

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний університет «Острозька академія»**  
**Економічний факультет**  
**Кафедра економіко-математичного моделювання та інформаційних**  
**технологій**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на здобуття освітнього ступеня бакалавра

на тему: *«Дизайн інтерфейсу користувача освітніх платформ: аналіз чинних рішень та комбінування практик сучасних проєктів»*

**Виконав:** студент 4 курсу, групи КН-42  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
спеціальності 122 Комп'ютерні науки  
освітньо-професійної програми «Комп'ютерні науки»  
***Верба Вадим Вадимович***

**Керівник:** *Шатний С.В., кандидат технічних наук,  
доцент кафедри ЕММІТ*

**Рецензент:** *кандидат технічних наук, доцент, доцент  
кафедри прикладної математики та кібербезпеки  
Донецького національного університету імені Василя  
Стуса*  
***Загоруйко Любов Василівна***

***РОБОТА ДОПУЩЕНА ДО ЗАХИСТУ***

Завідувач кафедри економіко-математичного моделювання та  
інформаційних технологій \_\_\_\_\_ (проф., д.е.н. Кривицька О.Р.)

Протокол № 11 від «30» травня 2024 р.

Острог, 2024

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Острозька академія»

Факультет: економічний

Кафедра: економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій

Спеціальність: 122 Комп'ютерні науки

Освітньо-професійна програма: Комп'ютерні науки

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Ольга КРИВИЦЬКА

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ЗАВДАННЯ**  
**на кваліфікаційну роботу студента**

***Верби Вадима Вадимовича***

*1. Тема роботи: Дизайн інтерфейсу користувача освітніх платформ: аналіз чинних рішень та комбінування практик сучасних проєктів.*

*Керівник роботи: Шатний С.В., кандидат технічних наук, доцент кафедри ЕММІТ*

*Затверджено наказом ректора НаУОА від 03.11.2023 р., № 98.*

*2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 31 травня 2024 року.*

*3. Вихідні дані до роботи: Figma, FigJam, Google Documents.*

*4. Перелік завдань, які належить виконати: проаналізувати сучасні практики дизайну інтерфейсу освітніх продуктів; дослідити типових користувачів та їх потреби відповідно до задач освітнього характеру; перевірити рішення інтерфейсів під час створення власного освітнього продукту; підготувати гіпотези покращення та макет продукту, що міститиме покращені рішення для розробки інтерфейсу; спроектувати дизайн-макети користувацького інтерфейсу проєкту використавши надбані знання.*

*5. Перелік графічного матеріалу: результати досліджень та спроектований дизайн у вигляді рисунків.*

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Шатний С.В.	01.12.2023	01.12.2023
2	Шатний С.В.	01.12.2023	01.12.2023
3	Шатний С.В.	01.12.2023	01.12.2023

7. Дата видачі завдання: 01.12.2023 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів	Примітка
1	Затвердження теми роботи	до 31.10.2023 р.	
2	Постановка технічного завдання	до 01.12.2023 р.	
3	Ознайомлення з документацією	до 10.12.2023 р.	
4	Написання розділу 1	до 01.02.2024 р.	
5	Написання розділу 2	до 01.03.2024 р.	
6	Написання розділу 3	до 01.04.2024 р.	
7	Тестування дизайну	до 20.04.2024 р.	
8	Виправлення помилок	до 01.05.2024 р.	
9	Попередній захист та перевірка на рівень унікальності кваліфікаційної роботи/проекту	до 31.05.2024 р.	
10	Здача кваліфікаційної роботи на кафедрі	31.05.2024 р.	

Студент: \_\_\_\_\_ Вадим ВЕРБА

Керівник кваліфікаційної роботи: \_\_\_\_\_ Сергій ШАТНИЙ

**АНОТАЦІЯ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

*Тема:* Дизайн інтерфейсу користувача освітніх платформ: аналіз чинних рішень та комбінування практик сучасних проєктів

*Автор:* Вєрба Вадим Вадимович

*Науковий керівник:* Шатний С.В., кандидат технічних наук, доцент кафедри ЕММІТ

Захищена «.....»..... 2024 року.

*Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи:* 60 с., 37 рис., 2 табл., 3 додатки, 26 джерел.

*Ключові слова:* дизайн інтерфейсу, проєктування дизайну, дизайн-макет, користувацький досвід, Figma, зручність використання.

**Короткий зміст праці:**

Ця кваліфікаційна робота досліджує сферу дизайну користувацького інтерфейсу освітніх платформ, зосереджуючись на аналізі чинних конкурентів та об'єднанні сучасних проєктних рішень. Проєкт охоплює комплексне дослідження користувацького досвіду, а також детальний аналіз конкурентів за критеріями якості дизайну та зручності використання. Крім того, розроблено власні дизайн-макети користувацького інтерфейсу для проєкту — освітньої платформи. Як результат отримано цінний досвід проєктування інтерфейсу користувача для освітніх проєктів, що є найбільш зручним для використання користувачами та оптимальний для розробки. Під час виконання для організації даних та розробки дизайну було використано FigJam та Figma.

---

**ANNOTATION  
of qualification paper  
for bachelor's degree**

**Theme:** *User interface design for educational platforms: analysing existing solutions and combining practices of modern projects*

**Author:** *Verba Vadym*

**Scientific supervisor:** *Shatnyi S., candidate of technical science, associate professor at DEMMIT*

**Defended «.....»..... of 2024.**

**Explanatory note to the qualification work:** *60 p., 37 pic., 2 tables., 3 attachments, 26 sources.*

**Keywords:** *interface design, design engineering, design layout, user experience, Figma, usability.*

**Summary of the paper:**

*This qualification project explores the field of user interface design for educational platforms, focusing on the analysis of existing competitors and the integration of modern design solutions. The project includes a comprehensive user experience research, as well as a detailed analysis of competitors in terms of design quality and usability. In addition, we developed our own user interface design for the project — an educational platform. As a result, we gained valuable experience in designing user interface design for educational projects that is most convenient for users and optimal for development. During execution, FigJam and Figma were used to organise the data and develop the design.*

---

# ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ЧИННИХ ПРОДУКТІВ НА ОСВІТНЬОМУ РИНКУ	5
1.1. Огляд ринку комерційних освітніх програмних продуктів	5
1.2. Аналіз програмних продуктів українського ринку	6
1.3. Визначення схожостей та відмінностей проаналізованих продуктів	8
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ АУДИТОРІЇ ТА ОБМЕЖЕНЬ ПРОЄКТУ	11
2.1. Формування портрета аудиторії на прикладі спільноти університету	11
2.2. Типізація персонажів на основі дослідження аудиторії	12
2.3. Підсумування дослідження аудиторії	14
2.4. Double Diamond як один з практичних методів проєктування інтерфейсу	14
2.5. Окреслення технічного завдання продукту	16
2.6. Проєктування інтерфейсу продукту. Використання Business Model Canvas	21
2.7. Візуальний аналіз конкурентів	24
2.8. Проєктування інформаційної архітектури проєкту	25
2.9. Моделювання користувацьких шляхів персон проєкту	27
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ КОРИСТУВАЦЬКОГО ІНТЕРФЕЙСУ ПРОЄКТУ	30
3.1. Схематичні макети інтерфейсу проєкту як перший крок проєктування	30
3.2. Аналіз релевантних візуальних конкурентів та створення мудборду	33
3.3. Створення високоточних макетів проєкту	37
3.4. Моделювання остаточного концепту інтерфейсу проєкту	42
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
ДОДАТКИ	54

## ВСТУП

Сучасний ринок освітніх послуг характеризується широким спектром комерційних та некомерційних продуктів, що задовольняють різноманітні потреби користувачів. Комерційні провайдери освітніх послуг зазвичай орієнтовані на впровадження новітніх технологій та методик, акцентуючи на практичній застосовності знань та ефективності навчання. Некомерційні ініціативи, своєю чергою, спрямовані на розширення доступу до освіти, особливо у регіонах з обмеженими ресурсами та вузькоспеціалізованими потребами. Взаємодія цих двох сегментів формує динамічне середовище, в якому конкуренція стимулює інновації, а різноманітність продуктів забезпечує задоволення різноманітних потреб освітньої спільноти. Всупереч відмінності у фінансуванні та цілях, дослідження методів та практик дизайну інтерфейсу користувача є важливим для обох сегментів ринку, оскільки зручність та ефективність взаємодії з освітніми продуктами є ключовим фактором успіху для будь-якої ініціативи.

Актуальність теми полягає в співвідношенні популярності освітніх платформ до ефективності їх дизайну, що є вирішальним для користувачів та їхньої безпосередньої здатності навчатися використовуючи такі ресурси.

Мета роботи полягає у дослідженні дизайну інтерфейсу освітніх платформ, їх контекстній оцінці з погляду користувацького досвіду та адаптивного сучасного вигляду, щоб виділити застосовані рішення та їх комбінації на практиці. Це дозволить створити пряму залежність використаних рішень дизайнерами до ефективності використання тієї чи іншої платформи, а відповідно вкаже на якість такого рішення й актуальність його використання для інших цифрових продуктів на освітньому ринку. Для досягнення мети роботи поставлено кілька завдань:

1. Проаналізувати ринок та дизайн інтерфейсу типових освітніх продуктів;

2. Дослідити вимоги до задач освітнього характеру від цільових користувачів, за результатами дослідження підготувати гіпотези покращення та макет продукту, що міститиме покращені рішення для розробки інтерфейсу;

3. Спроекувати дизайн-макети користувацького інтерфейсу проєкту використовуючи надбані знання.

Об'єктом дослідження виступають освітні платформи, що характеризуються різноманітністю форматів та бізнес-моделей, тоді як предметом дослідження є дизайн їх інтерфейсів та методи, що застосовуються дизайнерами для забезпечення ефективної взаємодії користувачів з платформами.

Під час дослідження використані такі методи: аналіз функціонала конкурентів, визначення точок паритету та відмінностей, порівняння візуального дизайну, дослідження бізнес-моделі продукту, визначення персон користувачів, аналіз інформаційної архітектури та користувацьких шляхів, а також використання методів для візуального представлення отриманих результатів.



## РОЗДІЛ 1

### АНАЛІЗ ЧИННИХ ПРОДУКТІВ НА ОСВІТНЬОМУ РИНКУ

#### 1.1. Огляд ринку комерційних освітніх програмних продуктів

Для розуміння контексту розробки освітніх продуктів та оцінки їх ефективності необхідно дослідити комерційний сегмент ринку, зокрема його фінансові аспекти та тенденції розвитку. Високий рівень інвестицій та попит на комерційні освітні продукти стимулюють інновації та розширюють можливості впровадження нових рішень. Динамічний характер цього ринку, що характеризується стрімким зростанням, ілюструється даними, наведеними на наступному рисунку.

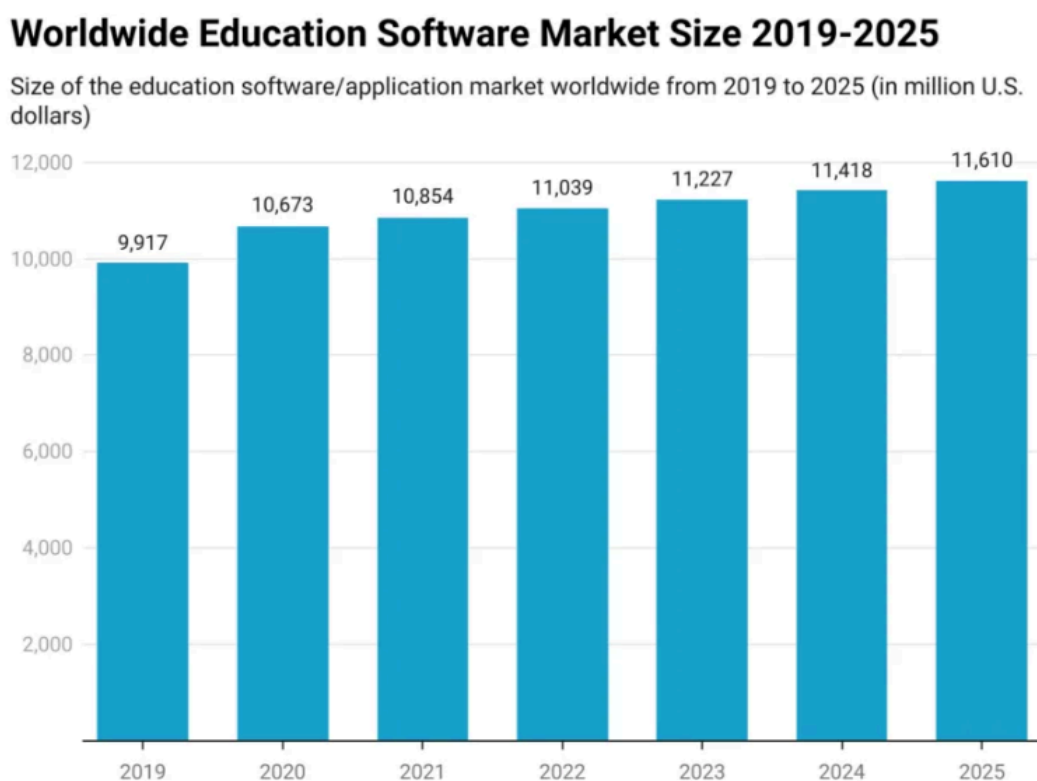


Рис. 1.1. Порівняння та прогноз кількості продуктів на ринку EdTech [\[14\]](#)

Такий стрімкий розвиток ринку освітніх продуктів зумовлений кількома ключовими факторами:

1. Зростання попиту на неформальну освіту та навчання протягом усього життя: сучасний світ вимагає постійного оновлення знань та навичок, що стимулює інтерес до неформальних освітніх форматів.

2. Розвиток технологій: інноваційні технології дозволяють створювати інтерактивні, доступні та ефективні освітні програми, які залучають широку аудиторію.

3. Зміна парадигми навчання: акцент зміщується на активну роль студента у навчальному процесі, що вимагає нових підходів до розробки освітніх продуктів.

Водночас різноманіття освітніх продуктів на ринку свідчить про пошук оптимальних форматів та бізнес-стратегій для задоволення потреб різних цільових аудиторій. Аналіз українського ринку освітніх проєктів за 2023-2024 роки дозволяє виділити такі основні типи:

1. Маркетплейси курсів: ці платформи орієнтовані на широку аудиторію та пропонують різноманітні цифрові освітні продукти, функціонуючи як інтернет-магазини.

2. Проєкти неформальної освіти: такі ініціативи зосереджені на підготовці спеціалістів у сфері ІТ та креативних індустрій (маркетинг, дизайн, копірайтинг тощо).

3. Системи організації подій та зустрічей: платформи спеціалізуються на проведенні вебінарів, конференцій та інших заходів, часто формуючи цілі освітні спільноти для взаємодії між учасниками

## **1.2. Аналіз програмних продуктів українського ринку**

Для дослідження було обрано метод "Аналіз функціонала конкурентів", зосереджений на локальних продуктах. Відповідно до визначених типів освітніх платформ, об'єктами дослідження стали:

- Udemu (перший тип)
- Projector Institute, IAMPM (другий тип)

- UGF Academy, TheForum (третій тип)

Суть методу полягає у зборі інформації, особистому тестуванні продуктів, фіксації наявності або відсутності певних функцій та формуванні висновків щодо спільних та відмінних рис. Для порівняння обраних продуктів з погляду їх функціоналу була створена Google Таблиця, яка містить порівняльний аналіз функціональних можливостей кожного продукту.

