

Хмельницький національний університет  
Факультет технологій та дизайну  
Кафедра дизайну

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

### ДИЗАЙН ТА ВЕРСТКА ТУРИСТИЧНОГО КАТАЛОГУ «ДИВОВИЖНІ МІСЦЯ УКРАЇНИ»

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ.20071.03.12.ПЗ

Виконав: студент 4 курсу, групи ДЗН-20-3



Підпис

Максим ЛЕВОНТЮК

Керівник: викл. кафедри дизайну



Підпис

Павло ГОРНИЙ

Нормоконтролер: викл. кафедри дизайну



Підпис

Павло ГОРНИЙ

До захисту допускаю:



Підпис

Ельвіра БАЗИЛЮК

Зав. кафедри дизайну

14 серпня 2024 р.

Хмельницький 2024

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

*Мир Е.В. Базилюк*

15 лютого 2024 року

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ  
перший (бакалаврський)  
Освітній рівень**

Левонтьок Максим Олександрович  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Дизайн та верстка туристичного каталогу «Дивовижні місця України»

Керівник роботи Горний П.В. вик. каф. дизайну  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 15.02.2024 р., № 8.  
2. Строк подання студентом закінченої роботи 3 червня 2024 року

3. Вихідні дані до роботи: об'єкт проектування – каталог, призначення – інформаційно-рекламний каталог, тематика – верстка та дизайн каталогу на тему “Дивовижні місця України”

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

Вступ

розділ 1 – Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта

розділ 2 – Ретроспектива теми

розділ 3 – Творча розробка дизайну об'єкта проектування

Висновки

Додатки

5. Перелік графічного матеріалу, Банер з художнім проектом (розмір 150x100), каталог  
210x297



Анотація

дипломної роботи освітнього рівня «бакалавр»  
на тему: Дизайн та верстка туристичного каталогу  
«Дивовижні місця України»  
студента групи ДЗН-20-3 Левонтюка М.О.  
керівник – викладач кафедри дизайну Горний П.В.

Обсяг пояснювальної записки – ст.59, рисунків 24, додатки 2, джерел 25.

У дипломній роботі представлено результати розробки туристичного каталогу «Дивовижні місця України. Був проведений аналіз аналогів, формату. Були досліджені вимоги та побажання на основі яких дизайні. Дослідили та ознайомилися із ретроспективою дизайну та верстки каталога. Також було відстежено роботи відомих дизайнерів і аналізовано їх.

Ознайомившись із, були проведені розробки та обґрунтування варіантів творчих ідей дизайн об'єкта. Після чого створено дизайн у програмах для верстки та дизайну.

07.06.24

(Дата)



(Підпис)

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
1 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЄКТУВАННЯ .....	8
ОБ'ЄКТА.....	8
1.1 Характеристика об'єкта проєктування .....	8
1.2 Аналіз схожих за тематикою видань та обрання оптимального накладу для проєктуючого каталогу .....	23
2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ.....	27
2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напрямку .....	27
2.1.1 Початкові етапи розвитку.....	28
2.1.2 Сучасні тенденції .....	30
2.2 Огляд досягнення відомих архітекторів і дизайнерів, що працювали над темою.....	32
2.2.3 Плюси та мінуси туристичного каталогу .....	38
2.2.4 Використання сучасних технологій в дизайні туристичних каталогів.....	40
3 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ .....	42
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проєктування..	42
3.2 Технічні характеристики каталогу .....	43
3.3 Розробка дизайну для каталогу .....	44
3.4 Вибір шрифтового та колірного оформлення для каталогу.....	47
ВИСНОВКИ.....	55
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ .....	57
ДОДАТОК А .....	<b>Помилка! Закладку не визначено.</b>
ДОДАТОК Б.....	<b>Помилка! Закладку не визначено.</b>

## ВСТУП

Дипломний проект є дуже важливою частиною навчального процесу і надає змогу студентам створити значущий проект за період підготовки до майбутньої професії графічного дизайнера. Цей проект розвине якості та покаже набуті вміння вирішувати технічні завдання в різних галузях проектування.

На даний момент Україна переживає складний час соціальних змін, які тягнуть за собою культурні зміни і економічну кризу, що впливає практично на все населення країни, а особливо помітно для людей, які обрали творчу діяльність. Незважаючи на складні умови, студенти мають навчатися і професійно рости. І однією зі складових частин творчого росту є дипломний проект.

Була обрана тема диплому «Дизайн та верстка каталогу дивовижних місць України» на підставі великої кількості туристичних об'єктів нашої країни та потреби в їх популяризації. Важливість проекту полягає в тому, щоб показати красу та унікальність українських місць, які часто залишаються непоміченими як для вітчизняних туристів, так і для міжнародної аудиторії.

Аналізуючи стан друкованої туристичної продукції в Україні, важливо зазначити, що ця галузь мало розвинена та має свої недоліки, не досягаючи рівня сучасних брендових каталогів, які випускаються на постійній основі в інших країнах. Такий стан обумовлений недостатнім розвитком туризму та реклами туристичних об'єктів. Каталоги можуть бути важливим джерелом інформації, привертаючи увагу до культурних та природних багатств країни. Недостатня зацікавленість туристичних менеджерів призводить до того, що просування туристичних об'єктів часто залишається на рівні окремих ініціатив. Саме тому ця тема є актуальною і дасть змогу на власному прикладі створити авторський каталог, який в майбутньому зможе слугувати як інструмент для популяризації туризму.

Мета даного проекту – підвищення загальної обізнаності щодо дивовижних місць України, розробка авторського проекту, який включає в себе створення макету каталогу, написання описів туристичних об'єктів.

Каталоги можуть слугувати як інструменти реклами для туристичних агентств, музеїв та національних парків, або особистого бренда. Без сумніву, такий вид друкованої продукції, його зовнішній вигляд та верстка, опис об'єктів, контенту, приваблює людину, яка зацікавлена культурним життям своєї країни і загалом має своє суб'єктивне бачення. Важливо розуміти, що туристичний каталог має свої переваги.

Об'єктом дослідження є туристичні каталоги. Каталог як дизайнерський продукт є основним джерелом передачі інформації, який здатен формувати візуальну культуру суспільства та популяризувати туристичні об'єкти.

