1 слайд

Добрый день, меня зовут Иванова Алеся, я студентка 2 курса 3 группы факультета информационных технологий и сегодня я хочу вам рассказать о итогах моей курсовой работы по разработке пользовательских интерфейсов сайта кофейни Dream maker

2 слайд

Объектом разработки являются интерфейсы сайта кофейни. Кофейня —место для встреч и общения, где подают напитки и десертные блюда. Важно отметить, что кофейня — это кафе с моно и вспомогательными продуктами. Основными акцентами заведений этого типа являются: качественные сорта кофе, которые можно покупать на развес, а также быстрые виды перекусов такие как: десерты и сэндвичи. Заведения подобного плана чаще всего являются местом для деловых встреч, работы, отдыха за счет своей непринужденной обстановки.

3 слайд

Для того, чтобы создать качественный интерфейс необходимо изучить интерфейсы конкурентов, чтобы перенять у них самые лучшие детали, а также составить для себя примерную структурную схему.

Для обзора основных аналогов я решила взять 2 самых известных кофейни в Минске такие как: «Золотой гребешок» и «шоколадница». Эти кофейни находятся в центре Минска, они считаются кофейнями премиум класса. Интерфейсы именно таких кофеен и нужно брать для детального разбора.

После просмотра сайтов с кофейнями, кафе, кондитерскими можно сделать следующий вывод: если кафе или же сеть кафе имеет заведения в одном стиле, то сайт в основном будет одностраничным с интерактивной навигацией перемещения по его разделам или многостраничный сайт. Если же у сети кофеен несколько заведений в разных стилях, то мы будем наблюдать следующую картину: приветствующая страница с выбором конкретного заведения или же стиля заведения и далее лэндинг-станица с описанием этого заведения.

4 слайд

Сайт должен содержать информацию о заведениях и сопутствующих услугах, включая фотографии и отзывы клиентов, а также ленты новостей. Основными бизнес-целями создания сайта являются:

1. формирование положительного имиджа кофейни и ее продуктов;
2. обеспечение коммерческого успеха предприятия за счет продвижения самого сайта в сети интернет, а также продвижения и продажи кофе и кондитерских изделий путем привлечения посетителей на сайт;
3. увеличение числа посетителей.

Цель пользователей – облегчение получения актуальной информации о кофейни за счет создания удобного и понятного интерфейса.

5 слайд

Исходя из отмеченных целей, основными задачами, стоящими при разработке сайта, являются:

* определение основных структурных и технологических элементов сайта;
* выявление целевой аудитории с учетом нужд и потребностей, под которые будет разрабатываться сайт;
* предоставление всей необходимой информации и сервисов пользователям;
* создание дизайна, удобного и понятного для пользователя и выделяющего данный отель среди конкурентов.

6 слайд

При проектировании сайта кофейни следует выделить пять групп пользователей.

Группа 1. Бизнесмены и предприниматели – это люди, у которых плотный рабочий график, и для них важно, чтобы кофейня могла обеспечить должный уровень комфорта как во время профессиональной деятельности, так и во время отдыха

Группа 2. Семьи с детьми/пары без детей/дружеская компания – это люди в возрасте от 16 до 70 лет, которые приходят в заведения, чтобы отдохнуть, провести время с семьей.

Группа 3. Студенты, фрилансеры, школьники. Эта группа людей в возрасте от 15 до 30 лет, которые приходят в заведение чтобы поработать, перевести дух, немного отдохнуть.

Группа 4. Покупатели в возрасте от 20 до 40 лет, которые приходят исключительно чтобы купить упаковки с кофе и/или заказать десерты (торты) к определенному празднику.

Группа 5. Конкуренты – это люди, целью которых является анализ слабых и сильных сторон кофейни и предоставляемых услуг.

7 слайд

Поляков Владимир. Владимиру в силу его профессии просто необходимо найти место для деловой встречи в непринуждённой обстановке. Перед очередной встречей он решил найти место для встречи, которое будет располагать к приятному разговору. Цель – заключить контракт.

