

# ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 004.4; 37.014.3

## РЕБРЕНДИНГ САЙТА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГРАФИЧЕСКОГО РЕДАКТОРА FIGMA

**Агеева Полина Сергеевна**, студент, направление подготовки 07.03.01 Архитектура, Оренбургский государственный университет, Оренбург  
e-mail: polina.ageeva21@mail.ru

Научный руководитель: **Чарикова Ирина Николаевна**, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры информатики, Оренбургский государственный университет, Оренбург  
e-mail: irnic@bk.ru

**Аннотация.** Успех и лояльность потребителей цифрового контента складывается из многих факторов. Уникальная концепция, обеспечение удобного интерфейса, оригинальность стиля и цветовых схем, интеграция графики и визуальных эффектов делают сайт привлекательным для пользователей. Однако для достижения целей бизнеса по продвижению имиджа в цифровом пространстве и создания положительного отклика потребителей задача web-дизайнера не ограничивается созданием только визуально привлекательного ресурса, он должен быть еще и функциональным.

В статье рассмотрен авторский исследовательский подход к процессу ребрендинга сайта архитектурно-строительного факультета Оренбургского государственного университета в цели актуализация бренда ВУЗа и привлечения новых абитуриентов. В качестве инструмента реализации ребрендинга автором выбран и самостоятельно освоен современный графический редактор FIGMA.

**Ключевые слова:** ребрендинг, концепция, анализ, фирменный стиль, внешний вид, сайт.

**Для цитирования:** Агеева П. С. Ребрендинг сайта с использованием графического редактора FIGMA // Шаг в науку. – 2024. – № 4. – С. 29–34.

## WEBSITE REBRANDING USING THE FIGMA GRAPHIC EDITOR

**Ageeva Polina Sergeevna**, student, training program 07.03.01 Architecture, Orenburg State University, Orenburg  
e-mail: polina.ageeva21@mail.ru

Research advisor: **Charikova Irina Nikolaevna**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Computer Science, Orenburg State University, Orenburg  
e-mail: irnic@bk.ru

**Abstract.** The success and loyalty of digital content consumers is made up of many factors. A unique concept, a user-friendly interface, original style and color schemes, and the integration of graphics and visual effects make a website attractive to users. However, to achieve business goals in promoting an image in the digital space and creating a positive response from consumers, the task of a web designer is not limited to creating only a visually attractive resource, it must also be functional. The article discusses the author's research approach to the process of rebranding the website of the Faculty of Architecture and Civil Engineering of the Orenburg State University for the purpose of updating the brand of the University and attracting new applicants. As a tool for implementing rebranding, the author chose and independently mastered the modern graphic editor FIGMA.

**Key words:** rebranding, concept, analysis, corporate identity, appearance, website.

**Cite as:** Ageeva, P. S. (2024) [Website rebranding using the FIGMA graphic editor ]. *Shag v nauku* [Step into science]. Vol. 4, pp. 29–34.

Цель данного исследования – показать, как с помощью информационных технологий и проекта цифровых контентов открывается возможность представить учебное заведение и привлечь внимание к его сильным сторонам и достижениям студентов и будущих абитуриентов. Актуальность данной темы исследования заключается в важности изучения ключевых понятий web-дизайна, методов проведения ребрендинга с использованием современных информационных технологий.

Отметим, что сфера разработки web-дизайна постоянно эволюционирует, в связи с этим, чтобы идти в ногу со временем, сайты тоже должны трансформироваться. В этой связи важно переосмыслить идеи и творчески адаптировать к современным реалиям функционал сайта университета. По мнению Остина Клеона процесс творчества это «вдохновляющий и практичный гид для всех, кто хочет развивать свой уникальный стиль» [2].

В словаре слово «ребрендинг» (англ. rebranding) означает процесс изменения (трансформации) концепции бренда, направленный на изменение дизайна и удобства сайта. По мнению RafalTomal [7] это изменение идей и ценностей компании, по итогам которых они иначе позиционируют себя и транслируют новые смыслы. Дж. Яблонски ребрендинг описывает

как внутреннее (идейное) или внешнее (визуальное) изменение бренда [6].