Предметом дослідження є проектування каталогу як виду друкованої продукції, яке включає в себе макет основних об'єктів для каталогу, верстку шрифтових блоків, розробку трактувань періодичності відвідування туристичних місць.

Відповідно до затвердженої теми потрібно визначити обсяги і зміст дипломного проекту й окремих його розділів, оформити індивідуальне завдання, скласти графік його виконання. У процесі проектування потрібні консультації з усіх розділів проекту.

Методи та засоби проектування. Метод – це шлях, засіб досягнення поставленої мети і завдань дослідження. За допомогою методу аналогії на підставі схожості з іншими туристичними каталогами, були зроблені висновки щодо оформлення, які використовувались у подальшій роботі. Саме проектування базувалось на аналітичному та синтетичному методах дослідження, вони протилежні один одному, але використовуються одночасно. За допомогою методу моделювання було створено максимально реальний об'єкт, який можна використовувати у реальному житті як повноцінний проект.

Отож, в даному випадку тема проекту – це створення дизайну та верстки каталогу дивовижних місць України, яка теж має свої особливості. Така тема розкриє широкий простір для втілення ідей дизайнера й дозволить використати набуті вміння у майбутньому.

# 1 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЄКТУВАННЯ ОБ'ЄКТА

## 1.1 Характеристика об'єкта проєктування

Згідно з темою кваліфікаційної роботи, об'єктом проєктування є туристичний каталог "Дивовижні місця України". Каталог є інформативним, візуально привабливим і зручним для користувачів, створеним з метою представлення та популяризації туристичних об'єктів України. У сучасному графічному дизайні туристичний каталог може містити різні типи контенту, включаючи текст, фотографії. Основною метою каталогу є надання користувачам комплексної інформації про туристичні об'єкти.

Графічний дизайн Протягом багатьох століть оформлення здійснювалося з використанням переважно релігійного змісту. Після того, як у Франції та в інших країнах відбулася промислова революція і розширилися форми господарської діяльності, кількість друкованих видань росло лавиноподібно. До кінця XIX століття оформлення видань було переважно чорно-білим, книги друкувалися на папері. У XX столітті широкого поширення набули плакати, рекламні листи, проспекти, журнали і, звичайно ж, книги, що стали важливими носіями інформації. Оформлення набуло особливого значення, щоб зробити видання більш привабливими. Поряд з мальованими ілюстраціями незабаром почали застосовувати фотографії. Розвиток графічного дизайну йшло паралельно двома шляхами. З одного боку, були прибічники використання традиційних оформлювальних засобів, з іншого - пропонувалися рішення по оформленню, в яких, крім традиційних художніх форм XX століття, були присутні нові за формою і змістом погляди.

Графічний дизайн — це творча та динамічна область, яка включає в себе візуальну передачу ідей і повідомлень із зображеннями,

типографіками, квітами та макетами за допомогою. Він поєднує в собі мистецтво і технології для створення привабливих візуальних ефектів, які очаровують і приваблюють цільову аудиторію. На протязі всієї історії графічний дизайн грав вирішальну роль у формуванні нашої візуальної культури, залежно від того, як ми сприймаємо навколишній світ і орієнтуємося в нього. Поняття основ графічного дизайну необхідно для всіх, хто зацікавлений у створенні впечатляючих і ефективних візуальних комунікацій [1].

Каталог "Дивовижні місця України" охоплює різні розділи, такі як природні парки, історичні замки, музеї та релігійні об'єкти. Кожен розділ містить детальні описи туристичних об'єктів, їхні унікальні особливості, фотографії. Важливими аспектами створення каталогу є дизайн та верстка. Каталог повинен мати привабливий дизайн, зрозумілу навігацію та пошуковий функціонал, що забезпечить зручність користування. Багатомовність каталогу дозволить зробити його доступним для користувачів з різних країн та культур. Таким чином, туристичний каталог "Дивовижні місця України" виступає не лише джерелом інформації, але й важливим інструментом для планування подорожей та відкриття нових маршрутів.

Він сприяє залученню уваги до маловідомих, але захоплюючих та вражаючих місць України, що в свою чергу сприяє розвитку туризму та популяризації культурного та природного надбання країни.

Також важливо відзначити, що цей каталог є поточним і буде залишатися актуальним у майбутньому. Представлена в ньому інформація - це короткі відомості та факти, які залишаються стабільними і не втрачають своєї важливості з часом. Крім того, надана інформація у каталозі сприяє розширенню світогляду читача щодо історичних цінностей та досягнень України на протязі різних етапів її історії.

Каталог - це систематизований перелік або список, що містить детальну інформацію про певні об'єкти, товари або послуги. Його головна мета - забезпечити користувачів необхідною інформацією для прийняття рішень або організації діяльності. Каталоги можуть мати різні форми і види, залежно від їхньої мети і змісту. Існують кілька основних видів каталогів [2].

Перший вид - це друковані каталоги, які традиційно використовуються у видавничій справі, торгівлі та інших сферах. Вони можуть бути у вигляді книг, брошур або листівок і містять текстову та графічну інформацію, таку як описи, фотографії та ілюстрації товарів або послуг.

Другий вид - це електронні каталоги, які стали дуже популярними з розвитком інтернету та цифрових технологій. Вони можуть бути представлені у вигляді веб-сайтів, мобільних додатків або електронних документів, таких як PDF-файли. Електронні каталоги мають переваги над друкованими, оскільки вони легкі у використанні, доступні в будь-який час і можуть містити інтерактивні елементи, такі як посилання та відео.

Третій вид - це мультимедійні каталоги, які об'єднують текстову, графічну та аудіовізуальну інформацію для більш повного та інтерактивного представлення змісту. Вони можуть використовуватися в музеях, виставкових залах, освітніх закладах та інших установах для надання користувачам більш багатогранної інформації.

Верстка каталогу — це процес створення візуального представлення інформації у формі буклету чи листівки. Верстка каталога включає в себе розміщення тексту, зображень, графіки та інших елементів в макеті таким чином, щоб виглядати естетично та логічно. Основна мета верстки каталогу — зробити його зручним для сприйняття цільовою аудиторією та передати необхідну інформацію про продукти, послуги чи події. Верстка каталогу може включати обкладинку, розміщення тексту, зображень, таблиць, графіки, номери

сторінок та інші деталі, які роблять каталог зрозумілим та привабливим [3]. Види каталогів продукції та послуг можуть бути різними:

1. Рекламні каталоги: Мають плотну обкладинку та подають інформацію про товари, ціни, акції та інші торгові пропозиції. Ці каталоги допомагають продвигати бізнес та привертати увагу цільової аудиторії.

