



Приватний заклад вищої освіти
Одеський технологічний університет «ШАГ»
Кафедра інформаційних технологій та фундаментальної підготовки

Випускна кваліфікаційна робота

**ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДТРИМКИ РАНЖОВАНОГО
УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ЗАДАЧАМИ (за прикладом сервісу Notion)**

на здобуття бакалаврського рівня вищої освіти
зі спеціальності «122 Комп'ютерні науки»

Виконавці проєкту:

№ з/п	ПІБ	Роль у проєкті	Група
1	Величко В.	Дизайнер	КН-Д-201
2	Червона А.	Дизайнер	КН-Д-201
3	Котліков А.	Front-End розробник	КН-П-201
4	Боярчук Б.	Back-End розробник	КН-П-201

Автор звіту: Величко Владислав Михайлович

Ментори:

№ з/п	ПІБ, посада	Напрямок
1	Судавная Т. О.	Графічний дизайн
2	Черкизян К.	Розробка ПЗ

Одеса 2024 р

АНОТАЦІЯ

Основною метою нашого проекту є створення візуальної частини продукту "imgriff", який надає користувачам простір для керування знаннями, ефективної організації роботи та часу користувача. Натхненний функціональністю Notion, "imgriff" орієнтований на задоволення потреб різних цільових груп, таких як студенти, фрілансери та професійні команди.

У процесі розробки я ретельно вивчив схожі продукти, щоб зрозуміти ринок, знайти унікальні можливості розвитку та залучення користувачів. Я визначив ключові потреби цільових груп та розробив карти емпатій та шляхи клієнта (CJM), що дозволило створити інтуїтивний та зручний інтерфейс.

Головною метою було створення продукту з унікальним дизайном, який би відповідав сучасним стандартам UX/UI та задовольняв потреби користувачів. В своїй роботі я керувався передовими дизайн-принципами та рекомендаціями з огляду на особливості різних платформ та пристроїв. Особливу увагу приділено зручності використання та візуальної привабливості інтерфейсу, щоб користувачі могли легко та ефективно виконувати свої завдання.

Під час виконання дипломної роботи я провів такі дослідження:

- Розуміння користувачів: Дослідження дозволили мені з'ясувати потреби, цінності та поведінку користувачів, що дало унікальні інсайти про їхні вимоги, проблеми та очікування.
- Цільова аудиторія: Розуміння цільової аудиторії допомогло створити дизайн, що відповідає потребам та очікуванням різних груп користувачів. Я врахував професійні характеристики та уподобання.
- Інтуїтивний та простий інтерфейс: Я створив інтерфейс, який легко зрозуміти та використовувати, мінімізуючи кількість кроків та складність взаємодії з додатком.
- Для розробки дизайну "imgriff" використовувалися такі програми як Figma, Illustrator та Procreate. Під час створення дизайну я керувався правилами колористики, проектування інтерфейсів та принципів користувацького досвіду.

Таким чином, "imgriff" є сучасним та зручним інструментом, створеним з урахуванням потреб користувачів та сучасних стандартів дизайну, що дозволяє йому успішно конкурувати на ринку та задовольняти очікування цільових груп.

ЗМІСТ

Преамбула _____	4
Мета проєкту _____	5
Місія, назва продукту _____	7
Цільові групи _____	8
Карти емпатій цільових груп _____	11
Customer Journey Mapping (CJM) _____ 13	
Опис розробки _____	15
Критичний самоаналіз та висновки _____	23
Перелік використаних технологій _____	24
Перелік використаних джерел _____	25

Преамбула

В сучасних умовах інформаційного навантаження та високих вимог до продуктивності важливим аспектом успішної роботи є ефективне управління знаннями та організацією роботи та навчання. Продукт "imgriff", розроблений на основі філософії та функціональності Notion, спрямований на створення універсального інструменту, який допоможе користувачам систематизувати свої ідеї, проекти та завдання, забезпечуючи зручний та інтуїтивно зрозумілий робочий простір.

Метою даного проекту є створення інноваційного дизайну для "imgriff", що враховує потреби різних цільових груп, таких як студенти, фрілансери та професійні команди. У процесі розробки особливу увагу приділено дослідженням користувачів, створенню карт емпатій та Customer Journey Mapping (CJM), що дозволяє глибше зрозуміти потреби та поведінку користувачів, а також оптимізувати їхній досвід взаємодії з продуктом.

Проект "imgriff" спрямований на досягнення високої задоволеності користувачів, підвищення їхньої продуктивності та створення ефективного робочого простору. Дана робота є детальним дослідженням дизайнерської частини продукту, включаючи аналіз потреб користувачів, розробку прототипів, а також формування рекомендацій для подальшого розвитку продукту.

Представлений автореферат відображає основні етапи та результати роботи, підкреслюючи значущість використання карт емпатій та CJM у процесі створення продукту, орієнтованого на користувачів. "imgriff" - це крок до нових стандартів управління знаннями та організації роботи, здатний задовольнити вимоги сучасного ринку та надати користувачам інструменти для досягнення їхньої мети.

Мета проєкту

1. Загальний опис

Продукт "imgriff" призначений для створення системи, що дозволяє управляти бізнес-процесами з погляду менеджменту, адміністрування та документування. Система має забезпечувати повний життєвий цикл управління контентом: створення, актуалізація, модифікація та знищення, а також встановлення скорингових параметрів (оцінок) наявного контенту. Головна особливість системи – різні засоби візуалізації даних та ведення дискусій у рамках окремого бізнес-завдання.

2. Вимоги до дизайну

2.1. Головна сторінка

Мета: Популяризація системи та демонстрація ключових показників.

Елементи:

Загальна кількість користувачів та інформаційних одиниць.

Вибірка популярного контенту та нових повідомлень.

Зовнішня реклама

Пошук контенту за допомогою семантичного аналізу.

Особливості: Обмеження функцій для незареєстрованих користувачів (тільки перегляд та пошук).

2.2. Реєстрація користувачів

Функціонал:

Реєстрація за допомогою логіну/телефону/e-mail/паролю

Верифікація контактних даних (телефон, електронна пошта).

Відновлення пароля через телефон або електронна пошта.

Підтримка реєстрації менеджерів та адміністраторів.

Особливості: Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс процесу реєстрації та верифікації.