Список функціонала	Критерій		Курси + події	Маркетингові курси	Події	Окремі заходи/вебінари	Події
	Projector Institute	IAMPМ	Udemy	Wearecommunity	UGF Academy	The Forum	
<b>Користувач</b>							
Реєстрація користувача	РФР	Так	Ні	Так	Так	Так	Ні
Швидка реєстрація через соцмережі	РСО	Так	Ні	Ні	Так	Так	Ні
Перегляд контенту без реєстрації	РФР	Так	Так	Так	Ні	Так	Так
Швидкий вхід через соцмережі	РФР	Так	Ні	Так	Так	Так	Ні
Профіль користувача	РФР	Так	Ні	Так	Так	Так	Так
Занесення даних в профіль	РФР	Так	Ні	Так	Так	Ні	Не вибрано
Лок. підтримка	РФР	Так	Так	Так	Так	Так	Ні
Формат підтримки		Чат на сайті, телеграм, зворотній зв'язок, FAQ на кожному курсі	Чат на сайті, зворотній зв'язок, FAQ на кожному курсі	FAQ	Запит в підтримку	FAQ	-
<b>Монетизація</b>							
Вартість доступу		Частково безкоштовний, більшість платного контенту.	Частково безкоштовний, більшість платного контенту.	50/50	Безкоштовно	Безкоштовно	Платний
За що платити та що отримувати		Оплата за конкретний курс (разі зарплати оплати), Підписка на бібліотеку з вебінарами та додатковими лекціями/коментарями. Мінус курси по інструментах / майстер-клас за мезану днів. Подарункові меморандуми за додання.	Оплата за конкретний курс та за мезану на вебінарах.	Купівля доступу до курсів.	Доступ до подій та вебінарів при попередній реєстрації	Доступ до подій та вебінарів при попередній реєстрації	Купівля доступу до кожного конференції
<b>Роль - Служач / студент</b>							
Запис на продукт	РФР	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Переглядати список курсів, подій	РФР	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Безкоштовно зрозуміти провідні чи обрати курс	РСО	Так	Так	Ні	Ні	Ні	Ні
Додати в закладки	РФР	Так	Ні	Так	Так	Ні	Ні
Отримання сертифікатів	РФР	Так	Так	Так	Ні	Так	Не вибрано
<b>Роль - Інструктор</b>							

Рис. 1.2. Таблиця порівняння функціонала обраних програмних продуктів [11]

Таблиця порівняння функціонала конкурентів демонструє різноманітність користувацького функціонала, доступного на різних платформах, таких як Projector Institute, IAMPМ, Udemy, Wearecommunity, UGF Academy та The Forum. Усі платформи пропонують реєстрацію користувача та перегляд контенту без реєстрації, але швидкість реєстрації та входу через соцмережі варіюється. Монетизація продукту здійснюється через різні моделі, включаючи частково безкоштовний доступ та оплату за конкретні курси чи події. Архітектура платформ продуктів включає різні формати підтримки та взаємодії з

користувачами, а також незвичні особливості, такі як чати на сайті, зворотний зв'язок та FAQ.

### **1.3. Визначення схожостей та відмінностей проаналізованих продуктів**

Для виявлення точок паритету та точок відмінностей було проведено дослідження на основі попереднього аналізу. Функціонал, присутній у всіх або, навпаки, унікальний для окремих продуктів, був позначений відповідно як точка паритету або точка відмінності. Порівняльний аналіз дозволив визначити перелік функцій, які є стандартними та очікуваними для користувачів освітнього середовища, а також функцій, унікальних серед проаналізованих продуктів. Ці результати, представлені у таблиці в Додатку А та описані у списках нижче, можуть слугувати основою для визначення характеристик, що підвищують цінність та конкурентоспроможність продукту.

Перелік функцій, які є обов'язковими для продуктів освітнього середовища:

1. Загальний функціонал:
  - a. Перегляд контенту без реєстрації.
  - b. Реєстрація користувача.
  - c. Швидкий вхід через соцмережі.
  - d. Профіль користувача та його редагування.
  - e. Технічна підтримка.
  - f. Запис на продукти.
  - g. Перегляд списку курсів, подій, їх пошук та фільтрація.
  - h. Додавання в закладки.
  - i. Отримання сертифікатів.
2. Функціонал інструктора
  - a. Подати заявку на інструктора.
  - b. Створення свого продукту.

### 3. Структура

- a. Бібліотека контенту.
- b. Календар подій / найближчі заходи.
- c. Детальний опис продукту.

Перелік функцій, які є унікальними для продуктів (можуть бути їх перевагами):

#### 1. Загальний функціонал

- a. Швидка реєстрація через соцмережі.
- b. Free пропозиція зрозуміти професію чи обрати курс.
- c. Консультація, якщо невпевнені в виборі.
- d. Підписатися на курс.
- e. Повернути гроші, якщо не підійшло.
- f. Спосіб подати відгуки.

#### 2. Структура

- a. Картка продукту (відгуки, часті питання, приклади результатів студентів).

#### 3. Залежить від проєкту

- a. Взаємодія поза системою (пошта, соцмережі, застосунки для спільноти).
- b. Взаємодія в системі.

## **Висновки до розділу 1**

Аналіз конкурентів у сфері освіти та функціональності освітніх платформ виявив, що певні функції є універсальними та очікуваними користувачами незалежно від платформи. До них належать формат відображення, оптимізація функцій та налаштування профілю. Проте, для успіху конкретного продукту вирішальними можуть бути інші, специфічні функції.

Наприклад, для платформи, орієнтованої на реєстрацію на події, ключовими є оптимізована авторизація через соціальні мережі та зручна

структура бібліотеки подій. Швидкий вхід та реєстрація через соціальні мережі спрощують користувацький досвід, а чітка класифікація, фільтрація за темами та відображення майбутніх подій у каталозі дозволяють швидко знаходити потрібні події. Інтеграція цих функцій сприяє створенню зручного та ефективного середовища, що задовольняє потреби користувачів та підвищує їхню залученість.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ АУДИТОРІЇ ТА ОБМЕЖЕНЬ ПРОЄКТУ

#### **2.1. Формування портрета аудиторії на прикладі спільноти університету**

Дослідження цільової аудиторії університету як репрезентативної моделі для розробки освітніх продуктів є важливим, оскільки різні групи стейкхолдерів, такі як студенти, викладачі та адміністративний персонал, демонструють різноманітні потреби та цілі. Університетський контекст може виявити широкий спектр освітніх потреб, від розвитку технічних навичок до професійного зростання, що дозволяє створювати більш індивідуалізовані освітні продукти. Щобільше, співпраця з університетами сприяє отриманню цінного зворотного зв'язку та розвитку партнерських відносин, що слугує основою для розробки більш цілеспрямованих та ефективних освітніх стратегій.

Методика "Портрет користувача" дозволяє сформувати узагальнений образ типового користувача продукту на основі аналізу даних про цільову аудиторію. Результатом є деталізований опис гіпотетичної особи, яка втілює потреби, цілі, поведінкові патерни та характеристики типового користувача. Процес створення портрета користувача включає збір та аналіз інформації про те, як користувачі взаємодіють з продуктом, які їхні потреби та мотивації, що впливає на їхні рішення. На основі цього формується комплексний опис особистості користувача, що дозволяє краще зрозуміти його проблеми та потреби. Додатково вивчається шлях користувача та його взаємодія з різними компонентами продукту, що дозволяє глибше зрозуміти потреби та поведінку користувачів, сприяючи розробці більш ефективних та користувачько-орієнтованих продуктів.

## 2.2. Типізація персонажів на основі дослідження аудиторії

Отримання даних для формування гіпотез та створення портретів користувачів здійснювалося шляхом активного занурення у досліджуване середовище. Дані отримано та узято з навчального процесу в чинному університеті та на платформі Projector, взаємодії з учасниками освітніх спільнот в Telegram та Cases.Media, проведено інтерв'ю зі студентами-однорічниками та викладачами. Отримана інформація була узагальнена та структурована у вигляді двох типових персон, деталізовані до конкретних персонажів з відповідними характеристиками для наочної ілюстрації потреб цільової аудиторії.

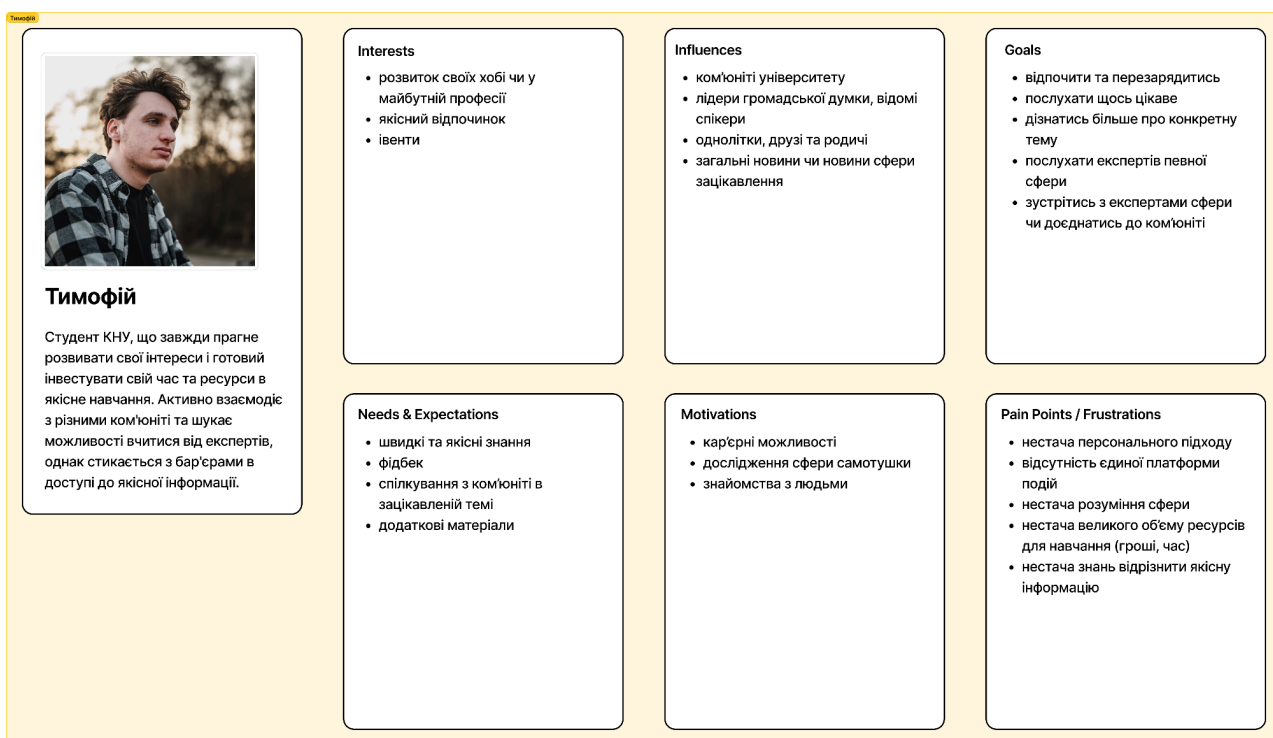


Рис. 2.1. Тимофій, типовий користувач ролі Студент [2]

Тимофій, студент університету, є активним учасником освітнього процесу, прагнучи до постійного розвитку та самовдосконалення. Він активно залучається до різноманітних спільнот та прагне навчатися у визнаних експертів, демонструючи високий рівень мотивації та зацікавленості у навчанні. Проте, його прогрес обмежується недостатнім доступом до якісної інформації,



обмеженими ресурсами та відсутністю персоналізованого підходу до навчання. Тимофій має амбіції щодо розвитку кар'єри, проведення власних досліджень та розширення мережі контактів, але обмеженість ресурсів стримує його потенціал та прагнення до швидкого професійного зростання.

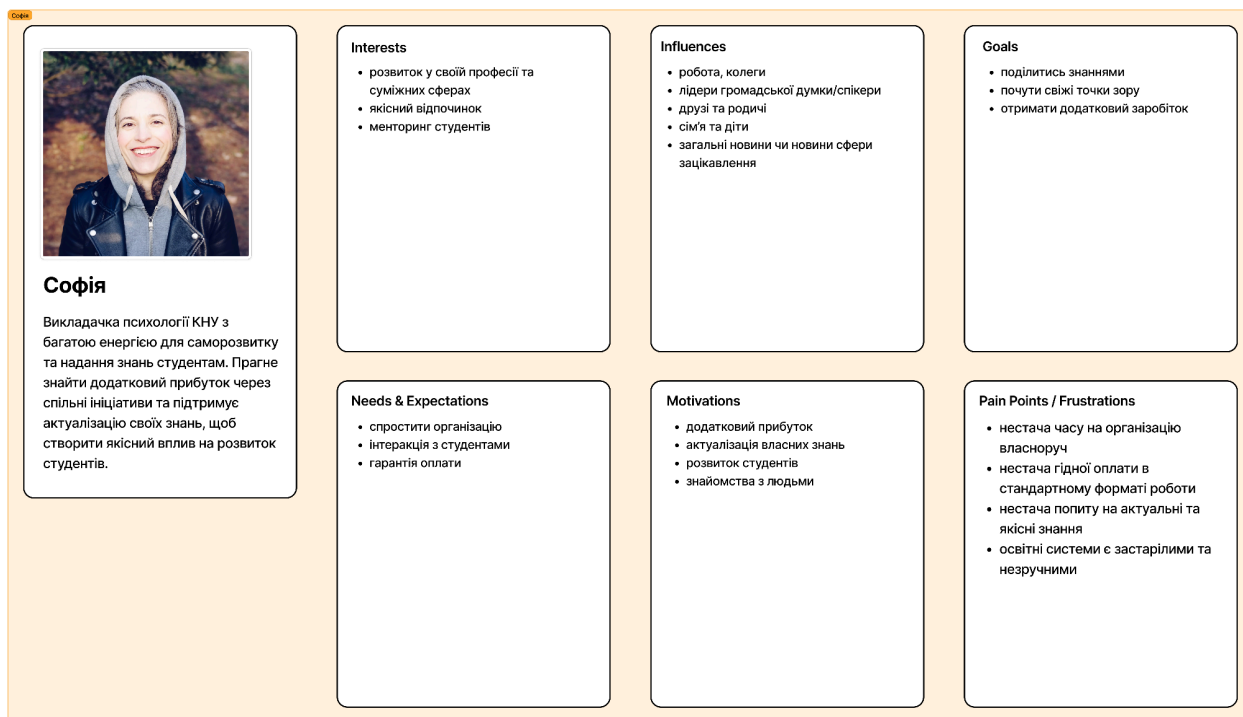


Рис. 2.2. Софія, типовий користувач ролі Інструктор [\[2\]](#)

Софія, викладачка психології у вищому навчальному закладі, є високо мотивованою та ентузіастичною у своїй професійній діяльності. Вона прагне до розширення своїх можливостей шляхом співпраці з колегами та отримання додаткового доходу. Софія постійно шукає нові ідеї та методики для розвитку своїх студентів, проявляючи активний інтерес до інноваційних підходів у галузі психології та відпочинку. Вона прагне зробити свою роботу максимально корисною для суспільства, проте постає перед труднощами у пошуку часу для реалізації всіх своїх ідей та отримання стабільного фінансового забезпечення за свою діяльність.

### **2.3. Підсумування дослідження аудиторії**

Отримані дані дозволяють детально зрозуміти потреби, проблеми та мотивації цільової аудиторії освітнього сектору. Наприклад, Тимофій, як представник студентської аудиторії, прагне розвивати свої навички та знання, але стикається з обмеженим доступом до якісної інформації та індивідуалізованого підходу. Це вказує на необхідність створення освітніх платформ, що пропонують персоналізоване навчання та забезпечують доступ до широкого спектра якісних освітніх ресурсів. У випадку Софії, яка представляє викладацький склад, виявлено інтерес до підвищення якості викладання, але обмеженість у часі та інструментах для реалізації нових ідей. Це свідчить про потребу викладачів у інструментах, що сприяють ефективному управлінню часом та підвищенню мотивації студентів.

Результати дослідження виявляють конкретні проблеми, з якими стикаються користувачі освітніх послуг. Аналіз функціонала конкурентних продуктів показує, що вони не пропонують комплексних рішень для всіх категорій користувачів, а фокусуються на задоволенні специфічних потреб окремих сегментів ринку.

### **2.4. Double Diamond, як один з практичних методів проєктування інтерфейсу**

Практичний підхід до створення дизайну інтерфейсів, що включає безпосереднє прототипування, є ефективним методом вивчення та аналізу рішень, застосовуваних в інших продуктах. Такий підхід дозволяє дослідникам зануритися у реальні сценарії використання продукту, виявити його переваги та недоліки. Самостійне прототипування інтерфейсу вимагає детального опрацювання всіх аспектів його функціонування, від візуального оформлення до логіки взаємодії та можливих проблемних ситуацій. Це сприяє глибшому розумінню особливостей взаємодії користувачів з продуктом та виявленню

потенційних проблемних зон. Враховуючи це, було прийнято рішення про створення власного продукту на основі отриманих даних та аналізу.

