

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНУ
Кафедра дизайну



КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Дизайн-проектування»
на тему:

«Розробка макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay»

Виконав

студент V Курсу
групи ІК-9-25-М1Дз-Н(1.6д)
ОП «Дизайн»
Владислав АРТЕМЕНКО

Керівник:

доцент кафедри дизайну,
доктор філософії з професійної освіти
Людмила ГАПОН-БАЙДА

Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка: ECTS _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ПРОБЛЕМНО-ЦІЛЬОВИЙ ЕТАП РОЗРОБКИ МАКЕТУ ДИЗАЙНУ САЙТУ-АГРЕГАТОРА ПОСИЛАНЬ MILKYSLAY.....	6
Висновки до першого розділу	13
РОЗДІЛ II. РОЗРОБКА ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ ПО РОЗРОБЦІ МАКЕТУ ДИЗАЙНУ САЙТУ-АГРЕГАТОРА ПОСИЛАНЬ MILKYSLAY	15
Висновки до другого розділу	25
РОЗДІЛ III. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ МАКЕТУ ДИЗАЙНУ САЙТУ-АГРЕГАТОРА ПОСИЛАНЬ MILKYSLAY.....	27
Висновки до третього розділу	34
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	41

ВСТУП

Актуальність теми курсової роботи. Пояснюється тим, що сучасний графічний дизайн усе частіше працює не тільки з окремим зображенням, логотипом або друкованим носієм, а з комплексною цифровою присутністю автора, бренду чи творчої майстерні. Для невеликого авторського проєкту важливо мати таку онлайн-сторінку, яка швидко пояснює, хто є автором, де переглянути роботи, де замовити виріб, де знайти соціальні мережі та як підтримати розвиток творчості. Саме тому формат сайту-агрегатора посилань став зручним рішенням для творчих людей, які одночасно ведуть декілька платформ і не хочуть розсіювати увагу аудиторії.

Обрана тема пов'язана з розробкою макету дизайну сайту-агрегатора MilkyClay, який об'єднує основні цифрові платформи бренду в єдиному візуальному та функціональному середовищі. Практичний проєкт має реальну основу, оскільки сайт створюється не як умовний навчальний приклад, а як повноцінний інструмент для взаємодії з аудиторією. Основним завданням ресурсу є централізація всіх важливих посилань та платформ, пов'язаних із діяльністю автора, у межах одного впізнаваного веб-простору. Сайт виконує роль центрального візуального вузла, який збирає переходи на YouTube, Etsy, TeePublic, TikTok, Instagram, Facebook, Buy Me A Coffee та Patreon, забезпечуючи швидкий доступ до всіх напрямків діяльності проєкту MilkyClay.

Такий набір посилань демонструє, що сайт не обмежується функцією простої інформаційної сторінки або набору кнопок для переходу. Він працює як компактна комунікаційна система, що поєднує елементи презентації бренду, навігації, взаємодії з аудиторією та підтримки автора. Відвідувач отримує можливість не лише ознайомитися з контентом, а й обрати зручний спосіб взаємодії з проєктом залежно від власних інтересів. Через сайт користувач може переглянути відеоматеріали на YouTube, перейти до магазину з авторською продукцією на Etsy або TeePublic, знайти сторінки автора в соціальних мережах,

підтримати творчість через Buy Me A Coffee чи Patreon, а також зацікавитися можливістю індивідуального замовлення або подальшої співпраці.

Окрім практичної функції, сайт також виконує роль елемента візуальної ідентифікації бренду. Єдиний стиль оформлення, структура сторінки, кольорова гама та розташування елементів формують цілісне сприйняття проєкту MilkyClay та допомагають створити впізнаваний образ у цифровому середовищі. Завдяки цьому користувач сприймає всі зовнішні платформи не як окремі ресурси, а як частини однієї творчої системи. Саме тому розробка такого макету є актуальною практичною задачею сучасного вебдизайну, де важливу роль відіграють не лише естетика та зручність інтерфейсу, а й ефективна організація комунікації між автором і аудиторією.

Для дизайну тема є актуальною через поєднання графічної айдентики, композиції, кольорового рішення, UX-логіки та адаптивного мислення. У невеликому сайті немає зайвого простору для випадкових елементів: кожна кнопка, кожен напис, кожне зображення мають працювати на швидке зчитування змісту. Якщо сторінка перевантажена, користувач не доходить до потрібної дії; якщо вона занадто суха, авторський характер губиться. Тому в межах роботи важливо не просто описати наявні блоки, а довести, що вони утворюють цілісний графічний продукт.

Мета роботи – дослідити, розробити та практично реалізувати макет дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay, визначити його складові, обґрунтувати вибір композиційного рішення, кольорової гами, структури сторінки, навігації та візуальної подачі авторського контенту.

Завдання роботи:

1. Дослідити та розробити проблемно-цільовий етап розробки макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay.
2. Розробити технічне завдання на створення макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay.
3. Практично реалізувати та описати макет дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay і його складові.

4. Розглянути аналоги сайтів-агрегаторів посилань та визначити, які принципи можуть бути корисними для авторського проєкту макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay.

5. Пояснити, як у проєкті використано принципи зручної навігації, зрозумілої ієрархії, візуальної впізнаваності та адаптивності макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay.

6. Сформулювати висновки щодо значення проєктної діяльності для розробки цифрового макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay.

Об'єкт дослідження – графічний дизайн у сучасному цифровому середовищі.

Предмет дослідження – макет дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay та його складові: головний екран, логотип, кнопки посилань, тематичні блоки, зображення, кольорова гама, типографіка, навігація, фон та адаптивне представлення.

Методи дослідження:

- *теоретичні* – аналіз та синтез літературних джерел з теми вебдизайну, UX/UI-дизайну, адаптивності, композиції та цифрової айдентики; порівняльний аналіз аналогів сайтів-агрегаторів посилань; узагальнення отриманої інформації;

- *практичні* – ескізування, візуальне моделювання, опис структури макету, аналіз композиційних і технічних рішень, поетапна фіксація процесу створення дизайну сайту.

Структура роботи: курсова робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків та списку використаних джерел. Повний обсяг курсової роботи складає 43 сторінки. Список використаних джерел нараховує 30 позицій.

РОЗДІЛ І. ПРОБЛЕМНО-ЦІЛЬОВИЙ ЕТАП РОЗРОБКИ МАКЕТУ ДИЗАЙНУ САЙТУ-АГРЕГАТОРА ПОСИЛАНЬ MILKYCLAY

Проблемно-цільовий етап у проєктній діяльності є початковою частиною роботи, під час якої визначається не лише назва майбутнього об'єкта, а й причина його створення, цільова аудиторія, реальна потреба, очікуваний результат і послідовність дій. Для дизайнерського проєкту такий етап має особливе значення, бо дизайн не виникає сам по собі. Він завжди відповідає на певну комунікаційну проблему: користувач не може знайти потрібне посилання, бренд не має впізнаваного цифрового образу, сторінка не викликає довіри, а інформація розкидана між багатьма платформами.

У випадку MilkyClay проблемно-цільовий етап дозволяє зрозуміти, чому саме сайт-агрегатор є доречним форматом. Авторський проєкт пов'язаний із полімерною глиною, маленькими скульптурами, відеоконтентом, магазином і персональними замовленнями. Аудиторія може приходити з різних місць: із соціальних мереж, відео, рекомендацій, маркетплейсу або товарної сторінки. Якщо для кожного напрямку залишати окреме посилання, користувачеві доведеться самотійно шукати потрібну платформу. Сайт-агрегатор зменшує це навантаження, тому що перетворює багато переходів на одну зрозумілу точку входу.

Під час цього етапу важливо не обмежуватися короткими відповідями. Наприклад, питання про потребу в проєкті не можна звести до формальної фрази «так, потреба є». Треба пояснити, з чого вона виникає: з фрагментованості онлайн-присутності, з потреби в авторській презентації, з необхідності швидкої навігації, з бажання зберегти стиль MilkyClay та одночасно зробити сторінку функціональною. Таке розкриття допомагає надалі сформувати технічне завдання і не втратити основну ідею під час практичної реалізації.

Проблемно-цільовий етап також задає рамки для подальшого візуального рішення. Якщо проєкт адресований людям, які цікавляться крафтовими виробами, персонажною скульптурою, творчими відео і нестандартним мерчем, то дизайн

має бути не корпоративно нейтральним, а емоційним, трохи космічним, яскравим, авторським. Саме тому в концепції доцільно використовувати темний фон, фіолетово-рожеві акценти, візуальну асоціацію з галактикою, округлі кнопки і великі ілюстративні блоки.