2.3. Особисті кабінети користувачів

Базова функціональність:

Управління даними та метаданими (нотатки, ресурси, завдання).

Створення, редагування, видалення, перегляд контенту.

Особливості: Зручний та адаптивний інтерфейс, який підтримує різні пристрої (мобільні, планшети, ПК).

3. Вимоги до візуального стилю

Колірна схема: Використання аналогічних кольорів для створення гармонійного інтерфейсу.

Шрифти: Приємні та читані шрифти, що забезпечують легкість сприйняття інформації.

Іконки та графічні елементи: Інтуїтивно зрозумілі та підтримують загальний стиль продукту.

Адаптивність: Підтримка різних роздільних здатностей екранів та пристроїв.

4. Інструменти для розробки дизайну

Програми: Figma, Illustrator, Procreate.

Методології: Використання принципів колористики, UX/UI рекомендацій та кращих практик проектування інтерфейсів.

5. Дослідження та тестування

Розуміння користувачів: Аналіз потреб, цінностей та поведінки цільових груп.

Тестування прототипів: Збір зворотного зв'язку та внесення змін на основі результатів тестування.

Юзабіліті-тести: Перевірка зручності використання інтерфейсу.

Висновок

Технічне завдання для дизайнерів продукту "imgriff" спрямоване на створення інтуїтивного, функціонального та візуально привабливого інтерфейсу, який задовольнить потреби різних цільових груп та допоможе користувачам ефективно керувати своїми завданнями та проектами.

Місія, назва продукту

Місія продукту

Місія "imgriff" полягає у наданні користувачам ефективного та зручного інструменту для управління знаннями, організації роботи та покращення співпраці. Ми прагнемо допомогти людям систематизувати свої ідеї, проекти та завдання, створюючи гармонійний та продуктивний робочий простір.

Мета розробки

Мета розробки "imgriff" - створити інтуїтивний та багатофункціональний продукт, який задовольнятиме потреби різних цільових груп, таких як студенти, фрілансери та професійні команди. Ми прагнемо забезпечити високий рівень користувацького досвіду та запропонувати унікальні рішення для покращення повсякденної роботи та взаємодії.

Назва "imgriff"

Назва "imgriff" (німецька) перекладається як "під контролем". Воно відображає основну ідею нашого продукту – допомогти користувачам тримати всі свої проекти та завдання під контролем, створюючи впорядкований та керований робочий простір. Назва підкреслює надійність і функціональність продукту, наголошуючи на його здатності підтримувати користувачів у досягненні їх цілей.

Цільові групи

В умовах сучасного ринку, насиченого різноманітними продуктами та послугами, ключовим фактором успіху будь-якого проекту є точне, детальне визначення та виділення цільових груп. Цільові групи являють собою сегменти користувачів, для яких продукт створюється та оптимізується. Вони визначають напрямок розробки, маркетингових стратегій та подальшої підтримки продукту.

Важливість виділення цільових груп.

Виділення цільових груп – це перший крок до створення продукту, який справді задовольняє потреби користувачів. Розуміння того, хто використовуватиме продукт, дозволяє:

- ***Зосередитися на потребах та болях користувачів:*** Чітко визначивши цільові групи, ми можемо краще зрозуміти їхні потреби, очікування та проблеми, з якими вони стикаються. Це знання дозволяє нам розробляти функції та рішення, які дійсно потрібні.
- ***Оптимізувати ресурси:*** Розробка продукту, орієнтованого на всіх і одночасно, веде до розпорошення ресурсів та зниження якості кінцевого результату. Фокусування на конкретних цільових групах дозволяє раціональніше використовувати час, зусилля та фінансові ресурси.
- ***Поліпшити досвід користувача (UX):*** Вивчення поведінки та переваг цільових груп допомагає створити інтуїтивно зрозумілий інтерфейс і зручну навігацію, що значно підвищує задоволеність користувачів та їх лояльність.
- ***Ефективніше просувати продукт:*** Маркетингові кампанії, орієнтовані на конкретні сегменти користувачів, результативніші, що в свою чергу, дозволяє оптимізувати маркетинговий бюджет та тим самим збільшити прибутковість проекту. Ми можемо створювати точкові рекламні повідомлення, які краще резонують із цільовою аудиторією.

Вплив на роботу та ефективність.

Визначення цільових груп значно впливає на різні аспекти роботи та ефективності продукту:

Розробка та дизайн: Інформація про цільові групи впливає на вибір функцій, дизайн інтерфейсу та загальну архітектуру продукту. Наприклад, для професіоналів та команд акцент робиться на інструменти для покращення управління проектами, тоді як для студентів важлива можливість ефективно організовувати навчальний процес.

Маркетингова стратегія: Розуміння цільових груп дозволяє створювати таргетовані маркетингові кампанії, вибирати найбільш ефективні канали просування та формувати рекламні повідомлення, які точно відповідають очікуванням та потребам аудиторії.

Підтримка та супровід: Знання цільових груп допомагає організувати технічну підтримку та навчальні матеріали, які відповідають рівню підготовки та потребам користувачів.

Розвиток продукту: Відгуки та пропозиції, які від цільових груп, стають основою для планування подальшого розвитку продукту. Регулярна взаємодія з користувачами дозволяє виявляти нові потреби та своєчасно впроваджувати покращення.

Цільові групи відіграють важливу роль на всіх етапах життєвого циклу продукту, а саме: на етапі початкової розробки та тестування, на етапі розробки та впровадження маркетингових кампаній, під час підтримки продукту та його подальшого розвитку, а також при аналізі та оцінці ефективності.

На закінчення, виділення та визначення цільових груп є критично важливим елементом успішної розробки та просування продукту. Це дозволяє створювати рішення, які дійсно корисні та затребувані, оптимізувати використання ресурсів та підвищувати задоволеність користувачів, що зрештою веде до довгострокового успіху на ринку.

Для продукту «*imgriff*» я виділив 3 основні цільові групи користувачів:

1. Професіонали та команди

Потреби:

- Ефективне управління проектами та завданнями.
- Спільна робота та комунікація всередині команди.
- Зберігання та структурування інформації.

Способи використання:

- Створення та управління проектами, завданнями, дедлайнами.
- Використання канбан-дошок та календарів для відстеження прогресу.