Зиновьева Юна кондитер. Юне необходимо найти кофейню, в которую она пойдет в ближайшее время с мужем и детьми. Она часто ходит в кафе и кофейни и отлично разбирается как в кофе, так и в кондитерских изделиях. Цель – провести время с семьей в уютном месте.

Крюкова Софья. Студентка. Веронике в силу ее статуса необходимо найти место, где она сможет работать и отдыхать после или перед парами. Она разбирается в качестве кофе. Перед поступлением в университет она решила подыскать кофейню, в котором она сможет как работать, так и отдыхать. Цель – найти место пребывания на час-два перед и после пар.

Васильева Жанна. Жанне в силу ее работы необходимо найти место, где она сможет покупать кофе и кондитерские изделия.

Алексеев Макар. Желает открыть свою кофейню. Макару в силу его желаний необходимо изучить конкурентов для того, чтобы найти слабые и сильные стороны и открыть свое кафе исправив или использовав эти моменты.

8 слайд

На слайде вы можете увидеть потребностей пользователей сайта кофейни

Удобный интерфейс можно разработать только при учете потребностей пользователей. Также необходимо отталкиваться от их приоритетов при работе с данным интерфейсом.

9 слайд

Далее на основе списка потребностей нужно составить список предоставляемых возможностей так, чтобы максимально удовлетворить запросы пользователей. Пользователи на сайте могут:

* посмотреть фотографии кофейни;
* узнать всю необходимую информацию о заведении(цены, услуги, возможность резервации столика и т. д.);
* выбрать и купить кофе с доставкой;
* выбрать и забронировать столик в кофейне;
* просмотреть контактную информацию и место расположения кофейни;
* почитать отзывы посетителей.

10 слайд

На основе списков потребностей и возможностей пользователей можно составить следующий перечень функциональности сайта кофейни Dream Maker. Важно отметить, что главная страница сайта кофейни должна привлечь пользователя в это заведение, она является нативной рекламой заведения, и у пользователя не должно возникнуть сомнений в качестве предоставляемых услуг работниками заведения.

11 слайд.

Также на основе перечня функциональности мы можем составить структурную схему приложения. Структурная схема является скелетом будущего интерфейса, на его основании будет строится будущий интерфейс сайта кофейни.

После создания структурной схемы приложения нам необходимо протестировать ее на основе поведения персонажей на странице. Тестирование необходимо для того, чтобы удостовериться в правильности и удобстве распределения информации по страницам. В ходе тестирования ошибок не было выявленно.

12 слайд.

После разработки структурной схемы я приступила к разработке статического прототипа интерфейса. На этом этапе мы не создаем дизайнерский макет, нам необходимо создать макет согласно гештальт и юзабилити теориям, чтобы наш интерфейс выглядел грамотно.

13-25 слайды

ЧИТАТЬ СО СЛАЙДОВ (ДО РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙНА ПРОЕКТОВ)

26 Слайд

Каждый дизайн проект включает в себя: логотип, определение цветовой гаммы, выбор фирменных шрифтов и дизайнерское решение интерфейса.

27 Слайд

Логотип должен привлекать внимание и своими элементами быть связан с кофейной тематикой, учитывая название кофейни «Dream maker» (Dream – мечта), логотип должен включать в себя что-то не земное, что-то связанное с космосом. Следует создать запоминающийся логотип, всплывающий в памяти, даже если посетитель и не помнит названия кофейни, он должен скорее вспомнить логотип по ощущениям. Исходя из анализа логотипов конкурентов, представленных на слайде, можно сделать вывод, что следует создать простой и не замысловатый логотип.

28 Слайд

Главный элемент стоит выбрать либо из названия кофейни, либо из того, на чем специализируется кофейня. Предпочтение достается контрастным цветам. С точки зрения психологии данное сочетание наиболее хорошо отпечатывается в сознании, также такое сочетание вызывает чувство надежности. Надпись была размещена снизу, в качестве логотипа я выбрала кружку с горячим напитком, возле которого летают планеты.

29 Слайд

Также пред мной стояла задача в составлении слогана. В качестве слогана было задействовано название кофейни, а также ее специализация.