2. Періодичні каталоги: Виходять через певний проміжок часу. Оновлюють інформацію про товари та послуги.

3. Іміджеві каталоги: Відображають продукцію компанії з вигідного боку. Акцентують увагу на компанії, її історії та успіхах.

4. Туристичний каталог — це важливий інформаційний ресурс для подорожуючих.

5. Опис туристичних об'єктів: Інформація про популярні місця, пам'ятки, природні атракції, музеї, ресторани, готелі та інші об'єкти.

Детальний опис їх історії, значення та особливостей.

6. Фотографії та ілюстрації: Зображення туристичних об'єктів, щоб відобразити їх вигляд та привабливість.

7. Карти та маршрути: Графічне представлення місць, маршрутів, транспортних зв'язків та інших деталей.

8. Інформація про послуги та ціни: Перелік турів, екскурсій, послуг гідів, вартість та умови.

9. Контактні дані: Адреси, телефони, електронні адреси туристичних агентств, готелів, ресторанів тощо.

10. Поради та рекомендації: Як безпечно подорожувати, що варто відвідати, які страви спробувати тощо. Туристичний каталог має включати наступні елементи: Опис туристичних об'єктів: Інформація про популярні місця, пам'ятки, природні атракції, музеї, ресторани, готелі та інші об'єкти. Детальний опис їх історії, значення та особливостей. Фотографії та ілюстрації: Зображення туристичних об'єктів, щоб відобразити їх вигляд та привабливість.

[4].

Каталоги можуть бути також тематичними, зосередженими на певній темі або галузі. Наприклад, туристичні каталоги, такі як "Дивовижні місця України", містять інформацію про туристичні об'єкти, маршрути та умови відвідування. Інші тематичні каталоги можуть охоплювати книги, музику, мистецтво, наукові дослідження, промислові товари та багато іншого.

Каталоги можуть бути інформативними, рекламними або комбінованими, залежно від їхньої мети і призначення. Інформативні каталоги надають детальну інформацію для ознайомлення, рекламні каталоги орієнтовані на просування і продаж товарів або послуг, а комбіновані поєднують обидві функції. Таким чином, каталоги є важливим інструментом у багатьох сферах діяльності, допомагаючи систематизувати та представити інформацію у зручній та доступній формі.

Таким чином, каталог - це видання, в якому перераховані наявні товари, послуги або інші об'єкти, з коротким описом кожного з них. Він може бути рекламним, довідковим або інформаційним. Каталоги поділяються на різні типи, такі як музейні, аукціонні, бібліотечні та промислові.

Туристичний каталог - це видання, яке містить інформацію про різноманітні туристичні об'єкти, послуги та можливості для подорожей. Він може включати описи популярних туристичних напрямків, історичних та культурних пам'яток, готелів, ресторанів, розважальних закладів, транспортних засобів та інші корисні відомості для подорожуючих.

Туристичні каталоги можуть мати різні формати, від традиційних друкованих видань до електронних версій, доступних в Інтернеті. Вони дозволяють подорожуючим отримати повну інформацію про місця, які вони планують відвідати, зробити правильний вибір і планувати свою подорож заздалегідь. Основна мета туристичного каталогу - надати користувачам зручний та доступний інструмент для вибору та планування подорожі. Він

може бути корисним як для індивідуальних подорожей, так і для організації групових туристичних поїздок. Туристичні каталоги також часто містять карту об'єктів та інші візуальні матеріали, що сприяють зручному орієнтуванню в місцях відпочинку.

Завдяки туристичним каталогам подорожуючі можуть отримати повну інформацію про потенційні напрямки подорожей, визначити свої уподобання та потреби, а також зекономити час і гроші, обираючи найбільш відповідні для себе варіанти:

1. Регіональні туристичні каталоги: Ці каталоги фокусуються на конкретному регіоні або місті і надають інформацію про туристичні атракції, культурні об'єкти, ресторани, готелі та інші послуги в цьому конкретному районі.

2. Тематичні туристичні каталоги: Ці каталоги зосереджені на певній темі або виді туризму, такі як екскурсійний туризм, гастрономічний туризм, пригодницький туризм тощо. Вони надають інформацію про об'єкти та послуги, що відповідають вибраній темі.

3. Культурно-історичні туристичні каталоги: Ці каталоги пропонують інформацію про історичні пам'ятки, музеї, храми, замки та інші культурні об'єкти, які можуть бути цікаві для туристів, що цікавляться культурою та історією.

4. Екскурсійні каталоги: Ці каталоги містять інформацію про різні екскурсійні маршрути, включаючи відомості про визначні місця, розклади екскурсій, вартість та тривалість.

5. Гастрономічні туристичні каталоги: Ці каталоги пропонують

інформацію про ресторани, кафе, фермерські ринки та інші місця, де можна скуштувати місцеві страви та насолодитися місцевою кухнею.

6. Природничі туристичні каталоги: Ці каталоги надають інформацію про національні парки, природні заповідники, екологічні маршрути та інші місця, де можна насолодитися природою та активним відпочинком.

7. Туристичні каталоги подорожі: Ці каталоги створені для сприяння

організації подорожі, вони містять інформацію про туроператорів, турпакети, готелі, транспортні послуги та інші корисні відомості для подорожуючих.

На сьогоднішній день, окрім традиційних друкованих каталогів, дуже популярними стали онлайн-каталоги або електронні каталоги. У цих версіях інформація представлена більш цікавим та різноманітним способом, адже до неї можна додавати відео-, аудіо- та анімаційний контент. Електронні каталоги особливо популярні серед торгових мереж, таких як "Епіцентр К", "Сільпо", "Avon" тощо, і зазвичай вони використовуються для реклами та комерційних цілей. Крім того, каталоги використовуються в різних сферах, таких як торгівля, освіта, культура, медицина та інші. Вони допомагають споживачам знайти потрібні товари або послуги, орієнтуватися в асортименті та зробити правильний вибір. Крім того, каталоги можуть бути корисними для компаній у просуванні своїх продуктів та послуг на ринку, а також для залучення нових клієнтів. Таким чином, каталоги є важливим інструментом для ефективного ведення бізнесу та задоволення потреб споживачів.