У межах першого розділу подано паспорт проєкту. Він фіксує тему, мету, об'єкт, аудиторію, потребу, майбутнє використання, виконавця, терміни, необхідні знання, матеріально-технічне забезпечення та очікувані результати. Такий паспорт є основою для логічного переходу до технічного завдання, тому що в ньому вже визначено, що саме потрібно зробити, для кого і навіщо.

Окремо варто підкреслити, що проблемно-цільовий етап у цьому проєкті пов'язаний із поведінкою реального користувача. Людина може побачити роботу MilkyClay у короткому відео, у стрічці соціальної мережі або на маркетплейсі. У цей момент її інтерес є дуже швидким і нестійким: якщо шлях до потрібної інформації занадто довгий, відвідувач просто переходить до іншого контенту. Тому сайт-агрегатор повинен скорочувати час між зацікавленням і дією. Це може бути підписка на YouTube, перехід до Etsy, перегляд TeePublic або звернення за приватним замовленням. Проблема полягає не в тому, що посилань немає, а в тому, що без єдиної сторінки вони розпорошені між різними платформами.

MilkyClay має специфічну образність, яка відрізняє його від нейтральних магазинів ручної роботи. У назві та візуальній подачі присутня асоціація з космосом, глиною, фантазійними персонажами, ручним процесом і невеликою авторською майстернею. Це означає, що проблемно-цільовий етап повинен враховувати не тільки функціональну мету, а й емоційний тон. Сайт має бути не просто зручним, а таким, що одразу занурює в атмосферу бренду. Для цього потрібно визначити, які візуальні елементи є ключовими: круглий знак, темний фон, світлі написи, яскраві кнопки, фото виробів і короткі тексти, які говорять із користувачем легко та живо.

Цільова аудиторія проєкту може бути поділена на кілька умовних груп. Перша група – глядачі творчого процесу, яким цікаво дивитися відео, навчатися або просто спостерігати за народженням персонажа з матеріалу. Друга група –

покупці, які шукають готові роботи або мерч. Третя група – люди, які хочуть замовити щось персональне. Четверта група – підписники, які підтримують автора у соціальних мережах. Для кожної групи сайт має дати швидку відповідь. Якщо людина шукає відео, вона не повинна спочатку читати довгий опис магазину. Якщо людина хоче купити, вона має одразу побачити магазинний напрям.

У проблемно-цільовому етапі також важливо передбачити майбутню змінність проєкту. Творчі бренди часто розвиваються нерівномірно: сьогодні головним напрямом може бути YouTube, завтра – Etsy, пізніше – Patreon або новий маркетплейс. Тому макет не повинен бути жорстко прив'язаним до одного сценарію. Він має дозволяти міняти порядок посилань, додавати нові кнопки, оновлювати фото та тексти, але не руйнувати основну композицію. Такий підхід робить проєкт живим і придатним до реального використання, а не тільки до навчальної демонстрації.

У проблемно-цільовому етапі підтверджується ще й тим, що соціальні мережі часто обмежують кількість посилань у профілі або змінюють правила показу контенту. Автор не може повністю покладатися на алгоритми, адже підписник може не побачити важливий допис або загубити сторінку магазину. Єдине посилання на MilkyClay дозволяє тримати основні напрями в одному місці. Таке рішення підсилює незалежність автора від окремих платформ і допомагає аудиторії швидше знаходити актуальні переходи.

Саме тому результатом першого етапу є не просто заповнена таблиця, а сформована логіка майбутнього продукту. Після аналізу стає зрозуміло, що MilkyClay потребує дизайну, який не ховає посилання за складною навігацією, не дублює функції повноцінного інтернет-магазину і не перетворюється на хаотичну галерею. Сторінка має бути компактною, емоційною, швидкою для зчитування, придатною для мобільного перегляду та достатньо гнучкою для подальшого оновлення.

ПАСПОРТ ПРОЄКТУ			Дата заняття 22.04.2026
№	Складові	Характеристика	Примітки
1.	Тема проєкту.	Розробка макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay. Тема обрана тому, що вона поєднує вебдизайн, графічну айдентику, навігацію та презентацію авторського творчого бренду. У межах проєкту розглядається не повноцінний багатосторінковий інтернет-магазин, а компактна сторінка, яка збирає всі важливі переходи в одному місці і водночас зберігає характер MilkyClay.	
2.	Мета проєкту.	Розробити макет дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay, який допоможе відвідувачеві швидко знайти соціальні мережі, відеоконтент, магазин, сторінки підтримки та можливість приватного замовлення. Мета полягає не тільки в естетичному оформленні сторінки, а й у створенні зрозумілої цифрової структури, де авторський стиль працює разом із практичною навігацією.	
3.	Об'єкт проєкту.	Макет дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay та його складові: головний екран, логотип, вступний текст, блоки посилань, тематичні зображення, кнопки переходу, соціальні мережі, магазинні напрями, фон, кольорова гама, шрифтове рішення, адаптивне представлення для мобільного перегляду.	
4.	Для кого призначається проєкт – цільова аудиторія?	Проєкт призначений для людей, які цікавляться авторськими виробами з полімерної глини, персонажною скульптурою, handmade-культурою, відео	

		про творчий процес, мерчем і нестандартними декоративними об'єктами. До цільової аудиторії можна віднести підписників автора в TikTok, Instagram, Facebook і YouTube; покупців Etsy та TeePublic; потенційних замовників персональних скульптур; глядачів, які випадково побачили роботу автора і хочуть перейти до інших платформ. Важливо, що ця аудиторія не є однорідною: частина людей шукає навчальні відео, частина – магазин, частина - соціальні мережі, а частина – спосіб підтримати автора. Саме тому дизайн має вести до різних дій, але не створювати хаосу.	
5.	Чи існує реальна потреба в ньому?	Так, реальна потреба існує, тому що творчий авторський бренд часто представлений відразу на кількох платформах. Без агрегатора користувач мусить окремо шукати YouTube, магазин, соціальні мережі або сторінку підтримки. Це збільшує кількість зайвих дій і зменшує шанс, що людина дійде до потрібного переходу. Сайт MilkyClay вирішує цю проблему, бо збирає цифрову присутність автора в одній точці. Крім того, сторінка допомагає не тільки знайти посилання, а й відчувати настрій бренду: космічність, яскравість, ігровість, трохи дивний і дуже авторський характер виробів.	
6.	Чи знайде проєкт своїх споживачів?	Проект може знайти своїх споживачів, оскільки він орієнтований на вже наявну і потенційну аудиторію MilkyClay. Сторінка буде корисною для підписників, які хочуть швидко перейти з соціальної мережі до магазину; для покупців, які хочуть переглянути більше робіт автора; для	

		глядачів, що шукають навчальний контент; для людей, які хочуть замовити персональну скульптуру. Сайт-агрегатор також може бути зручним для розміщення одного посилання в біографії соціальних мереж, де кількість активних посилань обмежена.	
7.	Як він в подальшому буде використовувати ся?	У подальшому макет може використовуватися як основа для реального сайту MilkyClay, як посилання в профілях соціальних мереж, як цифрова візитка автора, як навігаційний центр для магазинів і платформ підтримки. За потреби структуру можна розширити: додати нові розділи, оновити зображення, змінити порядок кнопок залежно від актуальних кампаній, додати сезонні пропозиції або нові магазини. Важливо, що базова логіка сторінки залишається простою: користувач заходить, бачить MilkyClay, обирає потрібний напрям і переходить далі.	
8.	Хто буде створювати проєкт?	Проект створює студент V курсу групи ІК-9-25-М1Дз-Н(1.6д) освітньої програми «Дизайн» Владислав Артеменко. У процесі роботи виконавець аналізує аналоги, формулює проблемно-цільовий етап, розробляє технічне завдання, описує практичну реалізацію та готує матеріали до презентації.	
9.	Послідовність та терміни виконання проєкту?	Проблемно-цільовий етап – 22.04.2026. Розробка технічного завдання – 29.04.2026. Практична реалізація – 06.05.2026-13.05.2026. Попередній перегляд – 20.05.2026. Загальна презентація проєктів – 27.05.2026. Така послідовність є логічною, тому що спочатку потрібно визначити проблему, мету та аудиторію, потім	

