

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

На тему: Айдентика торгової мережі аудіо продукції

Виконав: студент 4 курсу, групи 4Д2  
спеціальності 022 «Дизайн»  
(шифр і назва спеціальності)

Камінський Дмитро Андрійович  
(прізвище та ініціали)

Керівник Крижановський В.М.  
(прізвище та ініціали)

Рецензент Ткаченко В.В.  
(прізвище та ініціали)

Хмельницький- 2025 року

# ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет інформаційних технологій та дизайну

Кафедра дизайну

Освітній рівень Бакалавр

Спеціальність 022 Дизайн

(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма 022.01 Графічний дизайн

(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач**

**кафедри к.т.н., доцент Ганна**

**ПОЛІТАЄВА**

“ ”

20\_\_ року

## **З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

**Камінський Дмитро Андрійович**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Айдентика торгової мережі аудіопродукції

керівник роботи доцент Крижановський В.М

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “ ”13.01\_\_2025 року №12-С\_\_

2. Строк подання студентом роботи 09.06.2025

3. Вихідні дані до роботи розробити базові елементи айдентики мережі аудіопродукції

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ; Розділ 1. Загальне утворення айдентики та її елементів; Розділ 2. Аналіз аналогів та прототипів; Розділ 3. Розробка айдентики торгової мережі аудіопродукції; Розділ 4. Охорона праці; Загальні висновки;

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Базові елементи айдентики: зображувальна частина комбінованного знаку (1024x1024 px); комбінований знак (2840x1024 px); Приклади застосування: нанесення на поліграфічну продукцію та елементи мерчандайзингу; використання у рекламні

діяльності; \_\_\_\_\_

## 6. Консультанти розділів роботи

| Розділ          | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата   |                  |
|-----------------|-------------------------------------------|----------------|------------------|
|                 |                                           | завдання видав | завдання прийняв |
| Основний розділ | доцент Крижановський В.М                  | 25.05.2025     | 07.06.2025       |
| Охорона праці   | к.т.н., доцент Венгер О.О                 | 06.05.2025     | 06.06.2025       |
| Нормоконтроль   | Михайлова В.О                             | 09.06.2025     | 09.06.2025       |
|                 |                                           |                |                  |
|                 |                                           |                |                  |
|                 |                                           |                |                  |
|                 |                                           |                |                  |

7. Дата видачі завдання 25.02.2025 \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів роботи                                                                          | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------|
|       | Аналіз наданої тематики дипломної роботи                                                     | 25.02 – 08.03                 |          |
|       | Написання вступної частини                                                                   | 08.03 – 10.03                 |          |
|       | Аналіз аналогів та прототипів                                                                | 11.03 – 07.04                 |          |
|       | Розробка скетчів проектно-графічної частини                                                  | 08.04 – 28.04                 |          |
|       | Написання розділу з охорони праці                                                            | 05.05 – 10.05                 |          |
|       | Формування основної частини пояснювальної записки                                            | 11.05 – 19.05                 |          |
|       | Написання розділів пояснювальної записки                                                     | 19.05 – 26.05                 |          |
|       | Визначення фінальних концептів графічної частини                                             | 26.05 – 03.06                 |          |
|       | Внесення остаточних корективів до елементів дипломної роботи та їх підготовка до презентації | 03.06 – 06.06                 |          |

Студент \_\_\_\_\_ Камінський Д.А.  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Крижановський В.М.  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Камінський Д.А. Айдентика торгової мережі аудіопродукції.**

– Рукопис

Робота на здобуття освітнього ступеню бакалавр за спеціальністю 022 Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Хмельницький, 2025.

Основною метою виконання дипломної роботи є розробка елементів айдентики торгової мережі аудіопродукції.

Були проведені детальні дослідження щодо походження айдентики, як частини графічного дизайну, а також був проведений глибокий аналіз аналогів та прототипів. Розглянуті сучасні тренди та цільова аудиторія ринку. Розроблено графічне дизайнерське рішення, що відповідає встановленим технічним нормам та концепції візуальної привабливості. Досягнуто рівню оптимальності під час підбору графічних варіантів. Виконано подальший детальний опис перелічених процесів. Створенні додаткові візуальні матеріали на основі попередньо опрацьованих асетів. Проведена технічна адаптація фінального варіанту айдентики до подальшого практичного використання.

## ABSTRACT

**Kaminskyi D.A. Identity of the trade network of audio production –**  
Manuscript.

Bachelor`s Degree Thesis in Specialty 022 Design. Kherson National Technical University. Khmelnytskyi, 2025.

The main purpose of the thesis is to develop the elements of the identity of the audio products retail chain.

Detailed research was conducted on the origin of identity as a part of graphic design, as well as an in-depth analysis of analogues and prototypes. The current trends and target audience of the market were considered. A graphic design solution was developed that meets the established technical standards and the concept of visual appeal. The level of optimality in the selection of graphic options was achieved. A further detailed description of the above processes was made. Additional visual materials were created based on the previously developed assets. Technical adaptation of the final version of the identity for further practical use was carried out.