Крім того, процес створення каталогів - це складний і багатоетапний процес, що включає в себе кілька ключових етапів та технологічних процедур. Починається він з планування і концептуалізації, де розробляється концепція каталогу, визначаються цілі та завдання, а також вибирається тема, стиль та дизайн. Наступним етапом є збір інформації, що включає фотографії, тексти та інші матеріали, пов'язані з продукцією або послугами. Потім йде розробка

дизайну, де створюється привабливий та зручний для користувачів дизайн, що відображає загальну концепцію та стиль бренду. Після затвердження дизайну відбувається верстка каталогу, організація інформації на сторінках та розміщення елементів. Потім каталог готується до друку, вибираються матеріали для друку, тип друку та фінальні характеристики. Після друку сторінки каталогу збираються та упаковуються, а потім готові до розповсюдження серед цільової аудиторії. Цей процес дозволяє створити професійний та ефективний каталог, який допоможе привернути увагу клієнтів та покращити їх досвід з продукцією чи послугами компанії.

Друковані формати каталогів варіюються за розміром, стилем та метою використання. Тут є деякі з найпоширеніших форматів та їх характеристики:

Книга каталогів. Це друкований каталог, який може бути великим за обсягом і містити широкий асортимент продуктів або послуг. Книги каталогів зазвичай мають тверду обкладинку і можуть бути представлені в різних розмірах.

Каталог-журнал. Цей формат поєднує в собі елементи каталогу та журналу. Він може містити рекламні матеріали, інформацію про продукцію та цікаві статті або інтерв'ю.

Плакат-каталог. Це великий формат, який може бути повішений на стіну або використовуваний як стенд. Плакат-каталоги часто містять зображення продуктів та коротку інформацію про кожен з них.

Брошура. Це невеликий каталог або буклет, який зазвичай має кілька сторінок. Брошури часто використовуються для презентації обмеженого асортименту товарів або послуг.

Під час розробки друкованих видань, особливо таких, як каталоги, важливо враховувати конструкційні особливості, які забезпечать довговічність та естетичну привабливість кінцевого продукту. Один з ключових елементів, що впливає на міцність і захист видання, є палітурка[3].

Палітурка – це конструкційний елемент книжкового видання, який складається з жорстких або напівжорстких матеріалів і призначений для захисту внутрішніх сторінок книги від механічних пошкоджень, пилу, вологи та інших зовнішніх чинників. Палітурка виконує не тільки захисну, але й естетичну функцію, надаючи виданню завершеного вигляду та підвищуючи його привабливість для читача. Види палітурки поділяються на тверду (жорстку) та м'яку, залежно від матеріалу та технології виготовлення.

Підготовка оригінал-макету та наступна підготовка до друку є ключовими етапами у виготовленні високоякісної поліграфічної продукції. Важливо розуміти, що під час друку тиражу офсетним або рольовим методами на папір буде передано саме той зміст, який був включений у оригінал-макет, з усіма деталями компонування тексту та ілюстрацій, налаштуваннями кольорів і розмірами відступів.

На цьому етапі важлива роль відводиться висококваліфікованим фахівцям, оскільки це дозволяє уникнути помилок, які можуть виникнути під час розробки та призвести до їхнього поширення на всі примірники видання.

Розробка оригінал-макету є важливим етапом у процесі дизайну, оскільки вона вимагає використання програмних засобів та технологій з врахуванням специфіки.

Всі ці види найбільше використовують у маркетингу і рекламі.

Каталоги використовуються в різних галузях діяльності для представлення товарів, послуг або інформації. Вони є важливим інструментом для реклами, маркетингу та комунікації з клієнтами. Основні області використання каталогів включають:

Торгівля та роздрібна торгівля (каталоги допомагають покупцям знайти та порівняти товари, а також зробити інформований вибір під час покупки).

Промисловість та виробництво (компанії використовують каталоги для презентації своєї продукції та послуг, що допомагає їм залучати нових клієнтів та збільшувати продажі).

Туризм та гостинництво (у сфері туризму каталоги допомагають подорожуючим знайти інформацію про готелі, курорти та туристичні пропозиції).

Освіта та наука (каталоги використовуються для представлення навчальних програм, курсів, наукових досліджень та публікацій).

Культура та мистецтво (в галузі культури та мистецтва каталоги допомагають просувати виставки, концерти, літературні роботи та інші творчі проекти).

Каталоги, які використовуються для цих цілей, зазвичай мають різноманітні формати, включаючи брошури, буклети, книги, листівки та онлайн-каталоги. Такі каталоги можуть бути розроблені та роздруковані професійними дизайнерами та видавництвами, які спеціалізуються на створенні друкованої продукції.

Історія створення каталогів сягає далеко назад у часі. Перші відомості про використання каталогів для опису товарів знаходимо в античних цивілізаціях, де вони використовувалися для зберігання та організації інформації про товари та послуги. У середньовіччі каталоги почали активно використовуватися в монастирях та архівах для опису книжних колекцій та інших цінних речей. З часом вони стали популярними серед книготорговців, які використовували їх для розповсюдження інформації про нові видання та книги.

Протягом розвитку промисловості та торгівлі у XVIII-XIX століттях каталоги стали невід'ємною частиною бізнесу. Вони використовувалися як засіб реклами, щоб привернути увагу покупців та показати їм асортимент товарів. У цей період каталоги часто друкувалися на папері та розсилалися

поштою або розміщувалися у магазинах та крамницях. З появою промислової революції та розвитком друкарства каталоги стали доступнішими для широкої аудиторії.

Каталог як реклами має свою захоплюючу історію. Днем народження каталогу прийнято рахувати 1872 рік. Саме тоді, у Чикаго, підприємець на ім'я Аарон Монтгомері, на складах якого зібралася велика кількість нерозпроданого товару, вирішив реалізувати його незвичайним для того часу способом. Він склав список товару, що пилиться у нього на складі, а потім розіслав ці списки своїм потенційним покупцям за допомогою поштової служби Чикаго. Результат не забарився, товар був розпроданий повністю. Невідомо, на якому папері був надрукований перший каталог, і яким способом відомо, що він складався всього з однієї сторінки, і ця сторінка увійшла в історію реклами як один з найефективніших інструментів торгівлі.