		описати вимоги до майбутнього макету, після цього перейти до візуального створення і лише потім презентувати результат.	
10.	Якими знаннями, вміннями та навичками необхідно володіти, а які здобути, щоб реалізувати даний проєкт?	Для реалізації проєкту потрібно володіти базовими знаннями з графічного дизайну, композиції, кольорознавства, типографіки, вебдизайну, UX/UI, роботи з цифровими зображеннями та підготовки макетів. Важливими є навички аналізу аналогів, побудови ієрархії, створення зрозумілих кнопок, роботи з контрастом, підбору шрифтів, адаптації макету до мобільного формату. У процесі виконання можна здобути глибше розуміння того, як маленька вебсторінка може одночасно бути і дизайнерським об'єктом, і практичним інструментом комунікації.	
11.	Яке матеріально-технічне забезпечення необхідне для реалізації запланованого?	Для реалізації запланованого потрібні комп'ютер або ноутбук, доступ до Інтернету, графічний редактор або сервіс для створення вебмакетів, браузер для перевірки сторінки, текстовий редактор Word для оформлення курсової роботи, зображення та графічні матеріали MilkyClay, шрифти, іконки соціальних мереж, ресурси для аналізу аналогів. Програми мають дозволяти працювати з шарами, кольорами, експортом у PNG/JPEG, редагуванням композиції та підготовкою матеріалів для подальшої презентації.	
12.	Яких результатів очікуєте від проєктної діяльності?	Очікуваний результат – цілісний макет дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay, який має впізнавану авторську атмосферу, зручну навігацію, зрозумілий набір посилань, якісно підібрані кольори,	

		читабельний текст, логічно розташовані зображення і можливість адаптивного використання. Також очікується отримання досвіду проєктного мислення: від формулювання потреби до опису практичної реалізації та захисту результату.	
--	--	---	--

Висновки до першого розділу

У першому розділі було розкрито проблемно-цільовий етап розробки макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay. У межах цього етапу було проведено початковий аналіз майбутнього проєкту та сформовано його загальну концепцію. Під час заповнення паспорта проєкту визначено тему, мету, об'єкт, аудиторію, реальну потребу, очікуваний спосіб використання, терміни виконання роботи, необхідні навички, матеріально-технічне забезпечення та кінцевий результат. Такий підхід дозволив ще на початковому рівні сформулювати чітке розуміння майбутнього сайту та його функціонального призначення. Важливо, що проєкт не розглядається як випадкова декоративна сторінка або формальний навчальний приклад. Його зміст безпосередньо пов'язаний із реальною комунікаційною задачею – об'єднати розрізнені платформи MilkyClay в одному зрозумілому, цілісному та зручному цифровому просторі.

Позитивним моментом цього етапу є те, що ще до створення технічного завдання була сформована головна логіка майбутнього макету та визначені його ключові принципи. Завдяки попередньому аналізу стало зрозуміло, яким саме має бути сайт не лише з технічної, а й з емоційно-візуальної точки зору. Сайт повинен бути коротким, виразним, емоційним і водночас максимально зручним для користувача. Основна увага приділяється швидкому сприйняттю інформації, простій навігації та візуальній цілісності сторінки. Також було враховано, що ресурс має працювати для різних груп користувачів: глядачів відеоконтенту, покупців товарів, підписників соціальних мереж, потенційних замовників і людей, які хочуть підтримати автора фінансово або інформаційно. Кожна з цих груп має власний сценарій взаємодії із сайтом, тому структура сторінки повинна

забезпечувати швидкий доступ до потрібної дії без перевантаження інтерфейсу зайвими елементами.

Завдяки такому аналізу подальша робота над проєктом стає більш послідовною та обґрунтованою. Дизайнер уже на ранньому етапі розуміє, які елементи є обов'язковими для функціонування сторінки, які можуть залишатися другорядними, а які лише створюватимуть інформаційне перевантаження та ускладнюватимуть сприйняття. Це дозволяє уникнути хаотичного додавання деталей і допомагає зберегти баланс між візуальною привабливістю та практичною зручністю. Крім того, попереднє визначення цілей та структури значно спрощує подальше створення композиції, вибір стилістики, кольорової гами та принципів взаємодії користувача з інтерфейсом.

Отже, проблемно-цільовий етап виконав роль фундаменту для всього проєкту та став основою подальшого процесу розробки. Він допоміг визначити не лише що саме створюється, а й для чого, для кого і яким має бути результат. Саме завдяки цьому проєкт отримав чіткий напрямок розвитку ще до початку безпосереднього створення макету. Це особливо важливо для вебдизайну, оскільки сучасний сайт не може оцінюватися виключно за зовнішньою красою або кількістю декоративних елементів. Його якість проявляється у тому, наскільки швидко користувач орієнтується на сторінці, розуміє її структуру, відчуває характер бренду та без зайвих труднощів знаходить потрібну дію чи платформу.

РОЗДІЛ II. РОЗРОБКА ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ ПО РОЗРОБЦІ МАКЕТУ ДИЗАЙНУ САЙТУ-АГРЕГАТОРА ПОСИЛАНЬ MILKYCLAY

Технічне завдання є другим ключовим етапом курсової роботи. Якщо проблемно-цільовий етап пояснює загальний сенс проєкту, то технічне завдання переводить задум у більш конкретні вимоги. У ньому потрібно описати, який саме варіант макету обрано, чому він є доречним, яку практичну користь має сайт, які елементи входять до його складу, якою буде кольорова гама, композиція, техніка виконання, які матеріали й програми потрібні, скільки часу займає робота і з яких етапів вона складається.

Для сайту-агрегатора посилань технічне завдання особливо важливе, тому що на перший погляд такий формат може здатися простим. Проте саме простота вимагає точності. На одній сторінці потрібно розташувати логотип, коротке привітання, головні переходи, додаткові соціальні кнопки, тематичні блоки з ілюстраціями, повернення назад, магазинні та контентні напрями. Якщо порядок елементів буде випадковим, користувач швидко втратить увагу. Якщо кольори не будуть узгоджені, сторінка здаватиметься зібраною з різних фрагментів. Якщо зображення будуть надто великими або дрібними, вони не підтримають загальну композицію.

При розробці технічного завдання для MilkyClay враховано, що сайт має авторський, крафтовий, візуально насичений характер. Тут доречні темний фон, яскраві космічні акценти, округлі елементи інтерфейсу, великі фото або ілюстрації виробів, прості кнопки і короткі підписи. У дизайні не варто використовувати надмірну кількість декоративних шрифтів, тому що основна інформація має бути прочитана швидко. Водночас сторінка не повинна бути занадто нейтральною, адже MilkyClay пов'язаний із фантазійними, інколи дивними, персонажними образами.

Аналіз аналогів показує, що сервіси Linktree, Beacons, Carrd і Bio Sites пропонують різні підходи до сторінок із посиланнями. Linktree робить акцент на дуже швидкому списку переходів; Beacons додає більше інструментів для автора

та монетизації; Carrd дозволяє створювати односторінкові сайти з ширшою свободою композиції; Bio Sites використовує простий формат мінісайту для соціальних мереж. Для MilkyClay доцільно не копіювати один із цих аналогів, а взяти сам принцип єдиного посилання та поєднати його з авторським візуальним образом.

У цьому розділі подано розгорнуте технічне завдання. Воно описує обґрунтування макету, конструювання, матеріально-технічне забезпечення, планування роботи та кошторис. Кожен пункт розкрито детально, щоб було видно, як загальна ідея перетворюється на конкретний план практичної реалізації.

Під час формування технічного завдання варто окремо звернути увагу на ієрархію кнопок. Не всі посилання мають однакову вагу. Основні комерційні та контентні напрями, наприклад YouTube, Etsy і TeePublic, доцільно показати вище або зробити помітнішими. Соціальні мережі, платформи підтримки та додаткові переходи можуть бути в другій групі. Такий порядок допомагає користувачеві не розгубитися і не сприймати сторінку як довгий випадковий список. Водночас жоден важливий напрям не повинен бути захований настільки глибоко, щоб його було складно знайти.

Вимоги до типографіки в цьому макеті пов'язані з короткими текстами. Сайт-агрегатор не призначений для великих статей, тому текст має бути лаконічним і зрозумілим. Привітання повинно створювати атмосферу, назви кнопок – одразу пояснювати напрям, а тексти в тематичних блоках - підсилювати мотивацію до переходу. Декоративні шрифти можна використовувати дуже обережно, тому що вони швидко погіршують читання на мобільному екрані. Основний шрифт має бути простим, контрастним і достатньо великим, щоб людина не збільшувала сторінку вручну.

