

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК, ФІЗИКИ ТА
МАТЕМАТИКИ
КАФЕДРА ІНФОРМАТИКИ, ПРОГРАМНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ ТА
ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ**

**РОЗРОБЛЕННЯ ІНТЕРФЕЙСУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ
НАВЧАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ «СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ У
СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ»**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка 4 курсу 441 групи

Спеціальності: 121 Інженерія програмного
забезпечення

Освітньо-професійної програми:

Інженерія програмного забезпечення

Сас Крістіна Григорівна

Керівник: доктор педагогічних наук,
професор

Шерман Михайло Ісаакович

Рецензент: кандидат педагогічних наук,
доцент

Таточенко В.І.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Моделювання інтерфейсу користувача	5
1.1 Дослідження контексту використання. Аналоги.....	5
1.2 Цільова аудиторія	12
1.3 Сценарії користувачів.....	17
1.4 Структура інтерфейсу.....	17
РОЗДІЛ 2. Проектування та розроблення інтерфейсу користувача	21
2.1 Проектування прототипу інтерфейсу	21
2.2 Визначення стилістики.....	24
2.3 Розробка інтерфейсу	30
ВИСНОВКИ	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	36
ДОДАТКИ	39
Додаток А.....	39

ВСТУП

Сучасне суспільство характеризується стрімкими змінами в соціальній структурі, що підсилюється взаємозв'язком з інформаційними технологіями. Інтенсивне застосування в соціально-психологічних науках статистичних методів пов'язано насамперед з природою поведінки людини.

Актуальність дослідження щодо ідеї використання інформаційних систем навчального призначення полягає в швидкості подачі інформації широкому колу осіб. Тому головне призначення нашої системи - це надання інформації. Незважаючи на існування інших способів передачі даних, величезна кількість людей вибирають саме цей спосіб, як найбільш ефективний.

Метою дослідження є розробка інтерфейсу інформаційної системи навчального призначення «Статистичні методи у соціологічних дослідженнях»

Система розрахована на студентів технічних спеціальностей, соціологів, маркетологів, економістів, фахівців зі стратегічного планування, викладачів вишів, аналітиків, епідеміологів та на всіх осіб, які бажають ефективно вивчати статистичні методи. Також присвячена викладенню основ математичної статистики.

Об'єктом роботи є інформаційна система «Статистичні методи у соціологічних дослідженнях»

Предметом роботи виступає розробка інтерфейсу системи.

Поставлені **наступні задачі**:

1. дослідити контекст використання та аналоги інформаційних систем навчального призначення;
2. проаналізувати цільову аудиторію системи;
3. описати сценарії користувачів системи;

4. змодельовати структуру інтерфейсу;
5. спроектувати прототип інтерфейсу системи;
6. розробити інтуїтивно-зрозумілий інтерфейс інформаційної системи навчального призначення.

Кваліфікаційна робота містить такі структурні частини: титульний аркуш, зміст, вступ, основна частина (два розділи), висновки, список використаних джерел та додатки.

РОЗДІЛ 1

МОДЕЛЮВАННЯ ІНТЕРФЕЙСУ КОРИСТУВАЧА

1.1 Дослідження контексту використання. Аналоги

Проблема викладання математичних дисциплін дуже актуальна для гуманітарних напрямів вищої освіти, і полягає вона в тому, що студенти гуманітарії, зокрема соціологи, не бачать необхідності у вивченні математики. Вони як би «не сприймають» дисципліни математичного циклу, причому їхні аргументи зводяться до того, що вони як гуманітарії мають зовсім інші інтереси і здібності, які роблять важким засвоєння математичних фактів, та й вважають, що знання математики не буде затребувана в їх майбутньої професійної діяльності. Труднощі, що виникають у студентів соціологів при вивченні математики, обумовлені недостатньою базовою підготовкою зі шкільної математики, відсутністю у багатьох студентів навичок систематичної самостійної роботи. Для викладачів складність навчання математики студентів гуманітарних спеціальностей, таких, як, наприклад, «Соціологія», пов'язана з неуспішністю студентів з математики або відставанням на якомусь проміжному етапі процесу навчання, з відсутністю доступних і переконливих прикладів застосування математики в майбутній професійній діяльності. Все це не кращим чином позначається на якості математичної підготовки майбутніх фахівців соціологів, що в свою чергу не відповідає запиту суспільства, якому сьогодні потрібні творчі, висококомпетентні, соціально активні особистості, здатні до саморозвитку, самоосвіти і професійного росту.

Для математичних кафедр вузів викладання математики гуманітаріям, на відміну, наприклад, від постановки такого курсу для спеціальностей інженерно-технічного профілю, стало абсолютно новим методичним завданням як в плані відбору змісту і рівня суворості його

викладу, так і при виборі методики навчання. Математика сьогодні все здебільшого проникає в соціологію. Соціологи при проведенні соціологічних досліджень все частіше використовують математичну мову, математичний апарат. Математичні знання потрібні студентам соціологам ще й для того, щоб, навчаючись на старших курсах, оволодіти спеціальними дисциплінами. Наприклад, для вивчення таких вузівських дисциплін як «Аналіз соціологічних даних», «Моделювання соціальних процесів», «Вимірювання в соціології» студентам необхідні знання вищої математики. Очевидно, що математика відіграє чималу роль, як в подальшій освіті студентів, так і в майбутній професійній діяльності. Якість математичної підготовки майбутніх соціологів є предметом пильної уваги фахівців, що займаються проблемами соціологічної освіти[17].

В останні роки електронне навчання стає невід'ємною складовою освітнього процесу в вузах і використовується у всіх формах навчання. Застосування електронного навчання дозволяє підвищити якість освіти за рахунок використання швидко поповнюючих світових освітніх ресурсів і за рахунок того, що при використанні елементів електронного навчання і дистанційних освітніх технологій збільшується частка самостійної роботи студентів при освоєнні матеріалу. Особливо актуальним електронне навчання стає в умовах введення державних освітніх стандартів нового покоління і пов'язаного з цим скорочення обсягів аудиторної роботи, збільшення і розширення форм самостійної роботи студентів, для організації якої електронне навчання відкриває нові можливості.

На початку XXI ст. електронне навчання стало активно впроваджуватися в традиційне навчання в самих різних організаційних формах: як підтримка традиційного очного і заочного навчання або як новий рівень розвитку дистанційного навчання за програмами додаткової професійної освіти, підвищення кваліфікації викладачів

вузів, довузівської підготовки, першого і другого вищої освіти, магістратури. У всіх розвинених країнах електронна освіта вже займає власну нішу в навчальній сфері.

Інтерес населення до електронного навчання настільки посилюється, що класичні навчальні заклади стали розглядати включення онлайн-курсів в свої програми в якості обов'язкового компонента. Різні теоретичні і практичні онлайн-курси стають все більш і більш популярними серед населення.

Багато провідних університетів надають безкоштовні онлайн курси - це Відкритий Британський університет (проект OpenLearn), університети Стенфорд і Берклі, Каліфорнійський університет, Массачусетський технологічний інститут та багато інших. Одним з найбільш яскравих прикладів є створений в 2011 році проєкт Coursera, який спочатку об'єднав відкриті ресурси трьох найбільших університетів США.

Уже сьогодні незаперечно, що з моменту запуску проєкту Coursera неймовірно зросла популярність електронного навчання. При цьому зростає і якість онлайн-курсів, безперервно удосконалюються технології, пропонуючи різні програми та платформи, які сприяють створенню універсальної віртуального середовища, зручною і для користування, і для сприйняття матеріалу.

Засноване в значній мірі на самостійній роботі, особистої активності, побудові власної освітньої траєкторії, електронне навчання вимагає від студента високої мотивації і навчальної дисципліни, вміння працювати самостійно, що теж ставить під сумнів припущення про витіснення традиційного навчання електронним.

Розвиток електронного навчання вимагає, щоб освітні установи володіли сучасним обладнанням, необхідним для впровадження нових освітніх програм і забезпечення їх реалізації; кваліфікованими фахівцями і викладачами, необхідними для впровадження нових освітніх

програм і забезпечення їх реалізації; кваліфікованим персоналом, що забезпечує безперебійне функціонування обладнання, необхідного для впровадження нових освітніх програм. Повинно бути створено інформаційно-освітнє середовище електронного навчання, що включає комплекс цифрових освітніх ресурсів, сукупність інформаційних та телекомунікаційних технологій, обладнання, швидкісні телекомунікації, що забезпечують інтерактивні технології, програмно-апаратну платформу, систему сучасних педагогічних технологій, що забезпечують навчання в інформаційно-освітньому середовищі.