У світі реклами каталог став символом успіху та незвичайного маркетингового ходу. Народження цього інструменту датується 1872 роком, коли він з'явився на світ завдяки винахідливості підприємця Аарона Монтгомері (рисунок 1.1). Його ім'я стало легендою у світі реклами, а Чикаго - містом, де зародився цей ідеї. Аарон Монтгомері вирішив використати свої запаси нерозпроданого товару, створивши список товарів, які знаходилися на його складі. Він розсилав ці списки своїм потенційним клієнтам за допомогою поштової служби. Цей незвичайний крок став вирішальним кроком у розвитку реклами, адже такий підхід дозволив ефективно реалізувати весь залишений товар [5].



Рисунок 1.1 – Аарон Монтгомери

Перший каталог складався лише з однієї сторінки, проте ця сторінка стала еталоном ефективності в рекламній сфері (рисунок 1.2). Невідомо, на якому папері він був надрукований, проте його успіх був неперевершеним. Цей експеримент Монтгомери виявився надзвичайною інновацією та відкрив нову еру в рекламній історії, поклавши початок динамічному розвитку торгівлі та маркетингу.

**90 Days' Trial**

We sell more reliable merchandise by mail than any house in the world. Volume of sales regulates prices. No firm can undersell us on reliable goods; we refuse to handle the other kind.

**Our Oakland Machine** **8<sup>25</sup>**

Our Oakland Machine at \$8.25 is warranted for 5 years and is the best machine on the market at the price.

At \$12.75 our Amazon is as good as the regular \$20 kind; is beyond comparison with other machines at this price. **12<sup>75</sup>**

35  
For **14<sup>50</sup>**

our Brunswick Seven-Drawer, High Arm, Ball Bearing, Drop Head Machine is a beauty, one that will do all kinds of work and can be depended upon. Price is much lower than any other firm asks for equal quality. Mounted on handsome Automatic Drop Desk Quartered Oak Cabinet like picture, only **16<sup>95</sup>**

**Free Catalogue**  
of Sewing Machines containing our 90 days' free trial offer, sent on request. Write for it today.

**MONTGOMERY WARD & CO.**  
**CHICAGO**

Рисунок 1.2 – Перший каталог

Протягом історії реклами було створено безліч видатних каталогів, які стали культовими та визнаними символами в світі маркетингу. Одним з найбільш відомих каталогів за весь час їх існування є "Sears, Roebuck and Co.

Catalog" (рисунок 1.3).



Рисунок 1.3 - Sears, Roebuck and Co. Catalog

"Sears Catalog" вперше був виданий у 1888 році як каталог замовлень на велику вибір товарів, які були доступні для покупців [6]. Цей каталог відомий своєю різноманітністю товарів, від одягу та взуття до меблів та побутової техніки.

За роки свого існування "Sears Catalog" став справжньою енциклопедією товарів для американських споживачів. Щорічне видання каталогу стало справжнім явищем в культурі та економіці США. Величезний вибір товарів, доступні ціни та зручний спосіб замовлення робили "Sears Catalog" незамінним посібником для покупців у всіх куточках країни. Крім того, "Sears Catalog" відіграв важливу роль у розвитку поштових служб та дистанційної торгівлі. Він дозволив людям замовляти товари безпосередньо з каталогу та отримувати їх за допомогою поштових служб, що відкрило нові можливості для споживачів та торгових компаній. Усе це зробило "Sears Catalog" не лише відомим, але й надзвичайно впливовим символом торгівлі та маркетингу, який залишився в пам'яті поколінь американців.

Завдяки сучасним технологіям дизайнери можуть додати інноваційні елементи до швейцарського стилю, розширюючи його можливості та зберігаючи його класичні риси.

Історія каталогів відображає розвиток друку, дизайну та соціокультурні зміни в суспільстві. Від перших єгипетських гліфів до сучасних інновацій у швейцарському дизайні, каталоги виконували різноманітні функції – від реклами до вираження художнього стилю та політичних поглядів. Різноманіття стилів і технік, що використовувалися в історії каталогів, відображає багатозаровість культурного та мистецького спадку.

Сучасні тенденції в дизайні каталогів продовжують враховувати та вдосконалювати традиції минулого, а також адаптують їх до сучасних вимог і можливостей. Каталог стає не лише інструментом комунікації, але й мистецьким твором, що відображає дух сьогодення та креативний потенціал його творців.

## 1.2 Аналіз схожих за тематикою видань та обрання оптимального накладу для проєктуючого каталогу

Для розпочатку розробки каталогу "Дивовижні місця України", було вирішено дослідити існуючі видання, які можуть виконувати схожі функції. Для цього були аналізовані три різних видання, які надали цінний матеріал для визначення оптимального формату та накладу для проєктування каталогу. Важливо зазначити, що, у більшості випадків, каталоги не мають великого накладу, за винятком комерційних видань. Для туристичних каталогів характерно різноманіття щодо накладу. Вони можуть мати як обмежений, так і великий тираж, залежно від цілей видання, бюджету та стратегії маркетингу. Наприклад, каталоги великих туристичних агентств або авіакомпаній можуть мати значний тираж, оскільки вони поширюються широко серед пасажирів, туристичних агентств та інших зацікавлених сторін. Однак менші місцеві видання або каталоги, призначені для обмеженої аудиторії, можуть мати менший тираж. Проаналізувавши декілька схожих за тематикою видань, виявилось, що першим із них є фотоальбом "Києво-Печерський державний історико-культурний заповідник" [7], (рисунок 1.4.), який був випущений видавництвом "Мистецтво" у 1981 році. Цей фотоальбом містить численні ілюстрації історичних скарбів та прикрас, збережених у Києво-Печерській лаврі. Його дизайн характеризується великою кількістю фотографій та короткими описами, зосередженими на ілюстраціях. Також, варто зазначити, що всі ілюстрації у фотоальбомі є повнокольоровими. Ілюстративний зміст альбому становить близько 75%. Щодо формату, він становить 70x90/12, що надає йому квадратну форму, легку для тримання в руках. Наклад складає 30000 примірників, що було характерно для радянської епохи, проте зараз такі тиражі не є стандартом, особливо для художніх видань.