## ЗМІСТ

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП .....                                                                     | 7  |
| РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ПРО АЙДЕНТИКУ ТА ЇЇ ЕЛЕМЕНТИ .....                | 11 |
| 1.1. Айдендика як маркування власності .....                                    | 11 |
| 1.2. Типи та властивості айдентики та її стилістичні особливості .....          | 16 |
| 1.3. Сучасна айдендика як напрямок графічного дизайну .....                     | 19 |
| Висновки .....                                                                  | 21 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ ТА ПРОТОТИПІВ.....                                    | 23 |
| 2.1. Аналіз та порівняння наявних аналогів та прототипів.....                   | 23 |
| 2.2. Формування українського ринку аудіопродукції .....                         | 27 |
| Висновки .....                                                                  | 31 |
| РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ АУДІОПРОДУКЦІЇ .....               | 31 |
| 3.1. Пошук ідей та створення скетчів.....                                       | 31 |
| 3.2. Розробка проєктного рішення елементів айдентики .....                      | 33 |
| 3.3. Створення фінального дизайнерського рішення .....                          | 36 |
| Висновки .....                                                                  | 37 |
| РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ .....                                                   | 39 |
| 4.1. Основна характеристика робочого місця та потенційні небезпеки .....        | 39 |
| 4.2. Опис пожежної сигналізації на підприємстві, в організації чи установі .... | 42 |
| Висновки .....                                                                  | 43 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....                                                         | 44 |
| Додаток А .....                                                                 | 47 |
| Додаток Б .....                                                                 | 50 |
| Додаток В .....                                                                 | 53 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....                                                | 55 |

## ВСТУП

**Актуальність роботи.** Айдентика, як частина рекламно-інформаційної кампанії, має доволі великий вплив на просування брендів, бізнесів та культурних заходів. Актуальність данної кваліфікаційної роботи стоїть у декількох пунктах, серед яких підвищений попит на товари та послуги, що надаються українськими брендами та бізнесом, як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, загальноукраїнський запит на пізнавання власної культури та загальносвітовий попит на альтернативні методи прослуховування аудіо на противагу стримінговим сервісам, які підживлюються лідерами думок у соціальних мережах. Ця тема розкриває зміну ставлення сучасних соціумів до історії та культури, особливо в музичному плані, та як на ці зміни реагують компанії та творчі ініціативи, переосмислюючи підходи і стратегії. Розробка айдентики торгової мережі аудіопродукції дозволить ширше розкрити розвиток та діяльність українського бізнесу, як закордоном, так і всередині України, поширити інформацію про історію та багатогранність музичного аспекту України та привернути увагу до зростаючого тренду на відкриття новим поколінням ретро-тематики.

**Мета роботи.** Розробка графічних елементів ідентифікації торгової мережі аудіопродукції.

Задля досягнення мети дослідження передбачено виконання таких **завдань:**

- Зробити аналіз поточних тенденцій у сфері айдентики та методів, які використовуються для відтворення її графічного аспекту;
- Врахувати основні вимоги та властивості до створення концептів та готового графічного проекту, з урахуванням факторів товару та стратегії бренду;
- Розробити концепцію дизайн-проекту навколо бренду, що відображає україно-спрямованість в музичному аспекті;

- Провести обробку потенційних варіантів та обрати фінальний, що буде найкраще відображати стратегію цільового бренду;
- Відтворити процес створення у обранному графічному редакторі з урахуванням попередньо-створених концептів та ескізів, включно з підбором шрифтої частини для текстового компоненту;
- Підготувати готовий проект до процесу друку, відповідно до наявних стандартів якості та візуальної привабливості.

**Об'єкт проєктування.** Дизайн елементів та систем візуальної ідентифікації.

**Предмет проєктування.** Базові елементи візуальної ідентифікації торгової мережі аудіопродукції.

**Методи проєктування.** Під час проведення дослідження відбулося використання наступних методів: аналітичний, порівняльний, системний та дедукційний.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи** лежить у створенні впізнаваного бренду та подальшу його когнітивну асоціацію з якісними товарами та сервісом, а також заохочення масового слухача до пізнання української музичної культури через призму сучасних трендів на альтернативні методи прослуховування аудіопродукції. Серед основних властивостей практичного застосування вирізняються:

- Створення іміджу якісного та доброчесного бренду серед потенційних покупців. Айдентика гратимуть важливу роль у впізнаваності товарів та сервісів, що надаються торговою мережою.
- Поширення та підтримка зацікавленості щодо української музичної культури та історії серед потенційної аудиторії. Шрифтові та графічні ідентифікатори створюватимуть пряму асоціацію з Україною та її культурним аспектом;
- Підтримка музичних виконавців, зокрема артистів з України. Продаж аудіопродукції, що містить композиції та пісні українських виконавців,

фінансово допоможе артистам-початківцям та створить навколо них більше коло поціновувачів;

- Просування альтернативних джерел прослуховування аудіоматеріалів. Апеляція до сучасних трендів, зокрема до ретро- та вінтаж-тематик, матиме на меті залучити більш молоду та прогресивну аудиторію до зміни стилю прослуховування аудіо та загального ставлення до такої аудіопродукції, як вінілові платівки та CD- диски;

**Структура кваліфікаційної роботи.** Структура роботи покладається повністю на мету та завдання данної роботи. Обсяг складається з таких елементів, як вступ, чотири розділи, десять підрозділів, висновки, додатки та список використаних джерел(30 позицій). Повний обсяг текстової частини виконаної роботи складає 57 сторінок, основна частина якої складає 46 сторінок.