Кольорове рішення потребує балансу між яскравістю та зручністю. Фіолетові й рожеві акценти добре підтримують образ MilkyClay, але їх не можна застосовувати без обмеження. Якщо весь екран буде однаково яскравим, користувач не зрозуміє, що є активним елементом, а що є фоном. Тому темний фон працює як спокійна основа, світлий текст забезпечує читабельність, а

насичені кольори виділяють кнопки, обводки та ключові деталі. Так створюється візуальна дисципліна, хоча сама атмосфера залишається фантазійною.

Окрема вимога стосується зображень. На сайті MilkyClay вони не є випадковою прикрасою, бо саме через фото виробів і процесу користувач розуміє, з яким типом творчості має справу. Зображення повинні бути достатньо великими, але не повинні витіснити навігацію. Якщо фото займає весь екран і кнопки губляться, сайт перестає виконувати роль агрегатора. Якщо зображення занадто дрібні, зникає емоційність. Технічне завдання має передбачати оптимальний розмір і пропорції карток, щоб візуальна частина підтримувала дію, а не замінювала її.

У технічному завданні важливо врахувати стани кнопок. Навіть якщо макет описується у статичному вигляді, майбутній сайт повинен мати зрозумілі інтерактивні ознаки: кнопка має виглядати натискною, посилання – активним, повернення назад – очевидним. Для цього можна використовувати обводку, зміну кольору при наведенні, тінь, легке збільшення або затемнення. Такі дрібні елементи підвищують довіру до інтерфейсу, тому що користувач краще розуміє, що на сторінці можна натискати.

Адаптивність є однією з головних вимог. Більшість користувачів переходить на такі сторінки зі смартфона, тому макет спершу має бути зручним у вузькому вертикальному форматі. На мобільному екрані варто уникати складних сіток, дрібних колонок і довгих рядків. Кнопки повинні мати достатню висоту, між ними потрібен видимий відступ, а логотип не має займати надто багато першого екрану. У настільній версії можна дати більше повітря і ширші блоки, але основна логіка повинна залишатися тією самою.

Технічне завдання також передбачає вимоги до оновлення. Якщо автор додає новий магазин або тимчасову кампанію, макет має прийняти новий елемент без повної перебудови. Для цього краще використовувати повторювані компоненти: кнопки одного типу, картки одного стилю, однакову систему відступів і зрозумілу кольорову схему. Такий компонентний підхід робить проєкт акуратним і полегшує майбутню роботу з ним.

У підсумку технічне завдання для MilkyClay описує не тільки видимий результат, а й правила, за якими цей результат повинен існувати. Воно допомагає контролювати якість макету: чи є сторінка цілісною, чи не губиться головна дія, чи достатній контраст, чи не перевантажені зображення, чи зберігається стиль бренду, чи можна адаптувати сторінку до телефону. Без такого опису практична частина могла б перетворитися на набір красивих, але не пов'язаних між собою рішень.

ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ ПРОЄКТУ Паспорт об'єкту проєктування Назва: Розробка макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay		
Вид діяльності	Пояснення (опис)	Примітки
I. Обґрунтування макету дизайну сайту та його складових	Вибір варіанту макету дизайну сайту та його складових: а) чому серед інших аналогів обраний саме такий варіант?	Серед різних варіантів вебсторінок обрано формат сайту-агрегатора посилань, тому що він найкраще відповідає потребам MilkyClay. Автор має декілька важливих напрямів: відео на YouTube, магазин Etsy, мерч на TeePublic, соціальні мережі, платформи підтримки і можливість приватного замовлення. Повноцінний багатосторінковий сайт міг би бути занадто громіздким для такого завдання, а звичайний список посилань не передав би творчий характер бренду. Обраний варіант поєднує компактність і образність: користувач бачить одну сторінку, але вона має візуальну атмосферу, власний логотип, тематичні зображення та зрозумілу структуру. Під час аналізу аналогів враховано, що популярні link-in-bio сервіси

		часто будуються за схемою «аватар – назва – кнопки». Для MilkyClay цю схему доцільно зробити більш образною: додати космічний настрій, використати фіолетово-рожеві акценти, залишити помітний логотип і зробити великі блоки для основних напрямів. Такий підхід допомагає відрізнити сайт від типових шаблонів і не втратити авторську індивідуальність.
	Практичне значення макету дизайну сайту та сфера його застосування: а) для чого розробляється макет дизайну сайту? б) де буде використовуватися реалізований макет дизайну сайту?	Макет розробляється для того, щоб створити єдину цифрову точку входу до MilkyClay. Він має допомагати відвідувачу швидко перейти до потрібної платформи, не витрачаючи час на пошук окремих профілів. Також макет виконує іміджеву функцію: він формує перше враження про бренд, показує його візуальний настрій і підкреслює, що MilkyClay є не випадковим набором акаунтів, а цілісним авторським проєктом. Реалізований макет може використовуватися як сайт за основним доменом, як посилання в описі профілю Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, як цифрова візитка для покупців Etsy, як сторінка для переходу до Patreon або Buy Me A Coffee. Крім того, його можна застосовувати під час презентації авторського портфоліо, в навчальних

		роботах із вебдизайну, в курсовому проєкті та у подальшому розвитку бренду.
II. Конструювання макету дизайну сайту та його складових	Ескізи макету дизайну сайту та його складових: а) графічні; б) кольорові.	Графічні ескізи передбачають побудову загальної схеми сторінки: верхня зона з логотипом і назвою, коротке привітання, основні кнопки посилань, додаткові соціальні переходи, тематичні сторінкові блоки та нижня частина. На етапі ескізування важливо визначити, де буде центр уваги, як користувач рухатиметься поглядом і які переходи мають бути першими. Кольорові ескізи передбачають перевірку темного фону, фіолетового і рожевого акцентів, світлого тексту та синіх допоміжних елементів. Кольори мають не просто подобатися, а працювати функціонально: створювати контраст, виділяти активні кнопки, підтримувати космічну атмосферу і не заважати читанню. У графічному макеті потрібно також перевірити, чи не губляться фото виробів на темному фоні, чи достатньо помітні кнопки та чи не перевантажений екран.
	Опис макету дизайну сайту та його складових: а) зовнішній вигляд;	а) Зовнішній вигляд макету будується навколо образу «галактики

		MilkyClay». На головному екрані розміщується круглий логотип у фіолетово-білій гамі, назва MilkyClay, коротке привітання та набір кнопок. Кнопки мають округлу форму, тому виглядають дружно і не суперечать пластичній темі полімерної глини. Для додаткових блоків використовуються великі зображення виробів або процесу створення.
	б) кольорова гама;	б) Кольорова гама складається з темного майже чорного фону, фіолетових, рожевих, синіх та світлих акцентів. Таке рішення підтримує космічну асоціацію і водночас дає достатній контраст. Світлий текст на темному фоні добре читається, а яскраві обводки кнопок допомагають швидко знаходити активні елементи.
	в) композиція;	в) Композиція є центральною і вертикальною. Основна інформація розміщується по осі сторінки, тому користувач не губиться. Найважливіші переходи знаходяться вище, а додаткові блоки можуть відкриватися або прокручуватися нижче. Така композиція зручна для мобільного перегляду, бо вона природно працює у форматі одного стовпця.
	г) відповідність вимогам.	г) Відповідність вимогам: - читабельність тексту; - помітність кнопок; - логічна навігація; - адаптивність для мобільного екрана;

		- збереження авторського стилю; - контраст між фоном і текстом; - можливість подальшого оновлення посилань.
	Техніки виконання макету дизайну сайту та його складових.	Для створення макету використовується цифрове компонування. Основою є робота з шарами, блоками, кнопками, текстом, зображеннями та кольоровими стилями. На етапі візуального рішення застосовується техніка підбору референсів, побудова сітки, розміщення елементів за ієрархією, перевірка контрасту, підготовка зображень до вебвикористання та адаптація композиції для мобільного формату. Технічно макет може створюватися у Figma, Photoshop, Illustrator або іншому зручному редакторі. Для реального вебвтілення потрібні HTML/CSS або конструктор, який дозволяє розміщувати блоки, задавати фон, підключати посилання і перевіряти відображення на різних екранах. У межах курсової роботи головний акцент зроблено на дизайнерському описі та логіці побудови макету.
III. Матеріально-технічне забезпечення	Матеріали, програми для практичної реалізації макету дизайну сайту та його складових.	- ноутбук Xiaomi MI Pro 14; - доступ до Інтернету; - браузер Google Chrome для перегляду та перевірки сторінки; - Word для оформлення текстової частини; - Photoshop для створення макету; - графічні матеріали MilkyClay;