Перш ніж перейти до моделювання нашої системи, ми розглянемо і проаналізуємо аналогічні інформаційні системи навчального призначення. Звичайно інтернет змінив те, як ми вчимося сьогодні для отримання освіти. Сьогодні для отримання освіти необов'язково фізично бути присутнім на лекціях і практичних заняттях в навчальному закладі. Є безліч сайтів і сервісів, за допомогою яких можна вчитися і здобувати освіту, не виходячи з дому.

У нашій кваліфікаційній роботі ми дослідимо контекст використання трьох подібних сайтів (Coursera, Udacity, Prometheus), проаналізуємо їх плюси і мінуси для подальшого моделювання інтерфейсу системи.

Найбільшим і найбільш авторитетним з таких сервісів є Coursera. Основна перевага системи - це рівень наданих знань. На Coursera є курси провідних університетів світу особливо американських. Оскільки сервіс американський, більшість курсів англійською, але з часом почали з'являтися і курси на мовах країн СНД. Як же працює Coursera? Після реєстрації ви можете вибрати будь-які курси, представлені на сайті. Існують як курси, які можна пройти в будь-який час, так і періодично, для участі в яких потрібно чекати чергової. На жаль, не всі курси безкоштовні, але з безкоштовних є, що вибрати, особливо, якщо ви добре володієте англійською. Після реєстрації вам показують список

курсів відповідно до ваших уподобань, його можна відфільтрувати по темі або за датою доступності. Фільтрувати можна курси, які можна проходити в своєму темпі, тобто без жорстких дедлайнів.

Давайте розглянемо, що з себе представляють курси на Coursera. Для прикладу візьмемо «Математичні методи в психології. Основи застосування (Mathematical Methods in Psychology: Basics of Applying)» (Рисунок 1.1)[18].

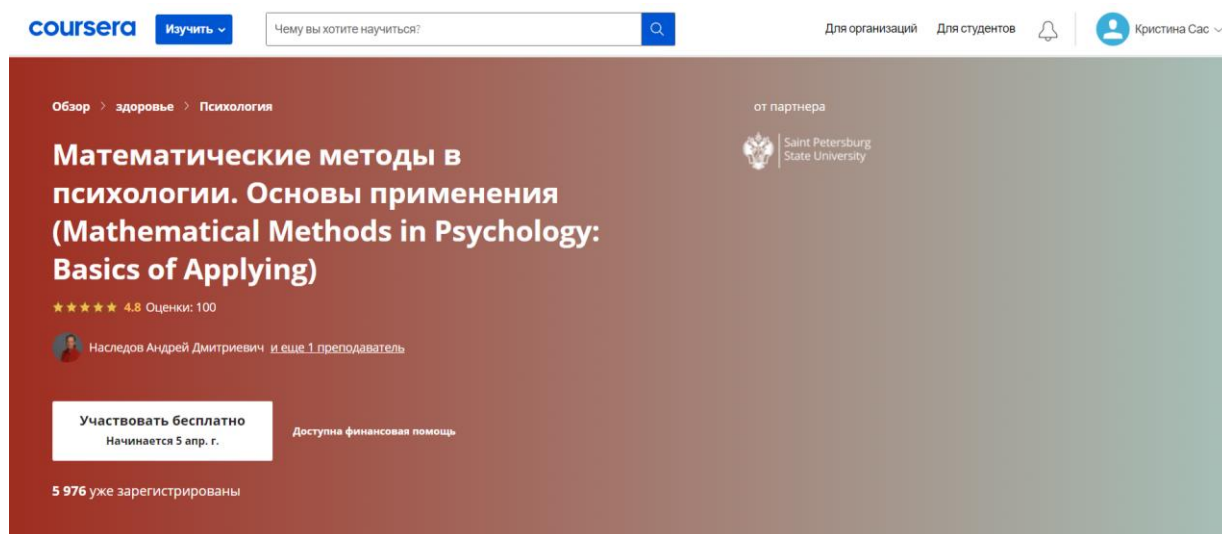


Рисунок 1.1 – Курс на Coursera

На сторінці обраного курсу можна отримати уявлення про його тему та зміст. Найчастіше тут є ще невелике відео з презентацією курсу, як і зазвичай представлений короткий план курсу і необхідний рівень підготовки. Справа можна побачити терміни поточної сесії або наступної, її тривалість і навчальне навантаження, і велику синю кнопку «Брати участь безкоштовно». Після запису на курс іноді просять пройти невелике опитування, щоб зрозуміти ваші цілі, а також просять підтвердити вашу згоду з кодексом честі Coursera, де учні зобов'язуються не списувати.

Нарешті ми потрапляємо на сторінку курсу(Рисунок 1.2).

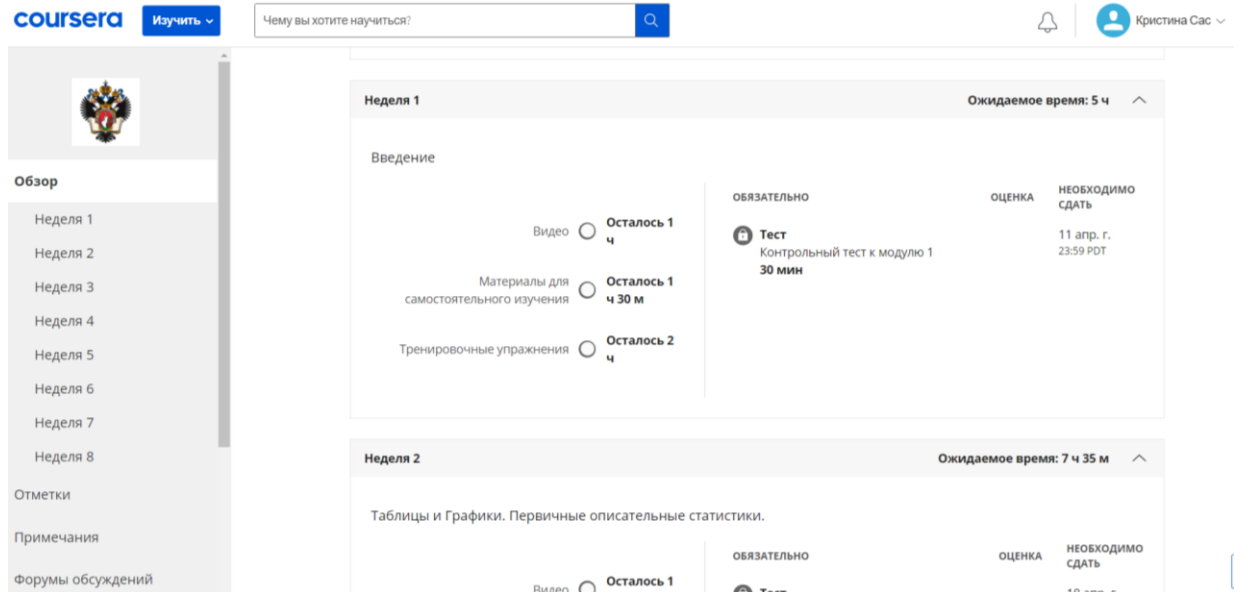


Рисунок 1.2 – Сторінка курсу

Зліва у нас меню з усім, що вам може знадобитися: лекції, вправи, опис курсу і так далі. Справа знаходяться новини, які пишуть викладачі, тут можуть бути якісь важливі новини по ходу курсу і все, що викладачі хотіли б повідомити студентам. Типова лекція являє собою відеоролик і набір додаткових матеріалів. Всі відеофайли можна завантажити. По кліку на назву лекції відкривається відео з нею. До кожного курсу є набір вправ. Найчастіше це тести, але деякі курси доповнюють їх своїми форматами, наприклад, письмовими есе, які оцінюються іншими учасниками. За проходження завдань присвоюються бали, які впливають на підсумкову оцінку в кінці курсу.

Загалом схоже на звичайний навчальний процес у вузі або якомусь іншому навчальному закладі, але займатися можна не виходячи з дому чи офісу, це велика перевага. За результатами курсу можна отримати сертифікат про його закінчення. Для цього потрібно сплатити спеціальний внесок. Цей сертифікат підтвердить, що ви успішно закінчили курс і багато роботодавців вже починають приймати наявність таких сертифікатів при прийомі на роботу.

Зрозуміло, що Coursera не підходить для отримання обсягу знань, порівнянного зі стандартним бакалавром. З її допомогою ми можемо отримати уявлення про предмет, освіжити знання, розширити свій кругозір. В її курсах замало теорії, не дають достатньо знань, щоб зуміти відповісти на всі питання на співбесіді. Потрібно читати додатково статті або книги. А ось практики зазвичай досить - на виході часто є міні проекти, які можна показати роботодавцю як приклад коду.

