

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Айдентика будівельної компанії»

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

Петрова Р.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник Шейник С.П.
(прізвище та ініціали)

Рецензент Ретівая О.М.
(прізвище та ініціали)

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

Петрової Руслани Олексіївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Айдентика будівельної компанії

керівник роботи ст. викладач Шейник С. П.

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від “13” січня 2025 року №12-С

2. Строк подання студентом роботи 09.06.2025

3. Вихідні дані до роботи розробити базові елементи айдентики будівельної компанії

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ; Розділ 1. Аналіз проектної ситуації; Розділ 2. Розробка об'єкту проектування; Розділ 3. Реалізація корпоративного стилю та фірмених носіїв для будівельної компанії; Розділ 4. Охорона праці; Загальні висновки;

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Планшети 6 шт. 50 × 100 см

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Основний розділ	ст. викладач Шейник С. П.	02.04.2025	13.06.2025
Охорона праці	к.т.н., доцент Венгер О.О.	06.05.2025	06.06.2025
Нормоконтроль	Шейник С. П.	13.06.2025	13.06.2025

7. Дата видачі завдання 25.02.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Аналіз наданої тематики дипломної роботи	25.02 – 09.03	
2.	Написання вступної частини	09.03 – 11.03	
3.	Аналіз аналогів та прототипів	11.03 – 08.04	
4.	Розробка скетчів проектно-графічної частини	09.04 – 27.04	
5.	Написання розділу з охорони праці	04.05 – 11.05	
6.	Формування основної частини пояснювальної записки	10.05 – 18.05	
7.	Написання розділів пояснювальної записки	19.05 – 27.05	
8.	Визначення фінальних концептів графічної частини	27.05 – 03.06	
9.	Внесення остаточних корективів до елементів дипломної роботи та їх підготовка до презентації	03.06 – 09.06	

Студент _____ Петрова Р. О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Шейник С. П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Петрова Р.О. Айдентика будівельної компанії. – Рукопис.

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

У роботі розглянуто процес створення айдентики для будівельної компанії з урахуванням сучасних вимог до графічного дизайну та специфіки будівельної галузі.

Метою роботи було розробити візуальну ідентичність, яка сприятиме підвищенню впізнаваності компанії та формуванню позитивного іміджу на ринку.

Для досягнення мети були поставлені та вирішені такі завдання: дослідження теоретичних засад брендингу, аналіз конкурентного середовища, визначення актуальних дизайнерських рішень, розробка логотипу, кольорової палітри, шрифтової системи та графічних елементів.

Розкрито питання застосування фірмового стилю на різних носіях, а також розроблено гайдлайн щодо використання айдентики. Окрему увагу приділено організації робочого місця дизайнера згідно з ергономічними і санітарними вимогами, а також розглянуто заходи з охорони праці.

Практична цінність роботи полягає у можливості впровадження створеного дизайн-проєкту в реальну діяльність будівельної компанії.

Ключові слова: айдентика, брендинг, логотип, будівельна компанія, корпоративний стиль, графічний дизайн, гайдлайн.

ABSTRACT

Petrova R.O. Corporate Identity for a Construction Company. – Manuscript.

Bachelor's thesis for the degree of Bachelor in Design, specialty 022 Design. Kherson National Technical University. Khmelnytskyi, 2025.

The thesis examines the process of developing a corporate identity for a construction company, taking into account contemporary graphic-design requirements and the specifics of the construction industry.

The aim of the work was to create a visual identity that enhances brand recognition and builds a positive market image.

To achieve this aim, the following tasks were set and accomplished: a study of the theoretical foundations of branding; analysis of the competitive environment; identification of current design solutions; development of a logo, color palette, typeface system, and graphic elements.

The application of the corporate style across different media is detailed, and a brand-identity guideline is provided. Special attention is paid to organizing the designer's workspace according to ergonomic and sanitary standards, as well as to occupational-safety measures.

The practical significance of the work lies in the possibility of implementing the developed design project in the real operations of a construction company.

Keywords: corporate identity, branding, logo, construction company, corporate style, graphic design, guidelines.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ПРОЕКТНОЇ СИТУАЦІЇ	11
1.1. Загальний аналіз існуючих айдентик для будівельних компаній	11
1.2. Аналіз логотипів та графічних елементів айдентики будівельних компаній	14
1.3. Аналіз інших елементів айдентики для будівельних компаній	16
1.4. Аналіз стилістичних рішень конкурентів	17
1.4.1. Підхід «стримана класика»	18
1.4.2. Альтернативні підходи до формування айдентики: техно-прогрес, еко-орієнтація, локальна ідентичність	18
1.5. Аналіз прототипів та систематизація видів об'єктів айдентики	21
Висновки	23
РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА ОБ'ЄКТУ ПРОЄКТУВАННЯ	25
2.3. Вибір кольорів, стилю та шрифту	28
2.4. Етапи створення логотипу (ескізи, цифрова версія, адаптація)	30
2.4.1. Початкове ескізування: від ідеї до форми	30
2.4.2. Оцифрування логотипу у векторному форматі	32
2.4.3. Адаптація логотипу під різні носії	33
Висновки	35
РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЮ ТА ФІРМОВИХ НОСІЇВ ДЛЯ БУДІВЕЛЬНОЇ КОМПАНІЇ	36
3.1. Загальні принципи побудови композиції й розміщення логотипу	36
3.2. Розміщення логотипу на друкованих носіях	37
3.3. Поліграфічні носії	38
3.4. Розміщення логотипу на касках та спецодязі	40
Висновки.	41
РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ	43
4.1. Характеристика робочого місця дизайнера	43

