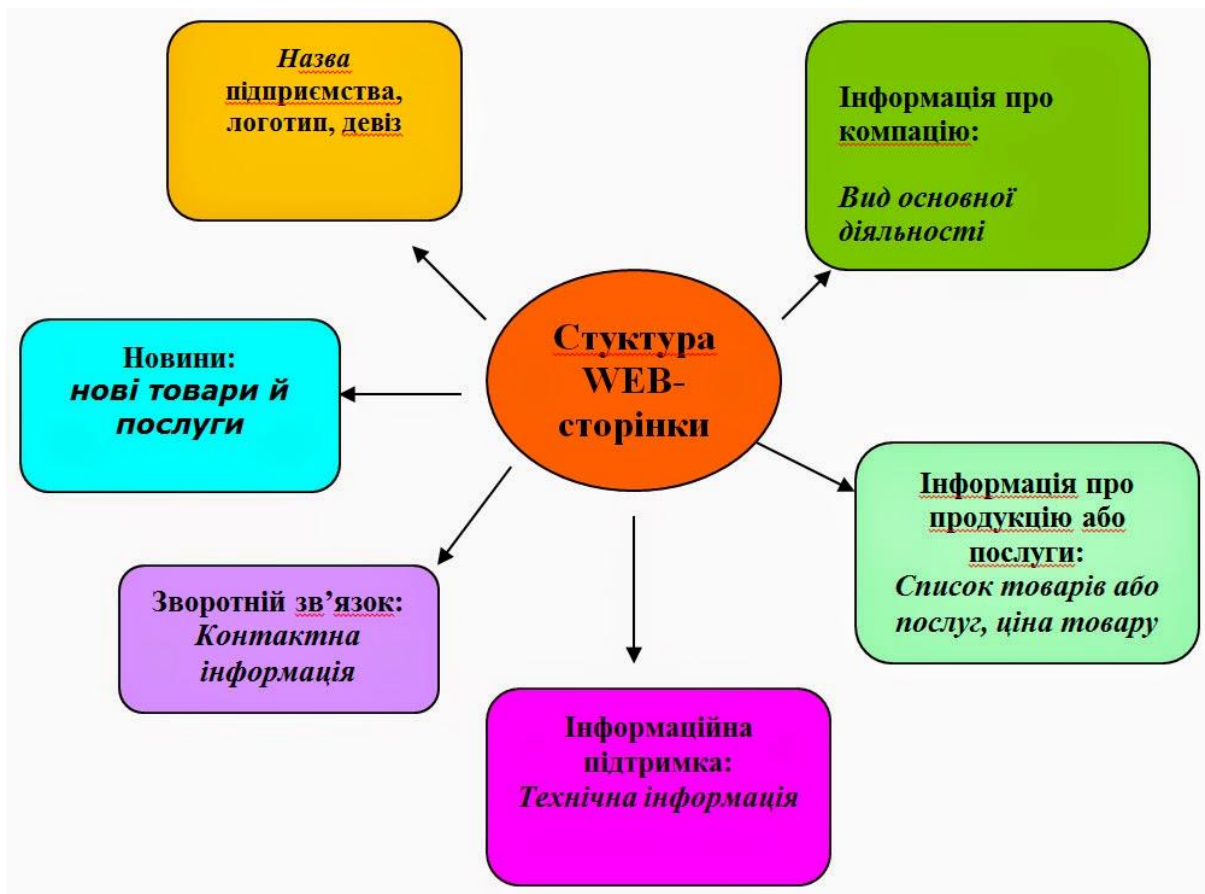


Рис. А2. Структура WEB-сторінки

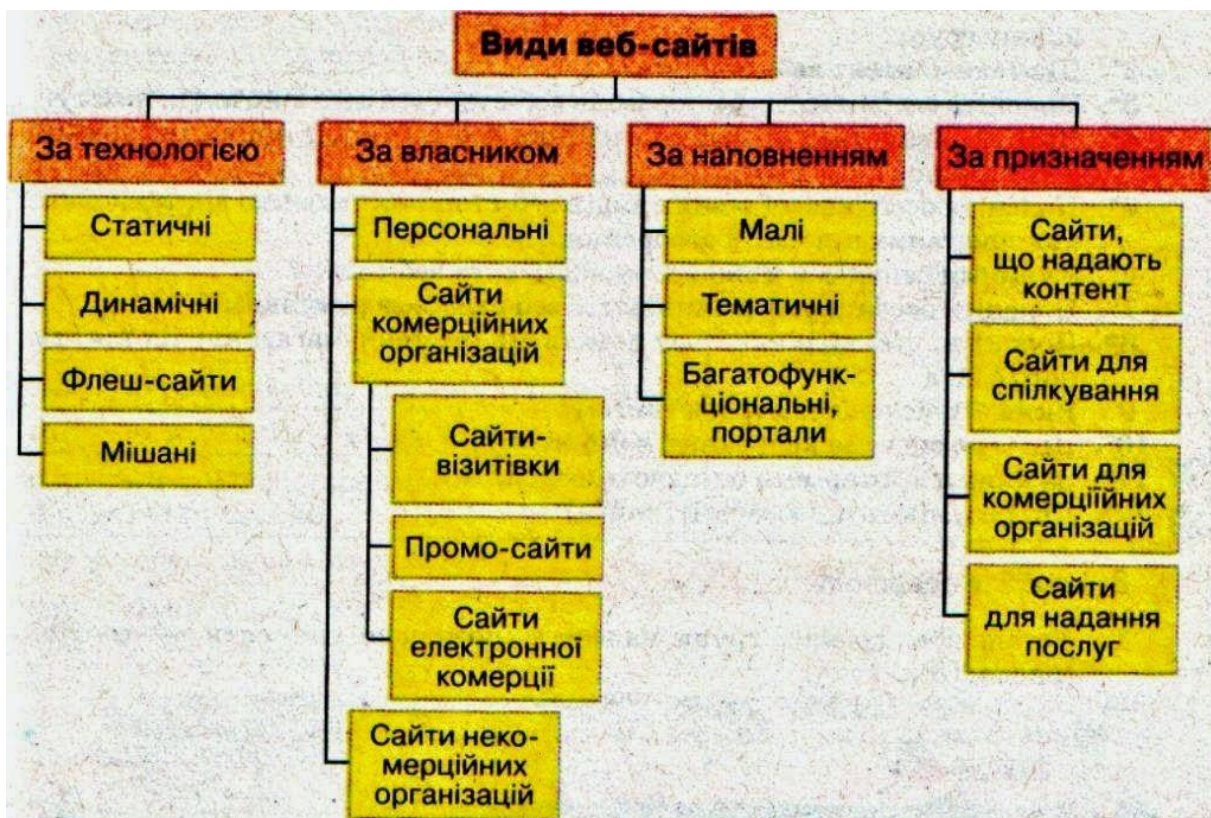


Рис. А.3. Види WEB-сайтів