Наступна освітня система, яку ми розглянемо - Udacity. Платформа для онлайн-навчання була запущена 2011 році фахівцями Стенфордського університету. Udacity - портал, де можна знайти величезну кількість курсів з технічних дисциплін і не тільки. У компанії запущено кілька програм, за якими можна отримати додаткову освіту як платне, так і по грантових програм.

Udacity - це не просто онлайн-школа, згідно з інформацією на сайті і відгуками учнів, а освітній ресурс, за допомогою якого можна в подальшому знайти роботу в сфері ІТ, інтернет-маркетингу та інших. Після курсів є можливість отримати нову спеціальність або додатковий ступінь в одному з університетів, з якими співпрацює компанія, якщо продовжити навчання.

Для того щоб почати вчитися, потрібно вибрати курс із запропонованих на сайті udacity.com і зареєструватися. Також можна верифікувати свій акаунт з облікового запису в Google, Facebook або за допомогою електронної пошти.

На сайті представлений величезний вибір курсів і занять в галузі технічних наук. Курси розбиті за напрямками і програмами для зручності навігації. Підписка на освітні курси платформи Udacity коштує \$ 399 на місяць, але можна знайти безкоштовні цікаві відеоматеріали, уроки, вебінари і інші довідкові матеріали з різних напрямків на сайті платформи. Udacity працює переважно в галузі технічних наук. Підписка на навчання на цій платформі буде коштувати досить дорого, як ми вже

писали, але крім того, що всі матеріали до курсів підготовлені викладачами технічних вузів, майже вся практична частина заняття будується на реальному досвіді конкретних компаній та їх співробітників.

Ще один приклад вже української освітньої платформи - Prometheus. На сайті проєкту зібрані лекції найкращих викладачів України та світу, майже півсотні курсів з найрізноманітніших дисциплін та Обговорення матеріалу з лектором та однодумців. Головна мета системи - доступна освіта для всіх охочих, які незважаючи на вік, місце проживання, стан здоров'я чи статки. Система роботи сайту дуже проста. Перш за все, треба зареєструватися, обрати курс, а далі відкривається доступ до відеолекцій та додаткових матеріалів. Для закріплення пройденого матеріалу в кінці кожного розділу студенти мають пройти тести та інтерактивні завдання.

З плюсів можна виділити те, що на Prometheus передбачено тестування після кожної частини курсу. Домашні завдання, на які йде більше півгодини часу, ми не вважаємо ефективними і потрібними. А стислий тест за матеріалами заняття - це зручно.

До мінусів цієї системи можна віднести те, що Prometheus не описує цільову аудиторію курсів. Одна з причин, чому більшість людей ніяк не можуть в принципі проходити онлайн-курси до кінця - це різні очікування і реальність. Дуже важливо правильно доносити, для кого призначений курс. Наприклад, можна придумати фільтри з досвіду або рівню підготовки або ж просто в описі курсу розповісти, яким повинен бути ідеальний слухач курсу.

1.2 Цільова аудиторія

Ухвалення рішення споживачами в великій мірі залежить від інформації, як внутрішньої (вже наявних у нас знань), так і зовнішньої (того, що ви можете дізнатися з навколишнього світу). Зосередимо нашу

увагу на те, як сама потреба в інформації впливає на поведінку споживачів. Потребою людини в інформації можуть бути мотивовані покупки і споживання багатьох товарів та послуг. В іншому випадку ми не дивилися б телевізійні випуски новин і не набували б газети. Зникли б науково-популярні книги і передачі. Закрилися б коледжі та університети. Одна з причин популярності Інтернету полягає в тому, що він дає можливість споживачам легко задовольнити інформаційні потреби.

Важливість потреби людей в інформації визначається і її роллю в процесі переконання. Припустимо, ви плануєте вперше придбати продукт якоїсь товарної категорії і стикаєтеся з рекламою одного з марок. Ваша потреба у відповідній інформації про продукт спонукає вас приділити пильну увагу тексту оголошення.

З іншого боку, припустимо, ви зіткнулися з оголошенням в той момент, коли не потребували міститися в ньому інформації. В цьому випадку у вас немає ніяких особливих стимулів до того, щоб звернути на нього увагу, а значить, у оголошення немає жодних шансів вас переконати[19].

Розуміння своєї цільової аудиторії - основа будь-якого успішного проекту. Визначати і виявляти портрет цільової аудиторії важливо на початковому етапі розвитку проекту. Визначивши коло споживачів, можна вибрати інструменти для просування продукту. Тобто, знання своєї цільової аудиторії, її інтересів та потреб дає можливість розробити успішні рекламні кампанії і стратегії з продажу товарів і послуг.

Цільова аудиторія - це аудиторія потенційних споживачів будь-якого товару або послуги. Іншими словами, це те коло споживачів, фізичних осіб або компаній, на який цей продукт розрахований і яким він може бути цікавий.

Уміння знаходити і виділяти різні характеристики цільової аудиторії, а також проводити більш детальну класифікацію, дозволяє:

- Скласти портрет своєї аудиторії, краще пізнати її. До базових характеристик відноситься демографія: стать, вік, освіта, рівень доходів, спосіб життя, цінності. Знаючи цільову аудиторію «в обличчя», ви знаєте її потреби.
- Кращим чином донести інформацію про ваш продукт, а також його переваги порівняно з конкурентами.
- Розробити ефективну рекламну кампанію, в якій будуть задіяні найбільш якісні канали, що забезпечать рентабельність[20].

Для розуміння справжньої потреби цільової аудиторії в математичних методах нами було проведено аналіз за допомогою сервісу [answerthepublic.com](https://www.answerthepublic.com).

Мета аналізу - дізнатися вподобання цільової аудиторії щодо математичних методів і визначити для яких користувачів розробляти інтерфейс інформаційної системи навчального призначення «Статистичні методи у соціологічних дослідженнях». Це дозволить максимально ефективно оволодіти методами прикладної статистики, що необхідні у соціології, маркетингу, бізнесі та сфері суспільного здоров'я для прийняття аргументованих рішень на основі доказових результатів статистичних методів.

Ми використали відкрито доступний інструмент пошукових запитів для збору та відображення пошукових запитів у Google за двома термінами: „математичні методи”. Ми вирішили використовувати “AnswerThePublic.com”, завдяки простоті використання та результатів у візуальному оформленні. Сервіс відображає частоту пошуку по необхідним ключовим фразам, заданим користувачем. За допомогою пошуку за прямими і суміжних запитам, ви зможете зрозуміти, як саме цільова аудиторія отримує інформацію щодо необхідної її темі. Дані про пошуки, здійснені в Google, подаються у режимі реального часу, тому результати оновлюються на момент використання інструменту. Важлива деталь, що результати в будь-який момент часу однакові незалежно від

того, хто проводить пошук. Пошукові запити базуються на пошукових запитах Google у регіоні, в якому вони доступні (наприклад, Великобританія); тому такі фактори, як власна історія пошуку користувача в Google, не мають значення.

Результати запиту були подані за такими категоріями: питання, щодо терміну; прийменники (тобто пошукові запити, що включають додаткові терміни, такі як «з» та «поруч»); порівняння (тобто пошукові запити, що включають додаткові терміни, такі як "і" та "або"). Результати були представлені у списках, а також зображення з візуалізацією даних. До того ж для зручності аналізу є можливість зберегти списки в форматі .csv документу. Під час аналізу ми обрали пошуковий регіон «Україна».

На Рисунок 1.3 наведено результати пошукових термінів, що стосуються питань щодо “математичних методів”, із вісьмома найпоширенішими запитами, як приклад результату, знайденого інструментом пошукових запитів. У межах кожної підкатегорії темніші крапки позначають більш популярні пошукові запити, тоді як блідіші - менш популярні пошукові запити.



Рисунок 1.3 – Результати сервісу Answerthepublic

Ще один приклад результатів запитів представлений на Рисунок 1.4.



Рисунок 1.4 – Результати сервісу Answerthepublic

За результатами аналізу ми з'ясували, що ядром цільової аудиторії «математичні методи» є молоді люди у віці від 17 до 27 років, деякі з них це або студенти, або вже мають один або кілька дипломів, або схильні здобувати додаткову освіту. Більша частина цільової аудиторії прагне проводити час з користю для розуму, при цьому або отримувати будь-які нові знання, або цілеспрямовано шукати те, що може покращити їх навички і вміння.

Результати підтверджують той факт, що існує попит на проєкти з вивчення математичних методів в соціологічних дослідженнях.

Враховуючи вище перелічене, наша система розрахована на студентів технічних спеціальностей, соціологів, маркетологів,

економістів, геологів фахівців зі стратегічного планування, викладачів вишів, аналітиків, епідеміологів та на всіх осіб, які бажають ефективно вивчати статистичні методи. Також присвячена викладенню основ математичної статистики.

