

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

ДОПУЩЕНО до захисту

В.о. завідувача кафедри, к.т.н., доцент

_____ Ганна ПОЛІТАЄВА

«__» _____ 20__ р.

**АНАЛІЗ РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ МІСТ
У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
022 Дизайн**

Виконавець:

Студентка групи БД1

Кравченко К. М

(ПІБ)

Керівник:

к.т.н., доцент

Політаєва Г.Н.

(ПІБ)

Консультанти з розділів:

Основний розділ

к.т.н., доцент

Політаєва Г.Н

Нормоконтроль

ст.викл.

Чорностан Г.В.

(ПІБ)

Херсон 2023

**ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

**Кваліфікаційна робота магістра
(пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи)**

МАГІСТР

(освітній ступінь)

**на тему: Аналіз розробки айдентики міст
у графічному дизайні**

Виконав: студент 2 курсу, групи 6Д1
спеціальності

022 "Дизайн"

(шифр і назва спеціальності)

Кравченко К.М.

(прізвище та ініціали)

Керівник к.т.н., доцент Полетаєва Г.Н.

(прізвище та ініціали)

Рецензент к.т.н., доцент С.В. Вишемирська

(прізвище та ініціали)

Херсон 2023

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет інформаційних технологій та дизайну
Кафедра дизайну
Освітній ступінь магістр
Спеціальність 022 Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. завідувача кафедри, к.т.н., доцент
Ганна ПОЛСТАЄВА
“ ” 2023 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Кравченко Карина Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Аналіз розробки айдентики міст у графічному дизайні

керівник роботи к.т.н., доцент Полстаєва Ганна Норайрівна,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “02” жовтня 2023 року №516-с

2. Строк подання студентом роботи 14.01.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи Робота складається з трьох розділів та 6-ти плакатів. Перший розділ - Теоретичні дослідження щодо понять айдентика міста. Другий розділ - Особливості розробки айдентики регіону. Третій розділ - Дизайн-проект брендбуку айдентика міст.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні дослідження щодо понять айдентика міста

2. Особливості розробки айдентики регіону

3. Дизайн-проект брендбуку айдентика міст

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Візуальна айдентика. Специфіка айдентики міст. Аналіз айдентики українських міст, Плакати розміром 50x100 см у кількості 6 шт.

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|-----------------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| Основний розділ | Полетаєва Г.Н. | | |
| Нормоконтроль | Чорностан Г.В | | |

7. Дата видачі завдання 02.10.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів дипломної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|---|-------------------------------|----------|
| 1. | Поняття айдентики та брендингу у графічному дизайні, аналіз наукових публікації | 4.09.23-18.09.23 | |
| 2. | Візуальні складові при формуванні певного образу регіону | 20.09.23-10.10.23 | |
| 3. | Специфіка розробки айдентики міста | 4.09.23-18.09.23 | |
| 4. | Аналіз закордонного досвіду та український брендинг | 4.09.23-18.09.23 | |
| 5. | Графічна частина роботи | 03.11.23 – 14.12.23 | |
| 6. | Перевірка керівником | 24.12.23 | |
| 7. | Перевірка на академічний плагіат | 10.01.24 | |
| 8. | Перевірка завідувачем кафедри, рецензування | 14.01.24 | |

Студент _____ Кравченко К. М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Полетаєва Г.Н.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кравченко К. Аналіз розробки айдентики міст у графічному дизайні – Рукопис.

Робота на здобуття освітнього ступеню магістра за спеціальністю 022 – Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2023. У роботі розглянуто та аналізовано розробка айдентики міст України у графічному дизайні. Представлений інформаційний пошук, діагностика прикладних досліджень й стану середовища, виявлено тенденції науково-технічного прогресу, прогалини та проблематика серед проведених досліджень в галузі дизайну. Проведено інформаційне дослідження, шляхом аналізу провадження бренду міст України, що дозволило створити книгу дієвих прикладів по графічному оформленню міст. Досліджено айдентика міст України та її особливості та розроблено помічник по створенню графічної частини бренду міста.

Ключові слова: айдентика, бренд-бук, туристичний, туриський, логотип, брендування, фірмовий стиль.

ABSTRACT

Kravchenko K. Analysis of the development of the identity of cities in graphic design - Manuscript.

Work on obtaining a master's degree in the specialty 022 - Design. Kherson National Technical University. Kherson, 2020. The work examines and analyzes the development of the identity of Ukrainian cities in graphic design. Information search, diagnostics of applied research and the state of the environment are presented, trends of scientific and technical progress, gaps and problems among conducted research in the field of design are revealed. An informational study was conducted, through the analysis of the implementation of the brand of Ukrainian cities, which allowed to create a book of effective examples of graphic design of cities. The identity of the cities of Ukraine and its peculiarities were studied, and an assistant for creating the graphic part of the city brand was developed.