Додаток Б

Аналоги сайтів

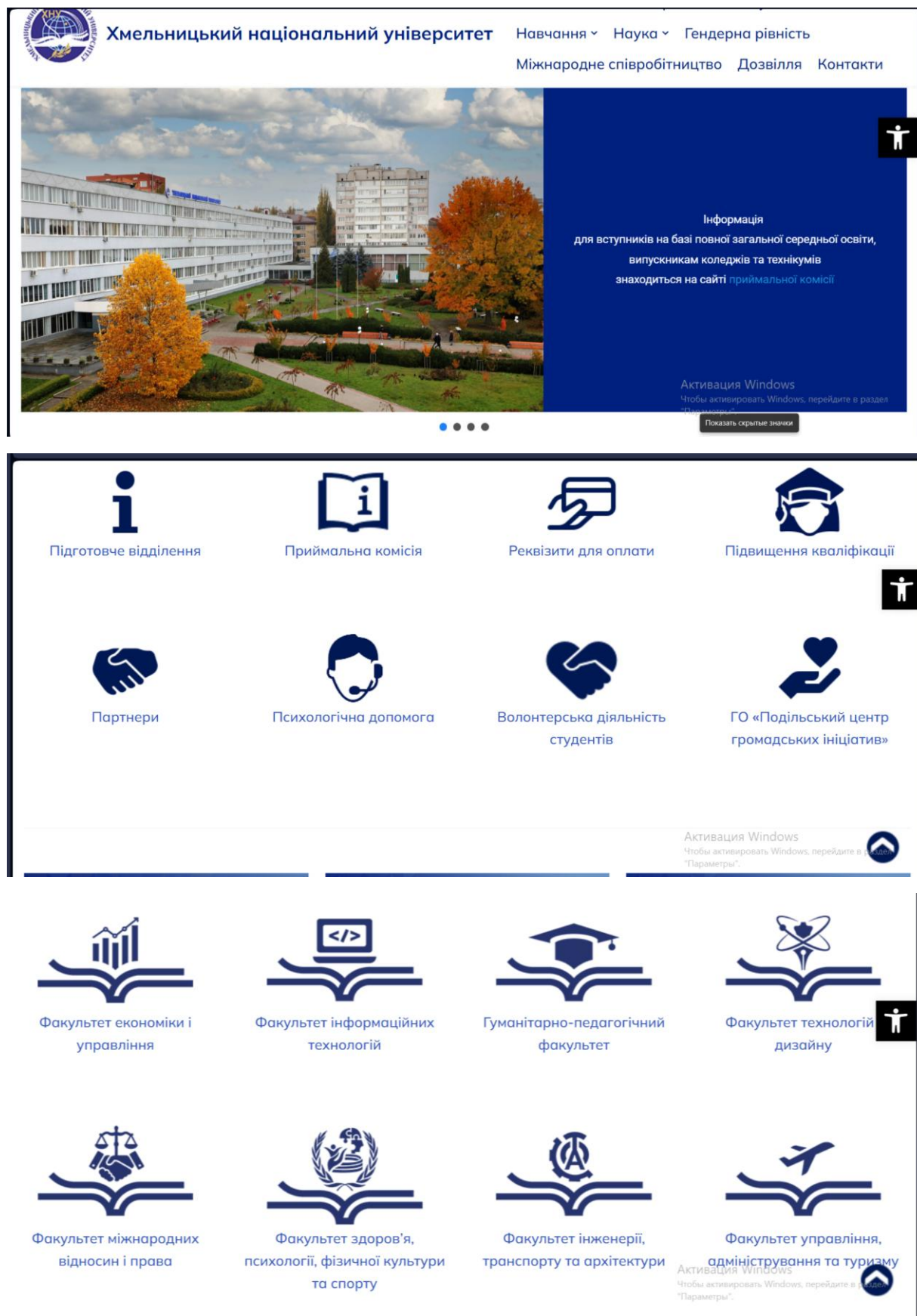


Рис. Б.1 Сайт Хмельницького національного університету