Для забезпечення ефективного процесу проектування було обрано модель подвійного ромба, що складається з чотирьох етапів: розуміння, визначення, розробки та впровадження. У рамках даної роботи було виконано три з чотирьох етапів моделі. На етапі розуміння здійснювався збір та аналіз інформації про потреби користувачів, їхні очікування та контекст використання продукту. Етап визначення включав визначення основної проблеми, генерацію ідей та формулювання концептуальних рішень. На етапі розробки було створено конкретні рішення, прототипи, дизайн та проведено тестування з користувачами. Хоча етап впровадження не був реалізований у межах цієї роботи, модель подвійного ромба дозволила зосередити увагу на різних аспектах дизайну, починаючи від розуміння потреб користувачів до створення готового продукту, забезпечуючи цілісність та ефективність процесу проектування користувацького інтерфейсу.

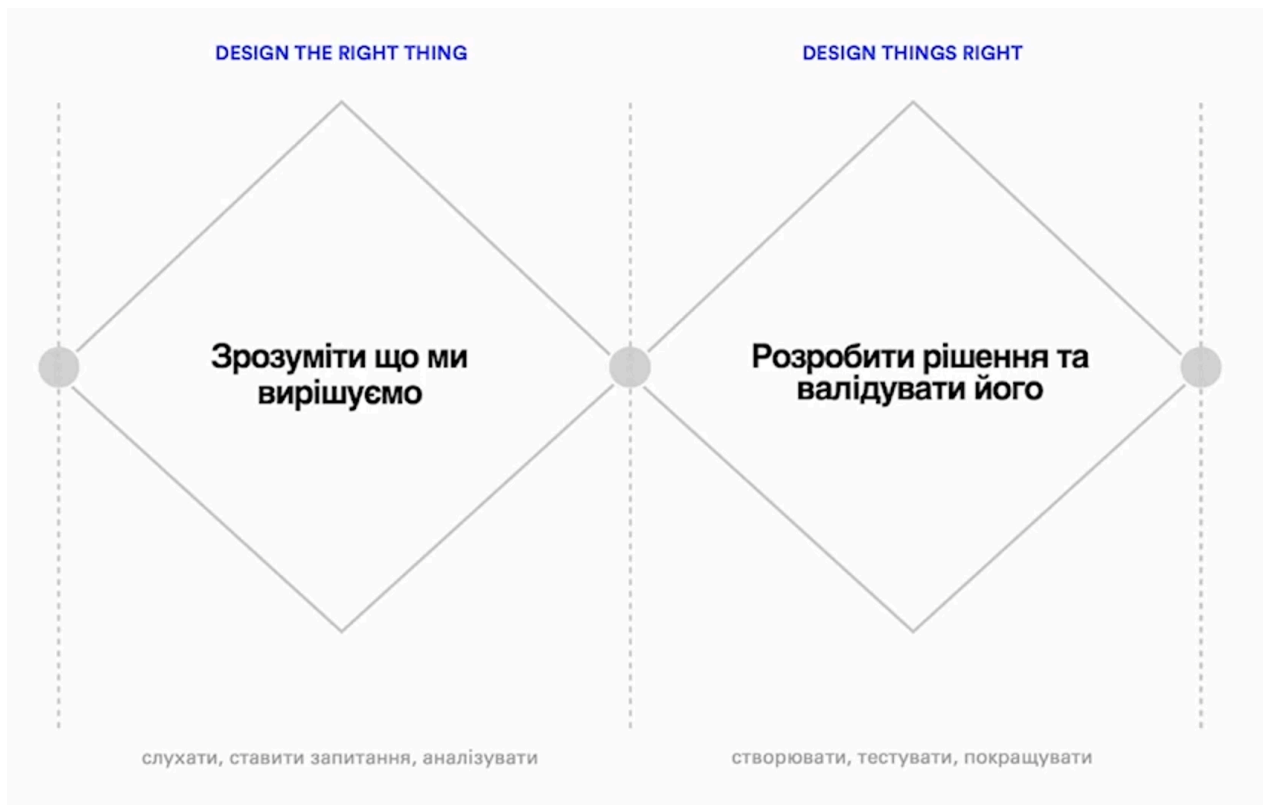


Рис. 2.3. Double Diamond Framework [15]

## **2.5. Окреслення технічного завдання продукту**

Для розробки власного продукту необхідні такі вхідні дані: технічне завдання, аналіз конкурентів на локальному ринку та дослідження цільової аудиторії. Попередні дослідження дозволили отримати необхідну інформацію для розробки технічного завдання проєкту освітнього сектору — маркетплейсу освітніх подій Jet Study Project, що було здійснено під керівництвом наукового керівника. Також були визначені технічні обмеження, які впливають на складність реалізації та терміни впровадження проєктних рішень.

**2.5.1. Опис ідеї проєкту:** метою сервісу є забезпечення платформи для організації продажу квитків/місць на освітні заходи різного формату, включаючи курси, короткострокові курси, вебінари, семінари, воркшопи, буткемпи та інші.

### **2.5.2. Цілі проєкту:**

- Створення додаткових можливостей для отримання доходу студентами та викладачами поза межами їх основної навчальної чи професійної діяльності
- Забезпечення більш гнучкого формату навчання, що дозволяє користувачам отримувати точкові знання та інструменти відповідно до їхніх індивідуальних потреб.

### **2.5.3. Цільова аудиторія:**

- Індивіди, які прагнуть монетизувати свій досвід та знання шляхом проведення освітніх заходів.
- Особи, зацікавлені у швидкому отриманні конкретних навичок або опануванні певних інструментів.

### **2.5.4. Концепт події**

Концепція сервісу передбачає проведення коротких освітніх заходів різних форматів, таких як курси, майстер-класи, буткемпи та вебінари, на які здійснюється продаж квитків або абонементів. Заходи можуть проводитися в офлайн, онлайн або змішаному форматі (поєднання офлайн та онлайн). Кожен захід може мати певну періодичність, а користувачі мають можливість

забронювати місця заздалегідь на конкретну дату. Після завершення заходу учасникам можуть бути надані додаткові матеріали для закріплення та повторення вивченого матеріалу, такі як публікації, відеозаписи, презентації та інші файли.

#### **2.5.5. Складова події та результат**

Кожна навчальна подія на платформі характеризується детальним описом, що включає: назву, зображення, дати проведення, вартість, програму, тривалість, формат (офлайн, онлайн або змішаний), інформацію про лекторів, цільову аудиторію, кількість доступних місць та статус події (наприклад, відкрита для реєстрації, завершена тощо). Після успішної реєстрації учасникам надається додаткова інформація, така як локація події (посилання на онлайн-кімнату або географічні координати) та доступ до додаткових ресурсів (матеріали, презентації тощо). У межах однієї події різні заняття можуть проводитися різними інструкторами.

#### **2.5.6. Подія може мати такі статуси:**

Подія на платформі може мати різні статуси залежно від ролі користувача та стадії життєвого циклу події:

##### **Для редактора події:**

- Чернетка (подія знаходиться на стадії редагування)
- Очікує підтвердження (подія готова до публікації, але очікує схвалення адміністратора)
- Опубліковано (подія доступна для перегляду та реєстрації)
- Відхилено (подія не пройшла модерацию)
- Архівовано (подія завершена та перенесена в архів)

##### **Для адміністратора:**

- Очікує підтвердження
- Опубліковано
- Відхилено

##### **Для студента:**

- Майбутня (подія запланована, але реєстрація ще не відкрита)

- Триває набір (реєстрація на подію відкрита)
- Завершено (подія відбулася)

#### **2.5.7. Алгоритм подачі заявки на подію:**

Процедура реєстрації на подію з обмеженою кількістю місць включає подання заявки студентом, яку потім підтверджує модератор (інструктор). Авторизовані користувачі можуть подати заявку одним натисканням, в іншому випадку необхідно заповнити реєстраційну форму. Після підтвердження заявки учасники отримують посилання на подію, які можуть бути вказані в описі події або надіслані електронною поштою.

У випадку відсутності обмежень на кількість учасників, процедура реєстрації на подію спрощується та не вимагає модерації. Зареєструватися можна одним натисканням кнопки (для авторизованих користувачів) або шляхом заповнення реєстраційної форми. Необхідні посилання для доступу до події надаються або безпосередньо в описі події, або надсилаються учасникам електронною поштою після завершення реєстрації.

#### **2.5.8. Загальні принципи ролей користувачів**

У рамках системи передбачено три основні ролі користувачів: студент, інструктор та адміністратор. Для авторизації користувачі можуть використовувати корпоративну електронну пошту та пароль, а також передбачені альтернативні методи швидкого доступу через облікові записи Google та Facebook.

#### **2.5.9. Роль Студента**

Студент, як базова роль нового користувача, має можливість реєструватися та входити в систему за допомогою облікових даних або через Google/Facebook. Він може редагувати свій профіль, переглядати події в бібліотеці (календарі), здійснювати пошук та фільтрацію подій за різними критеріями (назва, опис, напрямок, формат, мова, статус). Запис на подію відбувається через подачу заявки, після чого студент отримує лист з реквізитами для оплати (за необхідності) та подальшого підтвердження участі. Інструктор підтверджує участь студента в системі та надає додаткову

інформацію щодо події (посилання на онлайн-кімнати, матеріали тощо) електронною поштою або через оновлення опису події. Студент також може підписатися на подію або додати її в закладки, а також подати заявку на отримання статусу інструктора.

#### **2.5.10. Роль Інструктора**

Роль інструктора є типовою для викладачів у системі, при цьому користувач може одночасно бути як студентом, так і інструктором. Для отримання статусу інструктора необхідно подати заявку з відповідними документами та отримати підтвердження від адміністратора. Після цього інструктор отримує можливість створювати та редагувати події у чернетці, відправляти їх на модерацію (публікацію), а також модерувати учасників подій з обмеженою кількістю місць. Крім того, інструктор має доступ до базового функціоналу студента та може архівувати завершені події. Важливо зазначити, що лише одна особа може бути редактором події, проте до її проведення може залучатися кілька інструкторів.

#### **2.5.11. Роль Адміністратора**

Адміністратор є функціональною роллю, призначеною для загального управління системою. Основними задачами адміністратора є: валідація користувачів в системі, підтвердження заявок на отримання статусу інструктора та модерація заявок на створення подій, що включає перевірку контенту на відповідність вимогам та прийняття рішення про публікацію або повернення події на доопрацювання.

#### **2.5.12. Сертифікація користувачів**

Після успішного завершення навчальної події або курсу студенти мають можливість отримати документ, що засвідчує їхню участь та успішне опанування матеріалу. Цей документ, у форматі сертифіката або іншого підтвердження, видається інструктором (або уповноваженим органом) та містить унікальний номер, а також може мати обмежений термін дії. Для забезпечення прозорості та можливості верифікації, користувачам без реєстрації

надається функція перевірки автентичності сертифіката за його унікальним номером.

### **2.5.13. Монетизація проєкту**

Тестування системи буде проводитися в обмеженому середовищі, без інтеграції платіжних систем на початковому етапі. Взаємодія між студентами та інструкторами щодо оплати за курси буде здійснюватися на добровільній основі поза системою.

### **2.5.14. Загальна структура проєкту:**

- Лендінг
- Вхід / реєстрація
- Бібліотека подій
  - формат відображення ще під питанням (список, галерея, календар)
  - кожна подія має свою сторінку з описом
  - курси, вебінари, майстеркласи тощо
- Мої події
- FAQ
- Стати інструктором
- Кошик, сторінка оплати
- Профіль користувача
  - Дані користувача, їх редагування
  - Закладки / підписки на події
  - Сертифікати
  - Тут багато варіантів розширення функціонала для майбутнього

### **2.5.15. Додаткові функції Інструктора**

- Сторінка створення та редагування події (за готовими шаблонами подій)
- Куровані події

### **2.5.16. Додаткові функції Адміністратора**

- Модерація подій
- Модерація інструкторів



Можна прослідкувати, що технічне завдання повторює певні рішення, які застосовувалися під час конкурентного аналізу функціонала та визначилися як стандарт. Застосування аналогічних патернів у композиції, типографіці, теорії кольору та моделях інтерфейсу на етапі проєктування забезпечить інтуїтивну та зрозумілу взаємодію користувачів з продуктом.

## **2.6. Проєктування інтерфейсу продукту. Використання Business Model Canvas**

Наступний етап проєктування передбачає проведення додаткових досліджень, спрямованих на поглиблення розуміння контексту проєкту та його потенціалу. Дослідження включатимуть аналіз бізнес-моделі, візуальний аналіз конкурентних продуктів, розробку інформаційної архітектури та визначення користувацьких шляхів. Почнемо з аналізу бізнес-моделі за допомогою інструменту Business Model Canvas. Цей інструмент дозволяє систематизувати ключові аспекти бізнесу, такі як партнерства, види діяльності, цільові аудиторії, ціннісні пропозиції, канали комунікації, взаємовідносини з клієнтами, ресурси, структуру доходів та витрат. Використання Business Model Canvas сприяє визначенню ключових сегментів бізнесу, створенню чіткої карти бізнес-процесів та формуванню основи для подальшого аналізу, оптимізації та розвитку бізнес-моделі комерційного проєкту.



Рис. 2.4. Полотно бізнес-моделі проєкту [2]

### 2.6.1. Розв'язання проблем:

Потенційними стратегіями розв'язання виявлених проблем є розробка коротких курсів та заходів для задоволення потреб користувачів у швидкому отриманні знань та формуванні спільноти, активне залучення та організація цільової аудиторії через створення спільноти для підвищення їх залученості, а також створення можливостей для додаткового доходу викладачів та стимулювання активності освітньої спільноти шляхом розробки якісного та різноманітного контенту.

### 2.6.2. Переконливий меседж

Пропонований слоган для продукту відображає ключові переваги та цінності, які він надає користувачам: можливість швидкого та ефективного навчання через цікаві освітні заходи, зручну організацію навчального процесу та взаємодію з аудиторією, додатковий заробіток з гнучким графіком для викладачів, а також створення активної спільноти однодумців та можливість взаємодії з експертами у своїй галузі.

### 2.6.3. Несправедлива перевага

Потенційною конкурентною перевагою проєкту є наявність сформованої спільноти користувачів на базі університету, готової до участі у тестуванні та надання зворотного зв'язку.

#### **2.6.4. Ключові метрики**

- Кількість нових подій
- Загальна кількість подій
- Кількість користувачів
- Кількість викладачів
- Відгуки користувачів

#### **2.6.5. Цільова аудиторія**

- Індивіди, які прагнуть монетизувати свій досвід та знання шляхом проведення освітніх заходів.

- Особи, зацікавлені у швидкому отриманні конкретних навичок або опануванні певних інструментів.

#### **2.6.6. Джерела доходу**

- Оплата за простір для проведення заходів.

#### **2.6.7. Фіксовані та змінні витрати**

- Хостинг і розгортання системи.
- Додаткові інструменти (системні інтеграції).

#### **2.6.8. Проблеми клієнтів**

Користувачі освітніх послуг стикаються з низкою проблем, серед яких: недостатня актуальність та вузька спеціалізація університетських програм, відсутність персоналізованого підходу до навчання, фрагментація ринку освітніх подій, обмежений доступ до якісної інформації та експертизи, недостатність ресурсів для навчання, низький рівень оплати праці викладачів, труднощі з самоорганізацією та управлінням часом, недостатній попит на актуальні знання та застарілість освітніх систем. Аналіз функціонала конкурентних продуктів показує, що вони не пропонують комплексних рішень для всіх категорій користувачів, а фокусуються на задоволенні специфічних потреб окремих сегментів ринку.

Застосування бізнес-моделі Canvas дозволило чітко визначити потреби різних сегментів цільової аудиторії та запропонувати два взаємопов'язані рішення. По-перше, розробити користувацький досвід (UX), адаптований до потреб кожного сегменту, з урахуванням наявних ресурсів та можливостей проєкту. По-друге, створити інструменти для моніторингу ефективності рішень та обґрунтування їх з погляду бізнес-логіки, включаючи витрати та процес розробки. Таким чином, система сприятиме швидкому та ефективному навчанню студентів, одночасно полегшуючи організаційні завдання для викладачів. Для початкового етапу проєкту пропонується запуск системи в університетському середовищі з метою формування активної спільноти користувачів та отримання зворотного зв'язку для подальшого вдосконалення продукту.

