

Хмельницький національний університет
Факультет технологій і дизайну
Кафедра дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

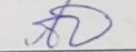

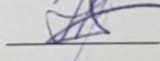
Освітній рівень

РОЗРОБКА РЕКЛАМНОГО СУПРОВОДУ ТА СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДО СВЯТКУВАННЯ 594-РІЧЧЯ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Галузь знань _____ 02 Культура і мистецтво _____
Шифр і назва галузі знань

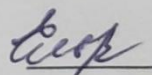
Спеціальність _____ 022 Дизайн _____
Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ. 2021053.03.05.ПЗ

Виконала: студентка 4 курсу, група ДЗН-21-3  Аліса ДАРМОРОЗ
Керівник: ст. вик. каф. дизайну  Олег БОБРОВСЬКИЙ
Нормоконтролер: к.т.н., доц.  Лариса КРАСНЮК

До захисту допускаю:

Зав. кафедри дизайну

 Ельвіра БАЗИЛЮК

12 червня 2025 р

Хмельницький 2025

Хмельницький національний університет
(повне найменування навчального закладу)
Факультет технологій і дизайну
Кафедра дизайну
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Галузь знань 02 Культура і мистецтво
(шифр і назва)
Спеціальність 022 Дизайн
(шифр і назва)
Освітня програма Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри дизайну

Ельвіра Ельвіра БАЗИЛЮК
4 лютого 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Дармороз Алісі Віталіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Розробка рекламного супроводу та сувенірної продукції до святкування 594-річчя міста Хмельницького»

Керівник проєкту Бобровський О.В, ст. вик. каф. дизайну

Затверджені наказом вищого навчального закладу від 7 лютого 2025 р., № 23

2. Строк подання студентом закінченої роботи 4 червня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи реklamний супровід, сувенірна продукція

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта, ретроспектива теми, творча розробка дизайну об'єкта проектування

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

Банер з художнім проєктом (розмір 1500x2000мм)

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-

7. Дата видачі завдання 7 лютого 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

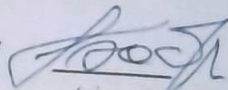
№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
		8.02 – 26.02	
1	Вибір та формування вихідних даних	1.03 – 12.03	
2	Розробка ескізів логотипу	13.03 – 2.04	
3	Розробка ескізів стікерів	5.04 – 16.04	
4	Розробка дизайну рекламної продукції	19.04 – 30.04	
5	Розробка дизайну сувенірної продукції	3.05 – 30.05	
6	Оформлення пояснювальної записки	28.05-30.05	
7	Допуск кваліфікаційної роботи керівником	4.06.	
8	Нормоконтроль кваліфікаційної роботи	7.06	
9	Перевірка на антиплагіат	9.06	
10	Допуск результатів проєктування до захисту	11.06-14.06	
11	Рецензування кваліфікаційної роботи	7.06-14.06	
12	Оформлення презентації результатів проєктування, підготовка доповіді	18.06	
13	Захист кваліфікаційної роботи		

Студент


(підпис)

Аліса ДАРМОРОЗ

Керівник проєкту


(підпис)

Олег БОБРОВСЬКИЙ

АНОТАЦІЯ

до дипломної роботи першого бакалаврського освітнього рівня
на тему: «Розробка рекламного супроводу та сувенірної продукції до святкування
594-річниці міста Хмельницького»

студентки групи ДЗН-21-3 Дармороз А.В
керівник – ст. вик. каф. дизайну Бобровський О.В

Обсяг пояснювальної записки – 58 с., 62 ілюстрацій, 1 додаток, 25 джерела.

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, РЕКЛАМНА ПРОДУКЦІЯ, СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ, ДЕНЬ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

У кваліфікаційній роботі розроблено рекламний супровід та сувенірну продукцію до святкування 594-річниці міста Хмельницького. Були створені ескізи і був розроблений логотип до святкування 594-річниці міста. Було розроблено рекламний супровід до свята : афіша, буклет з програмою заходу, дизайн сцени. Була розроблена сувенірна продукція: стікери, чашка, шопер, кулька.

4.06.25

(дата)



(підпис розробника)

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	6
1. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЄКТУВАННЯ ОБ’ЄКТА.....	7
1.1 Характеристика об’єкта проєктування.....	7
1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну об’єкта.....	10
2. РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ.....	13
2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об’єктів обраного напряму.....	13
2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою.....	29
3. ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ’ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ.....	30
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об’єкта проєктування.....	30
3.2 Розробка варіантів творчих ідей до дня міста.....	31
3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об’єкта проєктування.....	53
ВИСНОВКИ.....	56
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ.....	57
ДОДАТОК А. БАНЕР	59

ВСТУП

Важко уявити сучасний світ без дизайну. Він оточує нас всюди : від дизайну упаковки продуктів харчування до дизайну для масштабної події. Дизайн — це не лише про красу, а й про спосіб передати закладений сенс, ідею і цінності.

Важливу роль дизайн відіграє у оформленні свята. Створений дизайн рекламної, сувенірної продукції сприяє створенню святкової атмосфери. Дизайн до святкування дня міста збільшує патріотизм у мешканців, популяризує місто, його культуру і історію.

Місто Хмельницький щороку в останні вихідні вересня відзначає свою річницю. Хмельницький — це сучасне, розвинуте місто, з унікальною історією та культурою. У 2025 році йому виповнюється 594 роки. Ця подія має важливе культурне значення для мешканців міста. Якісний, сучасний рекламний супровід та сувенірна продукція популяризують місто серед хмельничан і гостей, посилюють імідж Хмельницького. Тому важливо, щоб для цієї події був розроблений дизайнерський супровід. Для святкування дня міста був розроблений дизайн логотипу (для свята), афіші, програми заходу, оформлення сцени. Афіша дуже важлива для поширення інформації про захід, вона має бути святкова і сучасна, щоб молодь хотіла її поширювати у соціальних мережах. Також був розроблений дизайн для сувенірної продукції, а саме для стікерів, горнятка, шопера, кульки.

Актуальність теми полягає в тому, що місто потребує дизайнерського підходу до святкування дня міста Хмельницького. Сучасне святкування дня міста не може бути лише з гарним декором, а потребує якісно розробленої рекламної продукції, а також сувенірів.

Метою дипломної роботи є розробити рекламний супровід і сувенірну продукцію, яка буде поєднувати сучасні дизайнерські рішення, культурну спадщину міста та потреби цільової аудиторії — молоді. Завдяки цьому підходу буде створений не лише гарний дизайн, але й буде підкреслено індивідуальність міста Хмельницького.

1. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЄКТУВАННЯ ОБ'ЄКТА

1.1 Характеристика об'єкта проєктування

Хмельницький у 2025 році відзначає 594 річницю з моменту свого заснування. Місто є важливим культурним, економічним та туристичним центром Поділля. Було розроблено спеціальну серію туристичної продукції присвячену 594-річчю міста Хмельницького, яка має не лише рекламне значення, а й справить позитивне враження на хмельничан та гостей міста.

Спочатку було розроблено логотип для свята з стилізованою цифрою 594, всередині цифри 9 використано існуючий логотип Хмельницького, а також було використано корону з герба міста. Таким чином було збережено впізнаваність бренду міста і підкреслено важливість події дня міста.

Після розробки логотипа він буде розміщений на афіші, програмі заходів, сцені, чашці, кульках, стікерах, шопері. Все має бути продумано, щоб виглядало гармонійно і на маленьких форматах і на великоформатній рекламі.

Обов'язково був розроблений дизайн для афіші, сіті-лайта, буклета, як запрошення на святкування дня міста Хмельницького. Звичайно на них має бути логотип, брендові кольори міста. Важливо, щоб афіша, сіті-лайт, буклет були яскраві, ефектні і привертати увагу людей. Крім цього потрібний буклет із програмою свята, щоб люди знали, які будуть заходи.

Чашки дуже популярні серед гостей міста, це чудовий сувенір, який буде нагадувати про свято. На ній буде розміщений розроблений логотип з цифрою «594».

Сцена — це центральна частина святкування, на ній виступають вокалісти, музичні гурти, говорять промови. Тому важливо, щоб вона відповідала стилю міста Хмельницького, мала логотип, фірмові кольори.

Туристична продукція багатофункціональна. Вона виконує інформаційну функцію, розповідає про місто Хмельницький. Завдяки сувенірній продукції

популяризується місто Хмельницький. Наприклад, молодь сфотографує туристичну продукцію, виставить у соцмережі і таким чином поширюватиметься інформація про день міста. Рекламний супровід та сувенірна продукція сприяє формуванню патріотизму. Вона пробуджує у мешканців почуття гордості за рідне місто, за його досягнення, традиції та історію.

Рекламний супровід та сувенірна продукція до 594-річчя Хмельницького дуже важливий. Він покликаний не лише відзначити значну дату, а й зміцнити туристичний імідж міста Хмельницького. Дизайн має бути святковим, яскравим, з впізнаваним логотипом міста, з фірмовими кольорами, має викликати у людей патріотизм і почуття гордості за рідний Хмельницький.



Рисунок 1.1 — Приклад сцени

Було розроблено ілюстрації, які б нагадували про знайомі місця міста, викликали позитивні емоції у людей. Ілюстрації будуть розміщені на афіші, буклеті, шопері, чашці. Був обраний стиль pop art, який передає яскраву атмосферу свята. Він використовує яскраві графічні елементи, коміксну стилістику, різні лінії, хмарки. Стилістика Pop art показує знайомі куточки міста під іншим кутом — яскраво і креативно.

Ілюстрації розроблені на основі важливих місць Хмельницького, а саме кінотеатр «Планета», ТЦ «Либідь Плаза», Хмельницька обласна філармонія, РАЦС. Ці місця навіюють приємні спогади, нагадують про дитинство і є важливими для міста. Також до ілюстрації буде написана тепла фраза, яка відгукнеться в серці хмельничан.

Основною цільовою аудиторією буде молодь — люди від 15-35 років. Вони активні, люблять будь-які святкування, активно користуються соціальними мережами і хочуть бути в тренді, люблять яскраві речі. Саме тому стиль pop art якнайкраще відповідає запитам молоді, тому що він контрастний, емоційний, динамічний, асоціюється зі святом, молодіжними трендами.