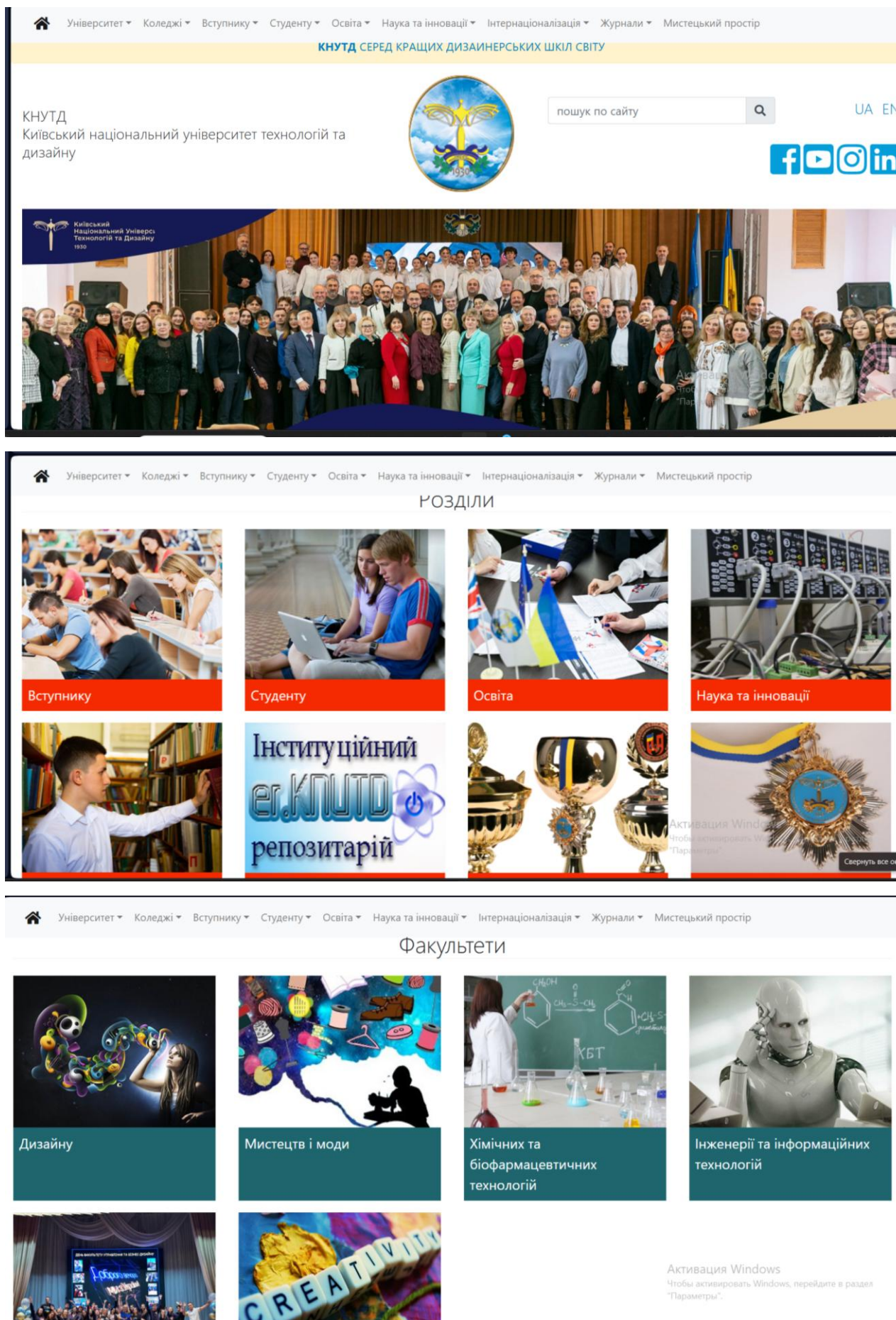
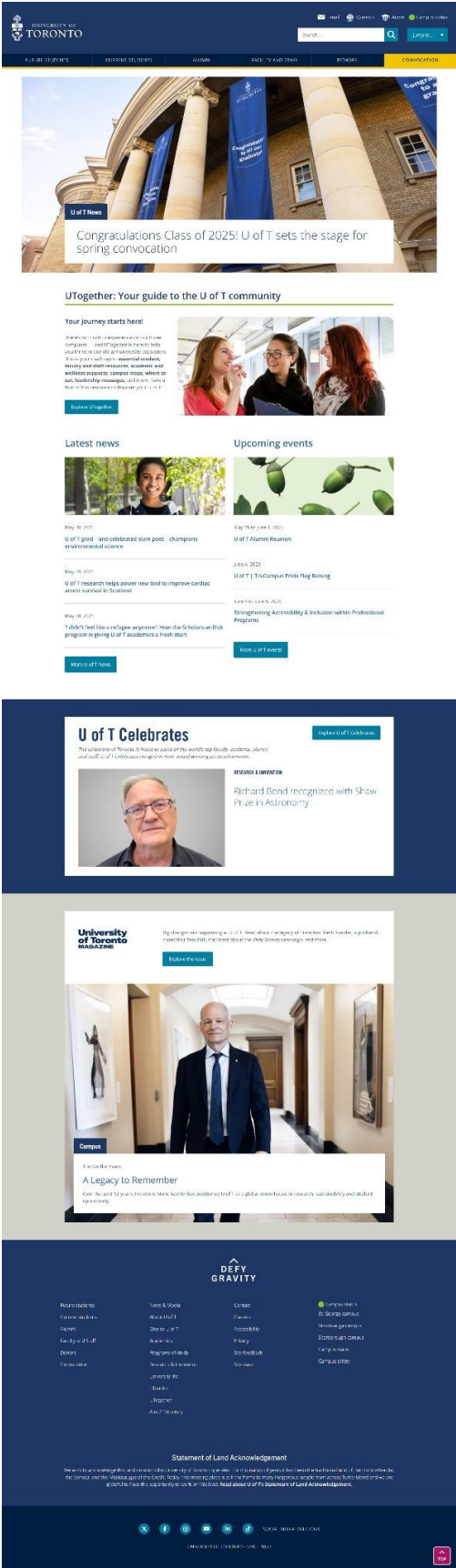


Рис. Б.2. Сайт Київського національного університету технологій та дизайну

Puc. Б.3 Сайт American University



Додаток В

Результати опитування за допомогою сервісу Google Forms

Хто ви?