Рисунок 1.4 - Розворот та сторінка з відомостями зі фотоальбому «КиєвоПечерський державний історико-культурний заповідник»

Далі було проаналізовано каталог ювелірних прикрас від компанії "PANDORA", який також був знайдений у домашній бібліотеці та відповідає за тематикою проєктованому виданню (рисунок 1.5). Каталог випущений у 2017 році та має м'яку обкладинку, з'єднану клейовим скріпленням. Представлений макет сторінки відповідає загальному стилю розгорток у каталогах. Важливо відзначити, що дизайн каталогу є сучасним, оскільки він був створений нещодавно. Особливо цікавою є структура сторінок з цієї серії, яка включає цікаве розміщення ілюстрацій прикрас та відповідну інформацію про них. Всі ілюстрації у каталозі є повнокольоровими напівтоновими. Вони становлять приблизно 75% від усього обсягу видання.

Наклад цього каталогу становить 7500 примірників. Варто відзначити, що "PANDORA" є великою мережею ювелірних магазинів та має значну кількість представництв по всій Україні, тому така кількість екземплярів є раціональною. Формат видання також має квадратну форму, що робить його зручним для тримання в руці.



Рисунок 1.5 — Обкладинка (лицьова сторона), корінець та розворот каталогу «PANDORA»

Після завершення аналізу було ретельно оглянуто каталог "Музей історичних коштовностей України" [8], доступний на веб-сайті Національного музею історії України. Цей каталог, створений на замовлення музею, привертає увагу своєю тематикою, яка відповідає темі проєктованого каталогу (рисунок 1.6), виготовлена у м'якій формі, що додає йому невимушеного шарму, та була

створена у 2011 році. Сам каталог складається з 64 сторінок, які містять інформацію про різноманітні історичні коштовності України.



Рисунок 1.6 — Обкладинка (лицьова сторона) та розворот сторінки з каталогу «Музей історичних коштовностей України»

Щодо його макету, розвороти сторінок мають схожі характеристики з попередніми каталогами: ілюстрації виконані у повному кольорі, у напівтоновому стилі, а їхнє розміщення забезпечує оптимальне співвідношення між текстовою і графічною інформацією. Ілюстративна частка цього каталогу оцінюється приблизно в 75%, що свідчить про велику увагу до візуального компонента видання. Наслідуючи попередній підхід, наклад каталогу склав 1500 примірників. Ця кількість відображає потреби музейної діяльності та специфіку його аудиторії, забезпечуючи достатню доступність інформації про історичні цінності кожному охочому.

Вивчаючи вимоги та особливості туристичних каталогів як засобу реклами, можна зробити висновок, що кожний туристичний напрям вимагає

унікального підходу до дизайну, який ефективно передасть його основні атрибути та привабливість.

## **2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ**

### **2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напрямку**

Після вивчення характеристик об'єкту проектування та аналізу вимог до його дизайну стало очевидним, що кожен розділ туристичного каталогу потребує індивідуального підходу у створенні дизайну, який відображатиме його унікальні особливості та забезпечить занурення читача у відповідну атмосферу. Кожен розділ має свої особливості, і дизайнерські рішення повинні враховувати це, забезпечуючи зручність використання та привабливий зовнішній вигляд.

Дизайн туристичних каталогів, особливо тих, що присвячені дивовижним місцям України, має багатий історичний контекст. Від самого початку, коли туризм став популярним у 19 столітті, брошури та каталоги були основними засобами привернення уваги до визначних пам'яток.

У 20-х роках 20 століття, з появою автомобілів та розвитком авіації, туристичні каталоги почали включати картини та фотографії, щоб привернути увагу до нових місць. Дизайнери використовували яскраві кольори та інноваційні шрифти, щоб зробити свої каталоги більш привабливими.

Після Другої світової війни, з розвитком офсетного друку, стало можливим друкувати великі тиражі каталогів з високоякісними фотографіями. Це дало поштовх до розвитку дизайну каталогів, які ми бачимо сьогодні.

У 90-х роках, з появою цифрових технологій, дизайн туристичних каталогів зазнав значних змін. Використання комп'ютерної графіки дозволило створювати більш динамічні та інтерактивні дизайни. Наприклад, були створені віртуальні тури, які дозволяли користувачам "відвідувати" місця віртуально.

Сьогодні, дизайн туристичних каталогів продовжує розвиватися, з використанням сучасних технологій, таких як доповнена реальність, дизайнери можуть створювати більш іммерсивні та інтерактивні досвіди для користувачів. Наприклад, деякі каталоги тепер включають QR-коди, які можна сканувати, щоб отримати додаткову інформацію або віртуальний тур.

Українські туристичні каталоги не є винятком. Вони відображають багатий культурний та історичний контекст країни, використовуючи сучасні дизайнерські техніки для привернення уваги до її дивовижних місць. Від величних Карпат до історичних міст, таких як Львів та Київ, ці каталоги використовують фотографії, ілюстрації та інтерактивні елементи, щоб привести ці місця до життя для читачів.

Все це свідчить про те, що дизайн туристичних каталогів є важливим елементом туристичної індустрії. Він продовжує розвиватися та адаптуватися до змінюваних потреб та інтересів туристів, використовуючи нові технології для створення більш глибоких та значущих досвідів [9].

### 2.1.1 Початкові етапи розвитку

Початкові етапи розвитку туристичного каталогу, присвяченого дивовижним місцям України, беруть свій початок від простих брошур, які були основним джерелом інформації для мандрівників у 19 столітті. Ці брошури та путівники містили текст та ілюстрації, що давали опис визначних пам'яток та маршрутів. З появою фотографії в 20 столітті, туристичні каталоги почали включати фотографії визначних пам'яток, що дозволило потенційним туристам "бачити" місця, які вони могли б відвідати, і зробило каталоги більш привабливими.