		- логотип, зображення виробів, іконки соціальних мереж; - шрифти та кольорова палітра; - ресурси для аналізу аналогів; - презентаційний редактор для підготовки захисту.
	Вимоги до матеріалів та програм.	Програми мають дозволяти працювати з шарами, змінювати розмір і розташування елементів, експортувати зображення у форматах PNG або JPEG, перевіряти кольори, працювати з текстом і кнопками. Для графічних матеріалів важливо, щоб вони мали достатню якість, не розпадалися при збільшенні та відповідали стилю MilkyClay. Зображення повинні підтримувати загальну атмосферу сайту, а не виглядати випадковими вставками. Матеріали мають бути підготовлені так, щоб не перевантажувати сторінку. Для вебсередовища бажано використовувати оптимізовані файли, бо занадто важкі зображення можуть уповільнити завантаження. Шрифти мають бути читабельними, а іконки – зрозумілими без додаткового пояснення. Обов'язково потрібно перевірити роботу посилань, оскільки для сайту-агрегатора це є основною функцією.
IV. Планування процесу та термінів виготовлення	Технологічна послідовність виконання макету дизайну сайту та його складових.	- аналіз теми MilkyClay та визначення основної ідеї сайту; - перегляд аналогів сайтів-агрегаторів посилань; - складання списку обов'язкових посилань;

		- вибір структури головного екрана; - підбір кольорової гами; - підготовка логотипу та зображень; - створення графічного ескізу; - створення кольорового ескізу; - розробка кнопок і блоків; - перевірка читабельності тексту; - адаптація макету для мобільного перегляду; - внесення правок; - підготовка матеріалів для курсової роботи та презентації.
	Терміни.	Проблемно-цільовий етап – 22.04.2026. Технічне завдання – 29.04.2026. Підбір і систематизація матеріалів – 30.04.2026-05.05.2026. Практична реалізація макету – 06.05.2026-13.05.2026. Опис практичної реалізації – 14.05.2026-18.05.2026. Попередній перегляд – 20.05.2026. Підготовка презентації та доповіді – 21.05.2026-26.05.2026. Загальна презентація проєкту – 27.05.2026.
V. Кошторис проєкту	Вартість творчої концепції: Вартість роботи над ескізами: Вартість розробки складових дизайну сайту:	Вартість творчої концепції – 1200 грн. Вартість роботи над ескізами – 800 грн. Вартість розробки головного екрана – 1000 грн. Вартість розробки кнопок і навігації – 700 грн. Вартість підготовки кольорової гами та типографіки – 600 грн. Вартість розробки тематичних блоків – 1000 грн.

	Вартість роботи з правками: Вартість години Вашої роботи: Загальна вартість розробленого макету дизайну сайту та його складових:	Вартість адаптивного представлення – 800 грн. Вартість роботи з правками – 500 грн. Вартість години роботи – 300 грн. Орієнтовна загальна вартість розробленого макету дизайну сайту та його складових – 6600 грн. Кошторис є навчально-орієнтовним і потрібний для розуміння цінності дизайнерської праці. Він показує, що макет складається не лише з красивої картини, а з аналізу, структури, композиції, кольорів, підготовки матеріалів, перевірки зручності і правок.
--	--	--

Висновки до другого розділу

У другому розділі було розроблено технічне завдання для макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay. Саме цей етап став переходом від загальної ідеї проєкту до її конкретного практичного опрацювання. У технічному завданні визначено, чому для реалізації проєкту обраний саме формат агрегатора посилань, у чому полягає його практичне значення та які переваги він надає користувачам. Також було описано, які складові має включати майбутній макет, які графічні та кольорові рішення є найбільш доречними для стилістики MilkyClay, які матеріали та програмне забезпечення необхідні для виконання роботи, якою має бути технологічна послідовність створення макету та якою може бути орієнтовна вартість реалізації проєкту.

Під час розробки технічного завдання було враховано, що сайт MilkyClay повинен поєднувати дві важливі складові – функціональність та виражений авторський характер. Функціональність забезпечується завдяки логічній структурі сторінки, чіткій навігації, помітним кнопкам, простим переходам між

платформами та адаптивності для різних типів пристроїв. Важливо, щоб користувач міг швидко знайти потрібне посилання, не витрачаючи час на складний пошук чи зайві дії. Саме тому структура макету будується максимально зрозумілою та лаконічною, із чітким розподілом інформації та візуальними акцентами на основних елементах взаємодії.

Водночас авторський характер сайту формується через візуальну атмосферу та емоційне сприйняття сторінки. Для цього використовується космічна кольорова гама, круглий логотип, тематичні фотографії, емоційні назви блоків і загальне відчуття невеликої цифрової галактики, у межах якої об'єднані всі напрями діяльності MilkyClay. Такі рішення допомагають створити впізнаваний стиль і зробити сайт не просто технічним інструментом для переходу за посиланнями, а частиною творчого образу бренду. Завдяки цьому сторінка виконує не лише інформаційну, а й емоційну функцію, формуючи у користувача певне враження ще до взаємодії з окремими платформами.

Особливу увагу було приділено балансу між декоративністю та зручністю використання. Такий підхід дозволяє уникнути двох крайнощів: сухого шаблонного списку посилань без характеру та надто перевантаженого декоративного макету, у якому користувач губиться й не розуміє, куди саме потрібно натискати. У межах технічного завдання було визначено, що кожен візуальний елемент має не лише прикрашати сторінку, а й допомагати орієнтуванню, підтримувати стиль бренду та підсилювати загальну композицію. Завдяки цьому макет повинен залишатися водночас естетичним, сучасним і практичним у використанні.

Отже, технічне завдання стало важливим містком між початковою ідеєю та її практичною реалізацією. Воно дало можливість заздалегідь продумати вимоги до макету, описати його основні складові, визначити необхідні ресурси, етапи роботи та технологічну послідовність виконання. Крім того, технічне завдання допомогло сформулювати чітке бачення майбутнього результату ще до початку створення дизайну.

РОЗДІЛ III. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ МАКЕТУ ДИЗАЙНУ САЙТУ-АГРЕГАТОРА ПОСИЛАНЬ MILKYCLAY

Практична реалізація є етапом, на якому задум і технічне завдання переходять у візуальний результат. У межах курсової роботи практична частина не обмежується простим додаванням готових зображень. Її потрібно описати як процес: з чого починалася робота, які етапи були виконані, які рішення приймалися, чому обрано саме такий варіант композиції, як формувалися кольори, як розташовувалися кнопки, як перевірялася зрозумілість і як підсумковий макет відповідає початковій меті.

Для MilkyClay практична реалізація будується навколо реального сайту, який містить назву, привітання «Hello, you've just reached The MilkyClay Galaxy :)», головні переходи на YouTube, Etsy і TeePublic, додаткові посилання на TikTok, Instagram, Facebook, Buy Me A Coffee та Patreon, а також тематичні блоки «Join our cosmic party», «Bring dreams to Life» і «TeePublic». Така структура вже має чітку комунікаційну логіку. Завдання дизайнера полягає в тому, щоб пояснити, як ця логіка оформлена в макеті і чому саме вона може бути ефективною для аудиторії.

На практичному етапі найбільша складність полягає у поєднанні різних типів контенту. Логотип, кнопки, текст, фото виробів і магазинні посилання мають різну вагу. Якщо всі елементи зробити однаково активними, сторінка виглядатиме перенасиченою. Якщо, навпаки, усе надто спростити, зникне атмосфера MilkyClay. Тому потрібно було визначити головні і другорядні акценти: логотип і назва утворюють перше враження, кнопки виконують навігаційну роль, великі фото показують характер робіт, а короткі тексти пояснюють напрям дії.

Позитивним моментом практичної реалізації є те, що сайт-агрегатор дозволяє швидко побачити результат. На відміну від складної багатосторінкової системи, тут кожен елемент одразу впливає на сприйняття. Зміна кольору кнопки, відступу, розміру логотипу або порядку посилань відразу помітна. Це допомагає

краще зрозуміти принципи вебкомпозиції та навчитися працювати з ієрархією в умовах обмеженого простору.

Далі подано таблицю практичної реалізації. У ній зазначено послідовність виконання, зображення або схематичні матеріали етапу та характеристики процесу створення макету дизайну сайту.

У практичній частині важливо було зберегти зв'язок із реальним змістом сайту. MilkyClay не вигаданий абстрактний бренд, а сторінка з конкретними переходами та конкретним візуальним матеріалом. Тому при описі практичної реалізації враховано наявні блоки та зображення. Логотип працює як перший знак упізнавання, а тематичні фото показують полімерну глину, персонажів і товарний напрям. Це дозволяє говорити про макет як про дизайн, який спирається на фактичний контент, а не створює декоративну оболонку без наповнення.