Первым этапом в реализации проекта по ребрендингу существующего сайта архитектурно-строительного факультета Оренбургского государственного университета был выполнен анализ целевой аудитории и концепции в развитии дизайна веб-сайтов образовательных учреждений. При анализе целевой аудитории был сделан вывод о том, что для создания удобной интуитивно понятной навигации по сайту необходимо изменить структуру существующего сайта и расположение информационных блоков, которые помогут пользователям быстро найти информацию, получить ответы на свои запросы. Это позволит получить положительные эмоции у пользователя и увеличить посещаемость сайта постоянных пользователей и в первую очередь станет главным фактором для привлечения внимания студенческого сообщества и будущих абитуриентов.

В ходе проведенного анализа удалось определить основные элементы, которые должны были подвергнуться изменениям, такие как навигация по сайту, колористика сайта, а также необходимо было предоставить больше информации о студенческой жизни, достижениях, расписании и о вступительных испытаниях на разные направления подготовки. Проект прототипа структуры сайта приведен на рисунке 1.



Рисунок 1. Прототип структуры сайта

Источник: разработано автором

Для создания ребрендинга сайта были рассмотрены несколько программ: Canva, Figma, Sketch, функционал которых направлен на создание сайтов. Проведено их

сравнение и последующий выбор программы – Figma.

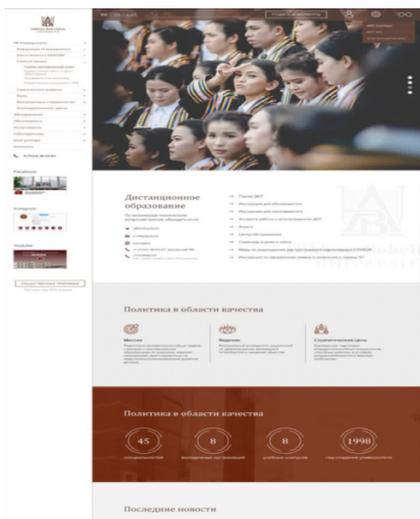
Figma – это одна из немногих программ, которая сочетает в себе все самые важные инструменты для

web-дизайна, это самый популярный графический редактор у дизайнеров, особенно для командной работы. Были замечены следующие преимущества для работы в данной программе:

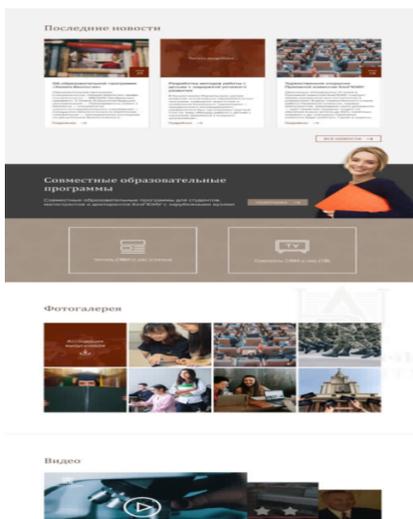
- редактор можно использовать как онлайн-сервис или скачать программу на компьютер;
- программа условно-бесплатная, англоязычная;
- программа для веб-дизайна, включает дополнительно инструменты для создания электронных схем, макетов и прототипов.

Таким образом, приняв во внимание все собранные и проанализированные данные, вторым этапом в проектировании сайта был сбор текстовых данных, которые в дальнейшем были использованы в ребрендинге.

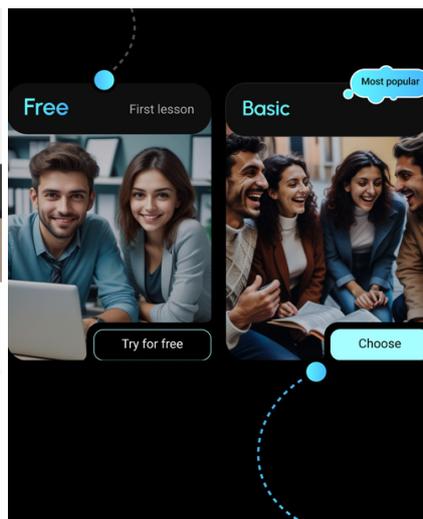
Третьим этапом проектирования был анализ референсов. Поиск референсов осуществлялся для вдохновения и анализа других работ дизайнеров (рисунок 2). Были выделены плюсы и минусы в работах, которые в дальнейшем были учтены в авторском проекте.