2. Студенти

Потреби:

- Організація навчальних матеріалів та планів занять.
- Легкість у використанні та доступ з різних пристроїв.
- Ведення дослідницьких даних та нотаток.
- Підтримка візуалізації та структурування інформації.

Способи використання:

- Особисте планування: організація розкладу занять, дедлайнів, іспитів та інших навчальних заходів.
- Створення та організація навчальних матеріалів (нотатки, розклади, списки завдань).
- Планування та управління навчальними проектами, відстежуючи прогрес, встановлюючи терміни та делегуючи завдання.

3. Фрілансери та індивідуальні користувачі

Потреби:

- Гнучкість в управлінні завданнями та проектами.
- Можливість персоналізації та адаптації інструменту під свої потреби.
- Легкість у використанні та доступність на різних платформах.
- Зберігання та структурування особистих нотаток та інформації.

Способи використання:

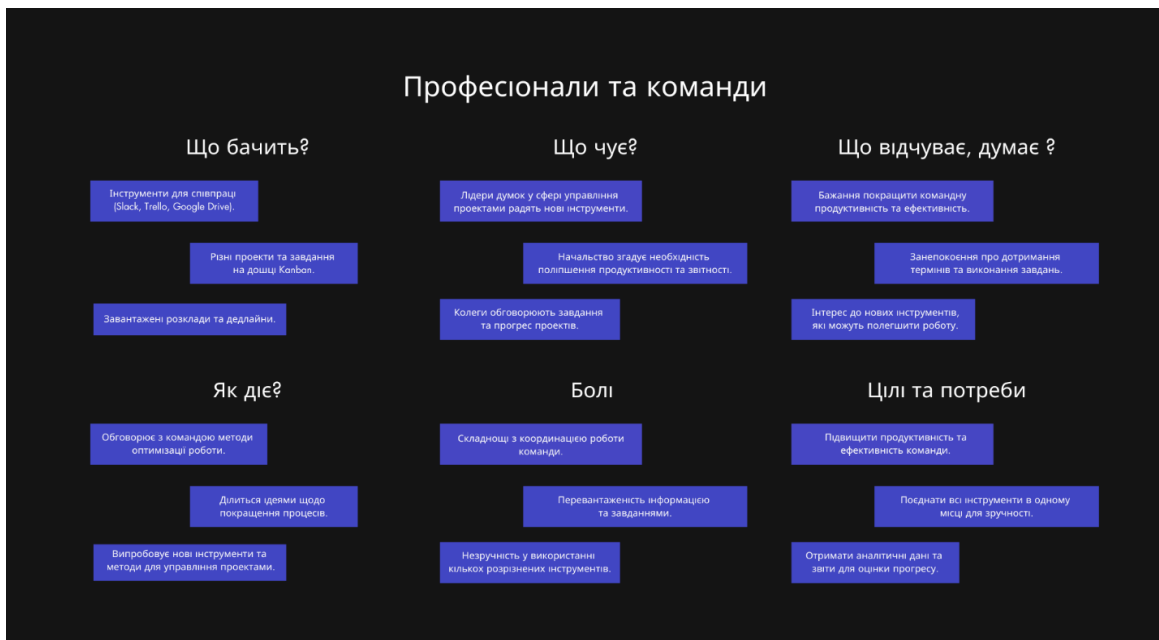
- Управління проектами: створення та управління особистими та клієнтськими проектами, відстеження часу та прогресу.
- Персональні нотатки: ведення щоденників, списків справ, ідей та нотаток.