1.3 Сценарії користувачів

Центром будь-якого дизайн-проекту є користувач.

Ми створюємо продукти, опираючись на те, що знаємо про користувачів, навіть якщо це суперечить нашій власній думці чи уявленням про ідеальний дизайн. Це відбувається завдяки різним методам дослідження користувачів, таким як сценарії користувачів.

На основі наданого аналізу ми створили список завдань (сценарії користувачів), які може виконувати користувач в рамках інтерфейсу. Наприклад, скачати таблицю «Структурні характеристики ряду розподілу».

Всі завдання розписуються по кроках, які необхідно вжити для вирішення завдання. наприклад:

1. Зайти на сайт
2. Навести в меню на «Таблиці, математичні формули»
3. В списку, що розгорнувся, натиснути «Структурні характеристики ряду розподілу»
4. Натиснути кнопку «завантажити».

1.4 Структура інтерфейсу

Структура інтерфейсу - це організація і оформлення інформації таким чином, щоб відвідувач міг швидко розібратися з інтерфейсом і відрізнити головне від другорядного.

Структура інтерфейсу являє собою його план. У свою чергу, вона поділяється на внутрішню і зовнішню.

Внутрішня структура сайту визначає, з яких сторінок буде складатися сайт і порядок їх вкладеності (категорія-підкатегорія-сутність).

У той час як зовнішня структура сайту передбачає вид окремих сторінок в залежності від розміщення на них інформації. Тобто зовнішня структура - це якраз і є структура сторінки сайту.

Правильна структура сайту:

- спрощує і підвищує якість взаємодії користувача з сайтом, покращує поведінковий досвід;
- Також впливає на ранжування і позиції сайту у видачі;
- дає можливість охоплювати більшу кількість запитів;
- зменшує кількість технічних помилок на сайті (дозволить уникнути великої кількості дублів сторінок, що дозволить заощадити час і гроші на просування);
- впливає на відображення додаткових посилань на сайт в сніпсеті («анонсі» сторінки в пошуку, який мотивує відвідування сайту відвідувачем).

Є два основних типи структури сайтів:

1. Лінійна структура сайту

Структура простого сайту припускає наявність головної сторінки («Головна») і декількох внутрішніх веб-сторінок другого рівня (приклад: «Головна/веб-сторінка1» і «Головна/веб-сторінка2»).

2. Деревоподібна структура сайту

Має на увазі наявність 3 і більше рівнів вкладеності (приклад: «Головна/Учбові матеріали/Загальне уявлення про математичну статистику» і «Головна/Таблиці, математичні формули/Таблиця інтегралів»). Кожна гілка в такій структурі може мати різну глибину вкладеності (приклад: перша гілка «Головна/Книги», друга - «Головна/Про сайт/Контакти», третя - «Головна Учбові

матеріали/Загальне уявлення про математичну статистику/Загальне представлення про соціологічні шкали»).

Для моделювання інтерфейсу нашої системи ми змоделювали деревоподібну структуру. Отримані сценарії користувачів на попередньому етапі, лягли в основу структури інтерфейсу. На цьому етапі стає відомою кількість екранів, їх короткий зміст і положення в загальній структурі. Структуру інтерфейсу системи ми створювали в додатку miMind, результат представлений на Рисунок 1.5.

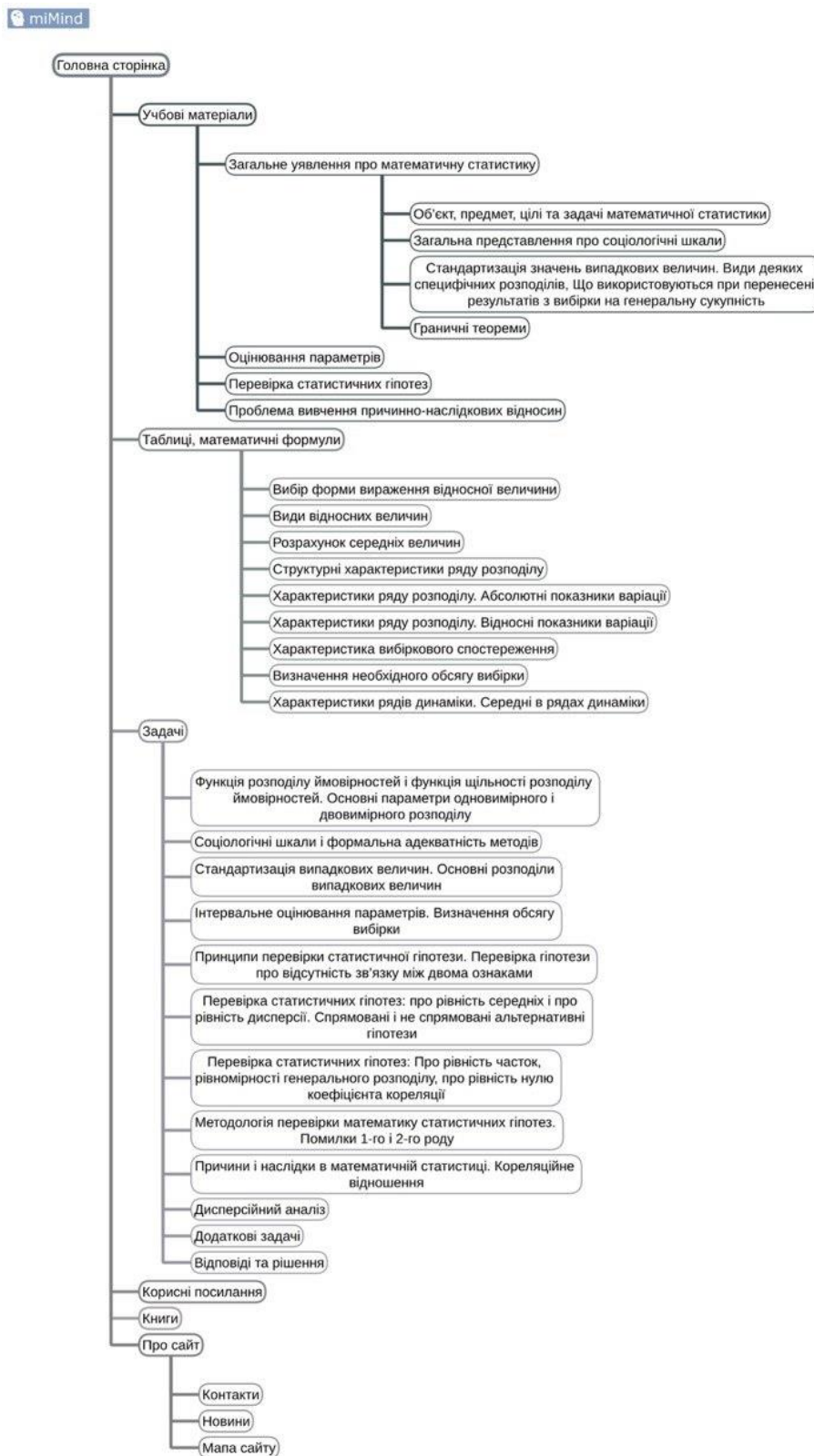


Рисунок 1.5 - Структура інтерфейсу системи

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТУВАННЯ ТА РОЗРОБЛЕННЯ ІНТЕРФЕЙСУ КОРИСТУВАЧА

2.1 Проєктування прототипу інтерфейсу

Прототип - це робоча модель, побудована для розробки та перевірки дизайнерських ідей. При розробці веб- та програмного інтерфейсу прототипи можуть бути використані для вивчення вмісту, естетики та прийомів взаємодії з точки зору дизайнерів, клієнтів та користувачів. Спеціалісти з юзабіліті часто тестують прототипи, спостерігаючи за користувачами, які виконують завдання, типові для використання продукту за призначенням. Збираючи дані про помилки та коментарі користувачів, дизайнери та спеціалісти з юзабіліті можуть виявити проблеми юзабіліті на ранній стадії проєктування, перш ніж значні ресурси будуть вкладені в недосконалі конструкції.

Юзабіліті - зручність і простота використання сайту для цілей відвідувачів. У юзабіліті входить структура сайту, меню, онлайн-заявки, калькулятори і т. д.[14].

Прототипування - це створення ескізу, схеми чи макету інтерфейсу. Прототипи дозволяють заощадити гроші та час, які були б витрачені на розробку ще неперевірених рішень.

Прототипування потрібно для:

- Виявлення та написання вимог до функціонала, інтерфейсу, веб-сайту.
- Управління очікуваннями замовника.
- Ілюстрування user stories або use cases для того, щоб вони стали більш зрозумілими.
- Затвердження основних блоків і розташування з замовником.
- Передача вимог дизайнеру.