## **2.7. Візуальний аналіз конкурентів**

Порівняльний аналіз візуальних стилів, патернів композиції та елементів інтерфейсу конкурентних продуктів є важливим етапом дослідження, оскільки ці аспекти суттєво впливають на користувацький досвід. Вивчення візуальної мови, яку використовують конкуренти, дозволяє зрозуміти, як вони комунікують зі своєю аудиторією та які емоції та асоціації вони викликають. Систематизація інтерфейсних рішень у єдиному джерелі даних сприяє подальшому дослідженню інформаційної архітектури (структури сторінок та всього продукту) та користувацьких шляхів (послідовності дій користувача під час взаємодії з продуктом). Це дозволяє виявити сильні та слабкі сторони конкурентних продуктів, а також визначити потенційні напрямки для вдосконалення дизайну власного продукту.

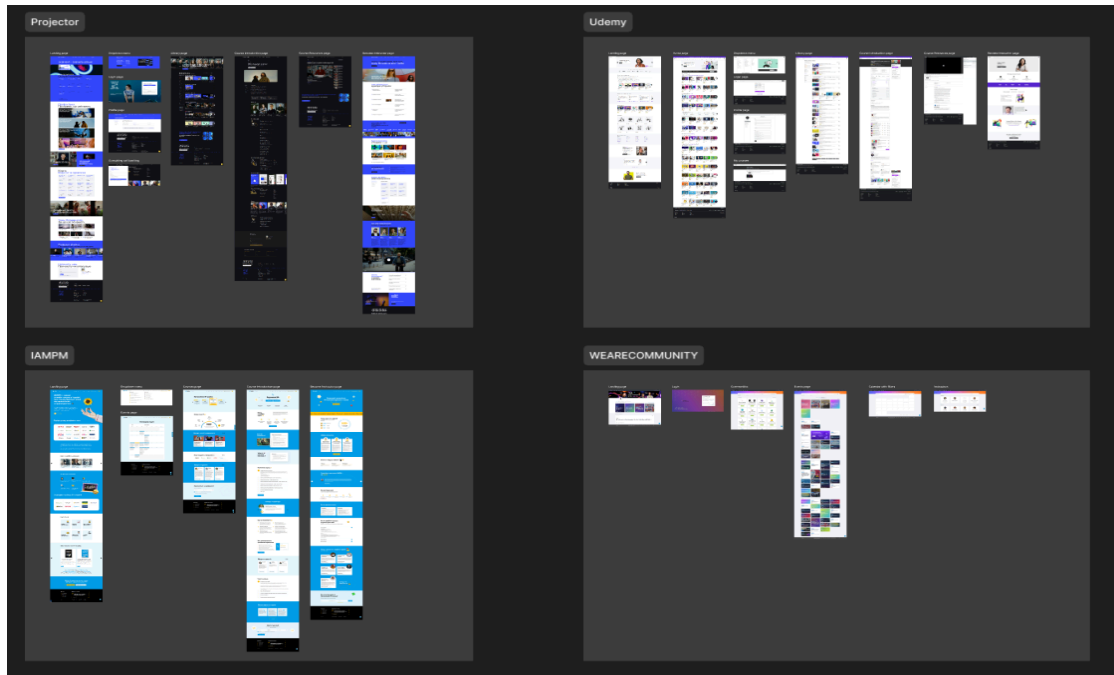


Рис. 2.5. Дошка візуального аналізу конкурентів [2]

Дошка порівняння інтерфейсних рішень та структури конкурентів для освітньої платформи продажу квитків на події показує різноманітність підходів до дизайну та організації користувацького досвіду. Аналіз включає такі платформи, як Udemy, Eventmate, Wearecommunity та IAMPM, демонструючи їхні ключові елементи інтерфейсу, архітектуру та взаємодію з користувачами. Особливу увагу приділено організації контенту, навігації та функціоналу ролей, що забезпечує глибоке розуміння конкурентного середовища та найкращих практик у сфері UX-дизайну.

## 2.8. Проектування інформаційної архітектури проєкту

Інформаційна архітектура (ІА) є ключовим елементом дизайну інтерфейсів, що охоплює процес організації та структурування інформації на вебсайтах, додатках та інших інтерфейсах з метою забезпечення інтуїтивної навігації для користувачів. Цей процес включає дослідження потреб користувачів, розробку карт сайту та навігаційних структур, логічне групування контенту для полегшення пошуку, а також забезпечує основу для подальшого

тестування та оптимізації продукту з метою покращення користувацького досвіду.

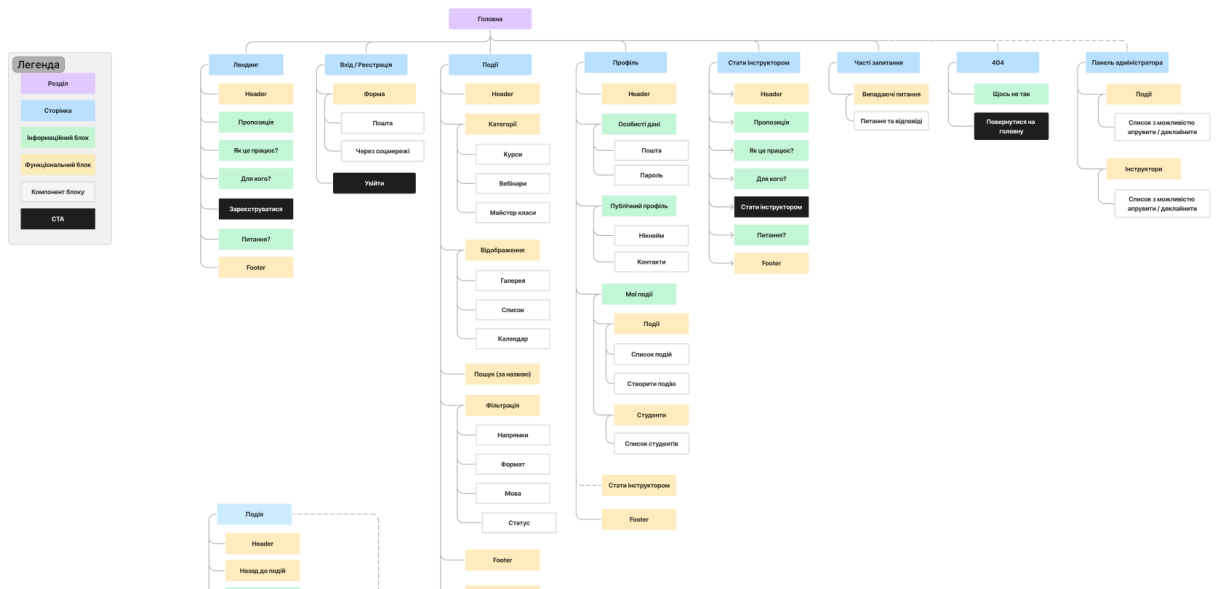


Рис. 2.6. Частина інформаційної архітектури проєкту [2]

Структура проєкту являє собою ієрархічну систему, що складається з розділів, сторінок та блоків двох типів: інформаційних та функціональних. Інформаційні блоки призначені для представлення контенту, тоді як функціональні блоки забезпечують взаємодію користувача з системою. Кожна сторінка складається з елементів, що виконують певні функції, та може містити елементи заклику до дії (CTA), які спрямовують користувача до виконання певних дій. Схема інформаційної архітектури включає точку входу користувача (посадкову сторінку), яка оптимізована для пошукових систем та надає загальну інформацію про проєкт, функціональну частину (сторінки для перегляду та взаємодії з основними ресурсами проєкту, такими як події), а також додаткові адміністративні сторінки (FAQ, 404), що допомагають користувачам у розв'язанні можливих проблем. Схема також деталізує складові функціональних частин, включаючи сторінку події з її елементами та функціями.

На основі аналізу розробленої інформаційної архітектури та враховуючи часові обмеження, було прийнято рішення зосередити основну увагу на розробці інтерфейсу для ролі студента, оскільки ця група користувачів

очікується найбільш численною та активною. Проте, деякі функції, призначені для викладачів, потребують детальнішого дослідження потреб та звичок цієї аудиторії, наприклад, розробка зручного інтерфейсу для створення подій, що буде зручним для перегляду та вибору студентами.

## 2.9. Моделювання користувацьких шляхів персон проєкту

Користувацький шлях — це послідовність дій, яку користувач здійснює під час взаємодії з інтерфейсом продукту для досягнення конкретної мети. Візуалізація користувацьких шляхів у вигляді діаграм або схем дозволяє ідентифікувати потенційні проблеми у користувацькому досвіді, оптимізувати інтерфейс, планувати функціональність та покращувати загальну взаємодію з продуктом. Використання користувацьких шляхів дозволяє дизайнерам краще зрозуміти, як користувачі взаємодіють з продуктом, які кроки вони здійснюють, на які труднощі натрапляють та що очікують отримати як результат тієї чи іншої дії. Це допомагає визначити ключові точки контакту, де користувачі можуть помилитися або відмовлятися від використання продукту. На основі цієї інформації можна приймати обґрунтовані рішення щодо покращення дизайну інтерфейсу, оптимізації функціональності та підвищення загальної ефективності продукту. Попередні дослідження та аналіз конкурентів дозволили визначити основні завдання користувачів та їх типові шляхи вирішення цих завдань.

### Flow студента

#### Реєстрація в системі

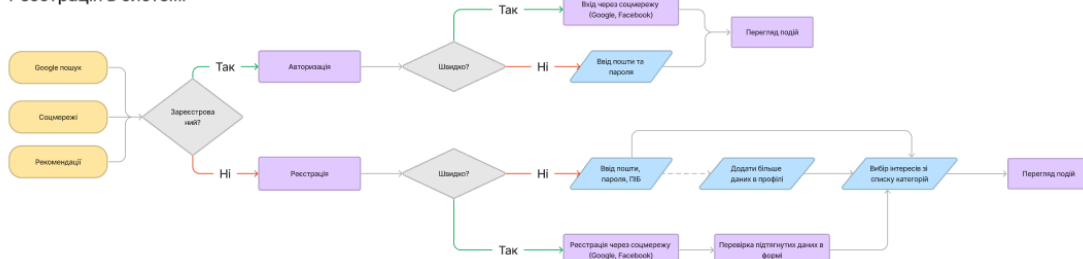


Рис. 2.7. Один з користувацьких шляхів Студента [2]

Розроблені алгоритми для користувачів у ролі студента охоплюють ключові сценарії взаємодії з системою: реєстрацію (включаючи точки входу, такі як пошук або рекомендації), запис на подію та редагування профілю. Алгоритми враховують не лише основні кроки користувача, а й можливі відгалуження та проблемні ситуації, що можуть виникнути під час взаємодії з платформою.

### Flow інструктора

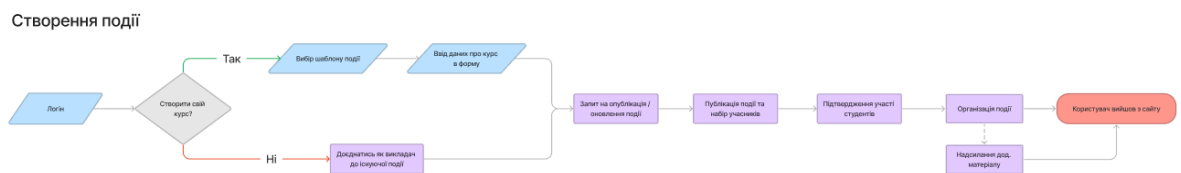


Рис. 2.8. Один з користувацьких шляхів Викладача [2]

Розроблені алгоритми для користувачів у ролі викладача охоплюють ключові сценарії взаємодії з системою: створення нових подій (включно з можливістю приєднання до чинних подій як викладача) та процедуру подачі заявки на отримання статусу інструктора. Слід зазначити, що алгоритм отримання статусу інструктора наразі має гіпотетичний характер, оскільки може зазнати змін під впливом законодавчих вимог щодо необхідних документів.

## Висновки до розділу 2

Результати попередніх досліджень дозволили сформулювати гіпотези рішень, спрямовані на розв'язання проблем, виявлених під час аналізу цільової аудиторії та проведених досліджень. Важливо зазначити, що ці гіпотези потребують емпіричної перевірки в рамках комерційного середовища нового продукту для підтвердження їх ефективності та доцільності на основі відгуків широкої аудиторії.



Гіпотеза №1 припускає, що використання швидких варіантів входу та реєстрації (наприклад, через Google або Facebook) сприятиме зниженню когнітивного навантаження на користувача, оскільки це виключає необхідність заповнення традиційних реєстраційних форм.

Гіпотеза №2 передбачає, що надання користувачеві можливості вибору сфер зацікавлення відразу після реєстрації дозволить скоротити процес адаптації до продукту та забезпечити більш релевантні рекомендації, що, своєю чергою, підвищить ймовірність залучення та утримання користувачів.

Гіпотеза №3 стверджує, що використання карткового вигляду для відображення подій, з додаванням заголовка та короткої інформації про подію, забезпечить ефективне візуальне інформування користувача про зміст події вже на етапі загального перегляду.

Гіпотеза №4 пропонує впровадження фільтрів для поділу подій на категорії за фахом (наприклад, для розробників, дизайнерів, менеджерів), форматом (вебінари, конференції, курси) та мовою проведення. Це рішення базується на аналізі типових запитань, які користувачі ставлять собі під час пошуку освітнього контенту.

Гіпотеза №5 акцентує на важливості дати проведення події для користувачів та пропонує відокремлювати найближчі події від інших, що дозволить користувачам швидше знаходити актуальні для них пропозиції.

Гіпотеза №6 підкреслює важливість детальної сторінки події та пропонує розташувати контент відповідно до звичного F-патерну, а також використовувати зафіксовані елементи навігації для зручності користувачів при перегляді великої кількості інформації.

Гіпотеза №7 розглядає можливі рішення для системи оплати, враховуючи заплановану монетизацію продукту. Пропонується використовувати систему заявок для реєстрації на платні події з подальшим спілкуванням через електронну пошту для організації оплати. Це рішення є звичним для аудиторії та дозволяє зібрати необхідні дані для подальшого впровадження системи кошика.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ КОРИСТУВАЦЬКОГО ІНТЕРФЕЙСУ ПРОЄКТУ

#### 3.1. Схематичні макети інтерфейсу проєкту як перший крок проєктування

Макет сторінки входу користувача розроблено з урахуванням мінімалістичного підходу, включаючи лише необхідні для авторизації поля: електронна пошта та пароль. Для підвищення рівня безпеки та зменшення ризику помилок користувача розглядається можливість використання одноразових кодів, що відповідає Гіпотезі №1. Макет сторінки реєстрації також містить лише обов'язкові поля (електронна пошта та пароль), що відповідає Гіпотезі №2, спрямованій на зниження когнітивного навантаження на користувача під час реєстрації.

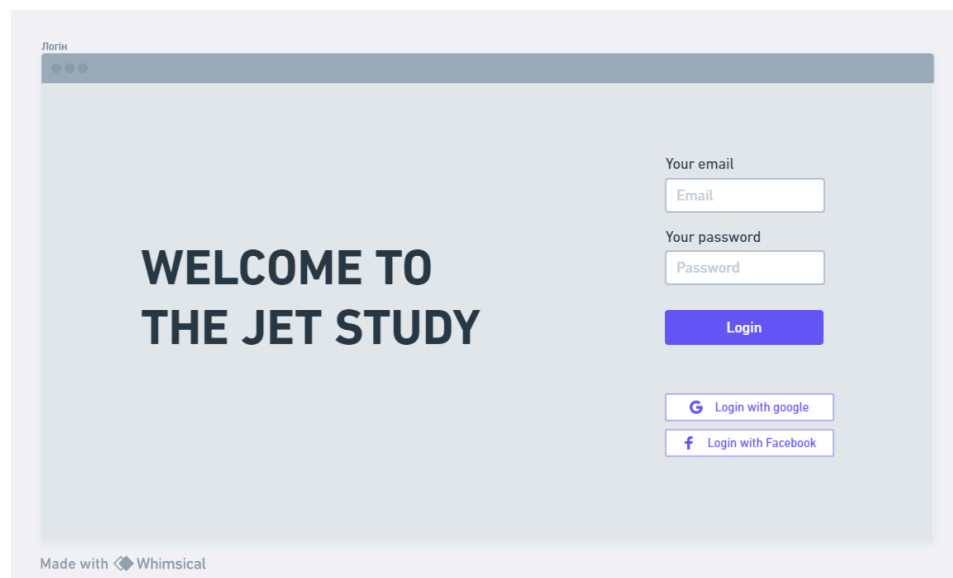


Рис. 3.1. Макет входу [зроблено автором]

Макет сторінки продовження реєстрації користувача розроблено з урахуванням Гіпотези №2, яка передбачає надання користувачеві можливості вибору сфер зацікавлень відразу після створення облікового запису. Це дозволяє персоналізувати користувацький досвід та підвищити релевантність рекомендацій, що, своєю чергою, сприяє збільшенню залученості та утриманню користувачів на платформі. Інтерфейс сторінки пропонує користувачеві

інтуїтивно зрозумілий спосіб вибору зацікавлень, наприклад, за допомогою інтерактивних елементів або списку з можливістю множинного вибору.

