MINISTERUL EDUCAŢIEI AL REPUBLICII MOLDOVA

UNIVERSITATEA DE STAT „ALECU RUSSO” DIN BĂLŢI

FACULTATEA DE ŞTIINŢE REALE, ECONOMICE ȘI ALE MEDIULUI

CATEDRA DE MATEMATICĂ ȘI INFORMATICĂ

**ELABORAREA DESIGN-ULUI UNUI MAGAZIN ONLINE PENTRU APLICAȚII MOBILE PRIN PHOTOSHOP  
TEZĂ DE AN**

**Autor:**

Student al grupei IS21Z

**Țurcanu Tudor**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(semnătura)

**Conducător științific:**

**Negară Corina**

Lector univ.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(semnătura)

**Bălți, 2020**

**CUPRINS**

Оглавление

**Элементы оглавления не найдены.**

**INTRODUCERE**

După o analiză a timpurilor de astăzi când este veacul tehnologiilor informaționale am constatat că business-ul trebuie neapărat să aibă neapărat online magazin. E ușor de a lucra cu clienții la depărtare fără contact direct, clientul în regim online poate alege produsul dorit, comandă și primește produsul într-un timp oarecare la ușa sa, achitarea poate fi îndeplinită prin online banking sau cheș.

Din această cauză,persoanele care au business propriu, ajung la pasul că au nevoie de un site sau aplicație pentru compania sa. Promovarea companiei este foarte importantă, mai ales când există concurenți în sfera dată. Pentru mărirea nivelului de conștientizare a companiei și pentru informare a clienților despre diferite manifestări și schimbări, la fel pentru prezentarea serviciilor oferite sau a produselor se folosește site-ul personal sau aplicația companiei.

Avantajul internetului constă în acoperirea mare de auditorie. Se poate operativ de a contacta cu clienții,de a primi comanda și etc. Un site frumos și simplu atrage o parte mare de clienți, cu cât mai ușor este în utilizare cu atât mai mulți bani face compania.

*Actualitatea studiului* – În urma analizei a diferitor surse de informație și a pieții ,pentru a asigura dezvoltarea business-ului în internet, acest scop poate fi realizat cu ajutorul unui web site sau a aplicației mobile ,care poate fi folosit pentru publicitate, pentru vânzări directe și pentru atragerea potențialilor clienți.

*Scopul tezei de an* – Cercetarea principiilor de design pentru aplicații mobile,elaborarea design-ului unui magazin online pentru aplicatii mobile utilizând Photoshop-ul.

Pentru atingerea scopului,au fost puse următoarele sarcini:

* Studierea literaturii de specialitate la tema cercetării.
* Studierea cerințelor de design pe piață.
* Studierea editorului grafic Photoshop.
* Crearea design-ului aplicației mobile prin Photoshop cu respectarea principiilor de design.

*Valoarea teoretică* – partea teoretică a lucrării date este destul de importantă, din cauza că sunt descrise diferite instrumente și metode pentru crearea a diferitor componente pentru un design cât mai atrăgător și ușor de folosit.

1. **DESIGN-UL APLICAȚIILOR MOBILE**

***Design-ul aplicațiilor mobile*** este de fapt crearea unei versiuni mobile a unui web site cu diverse funcții suplimentare. În același timp, sarcina principală este de a crea un ecosistem ușor de utilizat cu un UX perfect.

*UX* literalmente înseamnă „experiența utilizatorului”, adică aceasta este experiența acumulată de un utilizator prin interacționarea cu un site sau aplicație.

La etapa dezvoltării UX, designer-ul trebuie să se gandească la întreaga cale a utilizatorului, de la ecranele inițiale de întâlnire pana la efectuarea acțiunilor care pot exista în aplicația dată. O călătorie a utilizatorului, de regulă, este un arbore ramificat de oportunități cu diverse funcționalități, ca de exemplu: citirea textului, achitarea bunurilor, contactarea asistenței și etc. Fiecare ram al acestui arbore trebuie să fie bine gândit deja la etapa prototipului. Un prototip este o imagine abstractă a țintei puse.

**UX/UI Design**

**UX design** este crearea interfeței grafice bazată pe cercetarea experienței utilizatorului și comportamentul lui.

Decărcând o aplicație, utilizatorul deja a îndeplinit acțiunea țintă, dacă va putea rezolva problema pusă în față cu ajutorul acestei aplicații, atunci utilizatorul o va folosi în mod regulat. Dar, dacă aplicația va conține bug-uri sau ceva incomodități, utilizatorul va șterge pur și simplu aplicația dată.