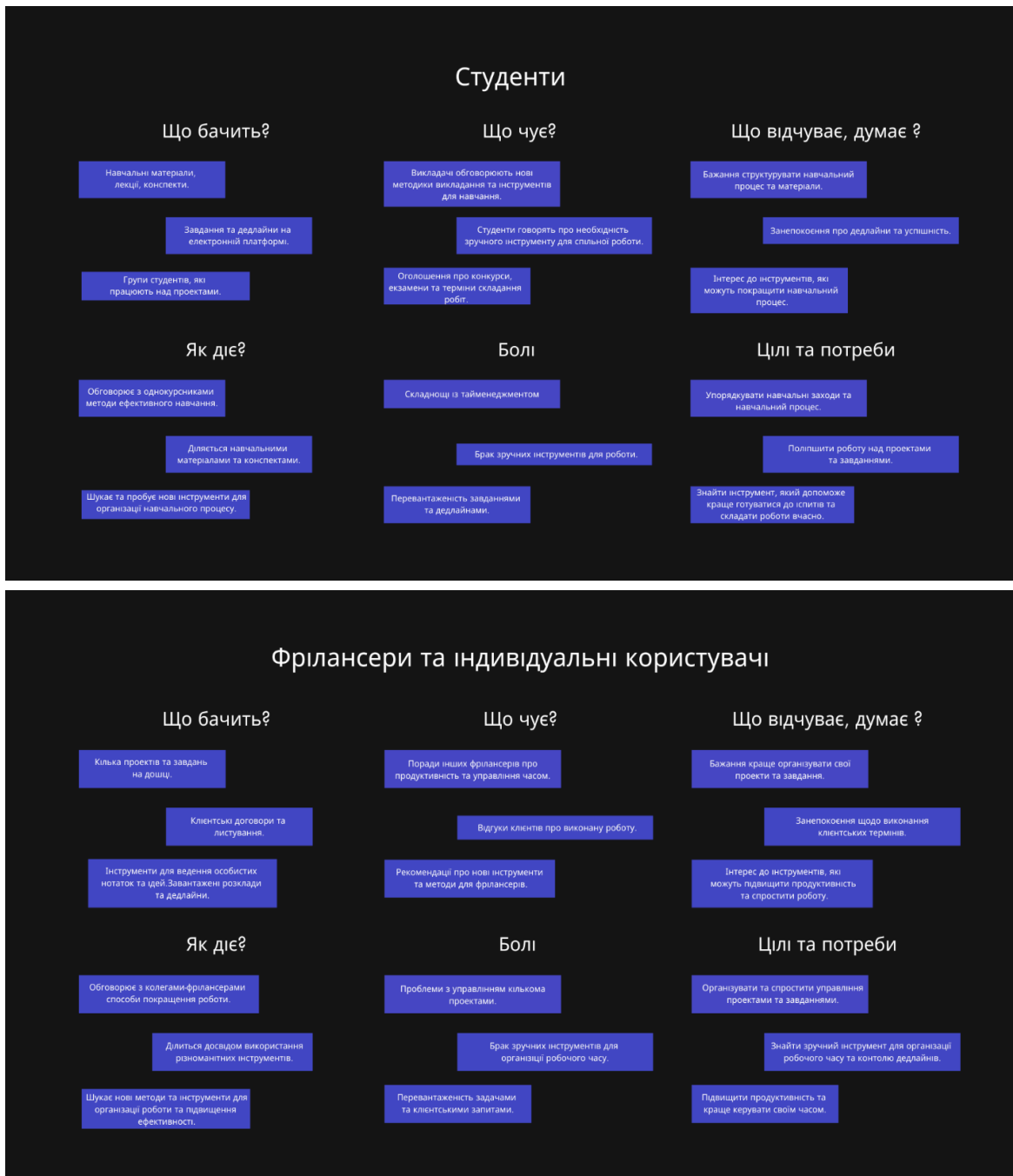
Карти емпатії цільових груп

У сучасному конкурентному ринку створення успішного продукту потребує глибоке розуміння потреб, емоцій та поведінки цільових користувачів. Розробка карти емпатії цільових груп - це ключовий етап, що дозволяє максимально точно налаштувати продукт для задоволення цих потреб.

Створення карт емпатії дозволяє розробникам та дизайнерам отримати всебічне уявлення про цільові групи, допомагає створити детальні образи типових представників цільових груп, виявляє приховані потреби та біль користувачів та служить загальним орієнтиром всім членам команди.

Карти емпатії цільових груп «imgriff» виглядають наступним чином:





Основною метою створення та використання карт емпатії є:

- Створення затребуваного продукту: Продукт, створений з урахуванням деталізованих карт емпатії, краще задовольняти потреби цільових груп, що підвищить його затребуваність і конкурентоспроможність над ринком.
- Поліпшення користувацького досвіду (UX): Глибоке розуміння думок, емоцій та поведінки користувачів дозволяє створювати більш інтуїтивні та зручніші інтерфейси, що значно покращує загальний досвід користувача.
- Збільшення лояльності користувачів: Продукт, який відповідає на реальні проблеми та очікування користувачів, викликає більшу довіру

та задоволення, що сприяє формуванню лояльності та збільшенню кількості постійних клієнтів.

- Зниження ризику відмови від продукту: Знання болю та труднощів користувачів дозволяє заздалегідь передбачати потенційні проблеми та усувати їх до запуску продукту, знижуючи ризик відтоку користувачів.
- Ефективний розвиток продукту: Карта емпатії є основою для подальших поліпшень та розвитку продукту. Постійне оновлення картки з урахуванням нових даних і відгуків користувачів дозволяє своєчасно вносити зміни та адаптуватися до потреб ринку, що змінюються.

Customer Journey Mapping (CJM)

Розуміння шляху, який проходить клієнт від усвідомлення своїх потреб до повторних покупок, є ключовим чинником успіху. Customer Journey Mapping (CJM) – це метод, який допомагає візуалізувати та аналізувати весь досвід взаємодії клієнта з продуктом чи послугою. Customer Journey Mapping (CJM) – це процес створення візуальної карти, що відображатиме всі етапи взаємодії клієнта з продуктом або послугою.

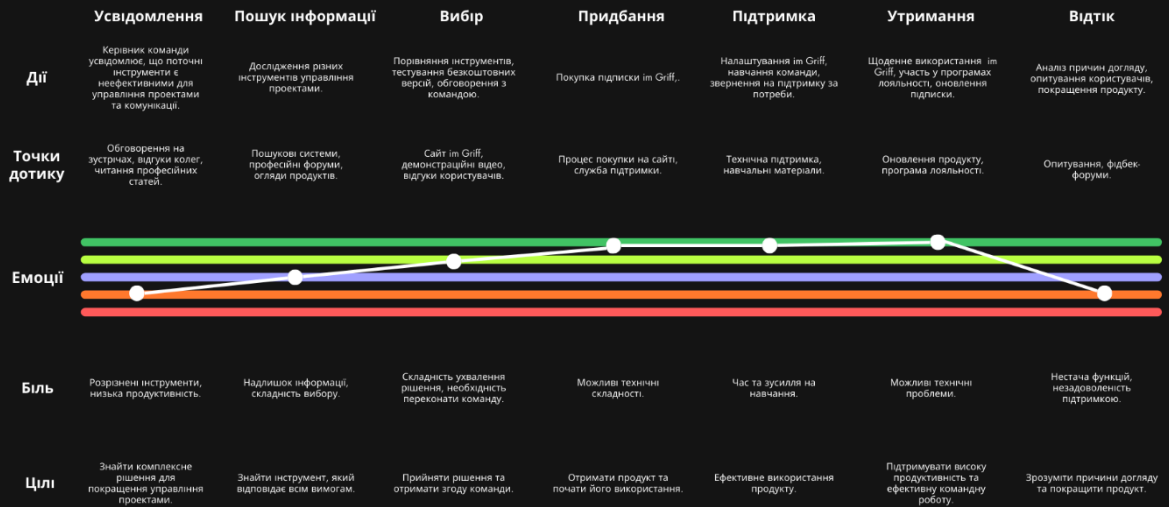
Чому я розробив CJM:

- CJM дозволяє побачити, як клієнти взаємодіють із продуктом на кожному етапі їхнього шляху, виявити проблемні точки та області для покращення.
- Розуміння шляху клієнта допомагає оптимізувати процеси, покращуючи досвід користувача на кожному етапі.
- Аналіз клієнтського шляху дає інсайти для розвитку та покращення продуктів та послуг, роблячи їх більш відповідними очікуванням клієнтів.

● CJM дозволяє підвищити задоволеність клієнтів, збільшити продажі і доходи, знизити відток клієнтів та ефективніше використовувати ресурси, фокусуючись на найбільш критичних етапах шляху клієнта.