75 відповідей

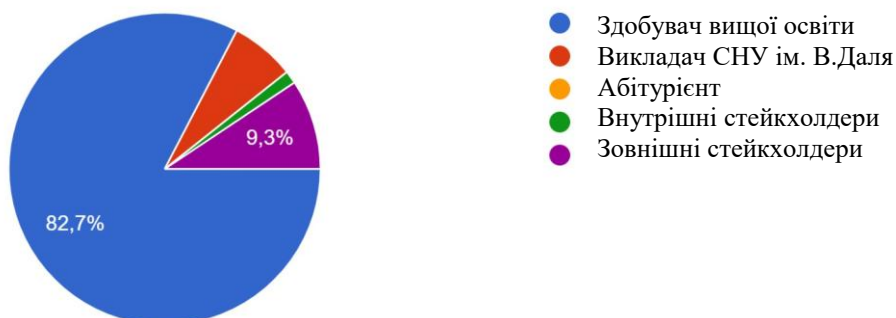


Рис. В.1 Розподіл респондентів за типом користувача сайту

Як часто ви користуєтесь сайтом університету?

75 відповідей

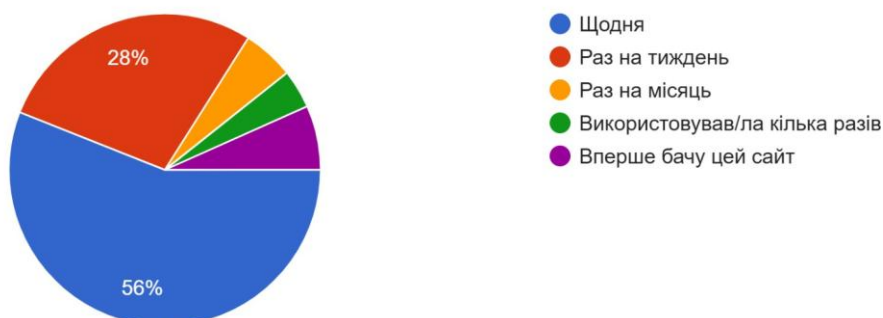


Рис. В.2 Частота використання сайту респондентами

Наскільки зручним ви вважаєте сайт університету за наступними критеріями? (Оцінка від 0 до 5, де 0 – дуже погано, 5 – відмінно)

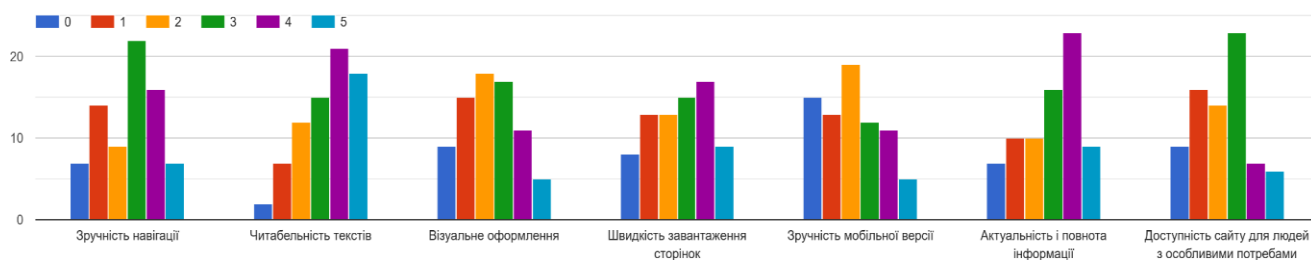


Рис. В.3 Оцінка зручності сайту за ключовими критеріями

Загальне враження від сайту університету

75 відповідей



Рис. В.4. Загальне враження респондентів від сайту

Що вам подобається на сайті найбільше?