Стікери, шопер, чашка актуальні для молодої аудиторії. Стікери молодь любить приклеювати на чехол для телефону, на ноутбук, в блокнот. Таким чином вони будуть поширювати візуальний стиль міста (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 — Приклад стікерів

Шопер зараз став дуже потрібним, корисним у повсякденному використанні. Чашки з оригінальними ілюстраціями це корисна, красива річ і цікавий

подарунок. Ілюстрації з впізнаваними місцями міста в стилі pop art викличуть позитивні емоції і гордість за рідне місто. Теплі фрази додають ілюстраціям позитивних емоцій, нагадують про приємні спогади. Завдяки рекламному супроводу і сувенірній продукції мешканці міста зможуть подивитися на Хмельницький під іншим кутом, як на сучасне місто.

1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкта

Дизайн рекламного супроводу та сувенірної продукції до святкування 594-річчя міста Хмельницького має бути ефектний та святковий. Він має підкреслювати важливість цієї події 594-річчя міста Хмельницького.

Для розробки стікерів для сувенірної і рекламної продукції був обраний стиль pop art — це вибух барв, емоцій і ексцентризму. Цей стиль створений сміливими для сміливих [1].

Цей стиль має яскраві графічні елементи, стилістику коміксів, різні лінії, хмарки. Стилiстика pop art показує знайомі куточки міста під іншим кутом — яскраво і креативно. На основі зображень будівель міста були розроблені стікери, також їх буде розміщено на чашці, шопері, повітряній кульці.



Рисунок 1.3 — Стиль Pop art

Центральним елементом у розроблені логотипу до святкування дня міста є цифра «594», а також існуючий логотип міста — 3 стрілки розташовані в різні сторони, бірюзового, темно-синього і червоного кольору. Цифра «594» нагадує скільки років місту Хмельницькому тому важливо, щоб вона була на готовому логотипі. Вона має гармонійно поєднуватися з всіма елементами дизайну і виглядати цілісною композицією.

Кольорова палітра має доповнювати один одного і гарно поєднуватися між собою. Цифра «594» має бути у фірмових кольорах з існуючого логотипу міста Хмельницького. Шрифт цифри має чудово поєднуватися із логотипом міста. Завдяки цьому розроблено ефектний та святковий дизайн. Ілюстрації також будуть виконані у фірмових кольорах міста, а також ще буде використаний білий колір.

Важливою вимогою до дизайну рекламного супроводу та сувенірної продукції є читабельність і простий дизайн. Без читабельності шрифту не буде зрозуміло скільки років місту Хмельницькому. Тому було обрано вдалий шрифт для цифри «594». Важливо, щоб цифри не були перевантаженими зайвими деталями, кольорами або ефектами, які ускладнюють сприйняття. Часто туристична продукція розглядається в русі — на вулиці, у транспорті. У таких умовах людина може побачити дизайн лише на 1–2 секунди. Тому цифри логотипа мають бути читабельними, а дизайн простим. Дизайн ілюстрацій складається з важливих будівель міста, яскравих хмарок, зірок у стилі поп арт у фірмових кольорах міста.

Простий дизайн логотипу це не банально, а гармонійно і сучасно. Забагато декоративних елементів відвертає увагу від головного у дизайні. Тому використано чіткий шрифт, 3 фірмових кольори, просту композицію. Простий дизайн гарно виглядає і на маленькому стікері і на великому банері.

Дизайн логотипу чудово поєднується з ілюстраціями в стилі поп арт. Оформлення рекламної і сувенірної продукції виглядає гармонійно і святково. Яскраві лінії, хмара, зірка в стилістиці поп арт на ілюстраціях додають святковій атмосфери дизайну.

Дизайн сувенірної та рекламної продукції має бути універсальним для різних видів продукції, виглядати ефектно як на маленьких буклетах так і на великих банерах. Логотип, який добре виглядає на шопері, так і має бути адаптований і для друку на чашці, і для розміщення на постері.

Для поліграфічної продукції важливо зберігати пропорції і дотримуватися безпечних зон для друку, дотримувати кольорової моделі СМУК.

Зображення також мають бути універсальні для сувенірної продукції : для стікерів, чашки, шопера, а також для рекламної продукції : афіші, буклета з програмою. Вони мають виглядати гармонійно, сучасно, святково, привертати увагу. На стікерах зображені відомі будівлі міста : Либідь Плаза, РАЦС, філармонія. Ці будівлі нагадують людям про приємні спогади, прогулянки містом, друзі, концерти, кохання. На стікерах написані теплі написи. Все це робить їх близькими до людей, а гарний дизайн підкреслить унікальність міста.

1. РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напрямку

У кожному місті України є свій логотип у якому виражені культура і традиції міста. В часи соцмереж це важливий символ міста, який можуть використовувати як візитівку міста, для туристичної продукції.

Київ — столиця України, культурний центр і просто дуже красиве місто. В 2012 році у Києва з'явився туристичний логотип, над яким працювала агенція Fedoriv. Але, як написав Олександр Трегуб, на жаль його не полюбили [2].



Рисунок 2.1 — Логотип Києва від агенції Fedoriv

«Його не малюють, з нього не роблять значки, не луплять на стінах графіки. Він про все і ні про що. Офіційний логотип Києва – векторний файл. Реальний логотип Києва – каштан. Каштан красивий, графічний, лаконічний. Не виходить з моди. Не належить нікому особисто», — казав Трегуб (рис. 2.1) [3].

Логотип Києва — це листок каштану, це дуже символічно і асоціюється з містом. Каштан — це символ Києва, наприклад у пісні «Київський вальс» згадуються каштани, Дніпро, молодість і рідному Києві. Каштан вже давно став візитівкою столиці України. Тому це найкраще рішення створити логотип на основі

листка саме цього дерева, тому що це впізнаваний і чисто київський елемент культури (рис. 2.2).

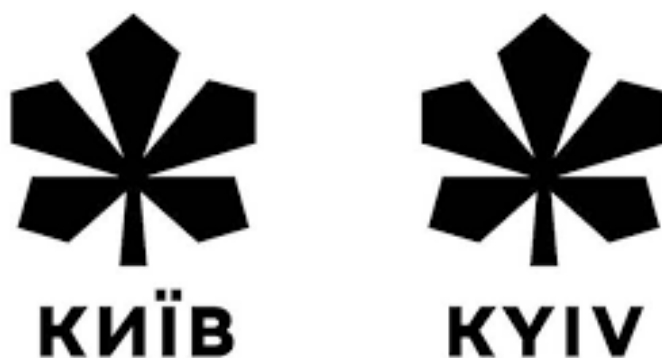


Рисунок 2.2 — Офіційний логотип Києва

До дня Києва розробляють різні постери, наприклад постер зображує засновників міста : Кия, Щека, Хорива і Либідь. Також присутні ілюстрації листя і квіту каштанів, бузку — це передає атмосферу весни, пори роки під час, якої день Києва. Знову ж таки є листя каштана — як символ столиці. Фон постера акварельний, блакитні хмари — все це ідеально доповнює загальний дизайн постера (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 — Плакат до дня Києва

Рівненщина — затишна, комфортна область, з гарними туристичними пам'ятками. У 2020 році був розроблений новий логотип для Рівненщини дизайнеркою Олександрою Корчевською [4].

Вона використала характерні елементи, які зустрічаються у мистецьких творах цього краю. Кольори використовувала м'які, які традиційні для Рівненщини, а також до кожного з них є відповідник у Pantone (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 — Структура логотипу Рівненщини

Для шрифтів Олександра Корчевська використовувала традиційну стилістику українських літер. Напис «Рівненщина» виконала на основі стилів видатних художників-графіків Якова Гніздовського, Роберта Лісовського, Георгія Нарбути. Таким чином цей логотип це не просто малюнок, а логотип, який вміщає в собі культурну спадщину області (рис. 2.3).

Також крім логотипу був створений патерн. Патерн складається з багатьох фігур різних кольорів і графічних елементів на них. Для нього використали 4 фірмових кольорів області : чорний, синій, червоний, жовтий. Було використано 4 графічних елементів (1 з них повторюється), які передають традиції і культуру Рівненщини (рис. 2.4).

Традиційний рівненський хрест присутній також і на логотипі області. На синьому пів колі розташоване жовте дерево, на чорному обрізаному овалі жовта стріла. На жовтому прямокутнику розташована біла корона.

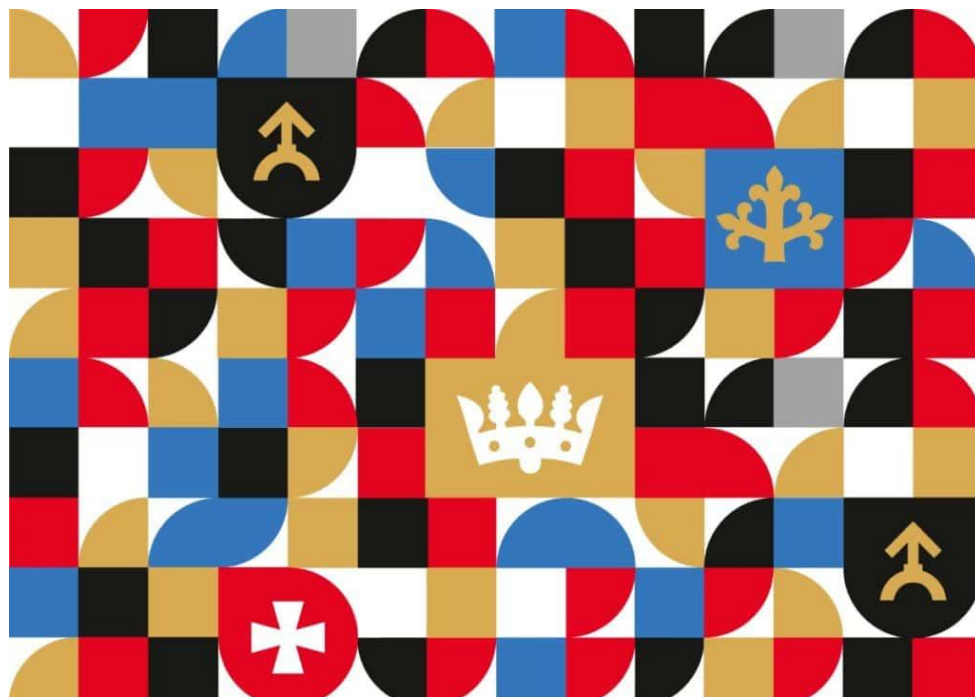


Рисунок 2.4 — Патерн Рівненщини

Стилістика бренду побудована на символізмі. Щоб візуально поєднати між собою райони Рівненської області використали їхні герби та елементи з них. Це зокрема Волинський хрест як символ релігійного коріння (він також представлений на гербі області). Корона з листя липи та дуба — елемент геральдики князів Острозьких та одночасно символ потужної історії Рівненського краю. А «Дерево життя» не тільки повторює форму геральдичної лінії, але й є символом коріння області.