Першим практичним рішенням стало виділення головного екрана. Саме він визначає, чи залишиться користувач на сторінці. На головному екрані не повинно бути занадто багато пояснень, тому що людина прийшла не читати опис бренду, а швидко перейти до потрібної платформи. Водночас повна відмова від атмосфери зробила б сторінку безликою. Тому оптимальним є поєднання логотипу, короткого привітання і групи кнопок, які одразу показують доступні напрями.

Під час роботи з кнопками було важливо зробити їх однаковими за принципом, але не повністю однаковими за сприйняттям. Основні переходи можуть мати яскравіший контур або більший візуальний акцент, а додаткові соціальні мережі – трохи спокійніший вигляд. Така система допомагає керувати увагою. Користувач не читає сторінку як документ, а сканує її очима, тому саме порядок, контраст і відступи підказують йому, що натискати першим.

Практичний етап також показав, що фон має значення не менше, ніж самі кнопки. Темний фон створює глибину, а в поєднанні з фіолетовими відтінками підтримує відчуття галактики. Проте фон не повинен бути занадто активним. Якщо на ньому багато деталей, кнопки і текст почнуть зливатися з декоративними елементами. Тому в макеті доречно використовувати м'які градієнти, легкі світлові плями або приглушені геометричні елементи, які не заважають навігації.

При опрацюванні тематичних блоків важливо було зберегти зрозумілу послідовність: користувач бачить назву блоку, зображення, короткий опис і кнопку переходу. Така схема повторюється, тому сторінка не змінює правила на кожному екрані. Повторюваність у цьому випадку не робить дизайн нудним, а навпаки додає йому передбачуваності. Коли людина один раз зрозуміла структуру блоку, наступні блоки зчитуються швидше.

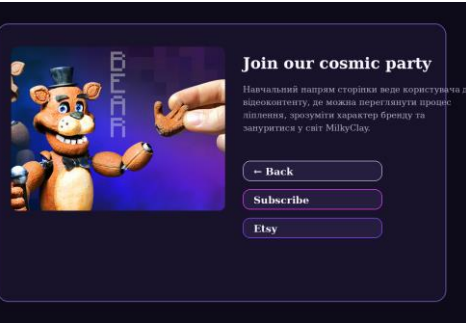
Окрему увагу було приділено мобільному представленню. У практичному описі показано, що для смартфона краще використовувати один стовпець. Широкі зображення можна обрізати або зменшити, кнопки розмістити вертикально, а довгі описи скоротити. Важливо, щоб перший екран не складався тільки з великого логотипу, бо тоді користувачеві доведеться прокручувати сторінку, щоб побачити самі посилання. Агрегатор повинен швидко відкривати дію, тому композиція має бути компактною.

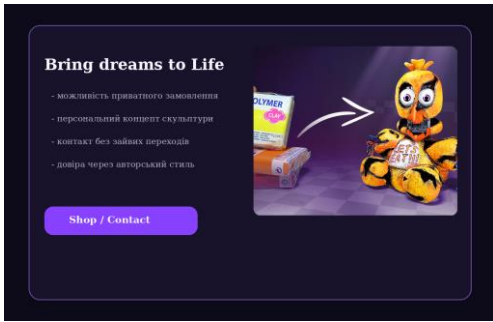
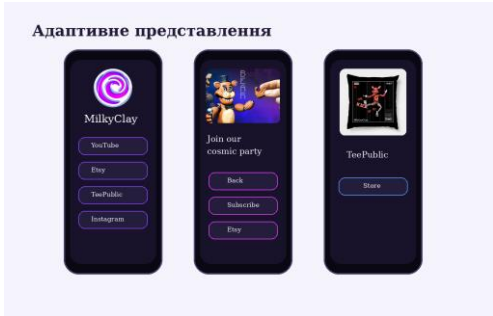
Практична реалізація також включає перевірку змістової відповідності. Якщо кнопка називається YouTube, вона має вести саме до відеонапрямку; якщо блок говорить про приватне замовлення, поруч має бути магазин або контакт; якщо користувач натискає Back, він має повернутися до загальної навігації. Такі речі здаються очевидними, але саме вони формують відчуття надійності сайту. Дизайн має не тільки приваблювати, а й підтверджувати очікування користувача.

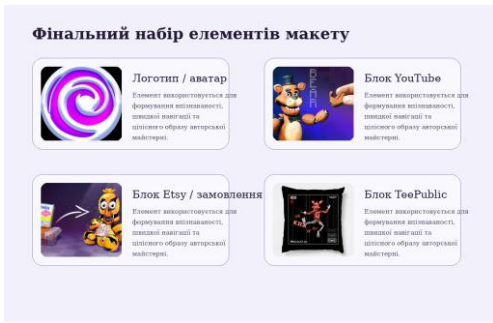
У результаті практична частина демонструє завершений підхід до проєктування. Вона описує не один фінальний екран, а шлях від аналізу до готової системи елементів. Макет MilkyClay можна розглядати як цифрову візитку, мініпортфолію, навігаційний центр і проміжний міст між соціальними мережами та магазином. Саме така багатофункціональність робить сайт-агрегатор корисним для авторського бренду.

№	Послідовність виконання (назва кожного етапу) макету дизайну сайту	Фото поетапного процесу створення та розробки макету дизайну сайту та його складових	Характеристика процесу створення макету дизайну сайту та його складових

	та його складових		
1.	Аналіз теми та визначення ідеї		На першому етапі було проаналізовано призначення сайту MilkyClay. Було визначено, що сторінка повинна працювати як агрегатор посилань і водночас передавати авторський характер бренду. Основна ідея сформульована як «маленька галактика MilkyClay», де різні платформи є окремими напрямками для користувача. Такий підхід дозволив не зводити макет до сухого переліку кнопок, а надати йому образної цілісності.
2.	Побудова структури сторінки		Після визначення ідеї було продумано структуру головного екрана. Верхня частина містить логотип, назву та коротке привітання. Нижче розташовуються основні кнопки, які ведуть до YouTube, Etsy, TeePublic та соціальних платформ. Структура зроблена вертикальною, щоб її було легко адаптувати до мобільного екрана. У центрі уваги залишається назва MilkyClay, а переходи розміщені так, щоб користувач міг обрати дію без довгого пошуку.

3.	Підбір кольорової гама та шрифтів	Кольорова гама та типографіка 	Кольорова гама була побудована на темному фоні, фіолетових, рожевих, синіх і світлих акцентах. Таке рішення підтримує космічну тему та добре поєднується з логотипом. Світлий текст використовується для читабельності, а яскраві контури кнопок – для акцентування переходів. Шрифтове рішення має бути простим і зрозумілим, тому декоративність переноситься не на текст, а на зображення, колір і загальний настрій сторінки.
4.	Опрацювання блоку YouTube		Блок «Join our cosmic party» показує навчальний і розважальний напрям сайту. Він веде користувача до відеоконтенту, де можна побачити процес ліплення і характер робіт MilkyClay. Для цього блоку важливо було обрати велике зображення, яке одразу демонструє ручну працю, персональність і яскравість виробів. Кнопка Subscribe має бути помітною, тому вона розміщується нижче пояснювального тексту як основна дія.
5.	Опрацювання блоку		Блок «Bring dreams to Life» розкриває можливість

	приватного замовлення	 Bring dreams to Life - можливість приватного замовлення - персональний концепт скульптури - контакт без зайвих переходів - довіра через авторський стиль Shop / Contact	індивідуального замовлення. У цьому місці дизайн повинен викликати довіру і водночас показувати свободу творчої роботи. Було важливо не перевантажити блок довгим текстом, а подати його через кілька коротких смислових пунктів: персональна ідея, авторська скульптура, прямий контакт і конфіденційність. Зображення з полімерною глиною підсилює зв'язок між матеріалом і готовим персонажем.
6.	Адаптація для мобільного перегляду	 Адаптивне представлення MilkyClay YouTube Buy TeePublic Instagram Join our cosmic party Back Subscribe Buy TeePublic Store	Оскільки сайт-агрегатор найчастіше відкривають із соціальних мереж, мобільний формат є обов'язковим. На цьому етапі перевірялося, як логотип, кнопки й тематичні блоки виглядають на вузькому екрані. Елементи розміщуються в один стовпець, кнопки мають достатню висоту для натискання, а текст залишається коротким. Адаптивність допомагає зберегти зручність навіть тоді, коли користувач переглядає сайт зі смартфона.