75 відповідей

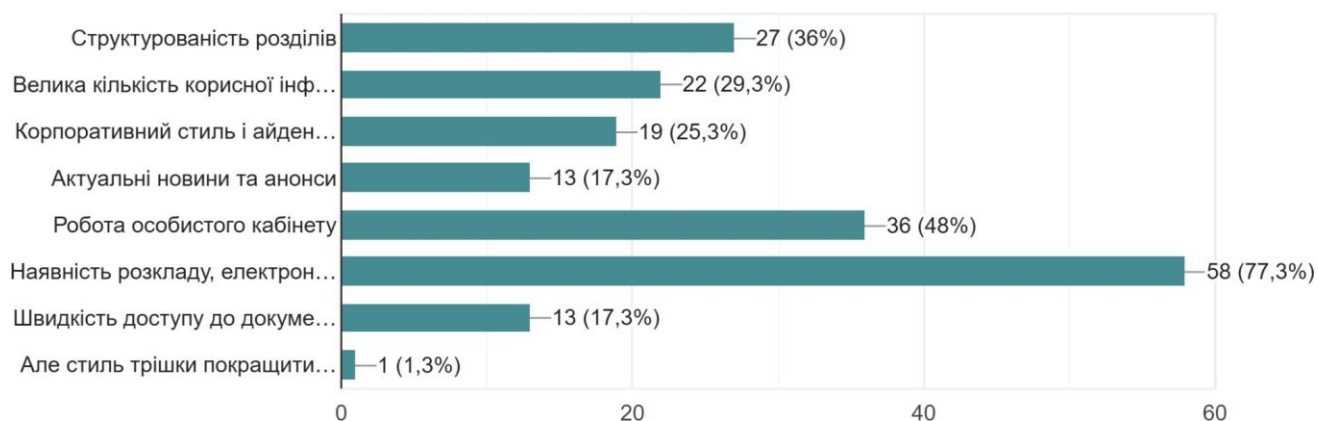


Рис. В.5 Основні переваги сайту за оцінкою респондентів

Як ви оцінюєте мобільну версію сайту?

75 відповідей

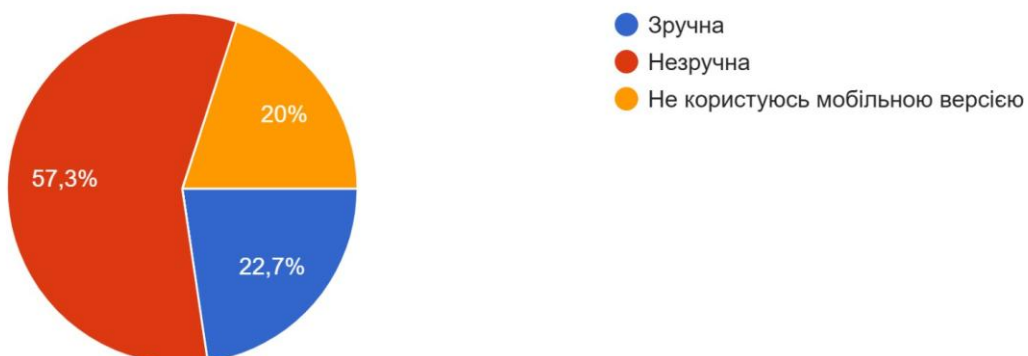


Рис. В.6 Рівень зручності мобільної версії сайту

Чи зручно орієнтуватися в розділах меню?