На основі патерну створили плед, чашки, тарілки, буклети, блокноти, значки, стікери, парасольки, паперові пакети, розміщали на банерах. Також в них є 3 варіанти чашок, а саме чорна, червона з характерним Волинським хрестом і біла з патерном і золотою стрілою. Кожен зможе обрати і знайти чашку на свій смак (рис. 2.5).

Чашки Рівненщина.eps
папка «Макети Рівненщина туристична»

ЧАШКИ

Опції вибору – червона з альтернативним лого та волинським хрестом, чорна з альтернативним лого, біла з принтом.



Рисунок 2.5 — Сувенірні чашки Рівненщини



Рисунок 2.6 — Сувенірна продукція Рівненщини

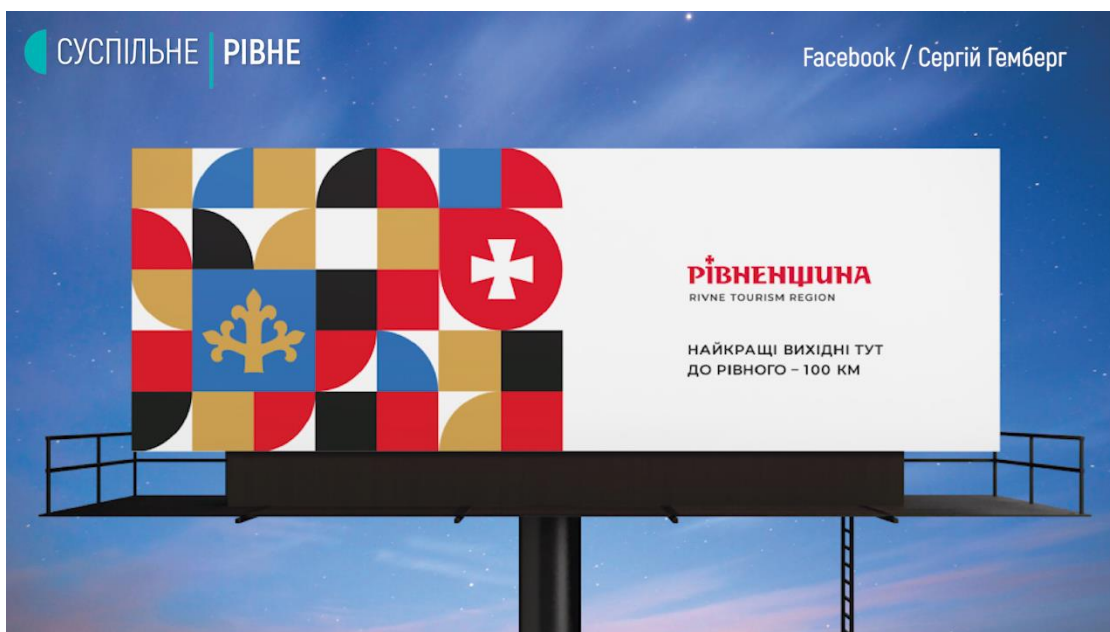


Рисунок 2.7 — Банер Рівненщини

Запоріжжя — місто з багатолітньою історією, великий промисловий центр і технополіс. Там розташований найбільший промисловий комплекс України: металургійні «Запоріжсталь».

Дизайнер Дмитро Буланов створив айдентику Запоріжжя. Сергій Кривенко займався концепцією та дизайном. Вони хотіли створити щось цікавіше ніж козаки, які асоціюються із цим краєм.

Логотип створений у стилі конструктивізм, який поєднується з архітектурою міста. Слоган також написаний в конструктивістському стилі. В новій стратегії виділили 7 напрямків розвитку туризму в регіоні. Тому словосполучення «сім шляхів» стало основним: «сім шляхів до пригод», «сім шляхів до себе», «сім шляхів до нових вражень» тощо. Конструктор дозволяє створювати чимало варіацій туристичних слоганів [4].

Сенс логотипу Запоріжжя полягає в тому, що перехрещені лінії символізують схрещену зброю з козацького герба Запоріжжя. А зоря, яка утворилася з схрещених 7 ліній це зоря взята з козацького прапора. Завдяки цьому логотип нагадує людям про культуру і традиції їхніх сміливих предків, а саме козаків (рис. 2.8).



Рисунок 2.8 — Логотип Запоріжжя

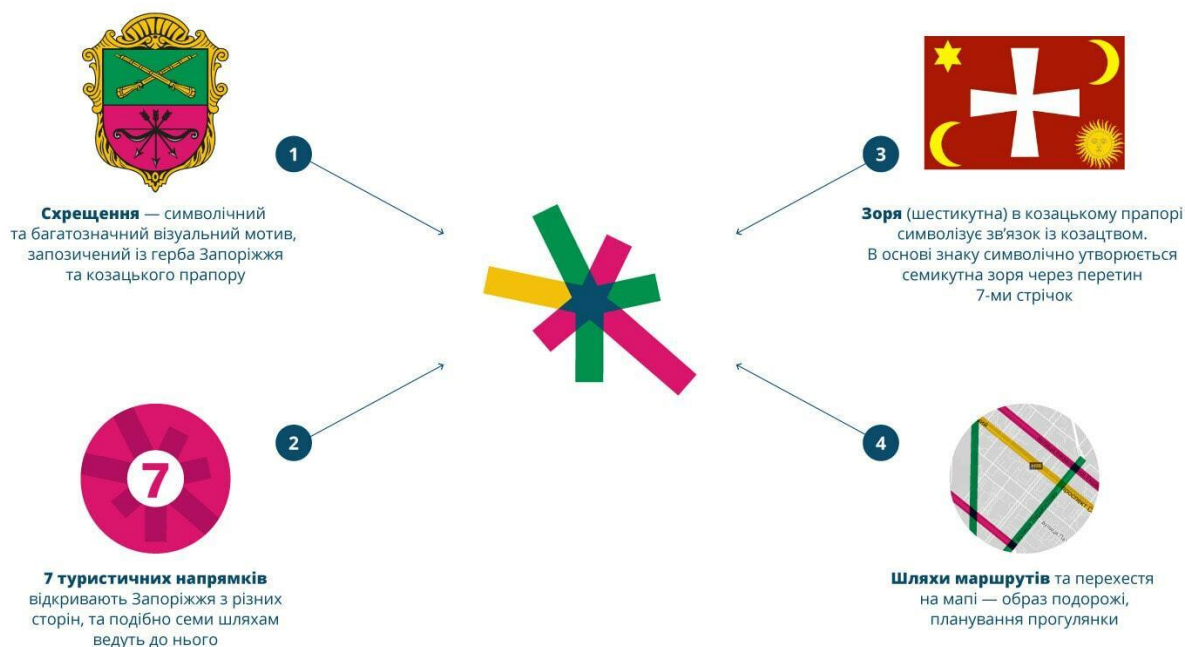


Рисунок 2.9 — Концепція логотип Запоріжжя

Концепція логотипу Запоріжжя в тому, що схрещені лінії символізують схрещену зброю з козацького герба Запоріжжя. Зоря, яка утворилася з схрещених 7 ліній це як зоря з козацького прапора, символізує зв'язок з козацтвом. 7 туристичних напрямків відкривають Запоріжжя з різних боків, як і 7 шляхів, які до нього ведуть. Шляхи маршрутів це об'єкти подорожі, планування прогулянки. Логотип, айдентика Запоріжжя несе сенс, передає культурну спадщину, традиції краю. Слогани: «сім шляхів до пригод», «сім шляхів до себе», «сім шляхів до нових вражень» зацікавлюють туристів, а також дають можливість мешканцям міста подивитися на рідне місто по-новому (рис. 2.9).

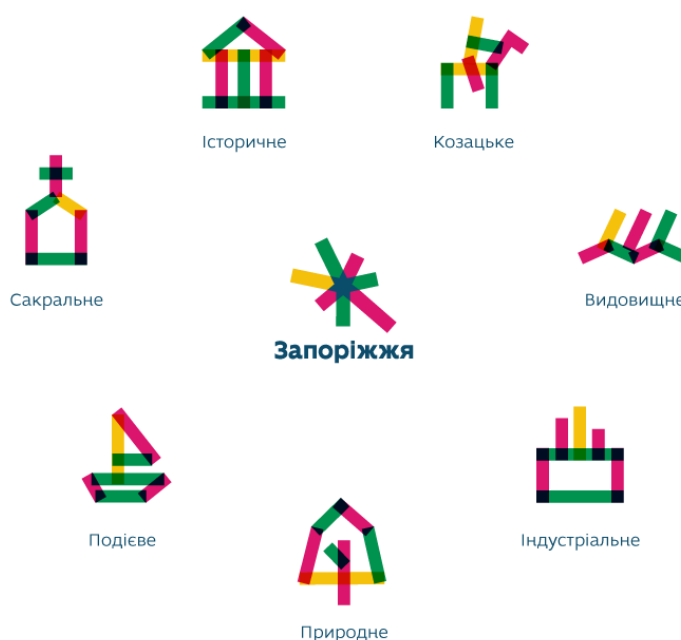


Рисунок 2.10 — Айдентика Запоріжжя

Було створено 7 векторних ілюстрацій, які описують Запоріжжя, як історичне, козацьке, видовищне, індустриальне, природне, сакральне.