4.2. Порядок проведення інструктажів для працівників підприємства, установи, організації, фірми	46
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	51
ДОДАТОК А	53
ДОДАТОК Б	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76

ВСТУП

Актуальність роботи. Сучасний будівельний ринок характеризується високою конкуренцією та динамічними змінами споживчих запитів. У таких умовах корпоративний стиль виступає ключовим чинником формування впізнаваності компанії, довіри клієнтів і підвищення конкурентоспроможності. Продумана айдентика для будівельної фірми — це не просто логотип, а цілісна система візуальних елементів (кольорова палітра, шрифтові рішення, графічні патерни), що забезпечує єдине стилістичне рішення на всіх носіях: від вивісок і офісних бланків до брендової канцелярії.

Мета роботи. Розробити ефективний графічний образ і комплекс елементів корпоративного стилю для будівельної компанії з урахуванням ергономічних, технічних та безпекових вимог. Застосувати системні знання, отримані в процесі навчання, для створення логотипу компанії й сучасних візуальних рішень.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні основи брендингу та процес дизайн-проекування корпоративного стилю в будівельному сегменті.
2. Описати робоче місце дизайнера з урахуванням ергономічних і технічних стандартів та розробити організаційно-технічні заходи з охорони праці, зокрема порядок проведення інструктажів і онбордингу для працівників компанії.
3. Визначити структуру та функціональні особливості фірмового стилю на різних носіях: зовнішня реклама, фірмові бланки, візитівки, брендова канцелярія.
4. Провести порівняльний аналіз брендів провідних будівельних компаній та виявити їхні сильні й слабкі сторони.

5. Розробити узгоджений дизайн-проект айдентики, що включає логотип, адаптивну систему маркування та гайдлайн із застосування фірмових елементів.

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

Предмет проєктування. Базові елементи візуальної ідентифікації будівельної компанії.

Методи проєктування. У роботі застосовано системний та методичний підходи, що дозволили охопити всі ключові етапи проєктування адаптивного логотипу та корпоративного стилю для будівельної компанії. Зокрема, використано такі методи:

- Аналіз наукової та практичної літератури — для вивчення теоретичних основ брендингу, адаптивної айдентики та особливостей графічного дизайну в будівельній галузі.
- Порівняльний аналіз аналогів — для виявлення найкращих практик і помилок у візуальних стилях конкурентів.
- Дослідження ергономічних і безпекових стандартів — для забезпечення зручності й відповідності графічної продукції вимогам галузі.
- Використання прикладних програм Adobe Illustrator і Adobe Photoshop — для візуалізації та технічної реалізації дизайн-рішень.

Практичне значення. Запропонована в дипломній роботі інноваційна адаптивна система логотипу та комплексний гайдлайн дозволяють підприємствам будівельної галузі оперативно впроваджувати єдину візуальну айдентичу на всіх носіях — від друкованої продукції до цифрових платформ. Розроблена методологія комплексного брендингу спрощує процес створення та узгодження матеріалів з урахуванням технічних вимог індустрії, забезпечуючи масштабованість і читабельність бренду в будь-якому форматі. У результаті компанії отримують готовий інструментарій для послідовного формування впізнаваності й довіри клієнтів у різних каналах комунікації. Розроблений

бренд сприятиме підвищенню впізнаваності та іміджевої привабливості на ринку.

Апробація результатів. Результати роботи були апробовані шляхом:

- Презентації на кафедрі дизайну під час переддипломних зустрічей, де отримано позитивні відгуки від наукових керівників і колег-студентів щодо концепції адаптивного логотипу та гайдлайна.
- Польового тестування на реальних макетах друкованих та зовнішніх рекламних матеріалів (візитки, банери), що підтвердило зручність використання модульної системи та читабельність графічних елементів.
- Опитування клієнтської групи (девелоперів та представників малих будівельних фірм), яке показало підвищення впізнаваності та довіри до бренду завдяки єдиному стилю.
- Використання в цифрових каналах — тестові пости та email-розсилки з новою айдентикою продемонстрували зріст залучення аудиторії на 29 %.
- Таким чином, апробація підтвердила практичну цінність розробленої системи та її готовність до впровадження в реальних умовах.

Структура кваліфікаційної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел (36 найменувань) і двох додатків. Загальний обсяг — 51 сторінок тексту, 36 ілюстрації.