CJM цільових груп «imgriff» виглядають наступним чином:

СІМ для "Професіонали та команди"



СІМ для "Студенти"





Опис розробки

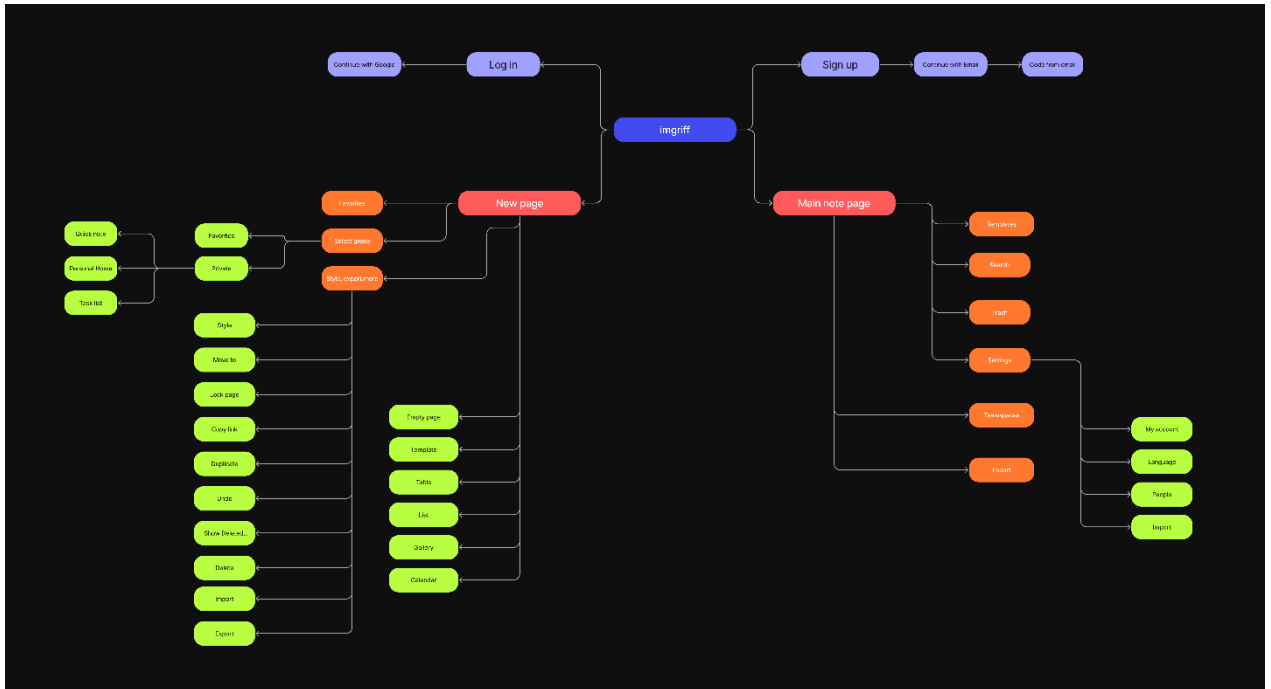
Метою проекту "ім Griff" є створення інноваційного сервісу для управління бізнес-процесами, натхненної функціональністю та гнучкістю сервісу Notion. Основний акцент був зроблений на створення унікального дизайну, який забезпечував би зручність використання, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс та естетичне задоволення для кінцевих користувачів.

Перед початком розробки продукту було проведено всебічний аналіз, щоб визначити основні завдання та потреби, які має вирішувати наш продукт, а також уточнити цільову аудиторію та внести необхідні зміни.

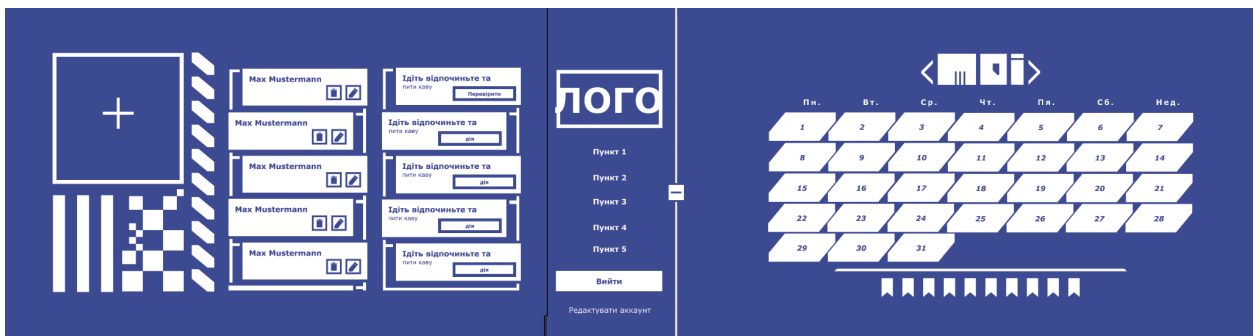
Проведені дослідження та опитування дозволили виявити ключові недоліки існуючих рішень та зрозуміти, що саме необхідно нашим користувачам. На підставі цих даних було розроблено інформаційну архітектуру, яка допомогла визначити необхідні елементи та структуру майбутнього додатку, а також зрозуміти ієрархію сторінок та блоків контенту.

Структура створювалася, враховуючи досвід та найкращі практики існуючого сервісу Notion, що дозволило нам створити зручний та інтуїтивно

зрозумілий продукт, що відповідає високим стандартам якості та задовольняє потреби наших користувачів.



Наступним етапом розробки стало створення бренду та стратегії позиціонування. Початковим завданням було визначення стилістики інтерфейсу. Для цього було проведено аналіз різних референсів та розроблено кілька тестових екранів. Нижче наведено одне з можливих стилістичних рішень, що розглядаються на початковому етапі роботи:



Але від цього рішення ми відмовилися через занадто незвичну стилістику та низьку гнучкість такого дизайну. Але навіть коли ми прийшли до актуальної стилістики, в команді постійно була присутня дискусія щодо окремих елементів інтерфейсу, як наприклад цей елемент. Нижче є приклад двох різноманітних варіантів меню:



Наступним етапом розробки стала саме розробка бренда, назви та логотипу. Паралельно з цим етапом у співпраці з іншою дизайнеркою нашої команди були розроблені додаткові екрани та елементи інтерфейсу. Розробка велася з особливою увагою до створення дизайн-системи, яка відповідає наступним пунктам:

- Усі елементи інтерфейсу повинні виглядати і функціонувати однаково в різних частинах продукту.
- Компоненти повинні бути легко змінюваними та комбінованими для створення нових елементів.
- Система повинна підтримувати додавання нових компонентів та функціональностей без значних змін у вже існуючих частинах.
- Інтерфейси для роботи з компонентами повинні бути інтуїтивно зрозумілими та легко доступними.
- Наявність інструментів та допоміжних утиліт для швидкого і зручного впровадження та тестування компонентів.
- Повинен бути єдиний стиль: використання однакових кольорів, шрифтів, розмірів та інших стилістичних характеристик.
- Система повинна відповідати сучасним тенденціям в дизайні та виглядати привабливо.
- Візуальний стиль повинен відповідати загальній айдентиці бренду.