Отже, хороший логотип привертає увагу туристів, сприяє розвитку іміджу міста, піднімає загальний патріотичний настрій у мешканців Запоріжжя. Логотип має мати сенс, передавати культурну спадщину краю. Саме тому логотип і

айдентика Запоріжжя чудово представляють своє місто і вирізняються поміж інших своїм дизайном (рис. 2.10).

Кожне місто в Україні святкує день свого міста. І для цієї події звичайно потрібна рекламна продукція : афіша із запрошенням на святкування, програма заходів і різних активностей.

Наприклад у місті Українка був створений така афіша. На ньому написана програма заходів, використані яскраві кольори (рис. 2.11).

Справа зображена квітка з 7 пелюстками жовтого, зеленого, фіолетового, сірого, червоного, блакитного, жовтого кольорів. Жовтим кольором виділені дати заходів, внизу пляма на фоні. Є ще текст виділений червоним кольором, за текстом знаходяться якісь фігури. В цілому можна сказати, що плакат перенасичений різними графічними елементами, різними шрифтами, тестом різних кольорів. Для більш гармонійного дизайну можна було б забрати зображення з фону або попрацювати над текстом [5].



Рисунок 2.11 — Плакат до дня міста Українка

У інших країнах в кожного міста є свій логотип, який передає атмосферу міста, його культуру і традиції. Найпопулярнішим у світі є логотип Нью-Йорка «Я люблю Нью-Йорк». Він був розроблений графічним дизайнером Мілтоном Глейзером у 1977 році для того, щоб збільшити потік туристів. Логотип складається з літери I, червоного серця і літер NY. Шрифт з заокругленими засічками — American Typewriter [6].



Рисунок 2.12 — Логотип Нью-Йорка



Рисунок 2.13 — Логотип на футболці

Завдяки тому, що логотип став дуже популярним у місті збільшилася кількість туристів. Тому логотип виконав свою ціль на всі 100%. Також дуже часто можна побачити цей логотип на футболках, худі, брелках, чашках. Футболки з логотипом користувалися великою популярністю (рис. 2.13).

Осло — столиця чарівної Норвегії. Потрібно було створити логотип, який би відображав поєднання історії минулого і сучасного. Тому був розроблений логотип з використанням герба міста на якому зверху корона, всередині кола король, який тримає жорна і 3 стріли. З правої сторони написали назву міста. Логотип відображає культуру минулого і сучасність (рис. 2.14).

В Осло святкують день Конституції, а не день міста. Люди одягають традиційний одяг, співають пісні і танцюють. Проходить парад, навколо багато прапорів Норвегії (рис. 2.15) [7].

Сувенірів з логотипом Осло на жаль немає. Більшість сувенірів з прапором Норвегії, з тролями, в стилі вікінгів. Норвежці дуже пишаються своєю культурою, традиціями і популяризують її серед своїх громадян та туристів. Вони обожнюють свій прапор і червоно-сині кольори. Найбільше продають футболки з прапором, чашки, магніти, статуетки з тролями (рис. 2.16).



Рисунок 2.14 — Логотип Осло



Рисунок 2.15 — Святкування дня Незалежності у Норвегії



А)



Б)

Рисунок 2.16 — Сувенірна продукція в Осло

Найбільш популярна сувенірна продукція в Осло, та й загалом в Норвегії серед жителів і туристів — це сувеніри з прапорами, в традиційних норвезьких кольорах, а саме червоний і синій. Наприклад чашка з прапором Норвегії написом Oslo або біла або чорна футболка з прапором і написом Norway. Таким чином норвежці популяризують свій прапор, свою культуру і традиції. Також

багато сувенірної продукції з вікінгами, тролями. Туристів дуже приваблюють різні туристичні місця пов'язані із життям вікінгів, норвезька міфологія, статуетки з тролями і іншими міфічними істотами, роги вікінгів і їхні шоломи (рис. 2.16).

Мадрид — місто де вас чекають. Для розвитку туризму був розроблений логотип, який передає тепло і любов міста. На логотипі блакитними літерами написана назва міста, букви знаходяться не рівно, а під різними кутами. Зліва і справа назву міста обіймають 2 руки. Це показує, що у Мадриді вас люблять і чекають, щоб гостинно прийняти і обійняти. Логотип викликає у людей позитивні емоції, радість і відчуття ніби поруч рідні люди (рис. 2.17).



Рисунок 2.17 — Логотип Мадрида

Отже, унікальний логотип у містах світу сприяє розвитку туризму. Хороший логотип може підвищити чисельність міста, економічний розвиток через збільшення туристів.

У місті Хмельницькому в останні вихідні вересня відзначають день міста. З цього приводу відбувається багато заходів: концерти, майстер-класи, ярмарки, малювання разом величезної картини або підняття прапорів. До свята готують буклет з програмою заходів, готують сцену (рис. 2.18).

На рекламній афіші 2020 року присутній логотип міста, фірмові кольори. У 2019 році на яскравій афіші з програмою зображений Хмельмен — супергерой міста (рис. 2.18).



Рисунок 2.18 — Програма заходів на день міста



Рисунок 2.19 — Запрошення на день міста



Рисунок 2.20 — Сцена на день міста 2017 р



Рисунок 2.21 — Сцена на день міста 2019 р

На жаль сувенірної продукції з логотипом міста немає, але є сувеніри з гербом міста. Наприклад значки, шопери, нашивки, листівки, чашки, тарілки, магніти, брелки, речі з портретом Богдана Хмельницького, з архітектурою міста (рис. 2.22).



А)



Б)



В)

Рисунок 2.22 — Сувенірна продукція Хмельницького

2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою

Відомі художники-графіки і дизайнери розробляють сучасні, стильні плакати до святкування дня міста. Їхні роботи відображають унікальність кожного міста. Наприклад плакати про Київ, які створили Юрко Гуцуляк, Марі Кінович, Микола Коваленко, Олександра Корчевська-Цехош Артем Гусев Даша Стьопічева Антон Фірсік OdesaCityLetters Катя Яцушек Олег Федунчак Ольга Протасова Вікторія і Віталіна Лопухіни Таня Якунова Павло Романюк [8].

Плакати були виставлені в рамках Kyiv Design Week: Kyiv Posters на виставці в Цюриху в Museum für Gestaltung Zürich та в Mac Paw Space в Києві. Всі вони різні, унікальні, сучасні і стильні. Українські графіки показують себе, як передових дизайнерів і створюють сучасний дизайн [9] (рис. 2.23).



Рисунок 2.23 — Плакати для Києва

3. ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ

3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проєктування

Місто Хмельницький у цьому році відзначає 594 річницю з моменту свого заснування. Хмельницький — це важливий культурний, економічний та туристичний центр Поділля. З нагоди свята було розроблено дизайн для рекламного супроводу і сувенірної продукції. Вона має не лише рекламне значення, а й туристичне. Дизайн продукції справить позитивне враження на хмельничан та гостей міста.

Основна цільова аудиторія — молодь. Молоді люди дуже люблять різноманітні святкування і інші активності. Теперішня молодь дуже патріотична, люблять своє рідне місто. Врахувавши вподобання молоді до всього яскравого, контрастного був обраний стиль pop art для розробки ілюстрацій. Також молодь проводить багато часу в соцмережах, тому буде розроблений дизайн для поста в Instagram.

Спочатку було розроблено логотип для святкування з стилізованою цифрою 594. В середині цифри 9 знаходиться існуючий логотип міста Хмельницького. Також було використано корону з герба міста. Завдяки цьому було збережено впізнаваність айдентики міста і підкреслено важливість події дня міста.

Стиль pop art в якому були розроблені ілюстрації — це яскравий, святковий, контрастний стиль. Цей стиль передає всю святковість дня міста, тому що він дуже яскравий, динамічний. У ньому є різні графічні елементи коміксної тематики: хмарки, зірочки, лінії. На ілюстраціях будуть зображені всім знайомі куточки Хмельницького : Либідь Плаза, філармонія, РАЦС. Ці місця нагадують людям про їхні приємні спогади пов'язані з містом. На основі цих будівель був створений дизайн для стікерів, постера, чашки, шопера, програми свята. Такі види рекламної і сувенірної продукції актуальні для молодого покоління. Наприклад стікерами активно користується молодь. Найчастіше приклеює їх на кришку ноутбука, чехол для телефона, у блокноти. Шопер дуже практична річ, хороший подарунок подрузі, з ним можна йти за покупками чи просто гуляти. Отже, концепція дизайну полягає

в тому, щоб розробити рекламний супровід, сувенірну продукцію до святкування дня міста Хмельницького в стилі pop art.

3.2 Розробка варіантів творчих ідей до дня міста

Спочатку було розроблено дизайн логотипу до святкування дня міста Хмельницького. Були створені різні ескізи, різні варіанти логотипу. В логотипі був використаний існуючий логотип міста. Звичайно була використана цифра 594, щоб було зрозуміло скільки років місту (рис.3.1).