Референс 1



Референс 2



Референс 3

Рисунок 2. Поиск референсов

Источник: создано на основе страниц сайтов университетов



Рисунок 3. Прототип сайта

Источник: разработано автором

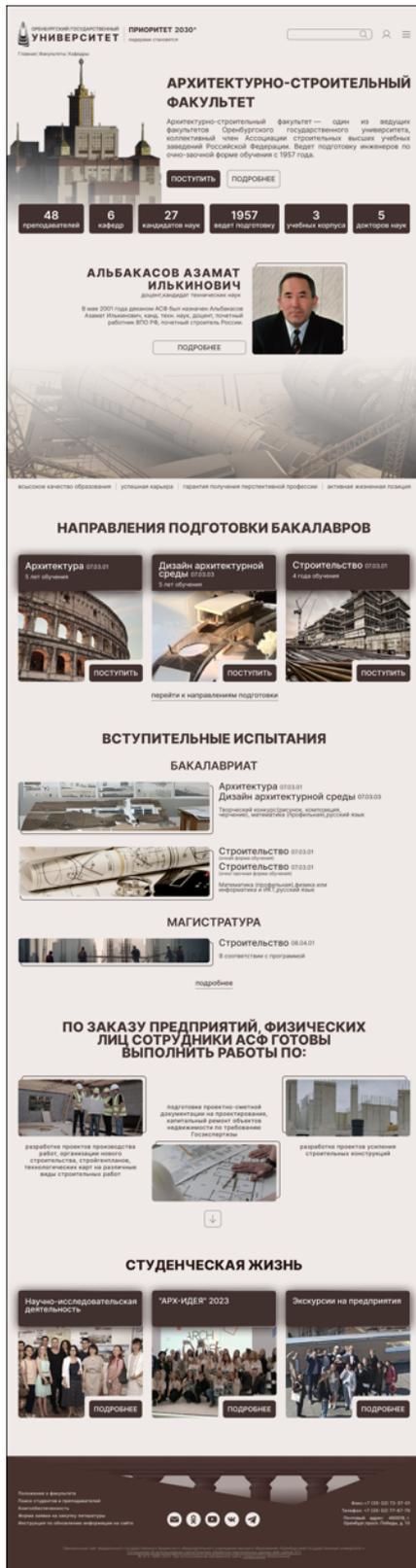
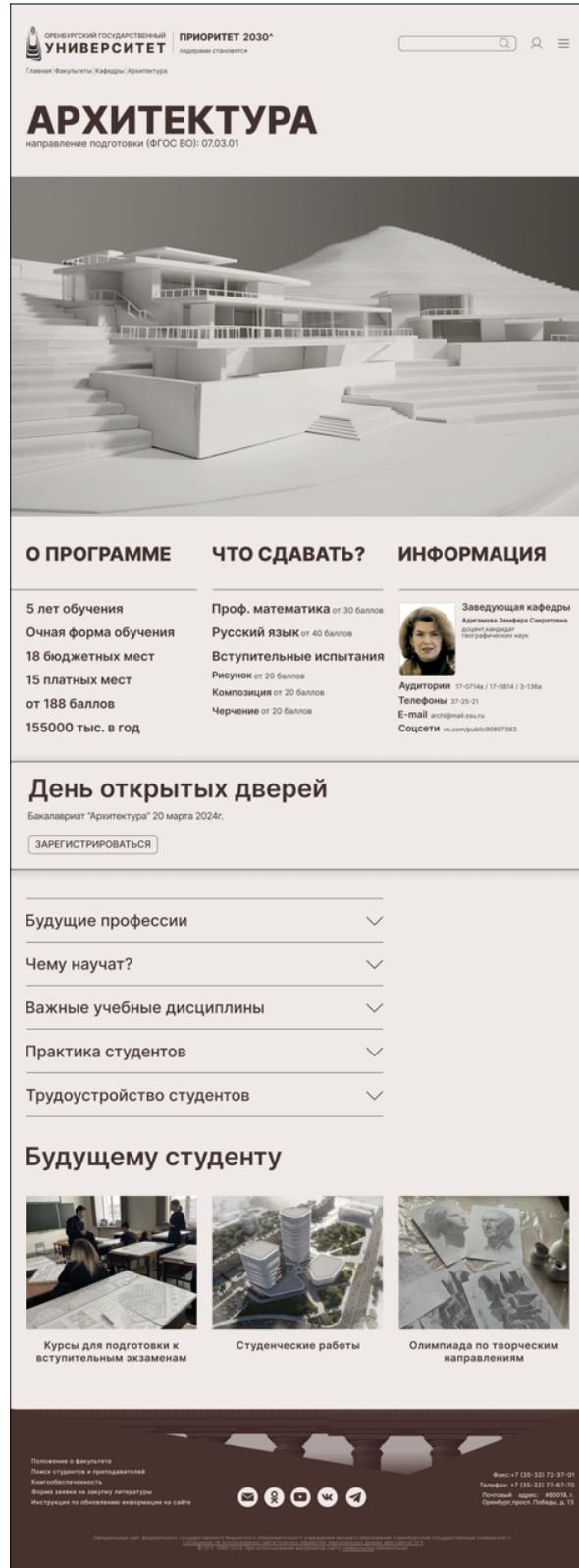