З появою цифрових технологій в кінці 20 - на початку 21 століття, туристичні каталоги стали більш динамічними та інтерактивними. Вони

почали включати відео, 360-градусні зображення та інтерактивні карти, що давало можливість користувачам “відвідати” місця віртуально, перш ніж вирушити в подорож. Сьогодні, в епоху сучасного дизайну, туристичні каталоги використовують всі доступні технології, включаючи доповнену реальність, QR-коди та інтерактивні елементи, щоб забезпечити користувачам найкращий досвід. Вони також включають детальну інформацію про кожне місце, включаючи історію, культуру та місцеві особливості. Цей процес розвитку відбувався протягом багатьох років та включав в себе багато різних етапів.

Кожен етап додавав нові елементи та можливості до дизайну туристичного каталогу, роблячи його все більш привабливим та корисним для користувачів.

Важливо зазначити, що дизайн туристичних каталогів також відображає культурні та історичні особливості регіону, який вони представляють. У випадку з Україною, це може включати все, від відображення традиційних українських мотивів та символів до використання місцевих матеріалів та технік в процесі створення каталогу. Наприклад, дизайн каталогу може включати візерунки, натхненні традиційними українськими вишивками, або фотографії, які показують унікальні архітектурні стилі регіону. Це не тільки додає візуальний інтерес до каталогу, але й допомагає відобразити культурну ідентичність України.

Крім того, сучасні технології дозволяють дизайнерам включати інтерактивні елементи в каталоги. Наприклад, вони можуть включати QRкоди, які, коли їх сканують, відкривають відео або віртуальні тури по визначних місцях. Це не тільки збільшує зацікавленість користувачів, але й дозволяє їм отримати більше інформації про місця, які вони хотіли б відвідати.

Все це свідчить про те, що дизайн туристичних каталогів є важливим елементом туристичної індустрії. Він продовжує розвиватися та адаптуватися

до змінюваних потреб та інтересів туристів, використовуючи нові технології для створення більш глибоких та значущих досвідів. Завдяки цьому, туристичні каталоги продовжують бути важливим інструментом для просування туризму та культури України.

### 2.1.2 Сучасні тенденції

Сучасний стан туристичного дизайну відображається у використанні інтерактивних онлайн-платформ, де користувачі можуть переглядати фотографії, відео, відгуки, карту маршрутів та навіть здійснювати бронювання місць. Онлайн-каталоги та додатки для мобільних пристроїв стали популярними засобами планування подорожей, оскільки вони надають широкий спектр інформації та зручностей для користувачів.

Що стосується дизайну, сучасні туристичні каталоги використовують яскраві зображення, естетичний макет та інноваційні рішення в оформленні. Графічні елементи, ілюстрації, кольори та шрифти підібрані таким чином, щоб привернути увагу та створити емоційний зв'язок із майбутніми мандрівниками. Технічні аспекти, такі як швидкість завантаження, мобільна сумісність та зручність в навігації, також відіграють важливу роль у створенні успішного туристичного каталогу.

Верстка туристичного каталогу на тему “Дивовижні місця України” - це важливий процес, який вимагає глибокого розуміння сучасних тенденцій в графічному дизайні, типографії та маркетингу.

Сучасні тенденції в графічному дизайні та верстці включають використання яскравих кольорів, болдових шрифтів та інтерактивних елементів, щоб привернути увагу читача. Використання великих, яскравих

зображень, які відображають красу України, також є важливою частиною дизайну [10].

Важливо враховувати, що каталог повинен бути не тільки візуально привабливим, але й легким для читання та навігації. Тому важливо використовувати чіткі заголовки, підзаголовки та булети для організації інформації. Щодо маркетингових тенденцій, важливо зосередитися на створенні емоційного зв'язку з читачем. Це можна зробити за допомогою переконливих текстів та використання історій для демонстрації унікальності кожного місця. Важливо також враховувати, що сучасні споживачі цінують сталість та екологічність. Тому важливо підкреслити, як кожне місце в Україні вносить вклад у збереження природи та місцевої культури.

На завершення, важливо пам'ятати, що кожен каталог є відображенням бренду. Тому важливо, щоб дизайн та зміст каталогу відповідали бренду та його цінностям.

Важливо пам'ятати, що верстка - це не просто процес розміщення елементів на сторінці. Це також процес комунікації з читачем, передачі інформації та створення вражень. Верстка вимагає від дизайнера глибокого розуміння контенту, аудиторії та мети публікації.

Верстка такого каталогу вимагає від дизайнера не тільки технічних навичок, але й креативності, уяви та здатності бачити велику картину. Все це вимагає глибокого розуміння сучасних тенденцій в дизайні, маркетингу та типографії. Тому важливо постійно вчитися, слідкувати за новими тенденціями та адаптувати їх до своєї роботи.

Верстка туристичного каталогу - це не тільки процес створення красивого продукту. Це також процес створення продукту, який відповідає потребам та очікуванням читачів, викликає емоційний відгук та стимулює дію.

Все це робить верстку туристичного каталогу складним, але дуже важливим процесом. І хоча це може бути викликом, це також може бути дуже

винагороджувальним досвідом. На завершення, важливо пам'ятати, що найкращий каталог - це той, який відповідає потребам та очікуванням читачів. Тому важливо постійно отримувати зворотний зв'язок від читачів та адаптувати свою роботу відповідно до їх потреб.

Зазначені зміни свідчать про те, що туристичний дизайн постійно адаптується до потреб сучасного споживача та використовує інноваційні підходи для створення незабутніх та інформативних подорожей.

2.2 Огляд досягнення відомих архітекторів і дизайнерів, що працювали над темою

Відомі дизайнери зі всього світу внесли значний вклад у розвиток дизайну каталогів, використовуючи свої унікальні творчі підходи та інноваційні ідеї. Давайте розглянемо декілька з них:

Джессіка Волш - відома дизайнерка, яка працювала над численними проектами в області графічного дизайну. Вона відома своїм унікальним стилем та інноваційним підходом до дизайну (рисунки 2.1) [11].



Рисунок 2.1 – Дизайн Джесіки Волш

Джон Контіно - ще один відомий дизайнер, який працював над різноманітними проектами. Він відомий своїм унікальним стилем та вмінням створювати сильні візуальні образи (рисунок 2.2) [12].