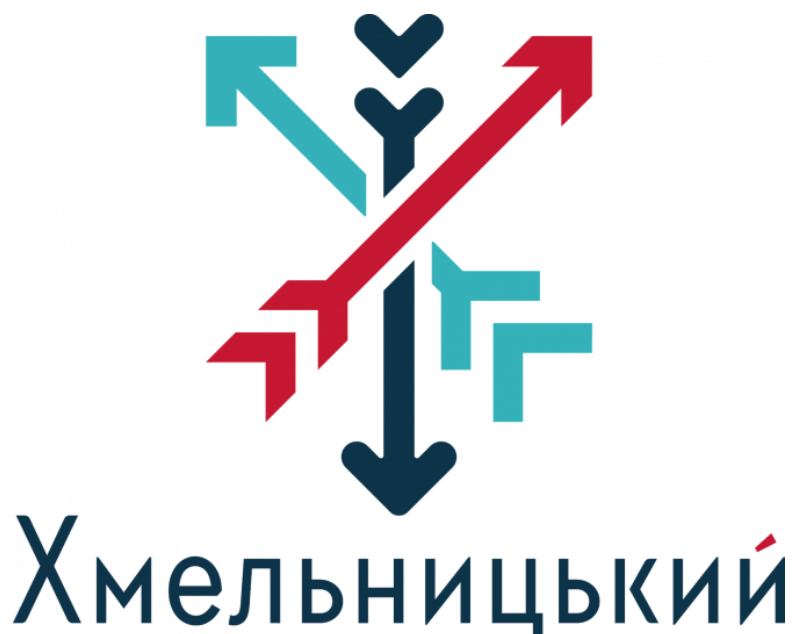


Рисунок 3.1 — Існуючий логотип міста Хмельницького

Були розроблені різні ескізи для логотипа : з цифрою і наконечниками стріли, цифра лежить на стрілі, з 3 стрілами і цифрами. Також були розроблені ескізи з цілим існуючим логотипом, цифрою «594» і короною з герба міста. (рис. 3.2)

Також були розроблені ескізи з цілим існуючим логотипом, цифрою «594» і короною з герба міста. Цей варіант виявився найбільш вдалим.



Рисунок 3.2 — Варіанти ескізів логотипу

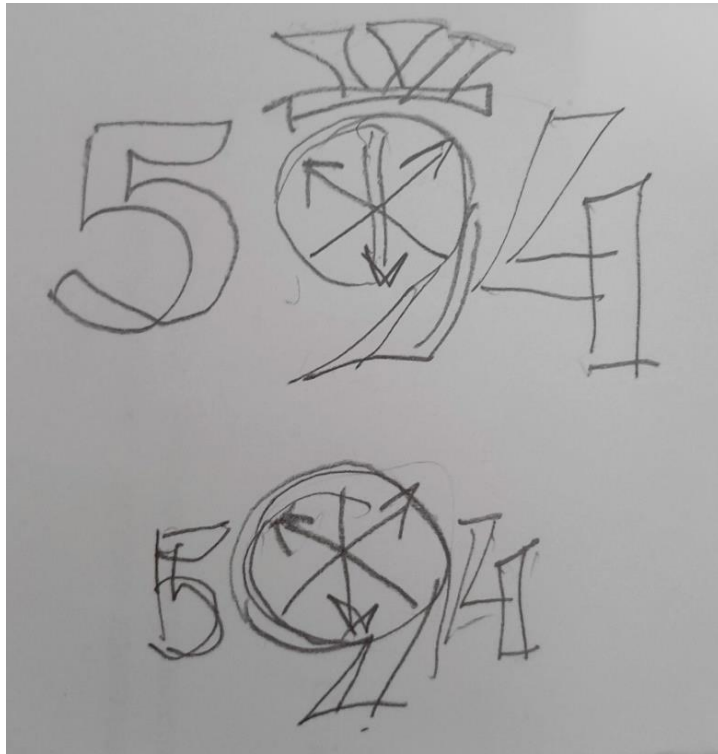


Рисунок 3.3 — Кінцеві ескізи логотипу

Після ручних ескізів були розроблені варіанти логотипа в Adobe Illustrator. Було розроблено 6 варіантів для логотипа, різних за композицією, з різними шрифтами, кольорами.



Рисунок 3.4 — Варіанти логотипу

Були використані фірмові кольори міста Хмельницького : бірюзовий, темно-синій і червоний. Були використані різні шрифти (Berlin Sans FB Demi Bold, Minion Variable Concept, Myriad Pro, Lilita One Regular, Bubble Sans Regular), а також існуючий логотип з 3 стрілами. Крім цього були створені логотипи у колі, з маленькою цифрою 594, але було вирішено, що важливо, щоб цифра була великою. Також були інші варіанти де існуючий логотип був великим розміром, цифра меншою, але саме число 594 є центральним елементом, тому що має бути видно скільки відзначається років місту Хмельницькому.



Рисунок 3.4 — Кінцевий варіант логотипу

Для кінцевого варіанту логотипу до святкування дня міста Хмельницького був обраний дизайн з цифрою 594, логотипом міста всередині цифри 9, корона з герба міста на цифрі 9. Було обрано варіант такий, що цифри 5 і 4 червоним кольором, цифра 9 блакитним з обводкою. Після ретельного підбору шрифту було обрано для чисел був шрифт Lilita One Regular дуже чіткий шрифт і чудово підійшов для цифр (рис. 3.4).

Для рекламної і сувенірної продукції були розроблені ілюстрації в стилі pop art, у фірмових кольорах міста (темно-синій, блакитний, червоний), а також ще білий. Основою для ілюстрацій стали знайомі відомі місця у місті

Хмельницькому. Для ілюстрацій були використані такі будівлі : кінотеатр Планета, ТЦ «Либідь Плаза», РАЦС, Хмельницька філармонія.

Всі ці місця пов'язані із приємними спогадами і залишають теплі відчуття у мешканців міста. Ілюстрації будуть розміщені на постері, буклеті, чашці, шопері, стікерах, кульці. Спочатку були намальовані ескізи з різними місцями в стилі pop art (рис. 3.5).

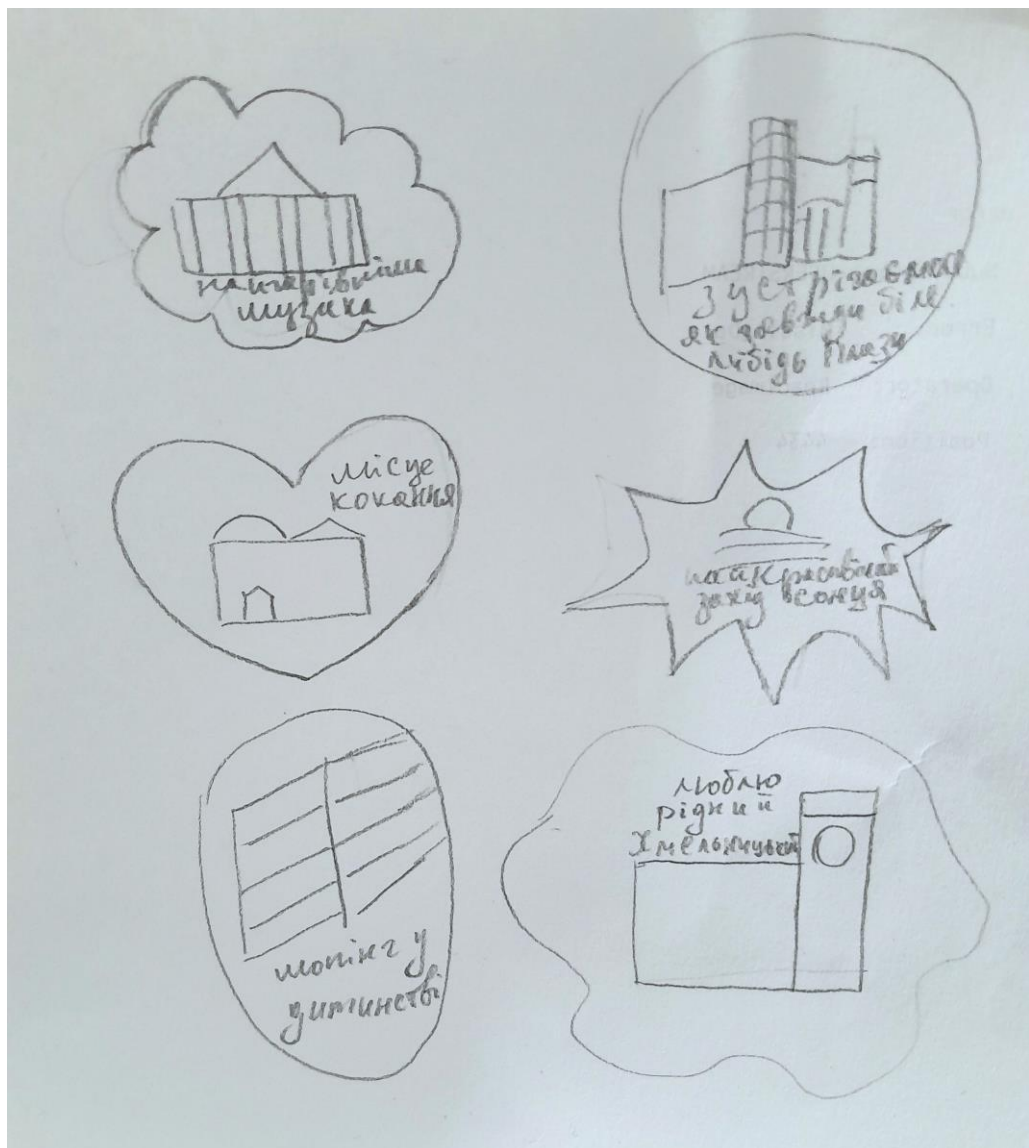


Рисунок 3.5 — Ескізи стікерів

Кінотеатр Планета — це одне з тих місць, які одразу згадують люди, коли думають про Хмельницький. Колись ця будівля була пожежним депо, а зараз її

найчастіше зображують на різній рекламній і сувенірній продукції. Ця пам'ятка має важливе значення саме тому було обрано цю будівлю.

Для того, щоб передати атмосферу стилю поп арт будівлі знаходяться на характерних графічних елементах цього стилю : хмарках, зірочках. Ці елементи додають динаміки, створюють атмосферу свята (рис. 3.6).



Рисунок 3.6 — Графічні елементи стилю поп арт



Рисунок 3.7 —Зображення кінотеатру Планета



Рисунок 3.8 — Початкові варіанти ілюстрації

ЛЮБЛЮ РІДНИЙ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

Рисунок 3.9 — Використаний шрифт Bubble Sans Regular

Враховуючи те, що будівля кінотеатру більш вертикальної форми було змінено форму хмаринки на більш витягнуту у висоту. Напис був збільшений,

розташований зліва, слово Хмельницький написано більшим кеглем. Були використані кольори з існуючого логотипа міста. Синій колір виглядає більш гармонійно з блакитним ніж з червоним. Ця ілюстрація буде використана для постера, стікерів, чашки, шопера, кульки (рис. 3.10).



