

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

ДОПУЩЕНО до захисту  
Завідувач кафедри, д.т.н., проф.  
\_\_\_\_\_ О.В. Чепелюк  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**"ДНІ ЛИТВИ У ХЕРСОНІ" – РОЗРОБКА  
КОМПЛЕКСУ АЙДЕНТИКИ, РЕКЛАМНО-  
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТА СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА  
022 Дизайн

Виконавець:  
Студент групи 4Д1

\_\_\_\_\_ Шульга А.А.  
(ПБ)

Керівник:  
доцент

\_\_\_\_\_ Крижановський В.М.  
(ПБ)

Консультанти з розділів:

Основний розділ  
доцент

\_\_\_\_\_ Крижановський В.М.  
(ПБ)

Розділ з охорони праці  
к.с.-г.н., доцент

\_\_\_\_\_ Малєєв В.О.  
(ПБ)

Нормоконтроль  
к.мист. , доцент

\_\_\_\_\_ Миргородська Н.В.  
(ПБ)

ХЕРСОН 2021

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

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

**БАКАЛАВР**

(освітній ступінь)

на тему: «ДНІ ЛИТВИ У ХЕРСОНІ» – РОЗРОБКА  
КОМПЛЕКСУ АЙДЕНТИКИ, РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ  
ТА СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Виконав: студент 4 курсу, групи 4Д1  
спеціальності

022 Дизайн

(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

Шульга А.А.

(прізвище та ініціали)

Керівник доцент Крижановський В.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Херсон - 2021

## АНОТАЦІЯ

**Шульга А.А. «Дні Литви у Херсоні» – розробка комплексу айдентики, рекламно-інформаційної та сувенірної продукції. – Рукопис.**

Робота на здобуття освітнього ступеню бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2021.

У даній роботі проектується туристична айдентика фестивалю «Дні Литви». Було визначено, що фестиваль вважається унікальним проявом національної культури, символом єдності і сили. Тож, доречним було показати у логотипі саме самобутність литовської культури, їх традиції та колорит.

Завдання передбачає проектування графічного логотипу до якого входять графічна частина фірмової символіки (фірмовий знак) і назва фестивалю у певному накресленні (логотип). Логотип був сформований на основі стилізації литовського хресту та календаря. За основу бралося зображення реальних об'єктів та виділялася головна, найбільш виразна якість об'єкта, потім предметні форми спрощувалися та стилізувалися. Методом експертної оцінки обрано кінцевий варіант, що відповідав усім вимогам, що пред'являлися до знаку: індивідуальність, лаконічність, компактність композиції.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПРОЕКТНОЇ СИТУАЦІЇ .....	9
1.1. Специфіка об'єкту проектування .....	9
1.2. Вимоги до виконання проектного завдання .....	11
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АНАЛОГОВОГО СЕРЕДОВИЩА .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1. Загальні особливості прототипів .....	14
2.2. Пошук референсів та їх аналіз .....	15
РОЗДІЛ 3. ПРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ ТА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ СИМВОЛУ .....	22
3.1. Виконання пошукових та ескізних варіантів .....	22
3.2. Формування концепції символу .....	24
РОЗДІЛ 4. ВИКОНАННЯ ЗНАКУ ЗА ОБРАНИМ ВАРІАНТОМ .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1. Загальна характеристика візуального контенту .....	27
4.2. Виконання електронної версії символу .....	28
4.3. Виконання електронної версії комплекту носіїв .....	30
РОЗДІЛ 5. ОХОРОНА ПРАЦІ .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1. Характеристика робочого місця дизайнера-графіка на підприємстві ПП «Матяс» .....	33
5.2. Вимоги до комп'ютерного столу на підприємстві ПП «Матяс» .....	39
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	43
Додаток А. Аналіз аналогового середовища .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Додаток Б. Ескізний пошук проектного рішення .....	48
Додаток В. Виконання електронної версії символу та комплекту носіїв .....	52
Додаток Д. Характеристика робочого місця дизайнера .....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	55

## ВСТУП

Сьогодні фестивальна айдентика – це найбільш ефективний інструмент активного позиціонування регіону, процес побудови, розвитку та управління брендом, мета якої - створення сильного і конкурентоспроможного регіону. Вдала айдентика безпосередньо впливає на враження. Вона забезпечує привабливий імідж, формує споживче уявлення про унікальність певного фестивалю та підвищує його впізнанність. Тому, з вказаних вище причин, розробка фестивальної айдентики є завданням актуальним.

Метою роботи є розробка айдентики фестивалю «Дні Литви». Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити наступні завдання:

1. Ознайомитись з наданою подією і виявити її унікальні особливості;
2. Проаналізувати специфіку об'єкту проектування, обґрунтувати комплекс вимог до виконання проектного завдання;
3. Провести аналіз аналогового середовища;
4. Виконати ескізний пошук та сформулювати образне та композиційне рішення знаку, за результатами ескізної роботи;
5. Розробити електронну версію символу у редакторі векторної графіки з дотриманням традицій графічного знаку щодо обов'язкових складових айдентики;
6. Підготувати проектно-графічний матеріал та пояснювальну записку.

Об'єкт проектування – фестивальна айдентика на основі певного міста.

При виконанні роботи використовуються такі методи дослідження:

1. Аналітичний – аналіз об'єкту та предмету проектування, аналіз творчих джерел, аналіз аналогового середовища, аналіз пошукової та ескізної роботи.
2. Описовий – формування результатів аналізу та висновків, опис етапів роботи та аргументація прийнятих рішень.

3. Графічний аналіз – представлення основних композиційних особливостей графічно та схематично. Виконання пошукової ескізної роботи, розробка зображень та підготовка проектно-графічної частини курсової роботи.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що теоретичні дослідження можуть бути використані в подальших наукових роботах, а також мають практичне застосування в дизайні.

Структура курсової роботи обумовлена метою і завданням дослідження. Вона складається зі вступу, п'яти розділів, висновків до розділів, загальних висновків, додатків і списку використаних джерел.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У даній практичній роботі передбачається розробка айдентики фестивалю «Дні Литви». У ході опрацювання проектної ситуації та на основі аналізу аналогового середовища, були визначені основні положення яких потрібно дотримуватися:

- слід створити живу візуальну мову, щоб розповісти про особливості фестивалю, найяскравіші переваги, що влучно його характеризують.
- зробити зрозумілим для всіх груп населення та викликати інтерес у туристів;
- знак повинен працювати на будь-яких носіях - від кулькових ручок і листівок до туристичних автомобілів і величезних банерів.

Хороший логотип виділяється і привертає увагу здалеку, він повинен бути лаконічним, індивідуальним, простим та привабливим, це і є запорукою його запам'ятовування серед споживачів.

Всі вимоги до розробки логотипу або створення торгової марки, тісно взаємопов'язані між собою. Підбір правильного шрифту вкрай важливий для подальшого успіху заходу. Потрібно намагатися передати споживачам суть фестивалю і відмінні риси продукції, які він реалізує. Використання образотворчого елемента в логотипі робить його більш впізнаваним, чого не скажеш про текстові логотипи.