Un designer UX studiază nevoile utilizatorilor, construiește scheme logice ale interfeței, testează prototipuri pe publicul țintă și creează o sarcină tehnică pentru designer-ul UI. Înainte de a trece la prototip, designer-ul trebuie să analizeze publicul țintă și sarcinile care trebuie de îndeplinit pentru aplicația dată. Designer-ul UX explorează experiența utilizatorului, inventează legături dintre elementele interfeței și locul unde se vor afla, la fel creează sarcini tehnici și pe baza cercetării dezvoltă cel mai eficient prototip. Ca exemplu, dacă publicul țintă este de genul feminin atunci butoanele și alte elemente ale aplicației pot fi îndeplinite în mărimi mai mici, iar dacă publicul este de genul masculin atunci elementele aplicației pot fi mai mari. Majoritatea utilizatorilor fac click pe ecran cu degetul mare, anume acest mic detaliu poate avea o însemnătate foarte mare, redând o interacțiune mult mai comfortabilă cu aplicația dată.

O etapă importantă a design-ului UX este testarea utilizabilității interfeței finite. Aceasta include în sine evaluarea prototipului dupa următorii parametri:

* Eficiența – realizarea sarcinilor de către utilizator.
* Rezultat – timpul petrecut pentru atingerea scopului.
* Satisfacția de calitatea serviciilor oferite și experiența utilizatorului.

La etapa de proiectare a interfeței aplicației mobile designer-ul și clientul trebuie să cunoască mai multe detalii importante:

* Elementele principale ale aplicației trebuie să fie în partea de jos.
* Colțul din stânga sus este cel mai rar folosit, din cauza că este foarte dificil de atins, poate fi folosit pentru logo sau butonul “Înapoi”.
* În aplicație navigarea se îndeplinește strict prin butoane, utilizatorul poate glisa sau ține doar unele elemente pentru navigare.
* Logotipul aplicației nu este neapărat să fie dublat pe toate ecranele aplicației, este suficient să fie pe pictograma aplicației și pe ecranul de încărcare.
* Font-urile nu trebuie să fie foarte mici, pentru titluri de obicei se folosește fontul 18-24px, pentru textul principal 14-16px, pentru sugestii font gri deschis 12-14px, se recomandă de a folosi îngroșarea pentru accentele vizuale.
* Culorile trebuie să fie diversificate și să spună utilizatorului pe care elemente poate face click și care nu.
* La fel în aplicație trebuie să fie sugestiile, ele vor ghida utilizatorul în aplicația dată.

**UI design** este procesul de vizualizare a fiecărui prototip creat pe baza experienței utilizatorilor și a cercetării viitorilor clienți sau a publicului țintă.

Pentru orice aplicație, este recomandat să nu fie mai mult de 5-6 tipuri de același font (dimensiuni,culori și grosimi diferite). Cu ajutorul acestor criterii este posibil de a crea o interfață îngrijită. De asemenea, trebuie de gândit animația de trece de la un ecran la altul. La etape alegerii paletei de culori, trebuie luat în seamă că paleta de culori de la iPhone este mult mai bună decât paleta de la Android, ceea ce înseamnă că trebuie de abandonat culorile murdare și adiacente.

La etapa finală, se dezvoltă versiunile adaptive. Dacă aplicația este disponibilă doar pentru iOS atunci este bine, deoarece trebuie de proiectat doar 2 versiuni, pentru iPhone 6 și iPhone X. Dar dacă sarcina este pentru Android atunci trebuie de selectat 4-5 rezoluții care sunt cele mai populare dintr-un anumit segment al publicului țintă.

Cerințele pentru UX/UI design calitativ sunt următoarele:

* Claritate – în interfață nu trebuie să existe ambiguități, iar textul și structura aplicației trebuie să ghideze utilizatorul către scopul său.
* Concizie – interfața nu trebuie să fie supraîncărcată cu sugestii, pop-up-uri și animații. Acest lucru va ajuta utilizatorul să se concentreze asupra unui anumit element.
* Recunoaștere – elementele de design pot fi cunoscute de utilizator foarte ușor, chiar dacă el vede aplicația prima dată. Trebuie de îndeplinit interfața intuitivă. De exemplu, nu trebuie să colorăm butonul “Ok” cu roșu dacă în alte aplicații el este verde.
* Receptivitate – o interfață bună reacționează instantaneu la acțiunile utilizatorului. Utilizatorul trebuie să înteleagă ce se întâmplă pe ecran în momentul de față, de exemplu: dacă a achitat produsul, a primit menagerul cererea, dacă a fost trimis mesajul sau nu.
* Constanță – trebuie menținută coerența pe toate secțiunile aplicației. Elementele interfeței trebuie să se comporte la fel pe toate ecranele aplicației.
* Estetică – trebuie de creat interfața vizual atractivă, astfel încât utilizatorului să-i fie plăcut să lucreze, nimic nu trebuie să-l enerveze sau să-l distragă de la rezolvarea problemelor.
* Eficiență – înafară de o interfață vizuală atractivă, o interfață bună economisește timp utilizatorului și îl ajută să rezolva problema sa într-un timp foarte scurt cu efort minim.
* Condescendenţă – chiar și cu cea mai clară interfață nu este exclus faptul că utilizatorul poate face greșeli. Trebuie de gândit la mesaje grijulii în caz că ceva nu a mers bine. Acest lucru va ajuta la economisirea de bani, timp și loialitatea clienților în caz de eșec.