Рисунок 4. Дизайн сайта  
Источник: разработано автором



Анализ сайтов ведущих университетов страны заключался в изучении данной сферы со стороны дизайнера [2]. Нами были выделены положительные идеи для использования в продвижении имиджа университета, в дальнейшем этот анализ был использован для составления UX дизайна сайта кафедры архитектурно-строительного факультета [7]. Для анализа были выбраны следующие университеты: Высшая школа экономики, Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет.

Следующим этапом в авторском проекте было создание прототипа, т.е. детального плана веб-страницы. План нам нужен был для того, чтобы сфокусироваться на смысле и продумать интерфейс на концептуальном уровне, прежде чем переходить к графическому оформлению (рисунок 3). По мнению исследователей хорошо составленный прототип является полноценным каркасом сайта, на который потом легко «надевается» дизайн [4].

В проекте сайта мы учитывали колористику, т.к. сайт должен привлекать внимание посетителей своим

запоминающимся видом и фирменным стилем, присущим университету [3]. Цвет был подобран в соответствии с колористикой архитектуры зданий Оренбургского государственного университета.

В теории разработки web-сайтов рекомендуется придерживаться лаконичного стиля, который способен подчеркнуть уникальность и строгость университета [1; 5]. Для поддержания стиля мы использовали строгий шрифт (Inter), расположение информационных блоков, текста, изображений закомпоновано по базовой сетке, в которой не присутствует хаос.

По нашему мнению, пользователю не так важен дизайн, как расположение информационных блоков, т.к. он пришёл за информацией [2]. И в этом процессе важно, прежде всего, насколько быстро он её нашёл, удовлетворила ли она его потребности, помогла ли в решении его проблемы. Для нас было важно при разработке дизайна сайта учитывать UX/UI дизайн, именно тогда пользователь останется довольным и будет в курсе всех событий [2], проходящих на кафедре или на факультете (рисунки 4, 5).

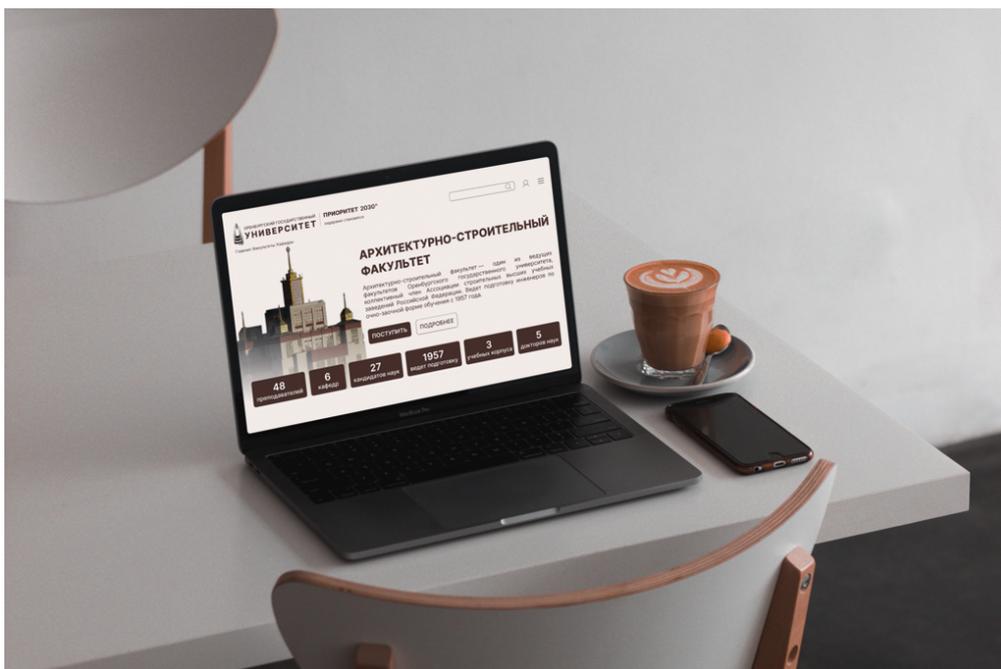


Рисунок 5. Мокап сайта  
Источник: разработано автором

После ребрендинга сайта было проведено тестирование среди студентов ВУЗа. Респонденты (79 студентов и преподавателей вуза), участвовавшие в тестировании сайта, отметили удобство и скорость

поиска нужной информации, и удачный дизайн сайта. На основе проделанной работы был сделан вывод о заключительном этапе проекта и поведен анализ результатов и оформления работы (рисунок 6).