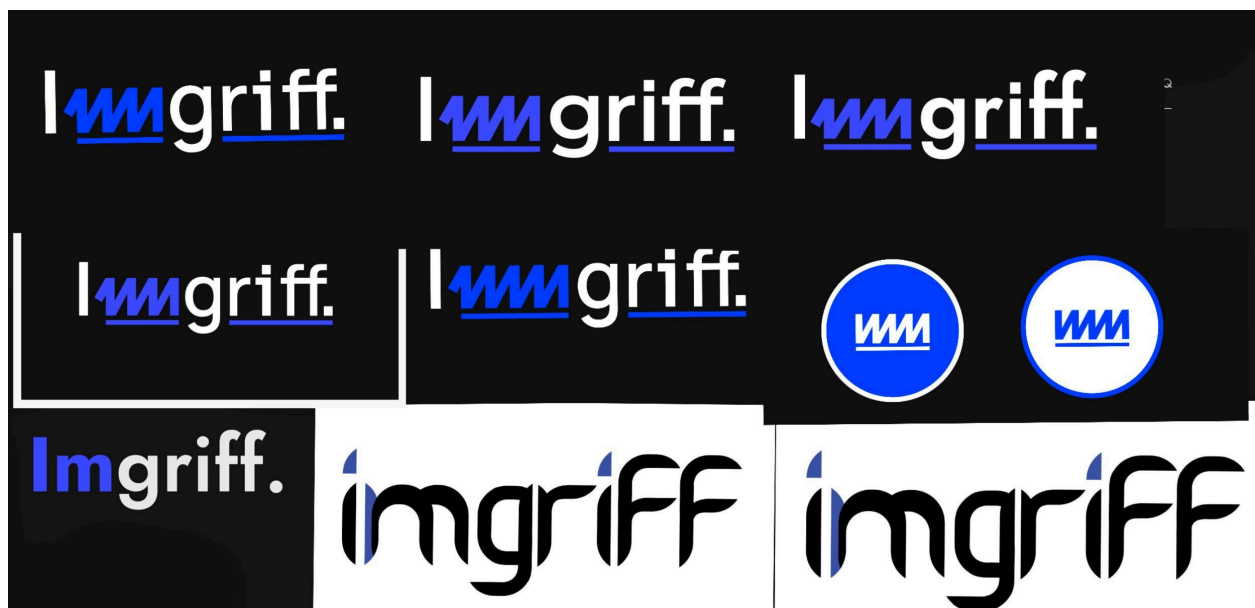
Розробка логотипу здійснювалася з урахуванням вибраного стилю елементів та назви. Цей етап був особливо складним, оскільки вимагав досягнення єдності серед усіх членів команди. Логотип має бути простим та легким для



запам'ятовування, оскільки складні дизайни можуть бути важкими для сприйняття. Крім того, логотип повинен відрізнятися від конкурентів і бути легко впізнаваним.

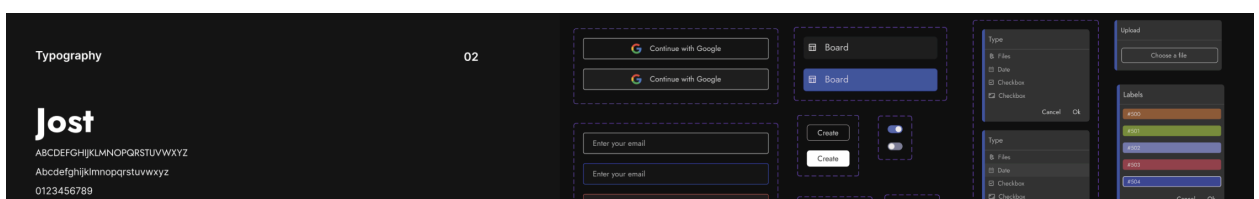
Ось декілька варіантів, які обговорювалися:

Але в кінці ми вирішили використовувати цей варіант:

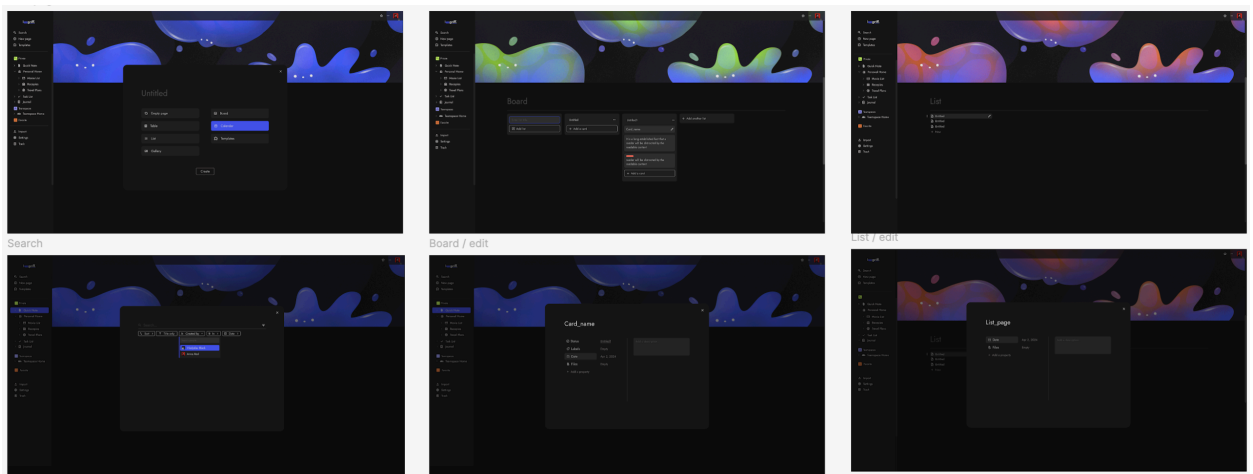


Крім цього, йшла спільно з іншим дизайнером розробка дизайну системи та нових екранів. Такий режим роботи був потрібний, щоб задовольняти попит програмістів, які працювали в нашій команді. Тому, щоб не гаяти час, ми прийняли рішення розробляти дизайн системи паралельно з екранами.