Рисунок 3.10 — Кінцевий варіант стікера

Либідь Плаза — це знаменитий торговий центр біля, якого часто зустрічаються друзі, щоб потім йти гуляти. Все це дуже знайомо молоді, яка любить прогулюватися стометрівкою. З цією будівлею пов'язані приємні спогади молодих людей. Тому було обрано створити ілюстрацію саме з цим місцем. Для заливки ілюстрації було обрано бірюзовий із кольорів існуючого логотипу і для контурів темно-синій колір. Так само інші будівлі теж були у обраній кольоровій гамі : бірюзові з темно-синіми контурами. Напис «Люблю рідний Хмельницький робить цей стікер центральним серед інших (рис. 3.12).

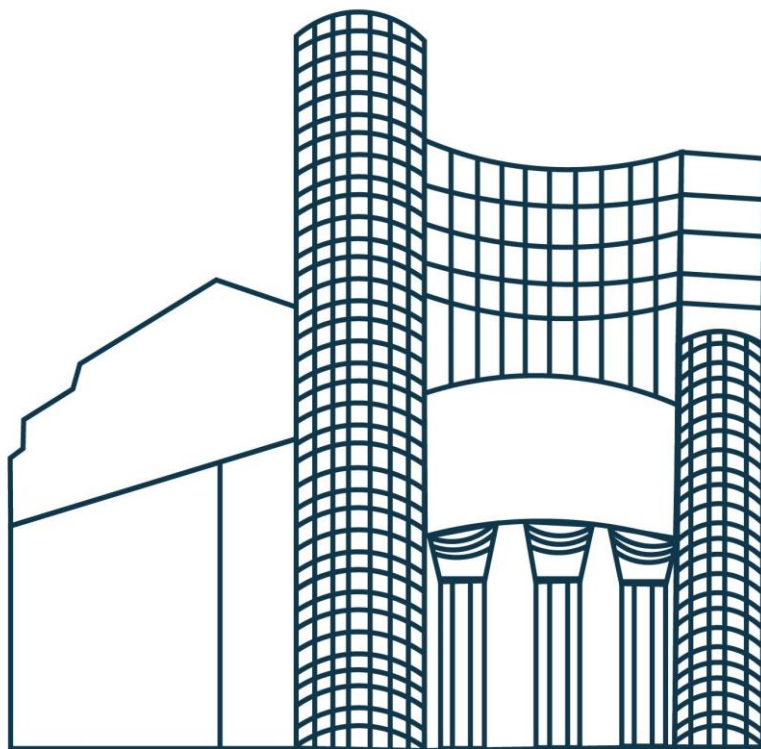


Рисунок 3.11 — Зображення Либідь Плази

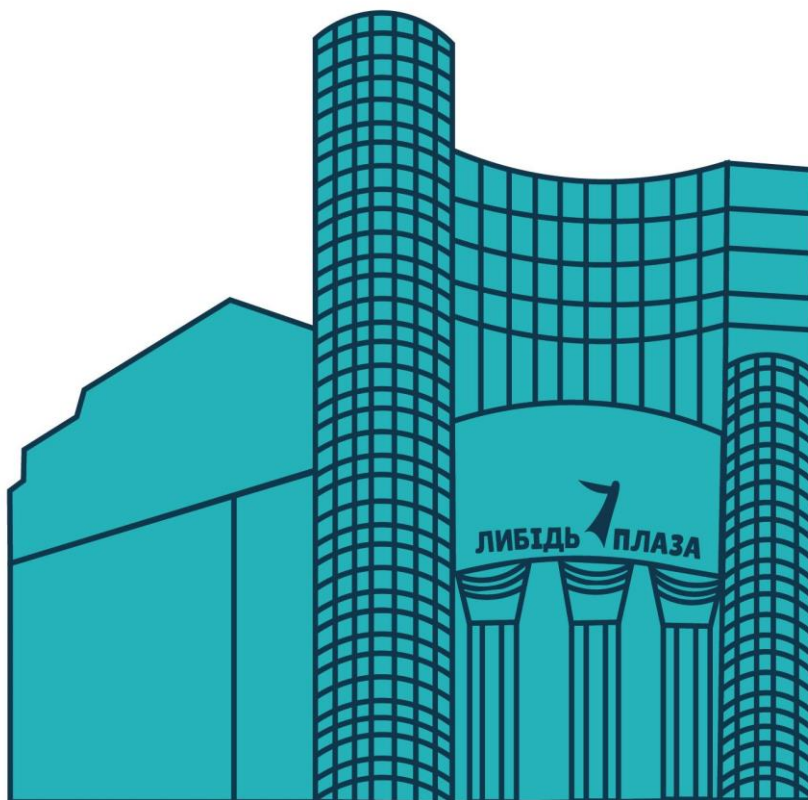


Рисунок 3.12 — Кольоровий варіант зображення Либідь Плази



Рисунок 3.12 — Кінцевий варіант стікера Либідь Плази

РАЦС — це місце де укладають шлюби, де люди роблять вибір жити разом і кохати один одного. Це місце де панує кохання. У багатьох ця будівля пов'язана з приємними спогадами про день весілля. Саме тому наступна ілюстрація з будівлею РАЦС (рис. 3.13).

Спочатку ілюстрація мала бути всередині зірочки, а потім було додане серце. Червоний колір і бірюзовий використані із кольорів існуючого логотипа міста. Напис: «Тут живе кохання» повністю передає теплі спогади хмельничан про це місце і викликає позитивні емоції (рис. 3.14).

Наступною ілюстрацією була Хмельницька філармонія. В ній звучить чарівна жива музика, оркестр, співаки, приїжджає балет і інші відомі гурти. У кожного є спогади, як ходили в філармонію на концерт, насолоджувалися музикою улюблених виконавців. Крім того, будівля філармонії дуже красива, як ззовні так і всередині. Філармонія це осередок культури і музичної творчості у місті Хмельницькому.

Ілюстрація бірюзового кольору з синіми контурами, як інші ілюстрації. Із написом : «Найчарівніша музика саме тут». Слово: «саме тут» більшим кеглем, щоб його було краще видно. Будівля філармонії знаходиться всередині зірочки, яка додає динамічності, яскравості загальній ілюстрації в цілому (рис. 3.16).