75 відповідей

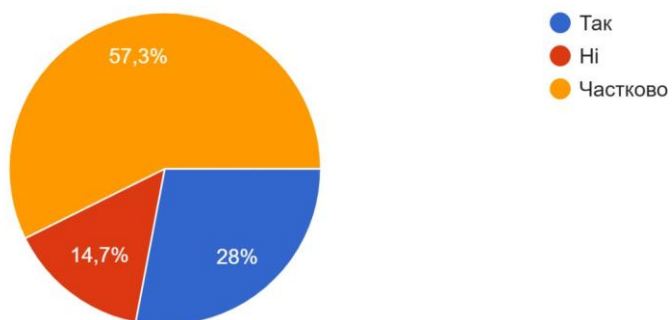


Рис. В.7. Зручність навігації в розділах меню сайту

Додаток Г

Оновлена мапа сайту СНУ ім. В.Даля

**Оновлений Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Даля**



Рис. Г.1. Мапа сайту СНУ ім. В.Даля

Updated Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

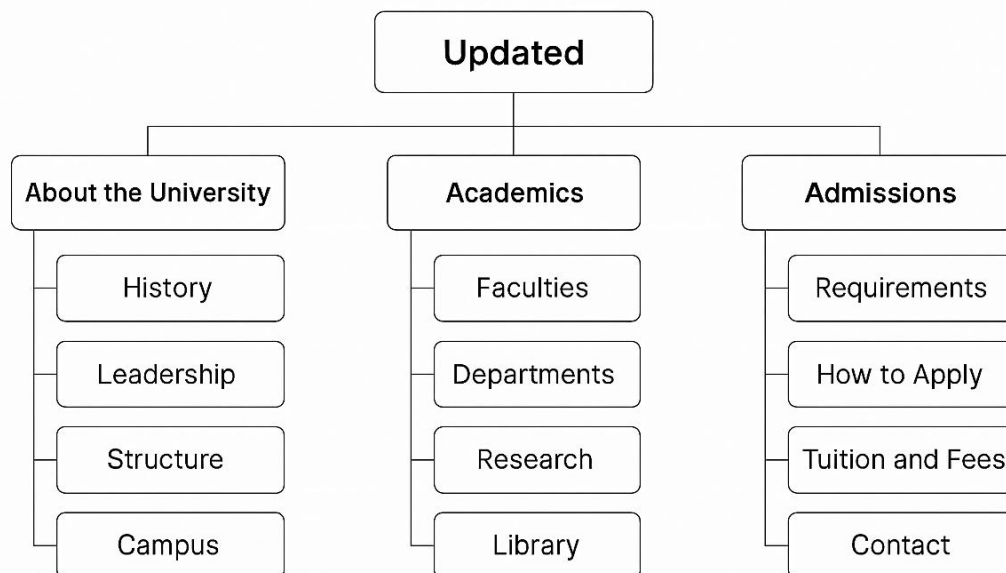


Рис. Г.2. Мапа сайту CHU ім. В.Даля (англ.)

Короткий аналіз наявної мапи сайту

1. На офіційному сайті видніються великі тематичні розділи: «Університет» (Про університет, історія, керівництво, документи), «Підрозділи» (факультети, центри), «Е-університет» (LMS, приймальна комісія, репозитарій), «Новини/Події» та сервіси (бібліотека, розклад).

2. Поточна структура багата на інформацію, але місцями перевантажена пунктами і підпунктами — це ускладнює швидкий пошук для абітурієнта та мобільну навігацію.

3. Є сильні підходи (розділи для якості освіти, міжнародної діяльності, центри), але відсутність чіткої модульної «сервісної» навігації ускладнює доступ до ключових онлайн-інструментів (LMS, особистий кабінет, пошук).

Що я змінив / запропонував в оновленій мапі (логіка та структура):

1. Централізована головна навігація: «Головна» → проміжні розділи «Про університет», «Абітурієнтам», «Навчання», «Наука», «Міжнародна діяльність», «Студентське життя», «Сервіси», «Новини/Події», «Контакти». (замість великої кількості дубльованих пунктів – згруповано по задачах користувача).

2. Виділено окремий блок «Сервіси» (Е-університет / LMS, Бібліотека, Репозитарій, Розклад, Особистий кабінет, Пошук, Доступність) для швидкого доступу й повторного використання у мобільному меню.

3. Для «Навчання» та «Абітурієнтам» запропоновано чітку структуру: Факультети → Програми → Опис програм / Робочі плани / Вимоги вступу / Віртуальний тур.

4. «Наука» і «Публікації» винесено у верхній рівень із підрозділами: Публікації, Репозитарій, Наукові проєкти, Конференції.

5. У схемі передбачено третій рівень (subpages) для ключових підрозділів, наприклад під «Факультети» — зразкові факультети, під «Сервіси» — прямі посилання на LMS, репозитарій, бібліотеку.

6. Додані елементи доступності: видимий пункт «Доступність» + пошукова панель у шапці сайту.

7. Рекомендовано футер із юридичною інформацією, публічною звітністю, політикою конфіденційності та карткою контактів.

Практичні примітки для реалізації:

- Пріоритет у меню на мобільних пристроях: «Абітурієнтам», «Навчання», «Сервіси», «Пошук», «Контакти».

- Кожен великий розділ має мати сторінку-дорожню карту (landing) з посиланнями-шорткатами на найпопулярніші підсторінки.

- Забезпечити редиректи зі старих URL при зміні структури та оновити XML-sitemap для пошукових систем.

- Впроваджувати зміни поступово: спочатку оновлена інформаційна архітектура і прототипи, потім UI та технічна реалізація, завершити тестуванням з користувачами (юзабіліті).

Оновлена мапа сайту — URL-ієрархія

1. / — Головна
2. **/about/** — Про університет
 - 2.1 **/about/history/** — Історія
 - 2.2 **/about/leadership/** — Керівництво
 - 2.3 **/about/strategy/** — Стратегія та документи
3. **/admissions/** — Абітурієнтам
 - 3.1 **/admissions/entry-requirements/** — Умови вступу
 - 3.2 **/admissions/programs/** — Спеціальності / Програми
 - 3.3 **/admissions/virtual-tour/** — Віртуальний тур
4. **/education/** — Навчання
 - 4.1 **/education/faculties/** — Факультети
 - 4.1.1 **/education/faculties/faculty-of-engineering/** — Факультет інженерії
 - 4.1.2 **/education/faculties/faculty-of-economics/** — Факультет економіки
 - 4.1.3 **/education/faculties/faculty-of-humanities/** — Гуманітарний факультет
 - 4.2 **/education/programs/** — Навчальні програми
 - 4.3 **/education/schedule/** — Розклад занять
5. **/research/** — Наука
 - 5.1 **/research/publications/** — Публікації
 - 5.2 **/research/repository/** — Репозитарій
 - 5.3 **/research/projects/** — Наукові проєкти
6. **/international/** — Міжнародна діяльність
 - 6.1 **/international/partners/** — Партнери
 - 6.2 **/international/exchange-programs/** — Програми обміну
7. **/student-life/** — Студентське життя
 - 7.1 **/student-life/news/** — Новини студентів
 - 7.2 **/student-life/events/** — Заходи
 - 7.3 **/student-life/sports/** — Спорт