- Тестування розташування блоків, кнопок, та валідація ідей.

Прототипування сторінок - це продумування змісту і розташування важливих елементів сторінки. Таких як:

- навігація;
- Контактна інформація;
- СТА-елементи;
- контент;
- логотипи;
- хедер (шапка сайту);
- футер (підвал) і так далі;

Затвердження смислових блоків на сторінці на етапі прототипування допомагає істотно заощаджити час і гроші на розробку та позбавляє від помилок на початковому етапі.

«Часто веб-розробники та розробники програмного забезпечення виготовляють зразки більш ніж однією технікою, наближаючись до кінцевих методів виробництва по мірі завершення проекту.

Прототипи більше схожі на кінцевий продукт є "високоточними", тоді як менш схожі - "низькоточними". Прототип із високою точністю часто виготовляється тими самими методами як кінцевий продукт і, отже, має ті самі техніки взаємодії та зовнішній вигляд, що й кінцевий продукт, але є більш дорогим та трудомістким у виробництві, ніж прототип з низькою точністю».[9]

Для розробки прототипа інтерфейсу було обрано середовище розробки Figma.

Figma - крос-платформений онлайн-сервіс для дизайнерів інтерфейсів і веброзробників. Сервіс дозволяє розробляти інтерфейси в онлайн режимі [10]

У Figma є дві ознаки: доступ до макетів через браузер і спільна робота над документами.

Даний сервіс допомагає створювати:

- Інтерактивні прототипи сайтів і мобільних додатків;
- Векторні ілюстрації;
- Елементи інтерфейсу - іконки, кнопки, меню, вікна, форми зворотного зв'язку.

У Figma всі документи зберігаються в хмарному сховищі. Завдяки цьому в редакторі можна відкривати макети за посиланням, без необхідного скачування та працювати над ними колективно. Можна заходити в Figma через браузер або ж завантажити програму на комп'ютер. Вона сумісна як з Windows, так і з Mac. Якщо у вас відсутній доступ до інтернету, у десктопній версії ви маєте можливість працювати офлайн, а коли з'явиться інтернет, то зміни синхронізуються.

Для створення прототипа на практиці був розроблений і анімований макет (Рисунок 2.1, Рисунок 2.2) для сайту. У випадку з сайтом, використовувалися найпростіші фігури. При натисканні на круглі елементи зліва, відбувався «перехід» сторінок.

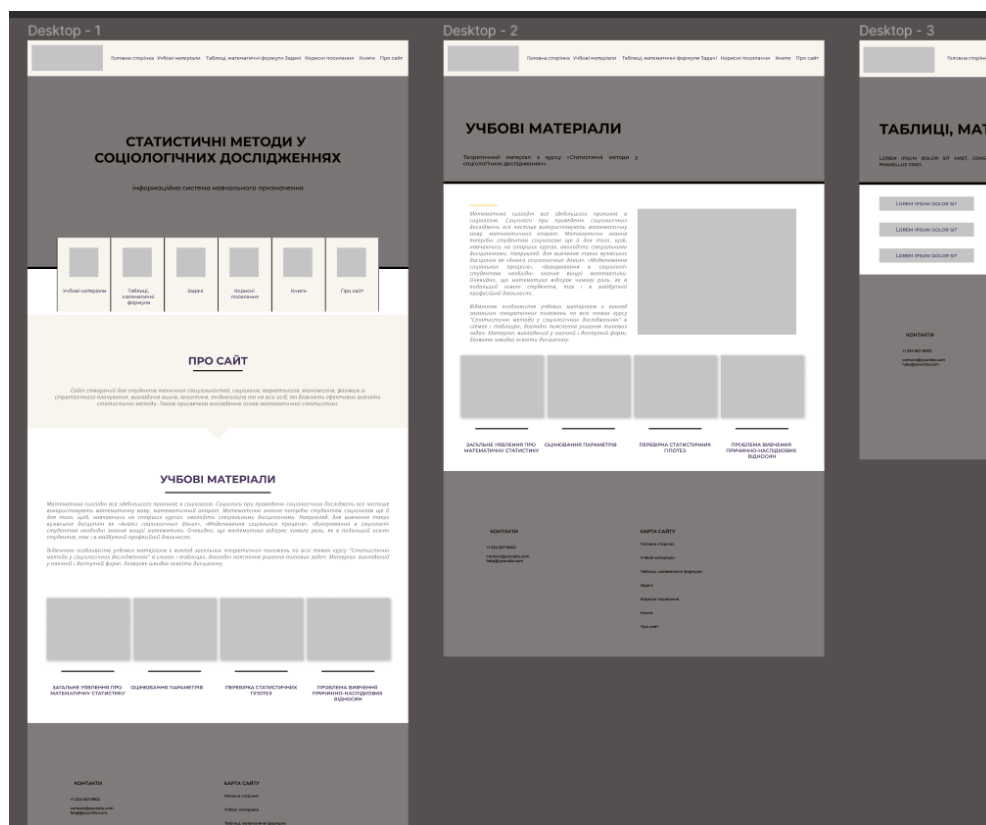


Рисунок 2.1 - Макет сайту

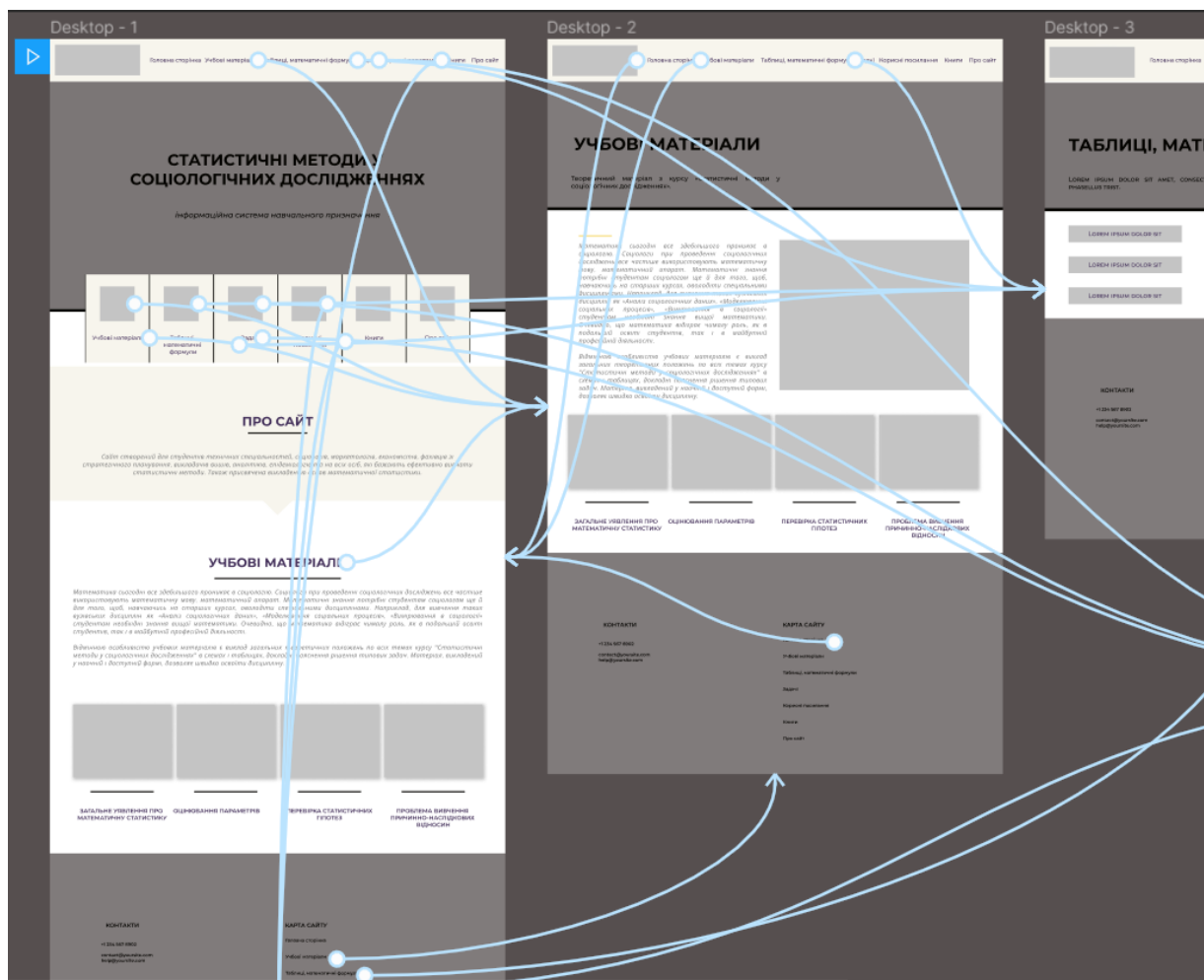


Рисунок 2.2 Анімація макета сайту

Підсумовуючи дане прототипування хочеться відзначити, що Figma користується хорошим попитом. Figma дозволяє замінити стандартний набір інструментів на одну просту програму.