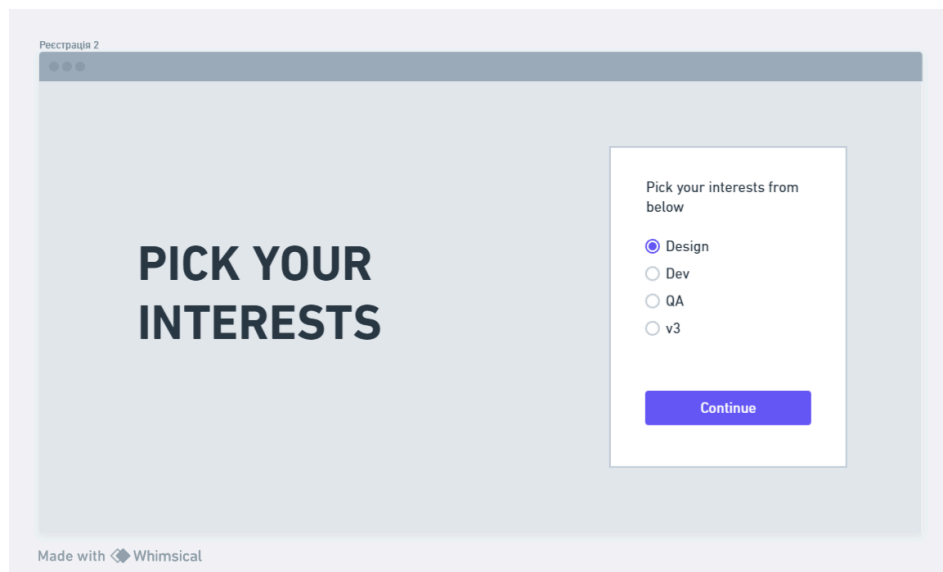


Рис. 3.2. Макет вибору інтересів [зроблено автором]

Розроблено макети сторінок галереї подій з урахуванням Гіпотез №3, №4 та №5. Основний макет реалізує картковий вигляд подій, що забезпечує швидке візуальне ознайомлення з їх змістом завдяки наявності заголовка, короткої інформації та зображення. Додатково передбачено можливість відображення подій у вигляді списку для збільшення інформаційної щільності та відображення більшої кількості подій на одній сторінці.

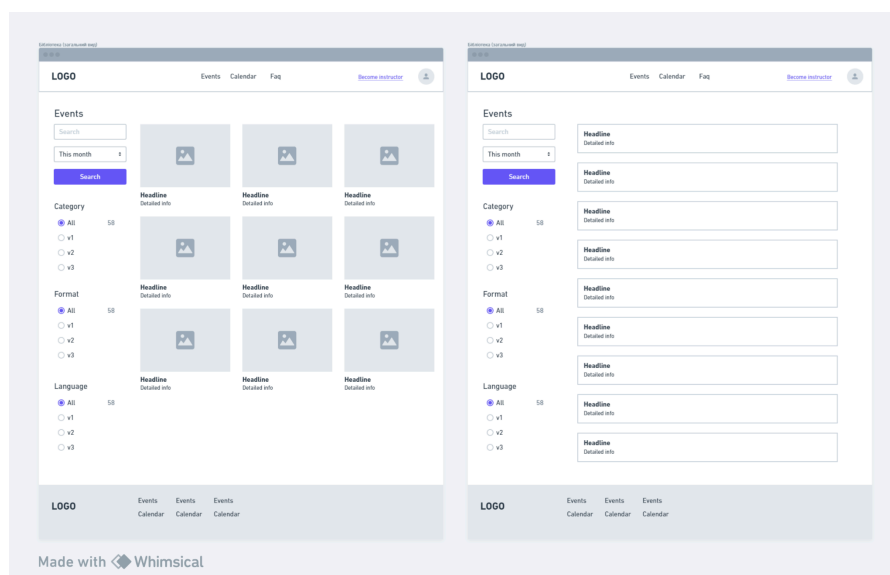


Рис. 3.3. Макети сторінки загального вигляду [зроблено автором]

Для детального аналізу сторінки події було проведено її кластеризацію на три секції. Перша секція, зберігаючи функцію формування першого враження у користувача, надає розширену інформацію порівняно з карткою події, представленою у попередньому макеті. Такий підхід відповідає Гіпотезі №6, яка підкреслює важливість детального представлення інформації на сторінці події для забезпечення зручності користувача.

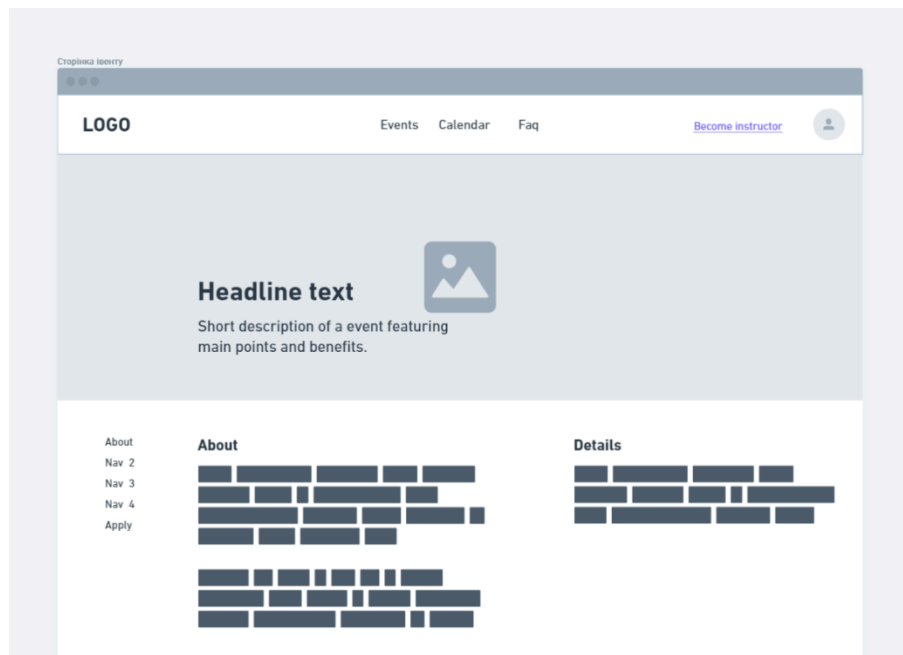


Рис. 3.4. Перша секція макета сторінки події [зроблено автором]

Друга секція сторінки події призначена для детального ознайомлення користувача з інформацією про подію, забезпечуючи розширений опис програми, лекторів, цільової аудиторії та інших релевантних деталей, що відповідає Гіпотезі №6. Третя секція фокусується на взаємодії з користувачем та забезпечує можливість виконання ключової дії — запису на подію, що реалізує Гіпотезу №7.

У цьому підрозділі представлено практичне застосування гіпотез, сформульованих на основі аналізу конкурентів, цільової аудиторії та її потреб, а також результатів додаткових досліджень. Для візуалізації та попередньої оцінки запропонованих рішень було розроблено wireframes - схематичні макети інтерфейсів, що відображають основні елементи та функціональність без зайвої

деталізації. Wireframes є ефективним інструментом для тестування гіпотез на ранніх етапах розробки, дозволяючи отримати зворотний зв'язок від розробників та користувачів щодо зручності та ефективності запропонованих рішень.

### 3.2. Аналіз релевантних візуальних конкурентів та створення мудборду

Відповідно до одного з законів Якоба Нільсена, провідного експерта з юзабіліті, користувачі витрачають більшу частину свого часу (80%) на взаємодію з іншими продуктами. Це означає, що новий продукт повинен функціонувати та виглядати схожим на вже знайомі користувачеві рішення. Враховуючи це, для розробки концепції було проведено аналіз візуальних рішень конкурентних продуктів.

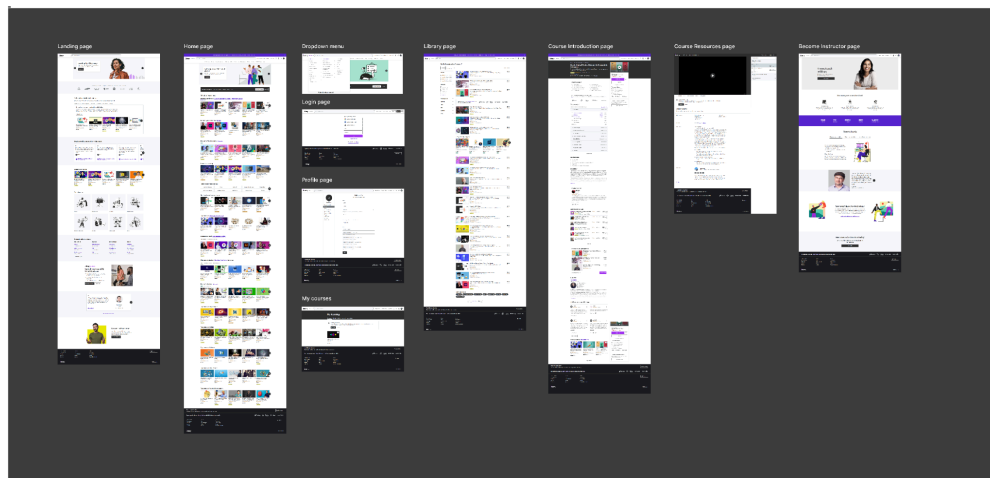


Рис. 3.5. Інтерфейс Udeemy [зроблено автором]

З огляду на те, що інтерфейс Udeemy найбільше відповідає вимогам технічного завдання, він буде детально проаналізований з точки зору структури. Проте, враховуючи масштабність платформи Udeemy, доцільно також вивчити менш об'ємні ресурси, оскільки патерни взаємодії користувачів з ними можуть відрізнятися від патернів взаємодії з великими платформами.

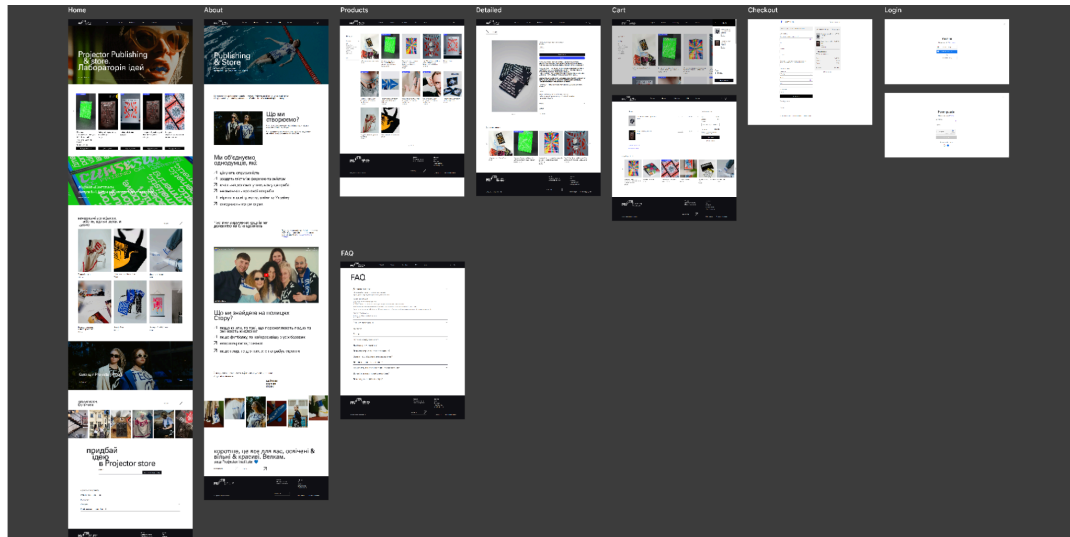


Рис. 3.6. Інтерфейс Projector Store [зроблено автором]

Для аналізу інтерфейсу інтернет-магазину з невеликою кількістю товарів було обрано Projector Store як репрезентативний приклад. Порівняння з Udemy виявило відмінності у механізмах взаємодії з обліковим записом користувача та розташуванні продуктів на сторінці.

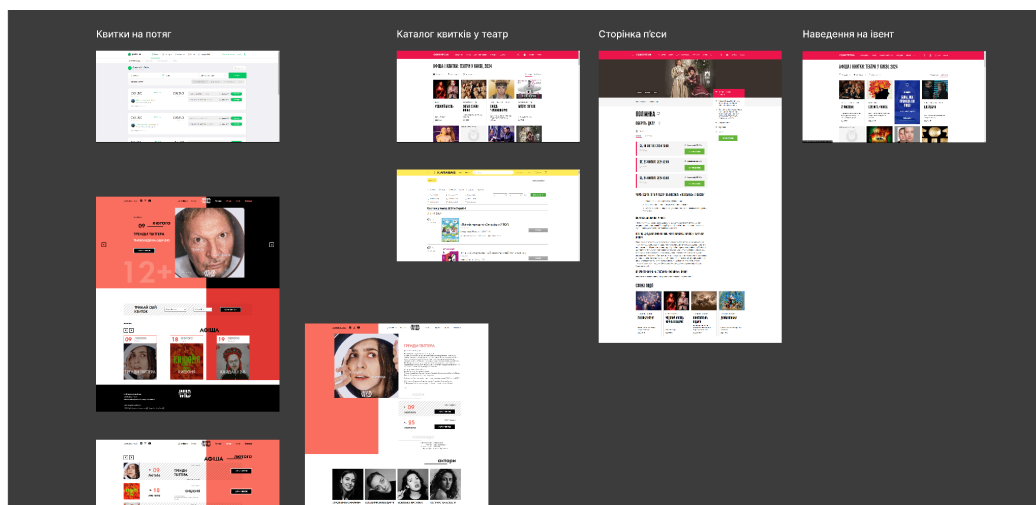


Рис. 3.7. Інтерфейси, що працюють з фізичними квитками [зроблено автором]

Оскільки проєкт передбачає використання механізму продажу квитків на події, важливо проаналізувати чинні практики роботи з квитками в інших сферах. Алгоритми замовлення залізничних або театральних квитків можуть слугувати наочними прикладами для розуміння процесів бронювання, оплати та отримання квитків.

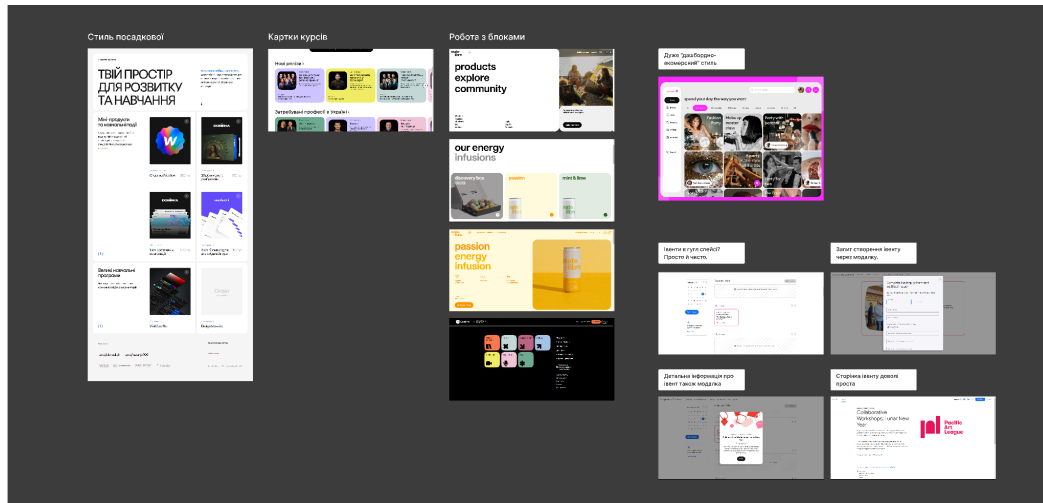


Рис. 3.8. Приклади актуальних інтерфейсів [зроблено автором]

Оскільки технічне завдання не містить конкретних вимог щодо візуального стилю та іміджу продукту, було прийнято рішення розглянути кілька концепцій, що відображають сучасні тенденції у дизайні інтерфейсів. У процесі формування концепцій та абстрактних ідей було створено мудборд проекту, який включає різноманітні техніки теорії кольору, типографіки, композиції та структури. Мудборд розділено на дві частини, що відповідають функціональній та маркетинговій складовим продукту, оскільки ці аспекти мають різні цілі та обмеження.