Рисунок 3.13 — Зображення будівлі РАЦС



Рисунок 3.14 — Кінцевий варіант стікера РАЦС

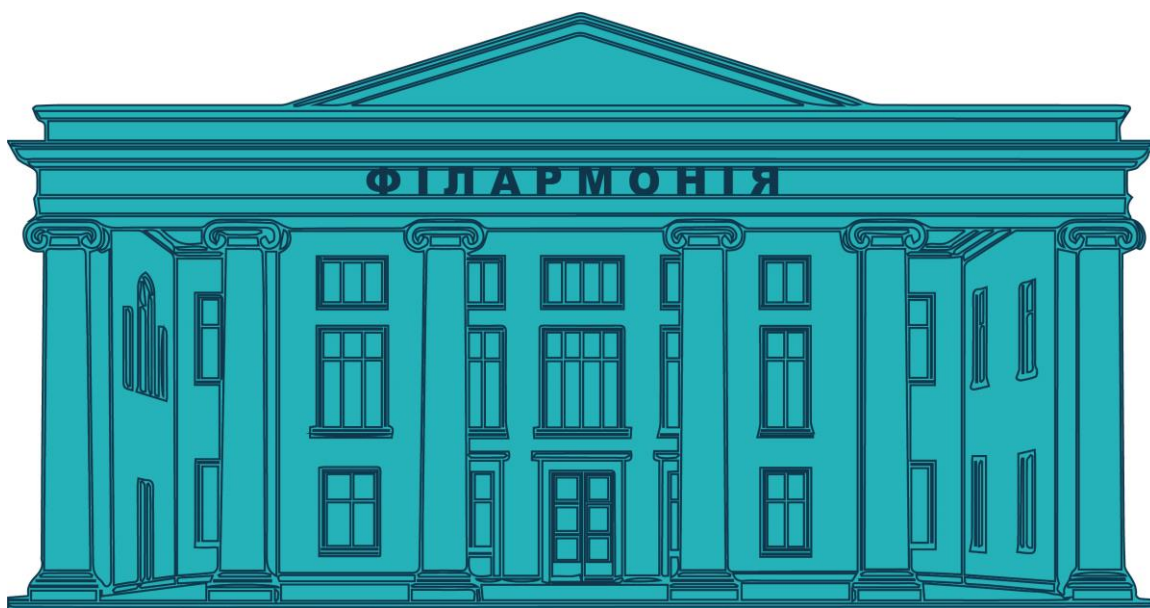


Рисунок 3.15 — Зображення Філармонії

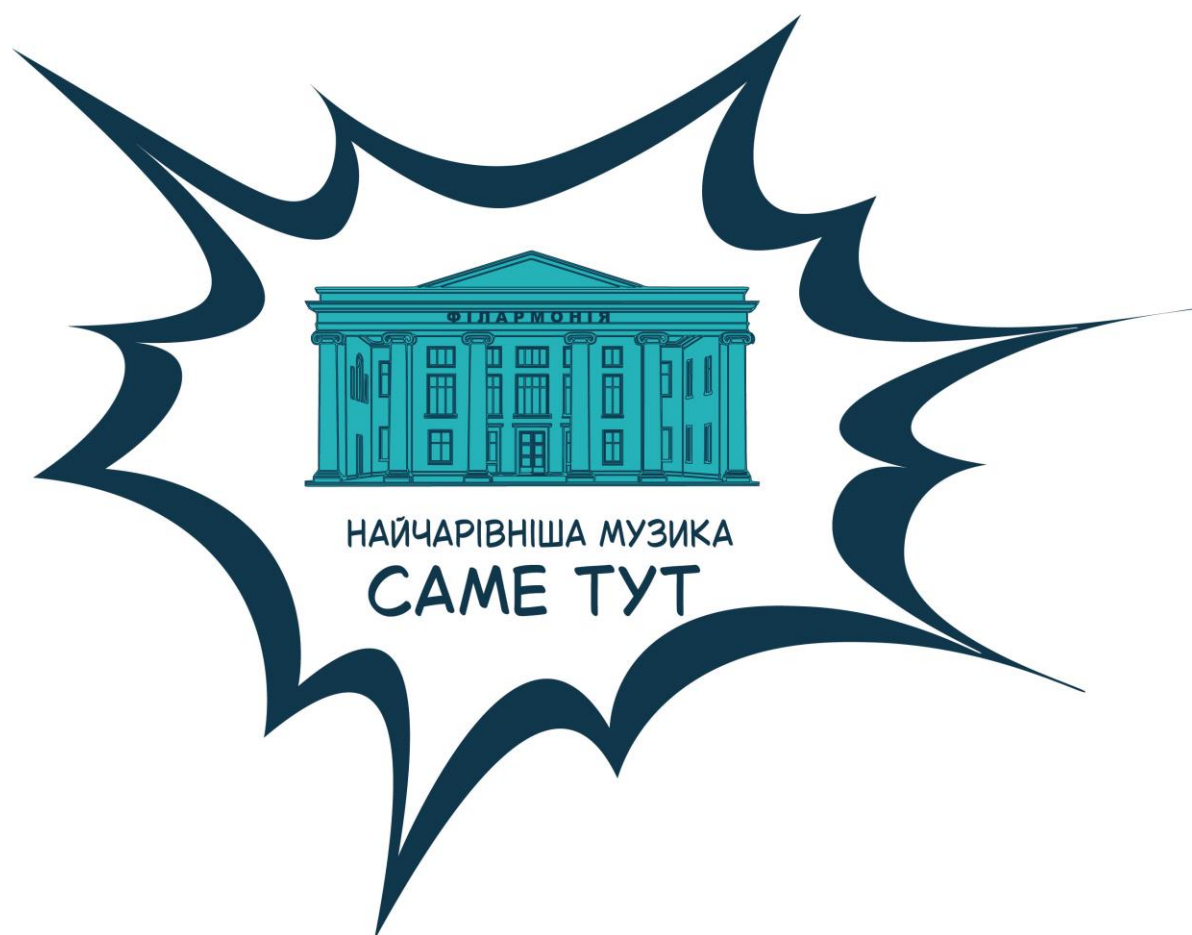


Рисунок 3.16 — Кінцевий варіант стікера Філармонії

Наступним стікером була хмаринка з теплими фразами. Навколо хмаринку оточують лінії блакитного кольору з градієнтом до світлого в стилі pop art. Всередині хмарки напис : «А пам'ятаєш шопінг на ринку, катамарани і захід сонця на набережній?». Цей напис навіює теплі спогади про дитинство, шопінг з мамою на речовому ринку, катамарани на Південному Бузі, красивий захід сонця на набережній. З цих ілюстрацій будуть створені постер, буклет, стікерпак, дизайн для чашки, шопера (рис. 3.17).



Рисунок 3.17 — Стікер з написом

Після розробки ілюстрацій з будівлями міста було розроблено дизайн для плаката — запрошення на святкування 594 річниці міста Хмельницького. Плакат був розроблений в стилі pop art, так само, як і ілюстрації. Він складається з ілюстрації, ліній, хмарки, інформації де, коли і на скільки буде святкування. Плакат оформлений у фірмових кольорах міста Хмельницького : темно-синій,

червоний, блакитний, а також ще білий. Плакат передає святкову атмосферу події, він динамічний і яскравий.

Перший варіант плакату був з яскраво червоними лініями, які виявилися занадто яскравими і пізніше в наступному варіанті вони стали більш прозорі. Запрошуємо на святкування було написано в 1 рядок однаковим кеглем, в наступних варіантах слово «запрошуємо» стало більшим кеглем. Справа внизу було написано час і місце заходу, але воно досить маленьке тому в другому варіанті воно більше. А також в 2 варіанті не пишеться слово «вересня», а цифрою 9 вказується місяць, так само з годинами (рис. 3.18).



Рисунок 3.18 — Перший варіант афіши



Рисунок 3.19 — Другий варіант афіши



Рисунок 3.20 — Третій варіант афіши

У третьому варіанті додано більше деталей, додані зірочки біля кінотеатру Планета, додані кола з прозорістю, додані зверху червоні лінії з прозорістю і градієнтом до білого кольору. Обводка на слові «запрошуємо» підкреслює стиль pop art. Він найбільше передає стиль pop art і найбільш святковий (рис. 3.20).



Рисунок 3.21 — Четвертий варіант афіши

У четвертому варіанті будівля кінотеатру Планета знаходиться всередині зірочки, а не хмаринки. Дата і час написані у зірочці, а місце справа внизу. Також

є лінії, які прикрашують загальну картину. Афіша повністю у блакитних і синіх кольорах, а минулі варіанти були ще з червоним кольором. Афіша виглядає дуже святково, але більший акцент на зірочку ніж на будівлю кінотеатру Планета. Тому краще зменшити зірочку і збільшити будівлю кінотеатру (рис. 3.21).

Після розробки дизайну для плакатів був розроблений буклет для програми заходів на день міста Хмельницького. Він повинен бути з гарним дизайном і інформаційним, щоб виконати функцію повідомити людей про заходи, які плануються. Буклет з програмою заходів створений у фірмових кольорах міста Хмельницького : червоний, синій, блакитний, а також білий. На ньому є графічні елементи такі самі, як на плакаті : хмарка, лінії, зірочки. Він повністю відповідає стилю pop art і однаковий за стилістикою іншої рекламної продукції (рис. 3.22).



Рисунок 3.22 — Буклет програми заходів до дня міста

Сцена — це важливий елемент підготовки до свята, а особливо дня міста Хмельницького. Гарний дизайн сцени формує приємне враження гостей про захід. На сцені відбуваються виступи різних виконавців, гуртів, медійних людей тому важливо, щоб сцена виглядала святково і сучасно. Сцена — це центр святкування, на неї найбільше звертають увагу і тому вона має бути яскрава, відповідати тематиці свята. Дизайн був розроблений в стилі pop art, із логотипом до святкування, із графічними елементами в стилістиці афіші (рис. 3.23).

Після розробки дизайну до всієї рекламної і сувенірної продукції був розроблений дизайн для банера на якому зображені всі роботи, шрифти, коротко описано про кваліфікаційну роботу. Розмір банера 150x200 см (додаток А).



Рисунок 3.23 — Візуалізація сцени

Чашка до святкування дня міста — це не лише гарний сувенір, а й хороший подарунок, що подарує приємні спогади про місто. Дизайн чашки передає атмосферу свята, дарує позитивні емоції і почуття гордості за своє рідне місто. Хмельничанам буде приємно пити чай з чашки з дизайном до дня міста. Така чашка буде нагадуванням про приємне святкування дня міста (рис. 3.24).



Рисунок 3.24 — Візуалізація чашки

Шопер з дизайнерською ілюстрацією до дня міста — це стильне, зручне і водночас екологічне рішення. Молодь обожнює всюди з собою носити шопер : за покупками і на прогулянку з друзями. Це не лише гарний подарунок, а й дуже практична річ. Хмельничани будуть з радістю носити шопер і популяризувати любов до свого міста (рис. 3.25).

Сіті-лайт — це чудовий рекламний елемент для поширення інформації про захід. Він має бути яскравим, святковим, відповідати загальному стилю, кольорам і поєднуватися з іншою рекламною продукцією. На ньому має бути вказано, коли відбудеться день міста, на скільки годин і в якому місці знаходиться святкування. (рис. 3.26).



Рисунок 3.25 — Візуалізація шопера



Рисунок 3.26 — Візуалізація сіті-лайта

Кулька — це простий, але чудовий спосіб створити святковий настрій. Кульки додають додають відчуття свята до будь-якої події. Також кульки обожнюють діти і молодь. Кулька буде в такій самій стилістиці, як ілюстрації і буде хорошим доповненням до іншої сувенірної продукції (рис. 3.27).



Рисунок 3.27 — Візуалізація кульки

Молодь активно проводить час у соціальних мережах, особливо в Instagram. Тому для них буде дуже актуально створити пост в Instagram. Завдяки цьому краще буде поширена інформація про святкування дня міста. Вони зможуть скинути пост своїм друзям, щоб разом піти на день міста. Пост має відповідати стилістиці плаката, інформувати де, коли і на скільки буде проходити свято (рис. 3.27).

Стікери активно використовуються молоддю. Вони люблять їх приклеювати на чехоли для телефону, ноутбуки, блокноти. А серія стікерів, яка створена на основі будівель міста Хмельницького буде популяризувати місто серед молоді. Стікери зроблені на основі ілюстрацій, які використані у плакаті, іншій сувенірній і рекламній продукції (рис. 3.28).



Рисунок 3.28 — Візуалізація посту в Instagram

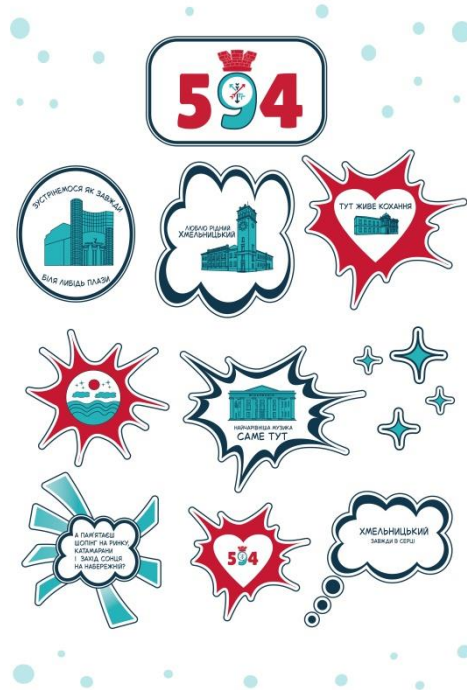


Рисунок 3.29 — Стікери

3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об'єкта проектування

Під час створення рекламного супроводу та сувенірної продукції до святкування 594-річчя міста Хмельницького головним завданням було розробити дизайн, який поєднав би культуру міста разом із сучасною стилістикою. Логотип до святкування поєднує символіку міста із новими графічними рішеннями. В кінцевому варіанті було обрано логотип із червоними цифрами 4 і 5 і блакитною цифрою 9 із існуючим логотипом міста всередині. Цей варіант дуже яскравий, святковий, контури у цифри 9 нагадують про зв'язок із стилем поп арт тому логотип чудово поєднується зі стікерами. На основі логотипа, а також графічних елементів в стилі поп арт був створений дизайн для сцени.