30-31 Слайд

Одна из самых важных задач логотипа для кофейни – его универсальность. Логотип должен быть легко использован в разных цветовых сочетаниях, а также он должен хорошо сочетаться любым фоном. Такая задача была поставлена из-за того, что логотип могут разместить на стаканчиках для кофе, посуде, фартуках, документах, вывесках и тому подобное.

**Шрифт логотипа**. Основной шрифт логотипа – Microsoft Yi Baiti.

**Расположение.** Логотип может размещаться с в любом месте. Для логотипа с горизонтальной ориентацией предпочтительно в левых углах (для визиток, футера такой логотип будет более предпочтительным).

32 Слайд

Цветовая схема сайта была выбрана исходя из цветов, которые ассоциируются с космосом, мечтой и кофе. Подбор цветов является очень важной задачей, так как они могут непосредственно влиять на настроение человека и его физическое состояние. Цветовая гамма создавалась с помощью инструмента ColorScheme.Ru. Была выбрана аналоговая цветовая схема

В качестве основных цветов были выбраны: светло-бежевый цвет, перед нами стояла задача создать светлый сайт поэтому выбор пал на самый светлый (но не белый) оттенок. Сливовый и темно-голубые оттенки были выбраны в качестве оттенков для любых анимационных блоков, а также для блоков с формой обратной связи. Цвет мокрого асфальта был использован для текстов на сайте.

33 Слайд

На сайте Dream maker будет использоваться шрифт Calibri, так как он является одним из стандартных шрифтов, поддерживаемых всеми операционными системами и всеми языками. Также этот шрифт относится к так называемым шрифтам без засечек, что обеспечивает более приятное чтение текста с экрана монитора. Данный шрифт будет легко восприниматься пользователями. Размеры шрифта варьируются от 21 до 38 pt

34 Слайд

В основном используется темно-серый текст на светлом фоне, что дает хорошую контрастность. Для заголовков блоков используется баклажанный оттенок. Для заголовков статей используется васильково-лавандовый оттенок.

35 Слайд

Для проектирования интерфейса веб-сайта было выбрано разрешение компьютерных экранов 1280×720. Это одно из наиболее популярных разрешений экрана. Было принято решение взять модульную сетку на 12 колонок. Ширина одной колонки составляет 80рх, расстояние между колонками равно 16рх. Строки имеют такой же размер и расстояние между ними

36 Слайд

После создания логотипа, цветовой схемы, фирменных шрифтов и сетки, можно приступать к созданию дизайн-макетов интерфейсов главной страницы и всех остальных страниц

37-56 Слайды

ЧИТАТЬ СО СЛАЙДОВ ДО ЮЗАБИЛИТИ ТЕСТИРОВАНИЯ

57 Слайд

В своей работе я использовала 2 метода юзабилити тестирования: Тестирование через имитацию поведения пользователей и экспертное тестирование проекта. Тестирование через имитацию поведения пользователей даст нам возможность узнать успешность, эффективность, доброжелательность, а также комфортность нашего интрефейса. В качестве методов тестирования были выбраны метод тестирования через имитацию поведения пользователей, метод оценки восприятия дизайна, тестирование с использованием формальной анкеты. Экспертное тестирование проекта позволяет выявлять и предотвращать технические нарушения оформления сайта, а также проверить наш интерфейс на грамотность и все принципы юзабилити.

58-62 Слайды

ЧИТАЕМ СО СЛАЙДА ДО ВЫВОДА

63 Слайд

В ходе данной курсовой работы, я создала готовый продукт: динамический макет сайта кофейни «Dream maker». Сайт кофейни Dream maker был подвергнут Юзабилити-тестированию, в ходе тестирования значимых ошибок выявлено не было, средняя успешность выполнения задания равна 1 баллу, процент удовлетворенности от продукта составил 98%, общая относительная эффективность равна 100%, среднее значение удовлетворенности пользователей составило 19 баллов из 24 возможных. Также сайт прошел экспертное тестирование. По результатам экспертного тестирования нарушений в данном интерфейсе выявлено не было, проблем в информационной структуре или функциональном соответствии элементов обнаружено не было. Таким образом, можно сказать, что с задачами курсовой работы я справилась успешно, дизайн-макет сайта спроектирован грамотно и при его разработке учитывались все принципы юзабилити.