Рис. 3.9. Мудборд для основного інтерфейсу [зроблено автором]

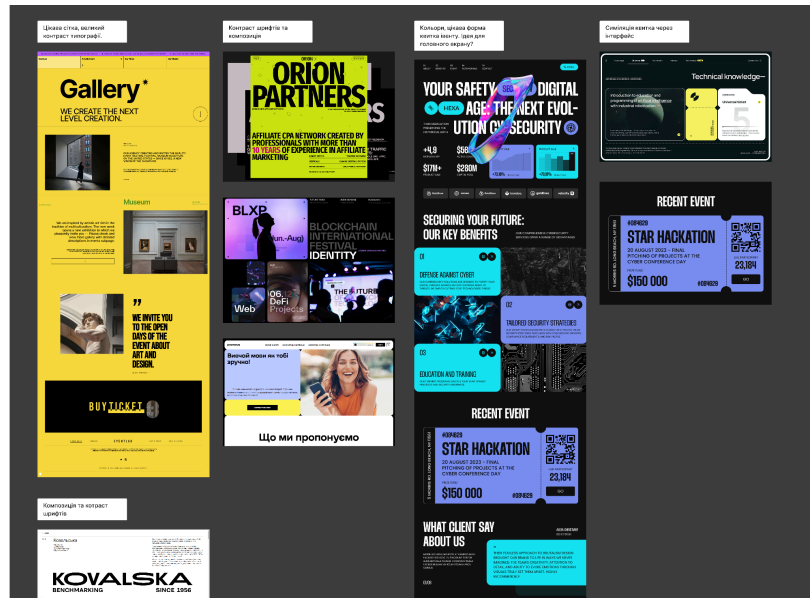


Рис. 3.10. Мудборд для посадкової сторінки [зроблено автором]

Аналіз обраних референсів дозволив сформуванати цілісне бачення фінального продукту, в якому ефективно поєднання візуальних та структурних технік забезпечує оптимальний користувацький досвід. У контексті структури проєкту було прийнято рішення розділити інтерфейс на дві основні частини: інтернет-магазин подій для студентів та систему управління подіями (курсами) для лекторів.

### 3.3. Створення високоточних макетів проєкту

На основі попередньо розробленої інформаційної архітектури та аналізу конкурентних продуктів було створено низькорівневі макети, що відображають ключові етапи взаємодії користувача з системою. Цей підхід дозволяє визначити необхідний набір сторінок, їх функціональне призначення та оптимальне розташування елементів інтерфейсу. У рамках виробничої практики детально розглянуто та розроблено концепт користувацького шляху для студента, як основного представника цільової аудиторії.





Рис. 3.11. Шлях взаємодії студента — замовлення події [зроблено автором]



Рис. 3.12. Шлях взаємодії студента з профілем [зроблено автором]

Після затвердження та детального планування алгоритму взаємодії користувача з системою, були розроблені високоточні макети (wireframes), що становлять собою схематичне зображення інтерфейсу без урахування візуального стилю. Ці макети охоплюють усі ключові сторінки продукту, починаючи від входу та реєстрації, і закінчуючи сторінками оформлення замовлення.

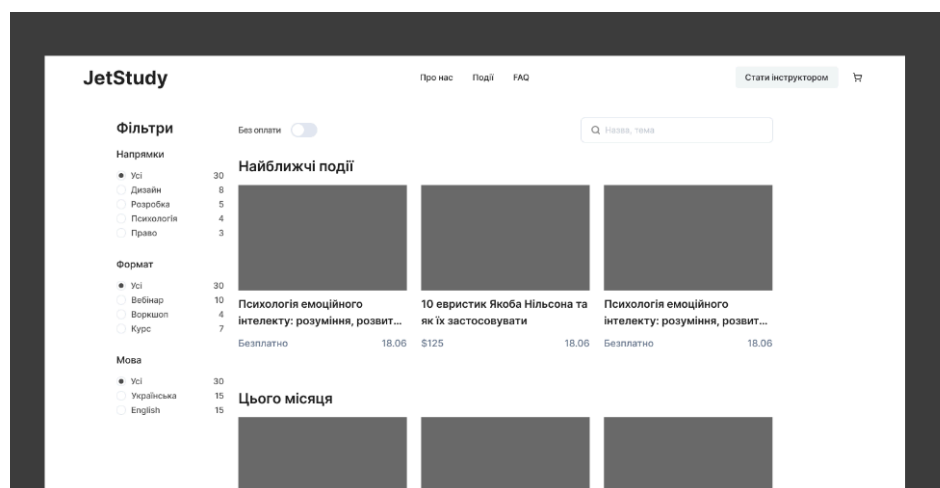


Рис. 3.13. Високоточний макет сторінки каталогу подій [зроблено автором]

У процесі розробки було прийнято рішення змінити характер фільтрації з функціонального елемента взаємодії на візуальну категоризацію з метою

зменшення когнітивного навантаження на користувача та підвищення інтуїтивності цього процесу. Для збереження можливості детальної фільтрації було додано посилання "Переглянути усі" до відповідних категорій.

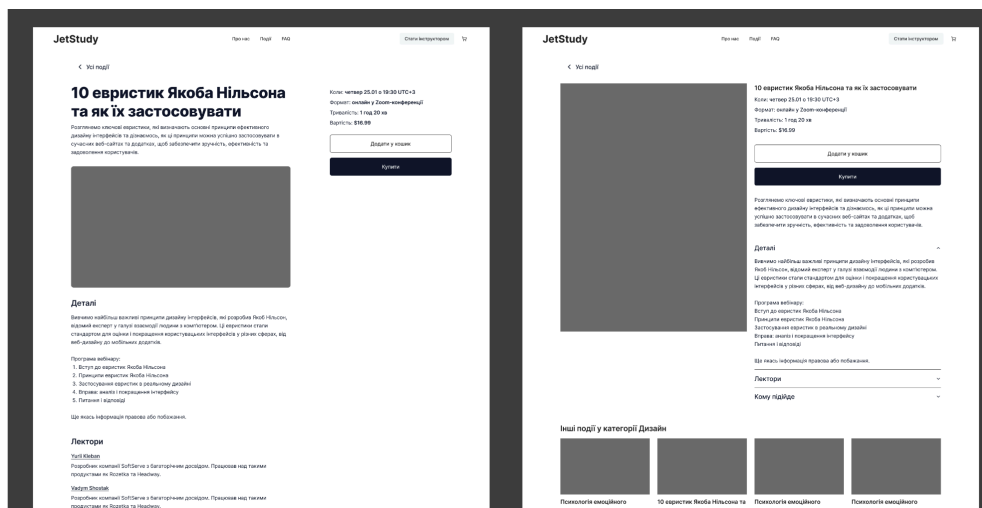


Рис. 3.14. Високоточні макети сторінки деталей про подію [зроблено автором]

У процесі розробки сторінки деталей події було визначено кілька варіантів представлення інформації, що потенційно могли забезпечити оптимальний користувацький досвід. Для вибору найбільш ефективного варіанту необхідне створення інтерактивного прототипу та його подальше тестування з цільовою аудиторією. На даному етапі розробки було обрано варіант, представлений зліва, з огляду на його швидкість реалізації та відповідність основним вимогам до функціональності.

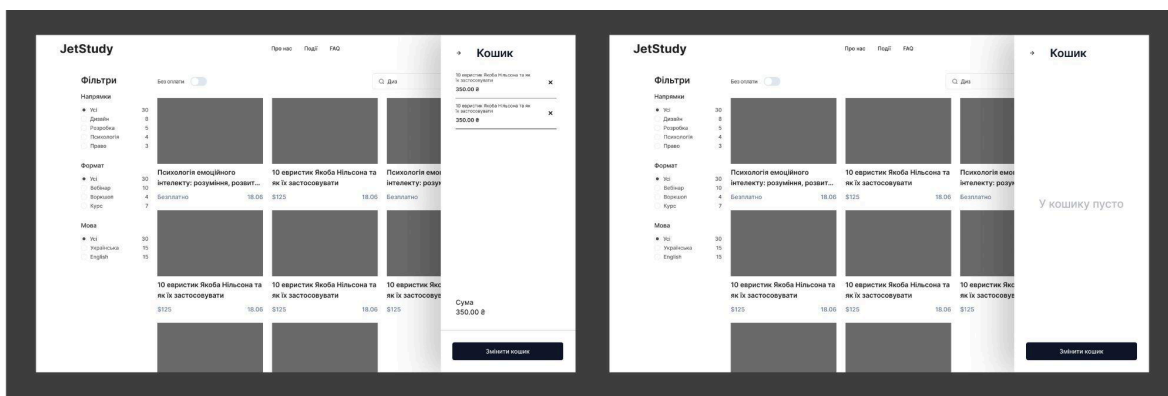


Рис. 3.15. Високоточні макети частини кошика [зроблено автором]

Для оформлення замовлення було розглянуто два варіанти: модульну вкладку кошика та окрему сторінку кошика. Для оптимізації користувацького досвіду та зменшення бар'єрів до реєстрації, дані користувача будуть тимчасово зберігатися у кеші браузера. Це дозволить забезпечити швидкий доступ до оформлення замовлення та спростити процес покупки.

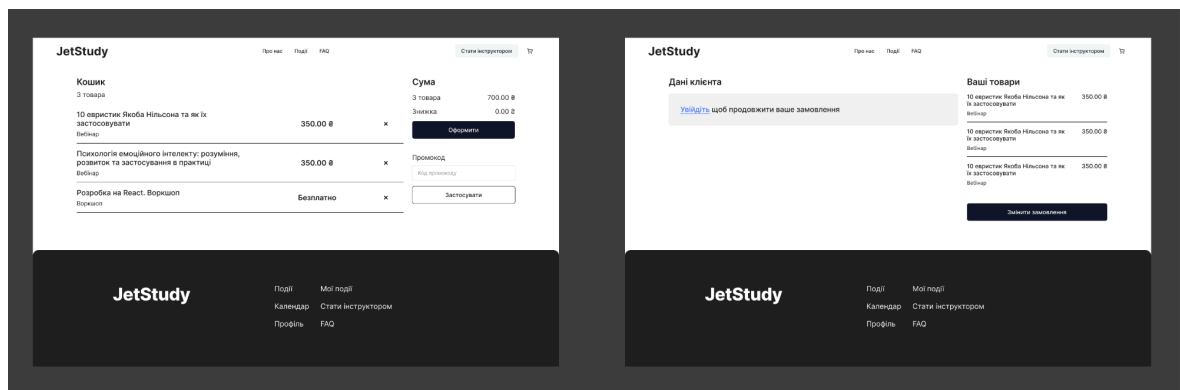


Рис. 3.16. Високоточні макети кошика [зроблено автором]

У процесі оформлення замовлення пріоритетними є швидкість та зручність, тому взаємодія з полями та формами була максимально спрощена. Зокрема, дані для оформлення замовлення автоматично заповнюються з інформації профілю користувача, отриманої під час входу або реєстрації. Основні дії користувача виділені за допомогою елементів заклику до дії (CTA) в основному стилі, тоді як другорядні дії мають менш виразне візуальне оформлення.



Рис. 3.17. Високоточні макети входу та реєстрації [зроблено автором]

На зображенні представлено реалізацію входу через обліковий запис Google, який визначено як пріоритетний варіант авторизації. Актуальність такого рішення полягає у тому, що воно дозволяє користувачам швидко та зручно авторизуватися на платформі, використовуючи вже чинний обліковий запис, що знижує бар'єр входу та сприяє збільшенню кількості реєстрацій.

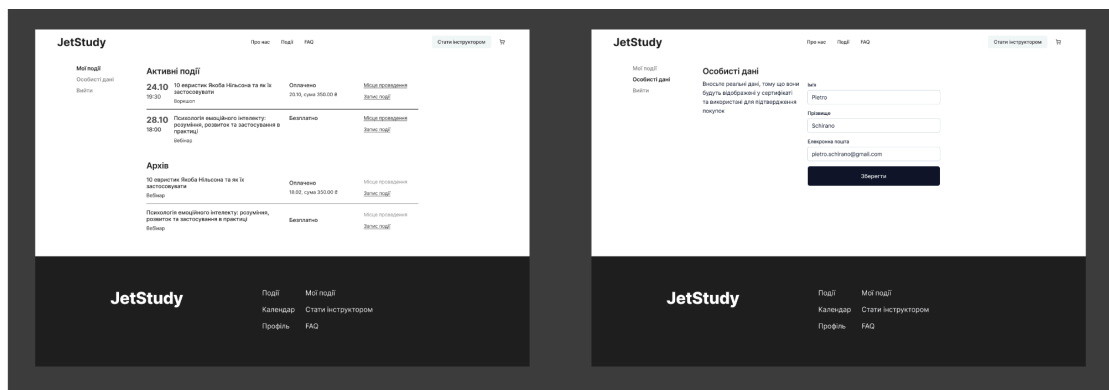


Рис. 3.18. Високоточні макети профілю [зроблено автором]

Хоча профіль користувача не є пріоритетним функціональним елементом на даному етапі розробки та виконує переважно функцію зберігання даних для оформлення замовлень, важливо враховувати його потенційну роль у майбутньому розвитку платформи. Зокрема, профіль може слугувати архівом придбаних подій, надаючи користувачам зручний доступ до історії їхньої навчальної активності.

### 3.4. Моделювання остаточного концепту інтерфейсу проєкту

На основі розробленого мудборду було визначено ключові стильові елементи для дизайну інтерфейсу: сітки "беніто-боксів", мінімалізм та ілюстрації. При створенні макетів були дотримані базові принципи формування інтерфейсів, засновані на законах користувацького досвіду, такі як закони близькості, контрасту тощо. Результатом цього етапу стали високоточні макети візуальної концепції з чітко визначеною системою шрифтів, відступів та елементів. З огляду на те, що зображення макетів представлені у повному

розмірі, наступні сторінки цього розділу призначені виключно для візуального ознайомлення з інтерфейсом.

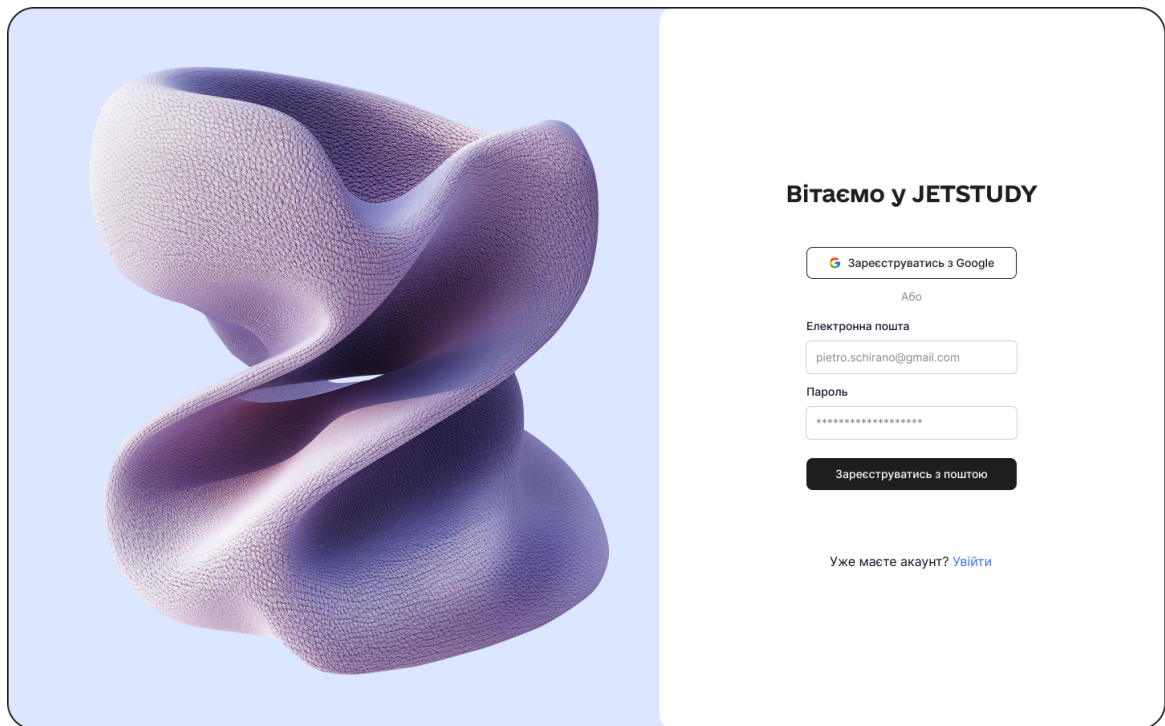


Рис. 3.19. Концепт сторінки входу користувача [зроблено автором]

Рисунок зображує сторінку реєстрації користувача на платформі JETSTUDY. Інтерфейс простий і чистий, з привабливим та абстрактним зображенням зліва, що додає естетичності та сучасного вигляду. Праворуч розміщено форми реєстрації з можливістю швидкої реєстрації через Google або за допомогою електронної пошти, що є зручним для користувачів. Основні елементи інтерфейсу добре виділені і легко читаються, забезпечуючи інтуїтивне користування. Сторінка входу побудована аналогічним чином, тому не має потреби бути окремо відображена.