Рисунок 3.30 — Логотип

Афіша була розроблена в стилі поп арт із характерними графічними елементами : лініями, хмаркою, зірочками. Був обраний варіант з червоними лініями, тому що він найбільш святковий, динамічний і контрастний. Були додані також додатково зірочки, кола, які додали афіші ще більшої атмосфери свята в порівнянні з іншими афішами. На основі афіші був створений сіті-лайт, пост в соцмережі (рис. 3.31).

Дизайн буклету був створений схожим до афіші, в стилі поп арт. На ньому написана програма дня міста, сторінки прикрашені зірочками і лініями. Зовнішня

сторона буклету червона, а внутрішня блакитна, все відповідає обраній кольоровій гамі (рис. 3.33).

Стікери були розроблені в стилі pop art на основі зображень відомих будівель міста Хмельницького, доповнені характерними графічними елементами : лініями, хмаркою, зірочками. Весь дизайн відповідає обраній кольоровій гамі : синій, блакитний і червоний. Також стікери використовуються для сувенірної продукції : чашки, шопера, кульки (рис. 3.32).



Рисунок 3.31 — Афіша

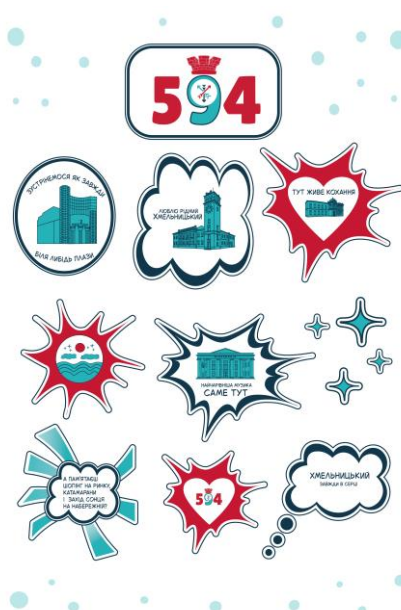


Рисунок 3.32 — Стікери



Рисунок 3.33 — Буклет

Після розробки всієї рекламної та сувенірної продукції до 594-річчя міста Хмельницького був розроблений дизайн банера для кваліфікаційної роботи. Основною його функцією було показати всі роботи, проінформувати про суть проекту, розмір банера 150x200 см (додаток А).

ВИСНОВКИ

У цьому році у Хмельницькому відзначають 594 річницю з дня заснування міста. Цей день має важливе культурне значення для всіх мешканців міста. Сьогодні кожне місто хоче збільшення кількості туристів і молоді, а святкування дня міста — це чудовий привід показати Хмельницький, як розвинуте і сучасне місто.

Розробка рекламної і сувенірної продукції — це важливо для позитивного іміджу міста, а також зміцнення почуттів гордості за своє місто у хмельничан. Важливо, щоб рекламна і сувенірна продукція була актуальна, цікава молоді. Стиль pop art передає атмосферу свята, додає яскравості і динамічності.

Особливу увагу було приділено розробці логотипу до святкування, який має поєднувати в собі символіку міста і стилістику свята. Дизайн афіші повністю відображає стиль pop art : святковий, яскравий і динамічний. Було створено буклет із програмою заходів до дня міста у обраних кольорах і стилістиці pop art. Дизайн стікерів був створений на основі відомих будівель міста в обраній стилістиці pop art. На основі стікерів був створений дизайн для чашки, шопера, кульки.

Отже, було проаналізовано вимоги до проектування, дизайн має бути святковим, певною мірою простим, мають бути виконані всі умови підготовки до друку, враховані особливості різної продукції. Був проведений аналіз аналогів фірмового стилю різних областей України, логотипів, сувенірної продукції міст інших країн. Були проаналізовані роботи інших дизайнерів у цій сфері, а саме українських графіків, які розробляли плакати для Києва.

Було створено варіанти творчих ідей логотипу, 4 варіанти афіші, різні варіанти стікерів. Дизайн афіші та стікерів був розроблений у стилі pop art. які нагадують про приємні спогади. Було обґрунтовано розробку основної ідеї, чому було обрано саме ті варіанти дизайну. І в результаті проведеної роботи було розроблено дизайн рекламної і сувенірної продукції до 594 річниці міста Хмельницького.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Поп-арт – вибух барв, емоцій і ексцентризму. URL: <https://interior-fabrics.com.ua/page/news/pop-art--vzriv-krasok-iemocii-i-iekscentrizma.html> (дата звернення: 18.05.2025).
2. Айдентики регіонів України, які варто побачити. URL: https://prjctr.com/mag/identity_ukrainian (дата звернення: 15.02.2025).
3. Kyiv Visual by Projector. URL: <https://prjctr.notion.site/Kyiv-Visual-by-Projector-658dc960916f4098b604d33c25445f1c> (дата звернення: 22.02.2025).
4. Рівненщина має новий туристичний бренд. URL: <https://www.rv.gov.ua/news/rivnenshchina-maye-novij-turistichnij-brend> (дата звернення: 28.02.2025).
5. Українка відсвяткує день міста: програма заходу. URL: <https://obukhiv.info/news/ukrainka-vidsvyatkue-den-mista-programa-zakhodu/> (дата звернення: 13.03.2025).
6. Для чого місту потрібен логотип? 6 найкращих дизайнів логотипів міста. URL: <https://creativity.ua/experts-and-opinions/dlia-choho-mistu-potriben-lohotyp-6-naikrashchikh-dyzainiv-lohotypiv-mista/> (дата звернення: 15.03.2025).
7. Norway National day. URL: <https://www.visitnorway.com/typically-norwegian/norways-national-day/> (дата звернення: 24.03.2025).
8. Допис учасника Mykola Kovalenko Studio. URL: https://www.linkedin.com/posts/mykola-kovalenko-studio_react4ua-gizme-tipster-activity-7109597777466146816-ReN2 (дата звернення: 04.04.2025).
9. Серія постерів Kyiv Posters стала частиною архіву швейцарського музею дизайну. URL: <https://chytomo.com/seriia-posteriv-kyiv-posters-stala-chastynoiu-arkhivu-shvejtsarsko-ho-muzeiu-dyzajnu/> (дата звернення: 05.04.2025).
10. Top 10 City Logos. URL: <https://inkbotdesign.com/top-10-city-logos/> (дата звернення: 06.04.2025).
11. Oslo. URL: <https://brandemia.org/la-ciudad-de-oslo-tiene-nueva-marca-con-una-version-modernizada-de-su-escudo> (дата звернення: 09.04.2025).

12. Наступного вікенду Хмельницький відзначатиме День міста – Програма. URL: <https://ngr-ua.info/2019/09/41979> (дата звернення: 10.04.2025).
13. День міста: що відбувалося у Хмельницькому за межами головної сцени. URL: https://ye.ua/sypilstvo/32263_Den_mista__scho_vidbuvalosya_u_Hmelnickomu_z_a_mezhami_golovnoyi_sceni_%28FOTO%29.html (дата звернення: 16.04.2025).
14. День міста Хмельницького (програма заходів). URL: <https://www.khm.gov.ua/uk/content/den-mista-hmelnyckogo-programa-zahodiv> (дата звернення: 20.04.2025).
15. Поллін Р. Основи графічного дизайну. Харків: Віват, 2020. 208 с.
16. Pop Art дизайн : художня контркультура 1960-х років. URL: <https://creativity.ua/creativity-and-design/pop-art-dyzain-khudozhnia-kontrkultura-1960-kh-rokiv/> (дата звернення: 26.04.2025).
17. Попарт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Попарт> (дата звернення: 10.05.2025).
18. Хмельницька обласна філармонія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Хмельницька_обласна_філармонія (дата звернення: 11.05.2025).
19. Хмельницька обласна філармонія. URL: <https://internet-bilet.ua/uk/hall/43/hmelnitska-oblasna-filarmoniya> (дата звернення: 11.05.2025).
20. Планета. URL: https://www.wikiwand.com/uk/articles/Планета_%28кінотеатр,_Хмельницький%2 (дата звернення: 16.05.2025).
21. Фріджері Ф. Pop Art. Лондон: Thames & Hudson, 2017. 176 с.
22. Bubble sans. URL: <https://online-fonts.com/fonts/bubble-sans>. (дата звернення: 19.05.2025).
23. День Києва. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/День_Києва (дата звернення: 19.05.2025).
24. Сувенір зірка Хмельницький. URL: <https://kozadereza.ua/uk/suvenir-zirka-vanilna-hmelnyckyj-1505/> (дата звернення: 20.05.2025).
25. Вільямс Р. Дизайн для НЕдизайнерів. Київ: ArtHuss, 2019. 184 с.

ДОДАТОК А

БАНЕР

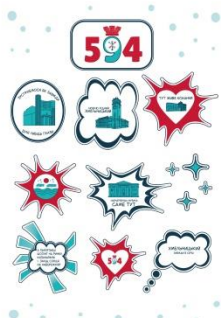
Хмельницький національний університет
Кафедра дизайну

Кваліфікаційна робота

Розробка рекламного супроводу та сувенірної продукції
до святкування 594- річчя міста Хмельницького

Виконала студентка ДЗН-21-3а Дармороз Аліса
Керівник: Бобровський О.В

У кваліфікаційній роботі розроблено рекламний супровід та сувенірну продукцію до святкування 594-річчя міста Хмельницького. Були створені ескізи і був розроблений логотип до святкування 594-річчя міста. Було розроблено рекламний супровід до свята: афіша, буклет з програмою заходу, дизайн сцени. Була розроблена сувенірна продукція: стікери, чашка, шопер, кулька.



ЛЮБЛЮ РІДНИЙ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ
ШРИФТ BUBBLE SANS REGULAR

Запрошуємо
Шрифт Lilita One Regular

Рисунок А 1 — Банер