7.	Формування фінального набору елементів	На цьому етапі було зібрано основні елементи макету: логотип, головні кнопки, тематичні блоки, зображення виробів, магазинні переходи та соціальні посилання. Було перевірено, щоб кожен елемент мав зрозумілу роль. Логотип відповідає за впізнаваність, кнопки – за навігацію, зображення – за емоційність, тексти – за пояснення, а фон – за атмосферу. Такий набір елементів дає змогу сприймати сайт як єдиний цифровий продукт. 	
8.	Підготовка до презентації та опису результату	Фінальний етап передбачав підготовку матеріалів для курсової роботи та презентації. Було описано логіку макету, його складові, кольори, структуру, призначення блоків і очікуваний результат. Практична реалізація показала, що сайт MilkyClay може виконувати одночасно кілька функцій: бути цифровою візиткою, навігаційним центром, презентацією авторського стилю і входом до магазинів та соціальних платформ. 	

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було описано практичну реалізацію макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay. Робота починалася з аналізу теми та визначення основної ідеї проєкту, після чого було розглянуто структуру сторінки, кольорову гаму, шрифтове рішення, тематичні блоки, адаптивність і фінальний набір елементів. Особлива увага приділялася тому, щоб усі складові сторінки працювали як єдина система та підтримували загальний стиль бренду. У таблиці практичної реалізації показано, що кожний етап має власне значення і не є формальним повторенням попереднього. Кожна дія впливає на фінальний результат і допомагає поступово формувати цілісний та функціональний макет сайту.

Під час практичної частини було з'ясовано, що для такого типу сайту найбільш важливими є чітка візуальна ієрархія, компактність розташування елементів, помітні кнопки, емоційний візуальний образ і швидке завантаження змісту. Також важливу роль відіграє простота навігації, оскільки користувач повинен швидко розуміти структуру сторінки та без труднощів знаходити потрібний напрям. MilkyClay має багато різних напрямів діяльності, але вони не повинні конкурувати між собою або створювати відчуття перевантаження. Саме тому головна сторінка працює як розподільний центр: користувач спочатку бачить загальну атмосферу та стиль проєкту, а потім обирає конкретний шлях – відео, магазин, соціальну мережу, підтримку автора або приватне замовлення. Такий принцип побудови допомагає зробити взаємодію із сайтом більш зрозумілою та комфортною.

Отже, практична реалізація підтвердила, що сайт-агрегатор може бути повноцінним дизайнерським об'єктом, а не лише технічною сторінкою з набором посилань. Він має не лише функцію переходу за посиланнями, а й важливу візуально-комунікаційну роль. У випадку MilkyClay ця роль полягає у створенні невеликого, але впізнаваного цифрового простору, де авторський стиль, навігація та комерційні напрями поєднуються в одному цілісному макеті. Завдяки цьому

сайт формує впізнаваний образ бренду та допомагає об'єднати всі платформи MilkyClay у єдиному візуальному середовищі.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У курсовій роботі було досліджено, розроблено та описано макет дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay. Тема виявилася актуальною, оскільки сучасний авторський бренд потребує не тільки окремих соціальних мереж або магазинних сторінок, а й єдиного простору, який допомагає аудиторії швидко переходити між платформами. Для творчого проєкту така сторінка є цифровою візиткою, інструментом навігації, частиною айдентики та способом підтримки комунікації з потенційними покупцями.

У першому розділі було виконано проблемно-цільовий етап. Він дозволив визначити тему, мету, об'єкт, цільову аудиторію, реальну потребу, майбутнє використання, виконавця, терміни, необхідні знання, матеріально-технічне забезпечення та очікуваний результат. Було встановлено, що сайт MilkyClay потрібний для об'єднання різних платформ автора в одному зрозумілому місці. Це важливо для користувачів, які можуть приходити з різних каналів і мати різні наміри: переглянути відео, купити виріб, знайти соціальну мережу, підтримати автора або звернутися щодо індивідуального замовлення.

У другому розділі було розроблено технічне завдання. У ньому обґрунтовано вибір формату сайту-агрегатора, описано практичне значення макету, ескізи, зовнішній вигляд, кольорову гаму, композицію, відповідність вимогам, техніки виконання, матеріали, програми, вимоги до них, технологічну послідовність, терміни та кошторис. Завдяки цьому стало зрозуміло, що макет має бути не тільки красивим, а й зручним, адаптивним, читабельним, логічним і придатним до подальшого оновлення.

У третьому розділі було описано практичну реалізацію. Розглянуто аналіз теми, побудову структури, підбір кольорів, опрацювання головного екрана, блоку YouTube, блоку приватного замовлення, адаптацію для мобільного перегляду та підготовку фінального набору елементів. Практична частина показала, що навіть невеликий сайт може мати складну внутрішню логіку, якщо він виконує роль центрального вузла для кількох платформ.

У результаті виконання роботи було досягнуто поставленої мети: досліджено та розроблено макет дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay і розкрито його складові. Проєкт має практичну цінність, тому що може використовуватися як основа для реального сайту, як посилання в соціальних мережах, як презентаційний матеріал і як приклад проєктної діяльності у сфері вебдизайну. Він також демонструє, що графічний дизайн у цифровому середовищі потребує комплексного підходу: потрібно одночасно думати про емоцію, структуру, колір, текст, зображення, навігацію і користувацьку поведінку.

Під час роботи було підтверджено, що найкращий результат у вебдизайні виникає тоді, коли візуальна ідея не відокремлена від функції. У MilkyClay космічна, яскрава й трохи фантазійна атмосфера підтримує характер бренду, а проста вертикальна структура допомагає користувачеві швидко знайти потрібний шлях. Саме поєднання образності та зручності робить макет завершеним і придатним для подальшого розвитку.

Окремо слід зазначити, що виконання курсової роботи допомогло краще зрозуміти значення підготовчих етапів. Без проблемно-цільового аналізу було б складно пояснити, чому саме сайт-агрегатор є потрібним форматом. Без технічного завдання практична реалізація могла б залежати тільки від настрою або випадкових візуальних рішень. Послідовне проходження етапів зробило роботу більш контрольованою і дало можливість показати, що дизайн є не тільки творчим, а й проєктним процесом.

Практична частина показала, що навіть невелика сторінка потребує уважної роботи з деталями. Відступи, порядок кнопок, розмір логотипу, контраст тексту, якість зображень, назви блоків і поведінка мобільної версії безпосередньо впливають на сприйняття. Якщо ці елементи не узгоджені, користувач може не відчувати довіри до бренду або не знайти потрібне посилання. Якщо вони працюють разом, сторінка здається простою, але за цією простотою стоїть продумане дизайнерське рішення.

Таким чином, розробка макету дизайну сайту-агрегатора посилань MilkyClay є доцільною, актуальною та практично значущою. Проєкт може

розвиватися далі: у нього можна додати нові блоки, оновити візуальні матеріали, створити окремі сторінки для замовлень або розширити магазинну частину. Проте основа залишається стабільною: одна точка входу, впізнаваний образ, зрозумілі переходи і відчуття авторської галактики, у яку користувач потрапляє з першого екрану.

Розробка MilkyClay також показує важливість мови інтерфейсу. Короткі фрази на сторінці повинні звучати природно для аудиторії і не створювати відчуття офіційного каталогу. У цьому проєкті доречно залишати дружній, трохи фантазійний тон, адже він відповідає змісту творчості. Такий тон підтримує довіру: користувач розуміє, що за сторінкою стоїть жива авторська майстерня, а не безособова платформа. Водночас текст має залишатися достатньо ясным, щоб людина без пояснень розуміла, де відео, де магазин, де підтримка, а де приватне замовлення.

Ще одним важливим результатом є усвідомлення ролі візуальної економії. Для творчого бренду завжди є спокуса показати якомога більше фото, кольорів, персонажів і декоративних деталей. Але сайт-агрегатор має іншу задачу: він повинен направляти. Тому кожне зображення повинно підтримувати напрям, а не забирати всю увагу. Кожна кнопка має бути помітною, але не кричати окремо від інших. Кожний блок має мати власний сенс, але бути частиною спільної композиції. Саме ця стримана організація допомагає зробити сайт зручним без втрати авторської виразності.

У подальшій роботі над MilkyClay можна провести додаткове тестування з реальними користувачами. Наприклад, можна запропонувати кільком людям знайти YouTube, магазин Etsy, сторінку TeePublic або спосіб підтримати автора і зафіксувати, скільки часу вони витрачають. Такий простий тест покаже, чи правильно працює ієрархія. Якщо користувачі часто натискають не туди або не помічають важливий блок, макет потрібно доопрацювати. Отже, навіть після завершення курсової роботи проєкт може залишатися відкритим для вдосконалення, що є нормальним для вебдизайну.