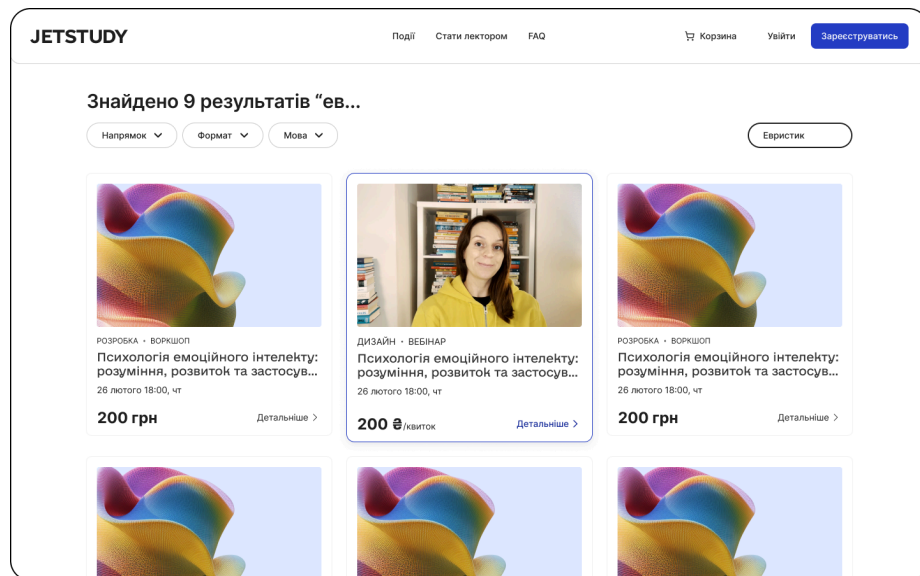


Рис. 3.20. Концепт сторінки галереї подій [зроблено автором]

Ця сторінка з результатами пошуку на платформі JETSTUDY демонструє 9 знайдених подій, пов'язаних з освітніми заходами. Перевага інтерфейсу у чіткій навігації та фільтрах для сортування результатів за напрямком, форматом і мовою, що дозволяє користувачам швидко знайти потрібний захід. Картки подій містять основну інформацію, таку як назва, категорія (воркшоп або вебінар), дата і час, ціна, а також зображення, що робить інтерфейс візуально привабливим та інформативним. Кнопка "Детальніше" на кожній картці спрощує доступ до більш детальної інформації про подію.

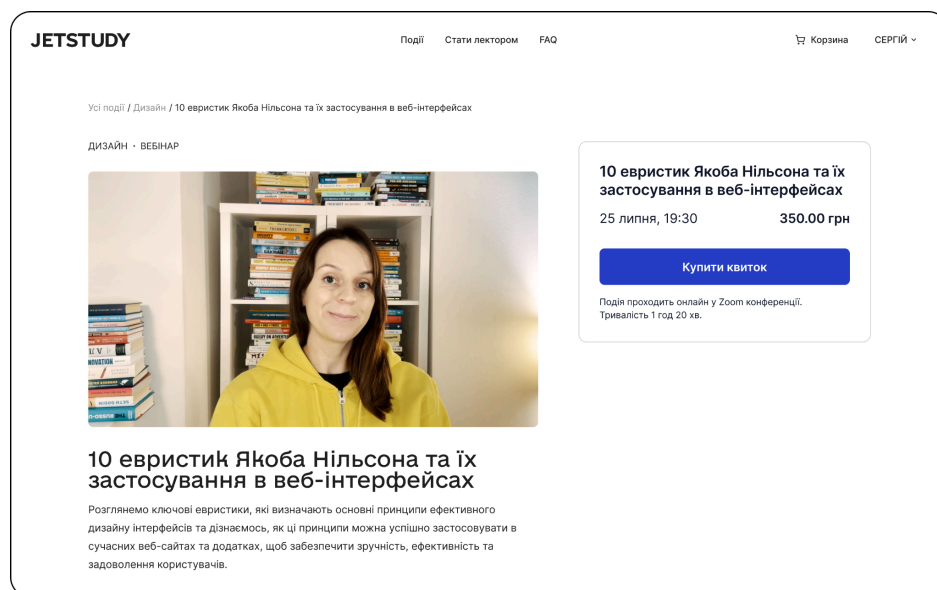


Рис. 3.21. Концепт сторінки про подію [зроблено автором]

Сторінка вебінару "10 евристик Якоба Нільсона та їх застосування в вебінтерфейс" вирізняється чіткою структурою та інформативністю. Ключові деталі, такі як дата, час і ціна, розміщені у верхньому правому куті, що дозволяє користувачеві швидко ознайомитися з ними. Яскрава кнопка "Купити квиток" та короткий, але переконливий опис вебінару спонукають до дії, підвищуючи ймовірність реєстрації. Додаткова інформація про формат (онлайн у Zoom) та тривалість заходу допомагає користувачеві спланувати свій час та прийняти зважене рішення. Загалом, дизайн сторінки спрямований на максимальну зручність користувача та підвищення конверсії, що робить його ефективним інструментом для залучення учасників.

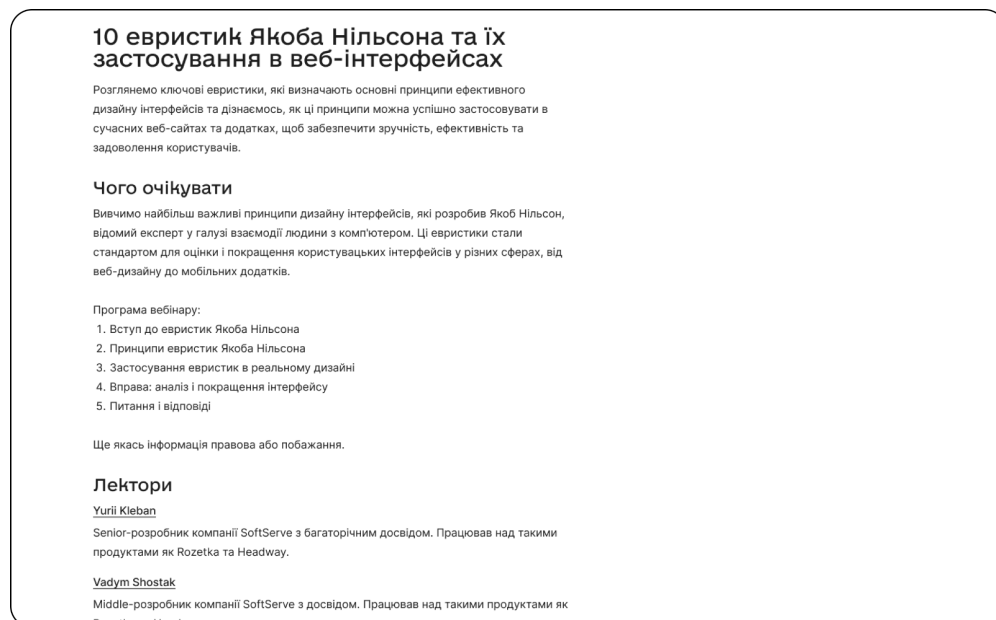


Рис. 3.22. Концепт сторінки про подію — продовження [зроблено автором]

Зображення представляє фрагмент сторінки з детальною інформацією про вебінар. Чітка структура інформації та її поділ на блоки (зміст вебінару, очікування учасників, програма заходу) допомагають користувачеві швидко знайти потрібні дані та прийняти рішення про участь. Розділ з інформацією про лекторів підвищує довіру до події та спонукає до реєстрації. В цілому, такий дизайн сторінки сприяє кращому розумінню цінності вебінару та підвищує ймовірність участі користувача.

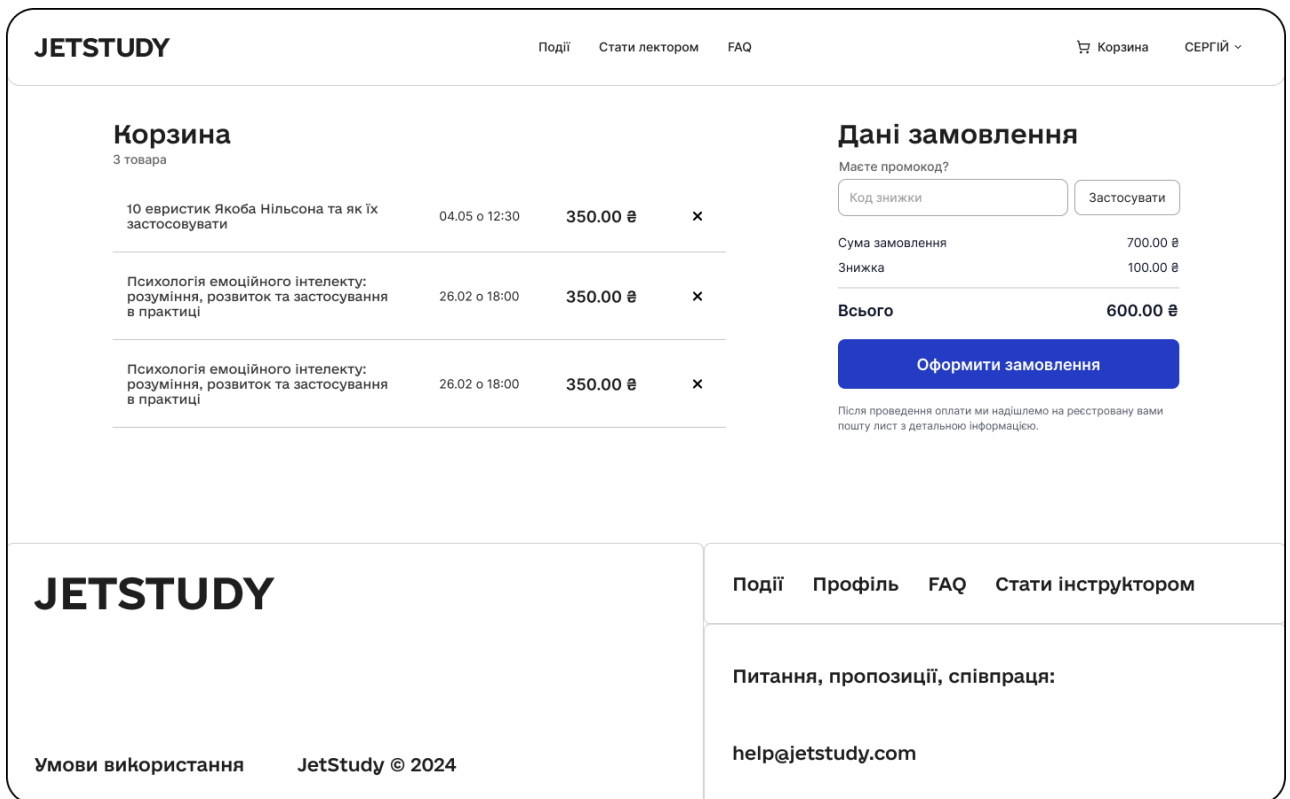


Рис. 3.23. Концепт сторінки кошика користувача [зроблено автором]

На цьому рисунку чіткий заголовок та інтуїтивно зрозуміла структура дозволяють користувачеві легко орієнтуватися на сторінці. Зручний список товарів з можливістю видалення непотрібних позицій спрощує редагування замовлення. В шапці сторінки розміщено логотип платформи та меню навігації для доступу до різних розділів сайту. Основна частина сторінки відображає обрані курси, їх деталі (назва, дата, час, ціна) та містить кнопки для видалення курсів з кошика. Розділ "Дані замовлення" дозволяє користувачам ввести промокод для отримання знижки, після чого відображається сума замовлення до та після знижки, а також надається можливість оформити замовлення через відповідну кнопку. У футері сторінки знаходяться додатковий логотип, навігаційні посилання на інші важливі розділи сайту та контактна інформація для зв'язку з підтримкою. Яскрава кнопка "Оформити замовлення" приводить до завершення покупки, збільшуючи конверсію. Таким чином, дизайн сторінки не лише забезпечує позитивний користувацький досвід, але й сприяє збільшенню продажів.



**JETSTUDY** Події Стати лектором FAQ Корзина СЕРГІЙ

### Дані клієнта

Ми автозаповнили дані з вашого профілю. Перевірте їх правильність.

Електронна пошта  
pietro.schirano@gmail.com

Ім'я  
Pietro

Прізвище  
Schirano

### Оплата

Оберіть зручний вам метод оплати.

Сплатити з Pay

Сплатити з Pay

Банківською картою

**Сплатити замовлення**

Після проведення оплати ми надішлемо на реєстровану вами пошту лист з детальною інформацією.

### Дані замовлення

Сума замовлення 700.00 €  
Знижка 100.00 €

**Всього 600.00 €**

### Ваші товари

10 евристик Якоба Нільсона та як їх застосовувати	350.00 €
Психологія емоційного інтелекту: розуміння, розвиток та застосування в практиці	350.00 €
Психологія емоційного інтелекту: розуміння, розвиток та застосування в практиці	350.00 €

**Змінити кошик**

Рис. 3.24. Концепт сторінки оплати [зроблено автором]

На зображенні представлена сторінка оформлення замовлення на платформі JetStudy. Інтерфейс сторінки має чітку структуру та логічну послідовність блоків, що спрощує процес оформлення замовлення. Використання попереднього автозаповнення даних користувача економить час та зменшує кількість помилок. Різні способи оплати надають користувачеві гнучкість та зручність вибору.

**JETSTUDY** Події Стати лектором FAQ Корзина СЕРГІЙ

Мої події  
Особисті дані  
Вийти

### Активні події

<b>24.10</b> 19:30	10 евристик Якоба Нільсона та як їх застосовувати Воркшоп	<a href="#">Місце проведення</a>	Оплачено 20.10, сума 350.00 €
<b>28.10</b> 18:00	Психологія емоційного інтелекту: розуміння, розвиток та застосування в практиці Вебінар	<a href="#">Місце проведення</a>	Безплатно

### Архів

<b>24.10</b> 19:30	10 евристик Якоба Нільсона та як їх застосовувати Воркшоп	<a href="#">Залис події</a>	Оплачено 20.10, сума 350.00 €
<b>24.10</b> 19:30	10 евристик Якоба Нільсона та як їх застосовувати Воркшоп	<a href="#">Залис події</a>	Оплачено 20.10, сума 350.00 €

**JETSTUDY** Події Профіль FAQ Стати інструктором

Питання, пропозиції, співпраця:

Рис. 3.25. Концепт сторінки профілю користувача [зроблено автором]

На зображенні представлена сторінка "Мої події" користувача платформи JetStudy. Інтерфейс розділяє події на вкладки "Активні події" та "Архів", що допомагає користувачеві швидко знайти потрібну інформацію. Кнопка "Запис події" біля завершених подій дозволяє легко отримати доступ до матеріалів, що може бути корисним для повторного перегляду чи закріплення знань. Відображення статусу оплати та вартості подій допомагає користувачеві відстежувати свої витрати на навчання.