8. **/services/** — Сервіси

8.1 **/services/lms/** — Е-університет (LMS)

8.2 **/services/library/** — Бібліотека

8.3 **/services/portal/** — Особистий кабінет

8.4 **/services/contact/** — Контакти

8.5 **/services/search/** — Пошук

8.6 **/services/accessibility/** — Доступність

9. **/news/** — Новини університету

10. **/contact/** — Контакти університету

Додаток Д

ІНСТРУКЦІЯ ДЛЯ CMS

(Розміщення меню та шорткатів)

CMS (Content Management System) – це система керування контентом, тобто програмне забезпечення, яке дозволяє створювати, редагувати, публікувати та керувати вмістом сайту без необхідності програмувати.

1. Створення головного меню

1. Увійдіть у панель адміністратора CMS.
2. Перейдіть у розділ "**Меню**" або "**Навігація**".
3. Створіть нове меню з назвою "**Головне меню**".
4. Додайте основні розділи:
 - Головна
 - Про університет
 - Абітурієнтам
 - Навчання
 - Наука
 - Міжнародна діяльність
 - Студентське життя
 - Сервіси
 - Новини
 - Контакти
5. Збережіть меню та закріпіть його у позиції **Main Header / Primary**

Navigation.**2. Додавання підменю (другий рівень)**

1. У кожному розділі натисніть "**Додати пункт**".
2. Додайте вкладені сторінки (наприклад, "Історія", "Факультети", "Розклад").
3. Перетягніть підпункти під основні меню для створення ієрархії.
4. Збережіть структуру.

3. Налаштування шорткатів (коротких посилань / швидких кнопок)

Розміщуються у **верхній панелі, футері** або **на головній**.

Рекомендовані шорткати:

- **Розклад занять** (/education/schedule)
- **Особистий кабінет** (/services/portal)
- **Бібліотека** (/services/library)
- **LMS / Е-університет** (/services/lms)
- **Віртуальний тур** (/admissions/virtual-tour)
- **Пошук** (/services/search)

Як додати:

1. Перейдіть у блок **"Віджети / Widgets"** або **"Футер"** у CMS.
2. Оберіть **"Кнопка", "Custom link", "HTML-блок"** або **"Quick links"**.
3. Додайте посилання та назви.
4. Встановіть відображення у потрібному місці.

ПЛАН РЕДИРЕКТІВ ДЛЯ SEO (301)

Після переробки структури старі URL повинні перейти на нові.

Використовуйте **301 redirect**, щоб не втратити позиції в Google.

1. Загальні принципи

- Всі сторінки, що змінили URL — → 301 на нові відповідники.
- Всі сторінки, що видалені — → на найбільш релевантний розділ.
- Дублікати сторінок → на головну або на основний URL.
- HTTP → HTTPS
- www → без www (або навпаки)

2. Приклад таблиці редиректів (рекомендована структура)

Старий URL	Новий URL	Тип
/university	/about	301
/university/history	/about/history	301
/vstup	/admissions	301

Старий URL	Новий URL	Тип
/vstup/programs	/admissions/programs	301
/faculties	/education/faculties	301
/science	/research	301
/science/projects	/research/projects	301
/international-relations	/international	301
/students	/student-life	301
/students/events	/student-life/events	301
/services/lk	/services/portal	301
/schedule	/education/schedule	301
/news-old	/news	301

3. Редиректи для технічних сторінок

Старий URL	Новий URL	Тип
/search.php	/services/search	301
/contacts.php	/contact	301
/index.php?page=library	/services/library	301

4. Групові редиректи

Усі URL, що починаються на:

- /old/... → /
- /files/... → /about/strategy (якщо це документи)
- /department/... → /education/faculties (або конкретний факультет)