Дизайн система включає типографіку, колірну палітру, різноманітні повторювані елементи в проекті.

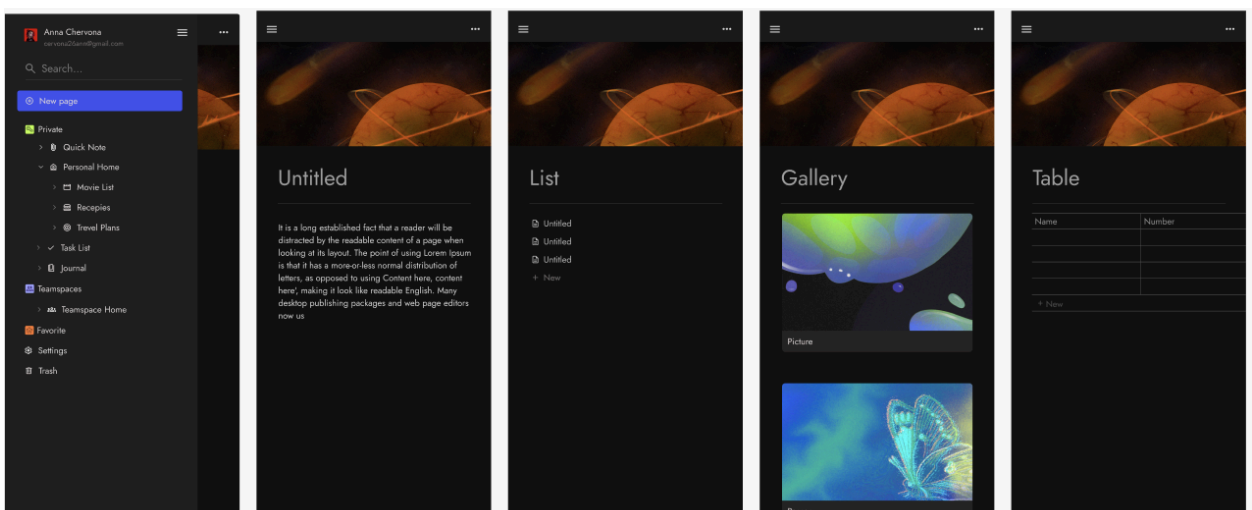


Наймасштабнішим завданням виявилася розробка різноманітних функціональних вікон у проєкті.

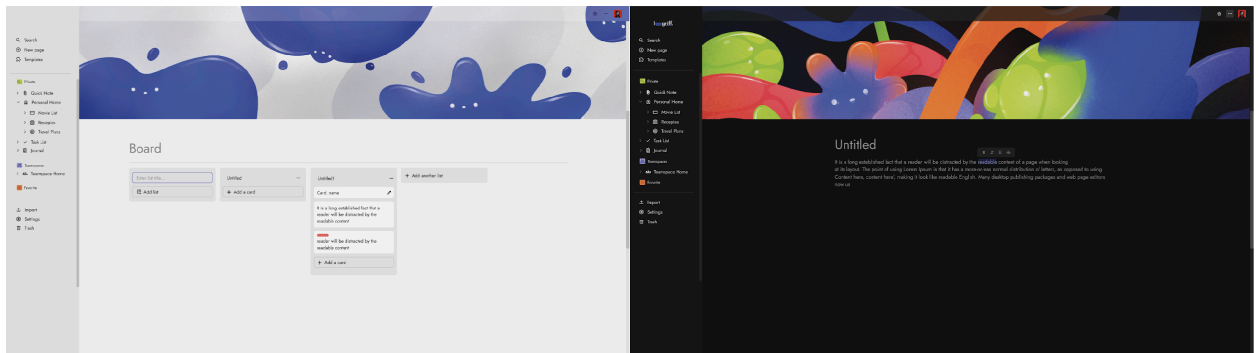


Основні екрани та елементи інтерфейсу були розроблені з урахуванням сучасних тенденцій у дизайні та рекомендацій з користувацького досвіду. Було створено просту та інтуїтивно зрозумілу навігацію, продумано структуру екранів та розташування елементів, щоб користувачі могли легко виконувати свої завдання та ефективно користуватися продуктом. Важливим аспектом розробки було створення адаптивного дизайну, який коректно відображався б на різних пристроях.

Крім створення основного інтерфейсу, стояла задача розробки мобільного інтерфейсу з обмеженим функціоналом, переважно для перегляду вже створених до цього нотаток.