Для подальшого вдосконалення макету можна продумати систему мікроанімацій. Вони не повинні відволікати, але можуть м'яко підкреслювати активність кнопок, появу тематичних блоків або зміну стану при наведенні. Для бренду MilkyClay це було б доречно, тому що сама ідея галактики передбачає рух, світіння, появу нових елементів. Однак такі ефекти мають залишатися допоміжними. Якщо анімація уповільнює сторінку або заважає натисканню, вона шкодить основній функції агрегатора. Тому будь-яке декоративне рішення потрібно перевіряти через питання: чи допомагає воно користувачу швидше зрозуміти сторінку.

Також перспективним напрямом є розробка більш детальної системи карток для різних типів посилань. Наприклад, магазинні переходи можуть мати один формат, соціальні мережі – інший, а платформи підтримки – третій. Така система дозволить користувачеві швидше розрізняти типи дій. Водночас усі картки повинні залишатися частиною одного стилю: мати спільні радіуси, відступи, кольорову логіку та однакову якість іконок. Це допоможе зберегти цілісність навіть тоді, коли кількість посилань збільшиться.

У межах навчальної роботи особливо важливо показати, що вебдизайн не обмежується роботою з красою. Дизайнер має думати про сценарій користувача, порядок перегляду, доступність, швидкість зчитування, зміст кнопок і подальшу підтримку сторінки. Якщо сайт виглядає ефектно, але людина не може знайти магазин або кнопку підписки, такий дизайн не виконує свою задачу. У MilkyClay основна дизайнерська цінність полягає саме в тому, що емоційний образ поєднується з дуже простою практичною дією.

Значення кольору в проєкті виходить за межі декоративності. Темний фон створює основу для галактичного образу, фіолетові та рожеві акценти формують впізнаваність, а світлий текст забезпечує читання. Якщо змінити цю систему на випадкові кольори, сайт втратить характер. Тому кольорова гама є частиною айдентики. Вона працює так само, як логотип або назва, і допомагає відвідувачу запам'ятати сторінку. У подальшому цю палітру можна використовувати також у презентаціях, банерах, обкладинках відео або магазинних матеріалах.

Композиція макету також має практичну роль. Центральна вертикальна структура зручна для мобільного перегляду, а саме мобільний сценарій є найімовірнішим для сторінки з посиланнями. Користувач відкриває сторінку зі смартфона, швидко сканує перший екран і натискає потрібну кнопку. Через це надмірно складна композиція була б невиправданою. У MilkyClay краще працює простий порядок: знак, назва, коротке привітання, головні посилання, тематичні блоки. Така послідовність відповідає природному руху погляду зверху вниз.

У роботі над MilkyClay можна побачити, як важливо розділяти головний і другорядний контент. Не кожне посилання потрібно робити однаково великим. Якщо YouTube, Etsy, TeePublic, TikTok, Instagram, Facebook, Buy Me A Coffee та Patreon показати з однаковим акцентом, користувачеві буде складніше визначити пріоритет. Дизайн має делікатно підказувати, які дії є основними, а які допоміжними. Це робиться через розмір, порядок, колір, відступи та текстові пояснення.

Курсова робота також підтвердила, що опис практичної частини є не менш важливим, ніж сам макет. Коли дизайнер описує власні рішення, він краще розуміє їхню причину. Наприклад, можна не просто написати, що використано темний фон, а пояснити, чому він відповідає галактичному настрою і підсилює світлі кнопки. Можна не просто зазначити наявність зображень, а довести, що вони пояснюють матеріал, процес і тип виробів. Такий опис робить роботу більш переконливою.

Підсумовуючи, макет MilkyClay може бути оцінений як завершений навчально-практичний продукт, який має чітку тему, мету, структуру, технічне обґрунтування та практичне втілення. Він відповідає вимогам проєктної діяльності, бо проходить шлях від проблеми до результату. Сайт може бути використаний у реальному цифровому середовищі, а його подальший розвиток може стосуватися анімації, нових блоків, тестування з аудиторією, оптимізації зображень і розширення комерційних можливостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Apple. .Human Interface Guidelines. *Apple Developer*. URL: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines> (дата звернення: 06.05.2026).
2. Beacons. All-in-One Creator Platform. *Beacons*. URL: <https://beacons.ai/> (дата звернення: 06.05.2026).
3. Bio Sites by Squarespace. «Free Link in Bio Tool» *Bio Sites*. URL: <https://biosites.com/> (дата звернення: 06.05.2026).
4. Bradley S. Design Principles: Visual Perception And The Principles Of Gestalt. *Smashing Magazine*. URL: <https://www.smashingmagazine.com/2014/03/design-principles-visual-perception-and-the-principles-of-gestalt/> (дата звернення: 06.05.2026).
5. Building a site or page for your link in bio. *Squarespace Help Center*. URL: <https://support.squarespace.com/hc/en-us/articles/6480636855053-Building-a-site-or-page-for-your-link-in-bio> (дата звернення: 06.05.2026).
6. Carrd. Simple, free, fully responsive one-page sites. *Carrd*. URL: <https://carrd.co/> (дата звернення: 06.05.2026).
7. Create and use variants. *Figma Help Center*. URL: <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/360056440594-Create-and-use-variants> (дата звернення: 06.05.2026).
8. CSS: Cascading Style Sheets. *MDN Web Docs*. URL: <https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS> (дата звернення: 06.05.2026).
9. Google. Material Design 3. *Material Design*. URL: <https://m3.material.io/> (дата звернення: 06.05.2026).
10. Google. Material Design 3. Color overview. *Material Design*. URL: <https://m3.material.io/styles/color/overview> (дата звернення: 06.05.2026).
11. Guide to components in Figma. *Figma Help Center*. URL: <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/360038662654-Guide-to-components-in-Figma> (дата звернення: 06.05.2026).

12. Krug S. Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. 3rd ed. Berkeley: New Riders, 2014. 216 p.
13. Lidwell W., Holden K., Butler J. Universal Principles of Design. Beverly: Rockport Publishers, 2010. 272 p.
14. Linktree. Link in bio tool. *Linktree*. URL: <https://linktr.ee/> (дата звернення: 06.05.2026).
15. MilkyClay. Official Website. *MilkyClay*. URL: <https://milkyclay.com/> (дата звернення: 06.05.2026).
16. Mobile UX: Study Guide. *Nielsen Norman Group*. URL: <https://www.nngroup.com/articles/mobile-ux-study-guide/> (дата звернення: 06.05.2026).
17. Mobile Web Best Practices 1.0. W3C. URL: <https://www.w3.org/TR/mobile-bp/> (дата звернення: 06.05.2026).
18. Moran K. The Four Dimensions of Tone of Voice. *Nielsen Norman Group*. URL: <https://www.nngroup.com/articles/tone-of-voice-dimensions/> (дата звернення: 06.05.2026).
19. Navigation Menus: 5 Tips to Make Them Visible. *Nielsen Norman Group*. URL: <https://www.nngroup.com/videos/navigation-menu-visibility/> (дата звернення: 06.05.2026).
20. Nielsen J. 10 Usability Heuristics for User Interface Design. *Nielsen Norman Group*. URL: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/> (дата звернення: 06.05.2026).
21. Norman D. The Design of Everyday Things. Revised and expanded edition. New York: Basic Books, 2013. 368 p.
22. Pernice K. UX Prototypes: Low Fidelity vs. High Fidelity. *Nielsen Norman Group*. URL: <https://www.nngroup.com/articles/ux-prototype-hi-lo-fidelity/> (дата звернення: 06.05.2026).
23. Preece J., Rogers Y., Sharp H. Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. 5th ed. Hoboken: Wiley, 2019. 656 p.

24. Responsive web design. *MDN Web Docs*. URL: https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Learn_web_development/Core/CSS_layout/Responsive_Design (дата звернення: 06.05.2026).
25. Tidwell J., Brewer C., Valencia A. *Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design*. 3rd ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2020. 600 p.
26. Tondreau B. *Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids*. Beverly: Rockport Publishers, 2019. 208 p.
27. The color system. *Material Design*. URL: <https://m2.material.io/design/color/the-color-system.html> (дата звернення: 06.05.2026).
28. User Experience (UX) Design. *Interaction Design Foundation*. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design> (дата звернення: 06.05.2026).
29. Williams R. *The Non-Designer's Design Book*. 4th ed. Berkeley: Peachpit Press, 2014. 240 p.
30. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2. W3C. URL: <https://www.w3.org/TR/WCAG22/> (дата звернення: 06.05.2026).