Робочі процеси дизайнерів не повинні підтримуватися за допомогою постійної синхронізації, оновлення, інтеграції та збереження. Вони повинні просто працювати, тому що дизайнеру важливі швидкість роботи над проектом і комунікація в процесі.

2.2 Визначення стилістики

Велику роль в UX / UI дизайні грає типографіка сайту, тобто дотримання правил і норм оформлення тексту, заснованих на вивченні сприйняття їх користувачем. грамотне застосування законів типографіки дозволяє здійснювати на користувача вплив не тільки вмістом

текстового повідомлення, а й його графічним оформленням. Особливості типографіки сайту забезпечують можливість звернути увагу користувача на ту інформацію, яку він шукає. Велике значення має угруповання інформації на сайті.

З огляду на те, що більшість користувачів не буде читати весь сайт, необхідно поділити інформацію на логічні блоки так, щоб користувач міг швидко орієнтуватися в інтерфейсі. Акценти на важливих елементах інтерфейсу дозволяють поліпшити їх сприйняття. При розробці інтерфейсу не слід забувати про так зване правило «трьох кліків», де говориться що для того, щоб користувачеві перейти від одного розділу сайту в інший необхідно зробити не більше 3-х кліків. Дотримання цього правила змушує розробників не ховати необхідні елементи в глиб інтерфейсу [16].

Навіть не правилом, а аксіомою UX дизайну є вимога, щоб всі елементи інтерфейсу були виконані в єдиному стилі і жоден елемент, в тому числі і зображення, не повинні з нього вибиватися.

Таким чином, можна сказати, що симбіоз UX/UI дизайну утворює візуальну мову сайту і мова його взаємодії з користувачем і від того, наскільки вони досконалі, залежить швидкість росту відвідувачів ресурсу і глибина його проникнення на ринок інтернет послуг.

При розробці дизайну сайту кольори були і залишаються питанням виключно суб'єктивним, проте для 85% людей колір є визначальним фактором покупки. Кольори в житті людини займають багато місця. Вони змушують приймати рішення. Тому правильний вибір колірної схеми для сайту є важливим.

Для того, щоб користувач сайту натиснув на заповітну кнопку, необхідним є дотримання наступних факторів:

- правильний трафік (користувач зацікавлений в покупці, є цільовим відвідувачем);

- правильна цінова стратегія (користувача влаштовує ціна товару);
- правильний контент (користувач отримав достатньо інформації про продукт);
- правильне UI-проектування (користувач інтуїтивно орієнтується в інтерфейсі);
- правильний візуальний дизайн (наявність психологічних мотиваторів).

Розробка дизайну нового інтерфейсу - це візуальний дизайн і проектування призначеного для користувача інтерфейсу (UI). Призначення обох полягає в управлінні увагою користувача, наданні допомоги в інтерфейсі і підштовхуванні до цільових дій.

UI - це поняття, яке включає в себе певний набір графічно оформлених технічних елементів (кнопки, чекбокси, селектори і інші поля). Його завдання - допомогти користувачеві організувати взаємодію з сайтом. Він визначає, якого кольору буде сайт, чи зручно буде користувачеві натискати пальцем на кнопки, читабельним чи буде текст. На даний момент існують такі правила UI-дизайну:

- організованість елементів інтерфейсу; вони повинні бути логічно структуровані і взаємопов'язані;
- угруповання елементів інтерфейсу - об'єднання в групи логічно пов'язаних елементів (меню, форми);
- вирівнювання елементів інтерфейсу; погано вирівняний інтерфейс не може бути зручним;
- єдиний стиль елементів інтерфейсу; стильове оформлення грає не останню роль, адже саме воно зберігається в пам'яті користувача;

- наявність вільного простору, яке дозволяє розмежовувати інформаційні блоки, зосереджувати увагу на чомусь одному [15].

Інтерфейс, розроблений за всіма правилами, значно підвищує ефективність ресурсу і дає йому конкурентні переваги.

Уміння дизайнера правильно працювати з кольором і формою впливає на те, наскільки інтерфейс буде конвертуватися. Вирішення цього завдання зводиться до наслідування наступним принципам:

- Використання колірних схем. Щоб привернути увагу, потрібно вміти розставляти графічні та композиційні акценти. Для цього застосовуються такі схеми:
 - Монохроматична схема, при якій використовуються відтінки одного і того ж кольору.
 - Аналогова схема, при якій використовуються два або три суміжних кольору, де один є домінуючим, а інший - доповнює.
 - Комплементарна схема, заснована на кольорах, які в колірному колі розташовані навпроти один одного.
 - Аналогова схема з акцентом, при якій до суміжних кольорів додається відтінок.
 - Тріадна схема, при якій використовуються три кольори, які на колірному колі знаходяться на однаковій відстані одна від одної.
 - Тетрадна схема, при якій використовуються дві пари контрастних кольорів, один з яких є основним, а три - додатковими.

Найбільш вдалою є схема для конверсій з одним явним кольоровим акцентом. Їм зазвичай виділяються елементи, з якими користувачеві потрібно взаємодіяти.

- Баланс кольорів.
- Зв'язок розміру тексту і його контрасту. Текст з різним розміром шрифту має різні вимоги до контрасту з фоном. Більший текст може бути менш контрастним без шкоди для сприйняття, і навпаки, дрібний текст повинен бути більш контрастним.

Контраст потрібен для акцентування найбільш важливих елементів і привернення уваги користувача.

- Психологія кольорів. Принципом, до якого найчастіше апелюють замовники сайтів, є емоційна складова кольорів. Людське ставлення до тих чи інших кольорів - річ вкрай суб'єктивна, це залежить від контексту.

Кольори - це тільки один з інструментів в проектуванні інтерфейсів. Сприйняття кольору як такого має враховуватися при розробці UI, але не можна розглядати їх поза контексту. Все залежить від контексту, в якому вони використовуються.

Коли два дружних відтінку сплітаються в візерунки або плавно перетікають один в одного, виникає відчуття повного єднання і гармонії. Так може бути і у випадку з жовтим кольором, об'єднаним з різними відтінками фіолетового.

Фіолетовий колір переважно відповідає за інтуїцію та інші незрозумілі натхнення. Суть фіолетового кольору - це знання. Цей колір допоможе прогнати страхи, впоратися з меланхолією. Це колір душі і духовності, містики і магії. Символізує необмеженість, винахідливість, фантазію, віру.

Основні асоціації з жовтим кольором - це розум, мудрість, знання, самодостатність, родючість і зрілість. Цей колір додає енергії, заспокоює і розслабляє.

Жовтий колір і всі його відтінки тонізують нервову систему, можуть піднімати самооцінку людини і стимулювати розумові здібності.

Він позитивно позначається на пам'яті, творчої діяльності, сприяє розумовому процесу[22].

Для створення інтерфейсу ми використали поєднання різних відтінків фіолетового, жовтого і білого кольорів (Рисунок 2.3). В якості основного, а так само для тексту встановлено фіолетовий колір (#422E59), деякі кнопки і акценти будуть виконані у жовтих кольорах (#F7DC79, #F7DFAF), для фону і деяких блоків відмінно підійшли білий (#FFFFFF) і його відтінок (#F7F5ED).



Рисунок 2.3 - Кольорова тема інтерфейсу

Типографіка є однією з найважливіших основ дизайну. Текст може багато що сказати (в буквальному сенсі), а саме оформлення тексту в дизайні здатне сказати ще більше.

Будь шрифт сам по собі є закінченим об'єктом дизайну. Майже будь-який хороший шрифт - результат клопіткої роботи досвідчених дизайнерів. У професійному середовищі існує думка, що розробка шрифтів - це верх дизайнерського ремесла.

Існує чотири наступні основні типи шрифтів:

- *Шрифт із зарубками (serif).*

Приклад типу шрифту з зарубками - Times New Roman.

- *Без зарубок (sans-serif).* Приклад шрифту без зарубок - Verdana.
- *Рукописний або курсив.*

Приклад рукописного шрифту - Staccato.

- *Спеціальні шрифти*, включаючи моноширинний.

Приклад спеціального шрифту – Jokewood[21].

2.3 Розробка інтерфейсу

При розробці інтерфейсу ми дотримувалися цілісності стильового оформлення. Сайт має єдину кольорову гаму, своєрідне стильове оформлення, яке сприймається як візитна картка сайту.