Не менш важливим внеском у гнучкість нашого проекту для використання

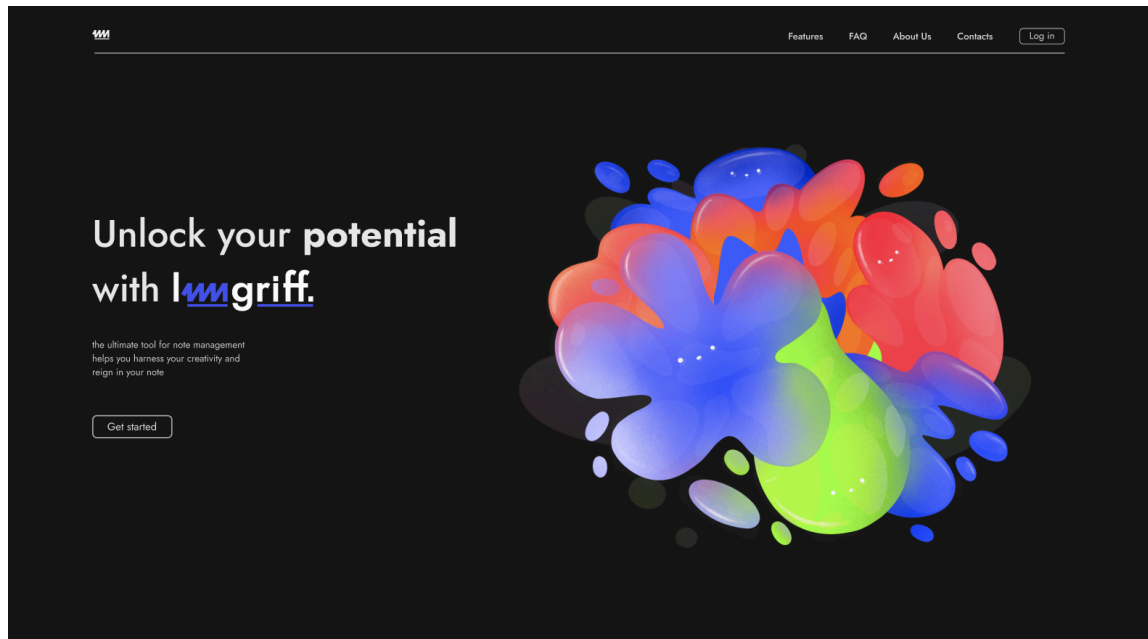


стала розробка світлої та темної теми. Розробка світлої теми була необхідна для забезпечення комфортного використання в умовах гарного освітлення, а також для користувачів, які надають перевагу яскравішим і світлішим інтерфейсам. Світла тема також допомагає покращити читання та зменшити навантаження на очі при тривалому використанні.

Крім функціонального інтерфейсу було важливо також налагодити комунікацію із користувачем через лендінг-сторінку та соціальні мережі. Соціальні мережі та зовнішня реклама:



Лендінг:



Процес прийняття кінцевих рішень під час роботи над проектом "imgriff" включав кілька етапів: збір та аналіз вимог користувачів, розробка прототипів, тестування та внесення змін на основі отриманого зворотного зв'язку від потенційних користувачів. Я активно взаємодіяв із користувачами, проводив опитування та тестування, щоб переконатися, що розроблений дизайн відповідає їхнім очікуванням та потребам. Кожне рішення приймалося з огляду на думки всіх учасників команди, що забезпечувало високий рівень узгодженості та якості кінцевого продукту.

Важливим аспектом нашої роботи була взаємодія дизайнерів із програмістами, саме тому ми проводили регулярні зустрічі та обговорення, щоб переконатися, що дизайн відповідає технічним вимогам та можливостям реалізації. Програмісти брали активну участь у процесі розробки, надаючи свої коментарі та пропозиції щодо покращення інтерфейсу. Ця взаємодія дозволила своєчасно виявляти і вирішувати проблеми, що виникають, а також оптимізувати процес розробки.

Під час розробки дизайну ми неодноразово вносили зміни на основі побажань та завдань програмістів. Це включало оптимізацію графічних елементів для прискорення завантаження сторінок, спрощення деяких інтерфейсних рішень для покращення продуктивності та забезпечення стабільної роботи програми. Ми також враховували технічні обмеження та можливості платформи, на якій розроблявся додаток, щоб створити найбільш ефективне та зручне рішення для користувачів.

Таким чином, проект "imgriff" є результатом злагодженої роботи команди дизайнерів і програмістів, спрямованої на створення інноваційного та

зручного інструменту для управління бізнес-процесами. Наша команда прагнула створити продукт, який би відповідав високим стандартам якості та задовольняв потреби наших користувачів.

Критичний самоаналіз та висновки

Головною метою проекту «imgriff» була розробка сайту для ефективного управління завданнями та часом, який можна порівняти з відомими сервісами в цій галузі. Наш сайт стане простором, де кожен користувач зможе ефективно планувати свої справи, організовувати робочий процес та підвищувати свою продуктивність. Ми прагнемо створити зручний інструмент, який допоможе користувачам звільнитися від стресу та неефективного використання часу.

Для досягнення цієї мети були зроблені наступні кроки:

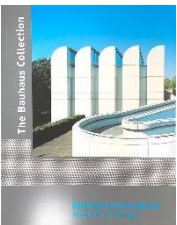
- Аналіз ринку та зворотний зв'язок: були проведені аналіз конкурентів та опитування користувачів, щоб виявити слабкі місця існуючих додатків і дізнатися про потреби користувачів в управлінні завданнями.
- Розробка унікальних рішень: Створили власну дизайн-систему, яка відповідає сучасним вимогам та рекомендаціям щодо інтерфейсного дизайну, забезпечуючи легкість та інтуїтивність використання.
- Розширення функціоналу: Сайт «imgriff» має розширені можливості з управління завданнями та відстеження прогресу, що робить його більш корисним та функціональним для користувачів.
- Тестування та адаптація: Були проведені ретельні тестування всіх функцій та компонентів програми, щоб гарантувати його стабільну роботу та задоволення потреб користувачів.

Сильні сторони нашого проекту включають простоту використання, нативний дизайн та багатий функціонал. «imgriff» може стати незамінним помічником для всіх, хто прагне покращення своєї організації та підвищення продуктивності.

Перелік використаних технологій

№ п.п.	Ресурс	Ступінь запозичення
	Figma — онлайн-сервіс із розробки інтерфейсів. Ресурс: www.figma.com	Використання як основний інструмент протягом усього часу розробки.
	Adobe Illustrator — графічний редактор для роботи з векторною графікою. Ресурс: https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html	Програма використовувалася для створення логотипу та деяких елементів
	Adobe After Effects — це вбудована програма від Adobe Photoshop для редагування відео.	Програма використовувалася для підготовки відео-презентації.
	Procreate — графічний редактор для малювання на пристроях iPad і iPhone.	Програма використовувалася для розробки ілюстрацій.

Перелік використаних джерел

№ п.п.	Ресурс	Ступінь запозичення
	Pinterest (Пинтерест) — соціальний інтернет-сервіс, фотохостинг, що дозволяє користувачам додавати в режимі онлайн зображення, поміщати їх у тематичні колекції та ділитися ними з іншими користувачами.	Пошук референсів та ідей
	Google Fonts — бібліотека шрифтів, що вільно розповсюджуються, інтерактивний каталог для їх перегляду, і прикладні програмні інтерфейси для використання веб-шрифтів за допомогою CSS і на Андроїді.	Пошук шрифтів для проєкту.
	«Ютуб» – це сайт, призначений для перегляду, завантаження та розкручування відеороликів	Пошук референсів та ідей для позиціонування продукту та підготовки презентації
	Йоганнес Іттен «Життя у формі та кольорі»	Література
	Збірка Bauhaus Archive Berlin «The Bauhaus Collection»	Література, джерело натхнення
	Збірка Bauhaus Archive Berlin «100 робіт з колекції Bauhaus Archive»	Література, джерело натхнення