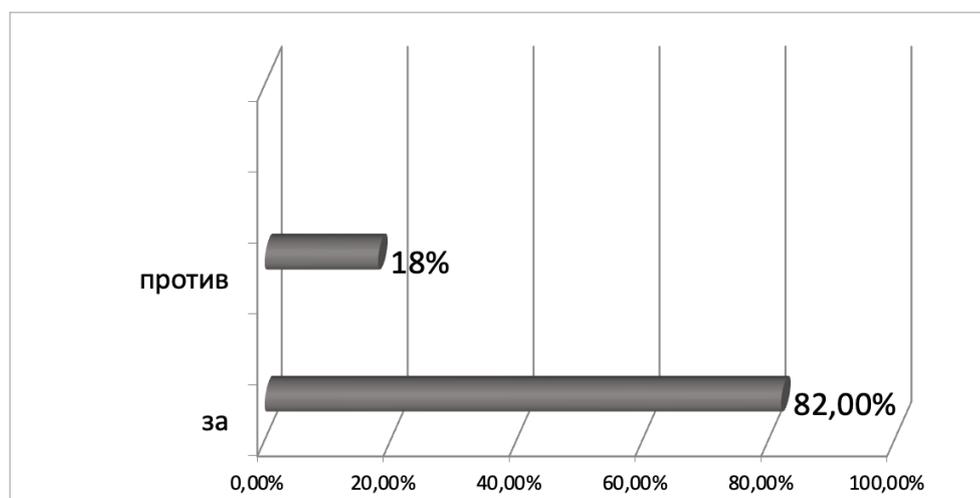


Рисунок 6. Диаграмма по опросу студентов ВУЗа

Источник: разработано автором

В заключении отметим, что роль бренда для образовательной среды чрезвычайно велика, так как сообщается максимум полезной информации и гарантируется стабильное качество и ассортимент образовательных услуг, создаются устойчивые, долгосрочные, положительные отношения с потребителем, их лояльность, а так же отражается система ценностей и традиций ВУЗа.

В практике реализации web-сайта мы приняли во внимание структуру главного сайта ОГУ, его колористику, придерживаясь строгости стиля. В итоге, был разработан эстетически приятный дизайн, а главное

удобная интуитивно понятная навигация, которая в дальнейшем сделает использование сайта для пользователей простым, быстрым и комфортным.

Онлайн-опрос по анализу и поиску актуальных измеряемых параметров макета, структуры и функционала контента, авторский подход к дизайну сайта позволили создать не просто визуально привлекательный ресурс, но и функциональный, который помогает достичь цели представления университета и привлечения внимания к его сильным сторонам и достижениям студентов и будущих абитуриентов.

### Литература

1. Вютерс Б. Онлайн-влияние. Как управлять поведением людей, чтобы они совершали покупки в онлайн. – М.: «Библос», 2020. – 337 с.
2. Клеон О. Кради как художник. 10 уроков творческого самовыражения: пер. с англ. С. Филина – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 176 с.
3. Круг С. Не заставляйте меня думать: веб-юзабилити и здравый смысл. – М.: Эксмо, 2021. – 256 с.
4. Шпикерманн Э. О шрифте: пер. с англ. под науч. ред. Л. А. Лаврухиной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017 – 208 с.
5. Шуваев Я. UX/UI дизайн для создания идеального продукта. Полный и исчерпывающий гид. – М.: Эксмо, 2023. – 240 с.
6. Яблонски Дж. Законы UX-дизайна: понимание психологии пользователя-ключ к успеху: пер. с англ. А. Логунова. – СПб.: БХВ-Петербург, 2022. – 143 с.
7. Tomal R. (2021) Intro to Web Design. Available at: <https://rafaltomal.com/class/intro/> (accessed: 05.05.2024) (In Eng.).

Статья поступила в редакцию: 30.05.2024; принята в печать: 27.09.2024.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.