Інтерфейс має конструктивний дизайн. Кольорова гамма сайту стримана, в основному з елементами одного кольору різних відтінків і з акцентами іншого, більш активного кольору. Елементи стилю в своїй основі мають геометричну (не завжди строго) форму. Фотографії стилізовані.

Всі сторінки сайту оформлені з використанням єдиних дизайнерських елементів (Рисунок 2.4). Ми досягли єдності фірмового стилю і переконливого сприйняття сторінок і підсайтів сайту.

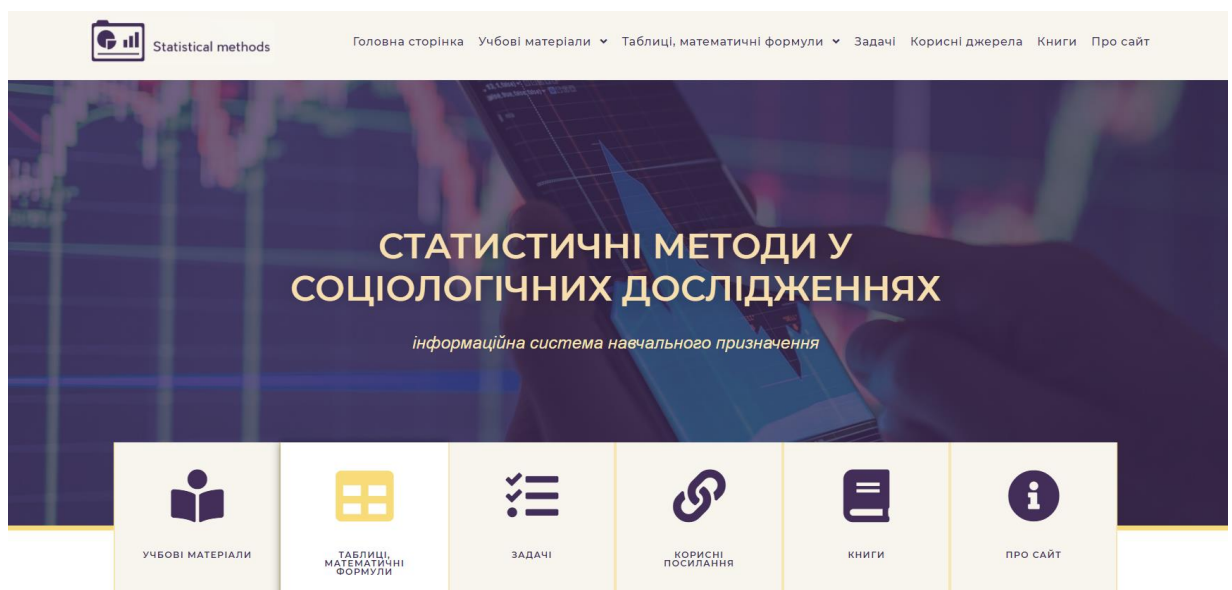


Рисунок 2.4 - Головна сторінка сайту

Також був створений дизайн мапи сайту (Рисунок 2.5), необхідної для користувачів, які заплуталися в структурі проєкту або яким

необхідно щось швидко знайти. Тут міститься просте перерахування основних розділів сайту і сторінок - необхідно для загального розуміння структури проєкту.



Рисунок 2.5 – Мапа майту

Стильове оформлення інтерфейсу системи вийшло цілісним - це означає, що на всіх сторінках сайтах шрифт тексту, заголовків, посилання, інтерактивні елементи повинні виглядати в єдиному стилі.

Шрифти і систему навігації (мається на увазі візуальне подання) для головної сторінки і підсторінок вибирали одні і ті ж, щоб обраний стиль був скрізь впізнаваний і всім зрозумілий (Рисунок 2.6).

Statistical methods Головна сторінка Учбові матеріали Таблиці математичні формули Задані Корисні посилання Книги Про сайт

УЧБОВІ МАТЕРІАЛИ

Теоретичний матеріал з курсу «Статистичні методи у соціологічних дослідженнях».

Математика сьогодні все здебільшого приймає в соціології. Соціологи при проведенні соціологічних досліджень все частіше використовують математичну мову, математичний апарат. Математичні знання потрібні студентам соціологів ще й для того щоб, навчаючись на старших курсах, оволодіти спеціальними дисциплінами. Наприклад, для вивчення таких вузських дисциплін як «Аналіз соціологічних даних», «Моделювання соціальних процесів», «Вимрювання в соціології» студентам необхідні знання вищої математики. Очевидно, що математика відіграє чималу роль, як в подальшій освіті студентів, так і в майбутній професійній діяльності.

Відмінною особливістю учбових матеріалів є виклад загальних теоретичних положень по всіх темах курсу "Статистичні методи у соціологічних дослідженнях" в схемах і таблицях, докладні пояснення рішення типових задач. Матеріал, викладений у науковій і доступній формі, дозволяє швидко освоїти дисципліну.





ЗАГАЛЬНЕ УЯВЛЕННЯ ПРО МАТЕМАТИЧНУ СТАТИСТИКУ



ОЦІНЮВАННЯ ПАРАМЕТРІВ



ПЕРЕВІРКА СТАТИСТИЧНИХ ГІПОТЕЗ



ПРОБЛЕМА ВИВЧЕННЯ ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВИХ ВІДНОСИН

КОНТАКТИ

+374 987 8902
info@statsoft.com
www.statsoft.com

КАРТА САЙТУ

- Головна сторінка
- Учбові матеріали
- Таблиці математичні формули
- Задані
- Корисні посилання
- Книги
- Про сайт

Рисунок 2.6 - Одна з підсторінок системи

Меню (Рисунок 2.7) дає повне уявлення про зміст і структуру інтернет-ресурсу. Розділи сайту мають однозначно зручні для

сприймання назви, щоб відвідувач не витрачав час на пошуки потрібної йому інформації.

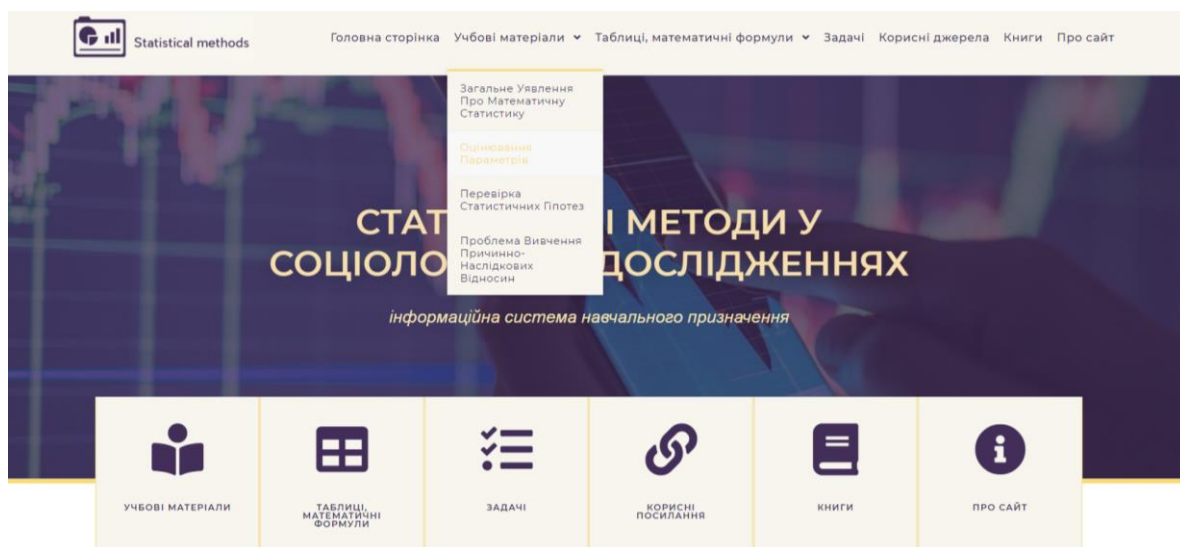


Рисунок 2.7 – Меню

ВИСНОВКИ

В результаті виконання кваліфікаційної роботи були отримані наступні основні результати:

1. Досліджено контекст використання та аналоги інформаційних систем навчального призначення та виявлено, що з їхньою допомогою можна отримати уявлення про предмет, освіжити знання, розширити свій кругозір, але в них замало теорії, немає достатньо знань, щоб зуміти відповісти на всі питання на співбесідах. Потрібно читати додатково статті або книги. Зазвичай підписка на навчання на цих платформах коштує досить дорого. Також до мінусів цих систем можна віднести те, що вони не описують цільову аудиторію курсів. Одна з причин, чому більшість людей ніяк не можуть проходити онлайн-курси до кінця - це різні очікування і реальність. Дуже важливо правильно доносити, для кого призначений курс;
2. Проаналізовано цільову аудиторію системи і з'ясовано, що більша частина цільової аудиторії нашої системи прагне проводити час з користю для розуму, при цьому або отримувати будь-які нові знання, або цілеспрямовано шукати те, що може покращити їх навички і вміння. Також результати аналізу підтверджують той факт, що існує попит на проекти з вивчення математичних методів в соціологічних дослідженнях. Враховуючи результати аналізу, ми визначили, що наша система розрахована на студентів технічних спеціальностей, соціологів, маркетингологів, економістів, геологів фахівців зі стратегічного планування, викладачів вишів, аналітиків, епідеміологів та на всіх осіб, які бажають ефективно вивчати статистичні методи;