Keywords: identity, brand book, tourist, logo, branding, corporate style.

ЗМІСТ

ВСТУП

| | |
|---|----|
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ПОНЯТЬ АЙДЕНТИКА МІСТА | 10 |
| 1.1. Поняття айдентики та брендингу у графічному дизайні | 10 |
| 1.2. Аналіз наукових публікацій за темою дослідження | 15 |
| 1.3. Візуальні складові при формуванні певного образу регіону | 21 |
| Висновки | 26 |
| РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ РЕГІОНУ | 28 |
| 2.1. Специфіка розробки айдентики міста | 28 |
| 2.2. Аналіз брендингу міст закордоний досвід | 37 |
| 2.3. Український брендинг – особливості, сучасний стан | 44 |
| Висновки | 51 |
| РОЗДІЛ 3. ДИЗАЙН-ПРОЕКТ БРЕНДБУКУ АЙДЕНТИКА МІСТ | 52 |
| 3.1 Специфіка проектної інституції | 52 |
| 3.2 Особливості аналогового середовища | 61 |
| 3.3 Формування концепції посібника брендбуку | 65 |
| Висновки | 71 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ..... | 75 |
| ДОДАТКИ | 77 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 85 |

ВСТУП

В даний час у всіх країнах, що прагнуть розвивати індустрію туризму, велику популярність набули туристські бренди. У центрі уваги при процесі просування такого бренду знаходиться формування унікальної конкурентної переваги, що ґрунтується на візуальній складовій бренду, яка допоможе збільшити його впізнаваність серед людей. Візуальна айдентика туристського бренду відіграє велику роль у залученні туристів з різних міст та країн, оскільки це те, що найлегше запам'ятовується людьми. Тому така айдентика є важливим елементом розвитку та підвищення впізнаваності нового продукту чи послуги.

У час, коли міста стають гравцями ринку, завдання муніципалітетів – забезпечити сталу роботу свого «підприємства». Нікому не цікаво вкладати час, сили та кошти у депресивне місто без власного обличчя. Натомість яскраві самобутні населені пункти стають точкою тяжіння. Мешканці міста стають послами ідеї бренда, коли вони вірять у сильні сторони, що просуває бренд, ця віра передається гостям міста і поширюється в інформаційному просторі. Потенційні туристи, студенти, власники бізнесу, митці мають побачити що у вашому місті можливість отримати корисний досвід і умови, щоб приїхати сюди чи навіть лишитися надовго.

Що це за гайд-бук? Це повний набір матеріалів присвячений брендам Українських міст, їх досвід формуванні бренд-буку. Сучасні приклади айдентики міст, створені на основі закордонних прикладів.

Кому він потрібен? Усім, хто збирається впроваджувати бренд міста, муніципалітет, дизайнери, маркетологи, жителі, бізнес, медіа, хто презентує місто у країні та світі.

Навіщо його використовувати? Дасть розуміння у формулюванні набору взаємодії візуальних елементів міста. На основі наведених прикладів зможете взяти найкращі ідеї для створювання графічного оформлення айдентики міста.

Таким чином, **актуальність даної роботи** полягає в наростаючій популярності туристичного брендингу, у повсемістному застосуванні візуальної айдентики і можливості її впровадження в графічному дизайні міст.

Об'єктом дослідження у роботі є візуальна айдентика як інструмент підвищення впізнаваності бренду міста

Предмет дослідження. Аналіз розробки айдентики міст у графічному дизайні.

Мета дослідження. Розробка гайд-буку для створення графічної частини айдентики міст.

Для досягнення заданої мети необхідно вирішити такі **завдання:**

1. Розкрити теоретичні засади туристичного брендингу.
2. Проаналізувати дизайни різних міст.
3. Розробити вказівник для створення графічної частини айдентики міст у різних регіонах України.

Методи дослідження, що застосовуються в роботі: аналіз літературних, документальних та інтернет джерел; опис; метод порівняльного аналізу; соціологічне опитування (анкетування); узагальнення та інтерпретація отриманих результатів.

Наукова новизна полягає у можливості застосування розробленої візуальної айдентики під час запуску туристичного проекту міста.

Ця робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатків.

У першому розділі роботи було розглянуто теоретичні основи брендингу міст: розкрито сутність понять «бренд» та «візуальна айдентика», розглянуто вплив візуальної айдентики брендів на залучення аудиторії.

У другому розділі було проаналізовано візуальну айдентику різних міст України та закордоном, виявлено принципи візуальної айдентики, були відображені методи дослідження, використані під час роботи, описані основні етапи.

У третьому розділі було описано ключові етапи дизайн-проекту, створена концепція гайд-буку, аналізовано "брендбук", "гайдлайн" і "логобук" їх терміни та завдання.