У процесі розробки концепції дизайну проводилося постійне тестування нових елементів та вносилися зміни під керівництвом ментора з бази практики. Спільна робота дозволила вирішити ряд проблем, виявлених у макетах, пов'язаних з доступністю для людей з порушеннями кольорового зору та деякими законами юзабіліті. Зокрема, були внесені такі зміни:

1. Оптимізація картки події: спрощення візуального навантаження та покращення користувацького досвіду для людей з вадами зору.
2. Корекція кольорових акцентів: зміна колірної гами в певних елементах інтерфейсу для забезпечення кращої видимості та контрастності.
3. Заміна шрифту: перехід від шрифту "Inter" до "e-Ukraine" для покращення читабельності та відображення тексту.
4. Редизайн посадкової сторінки: проєктування нової посадкової сторінки та реорганізація процесу ознайомлення користувача з продуктом.
5. Розробка сторінок профілю та архіву: проєктування сторінок профілю користувача та архіву придбаних подій.

### **Висновки до розділу 3**

У цьому розділі дипломної роботи було здійснено комплексний процес розробки дизайну інтерфейсу користувача для освітньої платформи продажу квитків на події. Початковий етап включав створення схематичних макетів, що визначили основні структурні та функціональні елементи інтерфейсу, такі як

навігація, організація контенту та взаємодія з ключовими функціями платформи.

Наступним етапом було проведення детального аналізу візуальних рішень конкурентних платформ з метою виявлення найкращих практик та формування мудборду, що містить різноманітні візуальні ідеї та стилі. Цей етап сприяв розробці унікального та ефективного дизайну інтерфейсу. На основі схематичних макетів та мудборду були створені високоточні макети, що дозволили детально опрацювати візуальні елементи інтерфейсу, такі як колірна гама, типографіка та іконографіка. Особливу увагу було приділено забезпеченню зручності та естетичної привабливості інтерфейсу.

Фінальний етап розробки включав створення остаточного концепту інтерфейсу, під час якого проводилося постійне тестування та внесення коректив під керівництвом ментора. Це дозволило вирішити ряд проблем, пов'язаних з доступністю для людей з порушеннями кольорового зору та покращити загальний користувацький досвід.

## ВИСНОВКИ

У ході дослідження інтерфейсного дизайну освітніх платформ було застосовано комплексний підхід, що включав кілька методів для досягнення мети роботи. Спершу проведено детальний аналіз конкурентів на ринку освітніх продуктів. Використання методів конкурентного аналізу дозволило ідентифікувати основні тенденції ринку, відмінності освітніх ресурсів в Україні та визначити запити користувачів. З'ясовано, які рішення використовуються конкурентами для задоволення потреб користувачів. Ключовими результатами цього етапу стали визначені характеристики продукту, такі як перегляд контенту без реєстрації, швидкий вхід через соцмережі, технічна підтримка та отримання сертифікатів для студентів, а також інструменти для інструкторів, що включають алгоритм подачі заявки та можливість створювати й продавати власні ресурси.

Далі проведено аналіз користувачів ринку з метою визначення цільової аудиторії освітніх продуктів, їх потреб, проблем, мотивацій та побажань. Використання методів користувацького дослідження дозволило виявити основні проблеми та потреби потенційних користувачів. Основними результатами цього етапу стали карта потреб аудиторії, яка підкреслила необхідність освітніх платформ з персоналізованим підходом та доступною інформацією для ефективного розвитку студентів, а також інструментів для викладачів для ефективного керування часом та мотивації студентів.

На основі цих двох етапів дослідження було проведено ряд генеративних досліджень, орієнтованих на збір та організацію даних для створення власного продукту. Використання методів формування технічного завдання, створення бізнес-моделі проєкту, дослідження візуальних практик освітніх продуктів та розробки інформаційної архітектури дозволило сформулювати гіпотези щодо покращення користувацького досвіду. Ці гіпотези включали рекомендації щодо візуального дизайну, функціональності та користувацького досвіду.

Завершальним етапом роботи було створення серії макетів, що відображали різні аспекти інтерфейсу освітньої комерційної платформи на основі технічного завдання. Важливими методами на цьому етапі стали тестування макетів та їх оптимізація. Ключовими результатами стали оптимізація картки події, покращення візуального навантаження для користувачів з вадами зору, корекція кольорових акцентів для забезпечення кращої видимості та контрастності, перехід на шрифт "e-Ukraine" для покращення читабельності, редизайн посадкової сторінки та розробка сторінок профілю та архіву.

Отже, результати дослідження показали, що застосовані рішення, такі як оптимізація візуальних елементів, покращення доступності, адаптація до потреб користувачів та викладачів, є актуальними та оптимальними для сучасних освітніх платформ. Ці рішення дозволяють підвищити користувацький досвід, ефективно задовольняти потреби аудиторії та забезпечувати високу якість освітніх продуктів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Проведений аналіз функціонала конкурентів. URL: <https://shorturl.at/eOQU4> (дата звернення 01.02.2024)
2. Дослідження організовані на дошці FigJam. URL: <https://shorturl.at/ahpU8> (дата звернення 01.02.2024)
3. Competitive Usability Evaluation .URL: <https://shorturl.at/gyR28> (дата звернення 03.02.2024)
4. Personas Make Users Memorable for Product Team Members. URL: <https://shorturl.at/xDEV1> (дата звернення 03.02.2024)
5. Personas vs. Archetypes. URL: <https://shorturl.at/eklnz> (дата звернення 04.03.2024)
6. The Discovery Phase in UX Projects. URL: <https://shorturl.at/dQXY1> (дата звернення 04.03.2024)
7. User-Experience Research Methods. URL: <https://shorturl.at/imCHU> (дата звернення 05.03.2024)
8. How To: Business Model Canvas. URL: <https://shorturl.at/ijlBN> (дата звернення 03.02.2024)
9. The Difference Between Information Architecture (IA) and Navigation. URL: <https://shorturl.at/gzLO6> (дата звернення 04.03.2024)
10. User Journeys vs. User Flows. URL: <https://shorturl.at/clmGZ> (дата звернення 06.03.2024)
11. Scenario Mapping for Design Exploration. URL: <https://shorturl.at/bmptS> (дата звернення 04.03.2024)
12. Scanning Patterns on the Web. URL: <https://shorturl.at/DP589> (дата звернення 06.02.2024)
13. The Power Law of Learning: Consistency vs. Innovation in User Interfaces. URL: <https://shorturl.at/pqFY1> (дата звернення 04.03.2024)
14. EdTech Statistics: Opportunities and Obstacles. URL: <https://shorturl.at/xLTWZ> (дата звернення 04.03.2024)

15. Навчальні матеріали організації Projector Institute. URL: <https://prjctr.com/library> (дата звернення 02.03.2024)
16. User Experience: What Is It and Why Should I Care?. URL: <https://usabilitygeek.com/user-experience> (дата звернення 02.04.2024)
17. The First Rule of UX. URL: <https://shorturl.at/KWcgQ> (дата звернення 02.03.2024)
18. Thirteen Tenets of User Experience. URL: <https://shorturl.at/Sih17> (дата звернення 04.03.2024)
19. Don't Make Me Think: 20 Wise Thoughts about Usability. URL: <https://shorturl.at/m5Bfn> (дата звернення 05.03.2024)
20. The Beginner's Manifesto URL: <https://shorturl.at/ZLQX9> (дата звернення 03.02.2024)
21. 52 Research Terms You Need to Know as a UX Designer URL: <https://shorturl.at/37OVf> (дата звернення 05.03.2024)
22. Dark Patterns and Aggressive Persuasion – 3 Reasons to Avoid! URL: <https://boagworld.com/marketing/dark-patterns> (дата звернення 02.03.2024)
23. Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking URL: <https://rb.gy/ma43qb> (дата звернення 08.02.2024)
24. A Comprehensive Guide to UX Research Methods URL: <https://rb.gy/dao3yg> (дата звернення 02.03.2024)
25. The Value of User Experience Research in the Design Process URL: <https://rb.gy/laotty> (дата звернення 03.02.2024)
26. Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research URL: <https://rb.gy/p9myd4> (дата звернення 08.02.2024)

## ДОДАТОК А

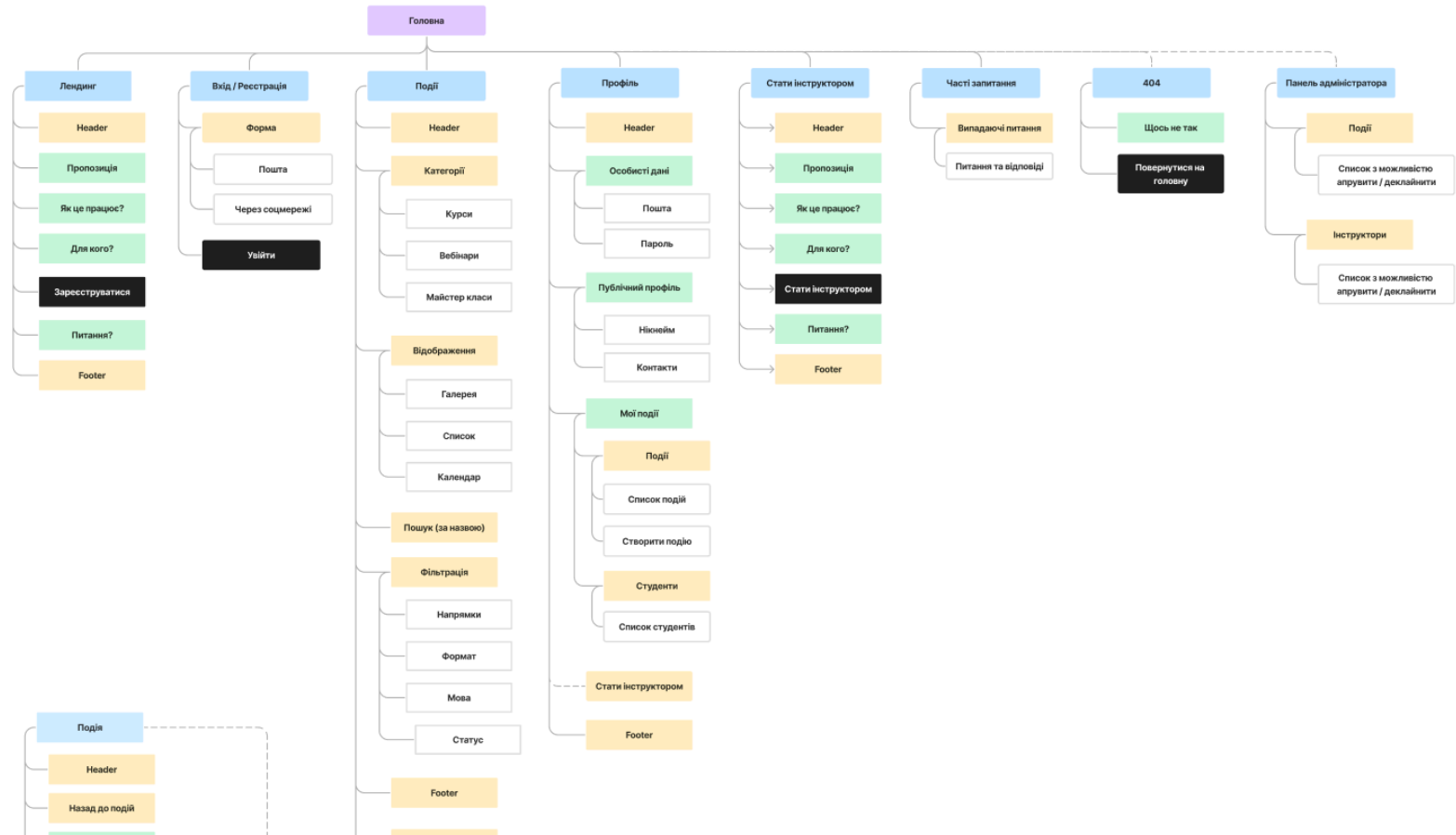
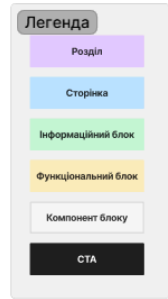
## Точки паритету та точки відмінностей обраних для аналізу продуктів освітнього середовища

Points of Parity				Points of Difference	
Реєстрація користувача	Додавати в закладки	Календар подій / найближчі заходи	Формат, локація, тривалість	Швидка реєстрація через соцмережі	Консультація, якщо невпевнені в виборі
Перегляд контенту без реєстрації	Отримання сертифікатів	Реєстрація на подію	Лектори	Free пропозиція зрозуміти професію чи обрати курс	Підписатися на курс
Швидкий вхід через соцмережі	Подати заявку на інструктора	Купівля продукту	Кому підходить	Перегляд матеріалів на платформі	Повернути гроші, якщо не підійшло
Профіль користувача	Створити свій продукт	Детальний опис продукту	Дати	Запис на курс	Спосіб подати фідбек
Зміна даних в профілі	Бібліотека контенту	Назва + зображення	Взаємодія в системі	Приклади результатів студентів	
Тех. підтримка	Пошук контенту	Вартість	Лендинг продукту	Відгуки	
Запис на продукти	Фільтрація контенту	Взаємодія поза системою (пошта, соцмережі, застосунки для ком'юніті)	Футер з контактами	Часті питання	
Переглядати список курсів, подій	Календар подій / найближчі заходи	Програма			



## ДОДАТОК Б

### Інформаційна архітектура розробленого проекту




## ДОДАТОК В

## Повна версія дизайну сторінки деталей про подію

**JETSTUDY**
Про нас Події FAQ Лекторство
Корзина Профіль

Усі події / Дизайн / 10 евристик Якоба Нільсона та їх застосування в веб-інтерфейсах

ДИЗАЙН · ВЕБІНАР



**10 евристик Якоба Нільсона та їх застосування в веб-інтерфейсах**

25 липня, 19:30 350.00 грн

Купити квиток

Подія проходить онлайн у Zoom конференції.  
Тривалість 1 год 20 хв.

### 10 евристик Якоба Нільсона та їх застосування в веб-інтерфейсах

Розглянемо ключові евристики, які визначають основні принципи ефективного дизайну інтерфейсів та дізнаємось, як ці принципи можна успішно застосовувати в сучасних веб-сайтах та додатках, щоб забезпечити зручність, ефективність та задоволення користувачів.

#### Чого очікувати

Вивчимо найбільш важливі принципи дизайну інтерфейсів, які розробив Якоб Нільсон, відомий експерт у галузі взаємодії людини з комп'ютером. Ці евристики стали стандартом для оцінки і покращення користувацьких інтерфейсів у різних сферах, від веб-дизайну до мобільних додатків.

**Програма вебінару:**

- Вступ до евристик Якоба Нільсона
- Принципи евристик Якоба Нільсона
- Застосування евристик в реальному дизайні
- Вправа: аналіз і покращення інтерфейсу
- Питання і відповіді

Ще якась інформація правова або побажання.

#### Лектори

**Yurii Kleban**  
Senior-розробник компанії SoftServe з багаторічним досвідом. Працював над такими продуктами як Rozetka та Headway.

**Vadym Shostak**  
Middle-розробник компанії SoftServe з досвідом. Працював над такими продуктами як Rozetka та Headway.


#### Ному підійде

Цей вебінар буде корисним для дизайнерів, розробників програмного забезпечення, продуктових менеджерів та всіх, хто цікавиться покращенням користувацьких інтерфейсів.

**Все ще маєте запитання?**  
Хочете дізнатися більше про подію?  
Будемо раді відповісти вам!


Зв'язатися з нами

**Схожі події** Дивіться усі >




ДИЗАЙН · ВЕБІНАР  
**Психологія емоційного інтелекту: розуміння, розвиток та застосування...**  
26 лютого 18:00, чт

200 ₴/квиток Детальніше >



ДИЗАЙН · ВЕБІНАР  
**Психологія емоційного інтелекту: розуміння, розвиток та застосування...**  
26 лютого 18:00, чт

200 ₴/квиток Детальніше >



ДИЗАЙН · ВЕБІНАР  
**Психологія емоційного інтелекту: розуміння, розвиток та застосування...**  
26 лютого 18:00, чт

200 ₴/квиток Детальніше >

**JETSTUDY**

Умови використання JetStudy © 2024

Події Профіль FAQ Стати інструктором

Питання, пропозиції, співпраця:

[help@jetstudy.com](mailto:help@jetstudy.com)