Diferența între UX și UI:

* Designer-ul UX planifică modul în care utilizatorul interacționează cu interfața, pașii care este nevoie de îndeplinit pentru a atinge scopul.
* Designer-ul UI se gândește cum o să arate acești pași și calea către obiectiv.

De fapt, UX și UI sunt atat strâns legate, încât uneori conceptul lor devine neclar.

**Consecințele interfețelor rele și bune**

Într-un design rău amenajat poate fi enervant orice, nici o sugestie despre elementul pe care nu putem face click, navigare proastă, muzică pe site sau aplicație și pop-up-uri obsesive. Una din principalele legi ale design-ului UX este că utilizatorul oricărui produs digital de pe orice dispozitiv ar trebui cu ușurință să informeze utilizatorul:

* Unde se află.
* Unde este informația de care are nevoie.
* Cum să atingă scopul lui.

Dacă vor fi eliminate orice semne vizuale de legătură cu elementele intefeței, atunci interactivitatea lor poate fi detectată doar empiric, adică prin deplasarea cursorului peste obiect (atunci se va transforma dintr-o săgeată într-un deget). Este puțin probabil că utilizatorul va sta și va ghici ce și unde se află, el pur și simplu va pleca de pe site sau va șterge aplicația dată.

**Exemplu de interfață rea:** site-ul biroului Lazor Office



Când utilizatorul nimerește pe acest site, vede un meniu și o imagine pe tot ecranul fără nici o inscripție de identificare. Dupa câteva secunde utilizatorul își va da seama că este un slider. Trecând cu mouse-ul deasupra acestui slider, vor fi observate săgețile care schimbă imaginile. În acest element de pe site au fost făcute trei greșeli deodată:

* Nu există semne de legătură și comenzi glisante, iar imaginile se schimbă prea repede.

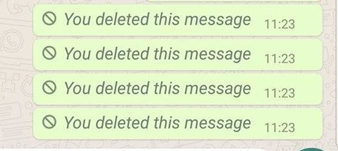
**Exemplu de interfață bună**: site-ul studiou-lui de arhitectură Pellizari



Pe pagina principală este un ecran de întâmpinare pe care este denumirea studiului și mai jos o listă laconică a serviciilor care sunt prestate de acest studiou. Principalele proiecte ale companiei apar de-a lungul derulării. Este posibil de citit despre fiecare detaliu făcând click pe imagine. Pe acest site, toate link-urile sunt aranjate secvențial și devin interactive pe hover. Prin urmare, utilizatorul ușor poate înțelege cu ce elemente poate interacționa și unde îl vor conduce.

Predictibilitate este încă o proprietate a unei interfețe bune. Interacționând cu elementele, utilizatorul dorește să înțeleagă clar care vor fi consecințele acțiunilor lui. De exemplu, textul de pe butonul „Continuare” este mai puțin clar decât textul de pe butonul „Achitare – 200 lei”. Anume UX este responsabilă pentru această proprietate.

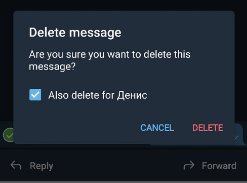
**Exemplu rău:** messenger-ul WhatsApp



Posibil, una din cele mai mari erori UX aparține messanger-ului WhatsApp. Atunci când utilizatorul dorește să șteargă mesajul de la ambii participanți din chat, mesajul este inlocuit de fraza “Acest mesaj a fost șters”.

În design-ul UX nu trebuie să existe semnificații duble. Dacă pe buton este textul “Șterge la toți participanții din chat” înseamă că trebuie să se șteargă la toți. Dar de fapt toți văd că acest mesaj a fost ascuns.

**Exemplu bun:** messenger-ul Telegram



În Telegram, există această posibilitate de a șterge mesajele fără posibilitate de a le restabili și fără indicații de genul “Mesajul a fost șters”.

**1cap.DESIGN-UL APLICATIILOR MOBILE** Importanta intefetei utilizator(ergonomica,placuta,comoda)(user exp) **consecinte la interfete(rele – bune)(exemple)  
principii de design,specificul design-ului pt aplicatii mobile  
analiza a saiturilor populare,principiile,recomandarile**

**2.cap . ce am facut eu.(argumentez)**

**BIBLIOGRAFIE**

<https://whunter.ru/sajta-i-prodvizheniya-dlya-biznesa> - 08.04.2021

[http://web-creator.org/education/znachenie-sayta-dlya-biznesa.html - 08.04.2021](http://web-creator.org/education/znachenie-sayta-dlya-biznesa.html%20-%2008.04.2021)

<https://skillbox.ru/media/design/ux_ui_dizayn_chto_eto_takoe/> - 12.04.2021

[http://surl.li/qllu - 12.04.2021](http://surl.li/qllu%20-%2012.04.2021)

<https://www.lazoroffice.com/> - 13.04.2021

[https://pelizzari.com/en - 13.04.2021](https://pelizzari.com/en%20-%2013.04.2021)

<https://www.whatsapp.com/> - 13.04.2021

<https://www.telegram.org/> - 13.04.2021