3. Описано сценарії користувачів системи, які він може виконувати в рамках інтерфейсу, та розписано по кроках, що необхідно вжити для вирішення потреби;
4. Змодельовано деревоподібну структуру інтерфейсу з різними рівнями вкладеності. Отримані сценарії користувачів на попередньому етапі, лягли в основу структури інтерфейсу. На цьому етапі стала відомою кількість екранів, їх короткий зміст і положення в загальній структурі;
5. Спроектовано та анімовано прототип інтерфейсу системи з продуманим змістом і розташуванням важливих елементів сторінки. Таких як: навігація, контактна інформація, контент, логотипи, хедер (шапка сайту) і футер (підвал);
6. Розроблено інтуїтивно-зрозумілий інтерфейс інформаційної системи навчального призначення за допомогою якого користувач може отримати чіткий зворотний зв'язок, щоб зрозуміти які дії йому доступні і як їх можна вибрати або скасувати, якщо результат не виправдовує його очікування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Черчілль Г., Браун Т. Маркетингові дослідження. 5-е изд. / Пер. з англ. під ред. Г. Л. Багієва. - СПб .: Пітер, 2007. 704 с.
2. Цільова аудиторія, цільовий ринок, сегментація - розбираємося з поняттями. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://marketing-course.ru/target-audience/>
3. Структура сторінки сайту. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ccsp-blog.com/sozдание-saytov/struktura-stranicy-sajta>
4. Візуальна ієрархія сайту. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tilda.education/articles-visual-hierarchy>
5. Що таке структура сайту і як створити. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ru.weblium.com/blog/struktura-saita-chto-eto-kak-sozdat/>
6. Елементи розробки веб-сайтів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cmsmagazine.ru/journal/items-elements/>
7. Прототипування для менеджерів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dou.ua/lenta/articles/prototyping-for-managers/>
8. Як створити прототип сторінок для розробки сайту. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://texterra.ru/blog/kak-sozdat-prototip-sayta-chtoby-on-rabotal-na-prodazhi.html>
9. Walker, M., Takayama, L., & Landay, J. A. (2002). High-Fidelity or Low-Fidelity, Paper or Computer? Choosing Attributes when Testing Web Prototypes. Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting, 661-665.
10. Figma 3.0! Стили, прототипування і дизайн в масштабі. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ux.pub/figma-3-0-stili-prototipirovanie-i-dizajn-v-masshtabe/>

11. Що таке figma: можливості та принципи роботи. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_figma/
12. Прототипування в figma. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://figma.info/blog/articles/2019-04-22-prototipirovanie-v-figma.html>
13. Прототипування в figma. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://vc.ru/design/64379-prototipirovanie-v-figma>
14. В. В. Бондарева. Вплив колірної рішення і UI-дизайну на конверсії сайту. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://elibrary.ru/download/elibrary_35006308_58130776.pdf
15. Каспер системс. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.kasper.by/blog/chto-takoe-ux-i-ui-dizain>.
16. Купер, А. Інтерфейс. Основи проектування взаємодії / Алан Купер, Роберт Рейман і ін. - С-Пб: Пітер, 2017. 720 с.
17. Дергунова Н.А. Диференційоване навчання теорії ймовірностей і математичної статистики для студентів соціологів у вищій школі: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. Астрахань, 2007. 227 с.
18. Математичні методи в психології. Основи застосування (Mathematical Methods in Psychology: Basics of Applying) . [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.coursera.org/learn/matematicheskiye-metody-v-psikhologii?authMode=login>
19. Блекуелл Р., Мініард П., Енджел Дж. Поведінка споживачів. 10-е вид. / Пер. з англ. - СПб.: Пітер, 2007. 944 с.
20. Що таке цільова аудиторія і як правильно її визначити. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-tselevaya-auditoriya-i-kak-pravilno-ee-opredelit/>

21. Брусенцова, Т. П. Проектування інтерфейсів користувача: посібник для студентів спеціальності 1-47 01 02 «Дизайн електронних і веб-видань» / Т. П. Брусенцова, Т. В. Кішкурно. - Мінськ: БГТУ, 2019. 172 с.
22. Як колір впливає на людину. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://srcaltufevo.ru/uk/kak-oranzhevyi-cvet-vliyaet-na-cheloveka-kak-vliyaet-zheltyi-cvet.html>
23. Д.А.Шевченко, Ю.В. Локтюшина. Ефективність веб-сайтів вищих навчальних закладів. Методика оцінки конкурентоспроможності сайту вузу в Інтернет - М .: ННОУ «МИПК», 2014. 141 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

КОДЕКС АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ХЕРСОНЬСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Я, Сас Крістіна Григорівна, учасниця освітнього процесу Херсонського державного університету, **УСВІДОМЛЮЮ**, що академічна доброчесність – це фундаментальна етична цінність усієї академічної спільноти світу.

ЗАЯВЛЯЮ, що у своїй освітній і науковій діяльності **ЗОБОВ'ЯЗУЮСЯ**:

– дотримуватися:

- вимог законодавства України та внутрішніх нормативних документів університету, зокрема Статуту Університету;
- принципів та правил академічної доброчесності;
- нульової толерантності до академічного плагіату;
- моральних норм та правил етичної поведінки;
- толерантного ставлення до інших;
- дотримуватися високого рівня культури спілкування;
 - надавати згоду на:
- безпосередню перевірку курсових, кваліфікаційних робіт тощо на ознаки наявності академічного плагіату за допомогою спеціалізованих програмних продуктів;
- оброблення, збереження й розміщення кваліфікаційних робіт у відкритому доступі в інституційному репозитарії;
- використання робіт для перевірки на ознаки наявності академічного плагіату в інших роботах виключно з метою виявлення можливих ознак академічного плагіату;
 - самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного й підсумкового контролю результатів навчання;
 - надавати достовірну інформацію щодо результатів власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використаних методик досліджень та джерел інформації;
 - не використовувати результати досліджень інших авторів без використання покликань на їхню роботу;
 - своєю діяльністю сприяти збереженню та примноженню традицій університету, формуванню його позитивного іміджу;
 - не чинити правопорушень і не сприяти їхньому скоєнню іншими особами;
 - підтримувати атмосферу довіри, взаємної відповідальності та співпраці в освітньому середовищі;
 - поважати честь, гідність та особисту недоторканність особи, незважаючи на її стать, вік, матеріальний стан, соціальне становище, расову належність, релігійні й політичні переконання;
 - не дискримінувати людей на підставі академічного статусу, а також за національною, расовою, статевою чи іншою належністю;
 - відповідально ставитися до своїх обов'язків, вчасно та сумлінно виконувати необхідні навчальні та науково-дослідницькі завдання;
 - запобігати виникненню у своїй діяльності конфлікту інтересів, зокрема не використовувати службових і родинних зв'язків з метою отримання нечесної переваги в навчальній, науковій і трудовій діяльності;
 - не брати участі в будь-якій діяльності, пов'язаній із обманом, нечесністю, списуванням, фабрикацією;
 - не підроблювати документи;
 - не поширювати неправдиву та компрометуючу інформацію про інших здобувачів вищої освіти, викладачів і співробітників;
 - не отримувати і не пропонувати винагород за несправедливе отримання будь-яких переваг або здійснення впливу на зміну отриманої академічної оцінки;
 - не залякувати й не проявляти агресії та насильства проти інших, сексуальні домагання;
 - не завдавати шкоди матеріальним цінностям, матеріально-технічній базі університету та особистій власності інших студентів та/або працівників;
 - не використовувати без дозволу ректорату (деканату) символіки університету в заходах, не пов'язаних з діяльністю університету;
 - не здійснювати і не заохочувати будь-яких спроб, спрямованих на те, щоб за допомогою нечесних і негідних методів досягати власних корисних цілей;
 - не завдавати загрози власному здоров'ю або безпеці іншим студентам та/або працівникам.

УСВІДОМЛЮЮ, що відповідно до чинного законодавства у разі недотримання Кодексу академічної доброчесності буду нести академічну та/або інші види відповідальності й до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення принципів академічної доброчесності.