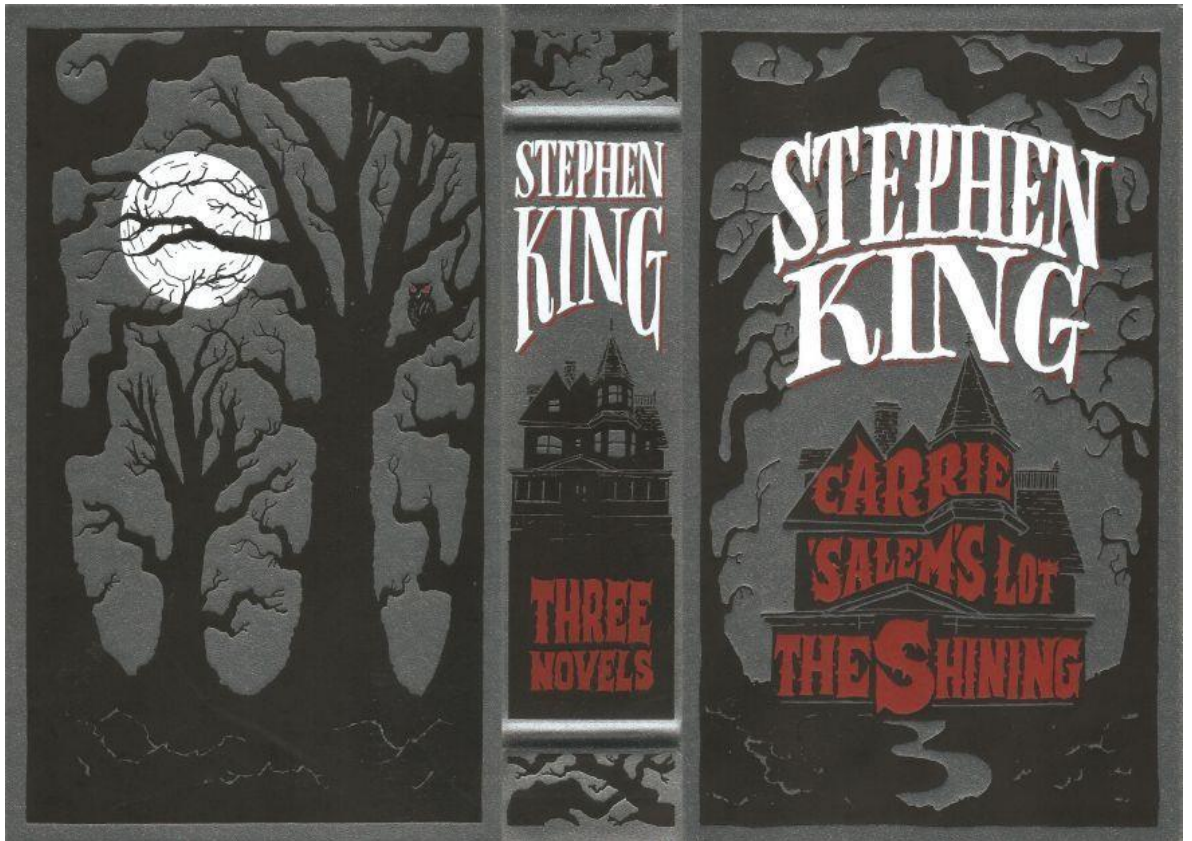


Рисунок 2.2 – Дизайн Джона Контіно

Тімоті Гудман - відомий своїми інноваційними підходами до дизайну та унікальними проектами (рисунок 2.3) [13].

Пол Ренд - цей креативний геній стояв за такими логотипами, як IBM, ABC, Enron, Morningstar, UPS та багато інших, а також за корпоративними ідентичностями, які вони використовують і до цього дня. Ренд розробив бренд-ідентичність Next Computers за 100 000 доларів для Стіва Джобса, не дозволяючи клієнту коригувати або обговорювати ідею. ол Ренд, видатний графічний дизайнер, залишив незабутній слід в історії дизайну своїми інноваційними підходами та креативністю. Народившись у 1914 році в Брукліні, Нью-Йорк, він зумів революціонізувати концепцію візуальної ідентичності брендів завдяки своєму глибокому розумінню графічних принципів і бездоганному почуттю стилю. Ренд розпочав свою кар'єру у світі графічного дизайну, працюючи в журналах, таких як "Direction" та "Esquire",

де він вдосконалював свої навички та розробляв унікальний стиль. Його роботи швидко привернули увагу завдяки їхній простоті, елегантності та ефективності. Він був одним із перших дизайнерів, які почали використовувати європейський модернізм у американському графічному дизайні, поєднуючи елементи кубізму, конструктивізму, баухаусу та сюрреалізму. Пол Ренд стояв за створенням численних відомих логотипів, багато з яких досі використовуються. Один із найбільш впізнаваних логотипів у світі - IBM, створений у 1956 році та оновлений у 1972 році, складається з тринадцяти горизонтальних смуг, які символізують швидкість та динамізм. Логотип ABC, створений у 1962 році, залишається незмінним протягом десятиліть завдяки своїй простоті та чіткості. Хоча компанія Enron зазнала скандалу, її логотип, створений Рендом, залишається прикладом його здатності створювати запам'ятовувані бренди. Логотип Morningstar відображає елегантний мінімалізм, який став візитною картою Ренда. Ренд також створив логотип UPS у 1961 році, що став символом надійності та ефективності компанії. У 1986 році Ренд розробив бренд-ідентичність для компанії Next Computers, заснованої Стівом Джобсом. Цей проєкт був значущим не лише через вартість (100 000 доларів), але й через підхід Ренда до роботи. Він надав Джобсу лише одну концепцію, відмовляючись обговорювати або коригувати ідею. Це підкреслювало його переконання у важливості довіри до професійного дизайнера та його бачення. Пол Ренд вплинув на ціле покоління дизайнерів, його підхід до корпоративної ідентичності та логотипів став стандартом у галузі. Він викладав графічний дизайн у Єльському університеті, де виховав нове покоління дизайнерів. Його книги, такі як "Thoughts on Design", залишаються важливими ресурсами для вивчення принципів графічного дизайну. Пол Ренд був не просто дизайнером логотипів; він був піонером, який змінив підхід до брендингу та візуальної ідентичності. Його роботи, засновані на принципах простоти, ясності та естетичної елегантності, продовжують

впливати на дизайн сьогодні, відображаючи його геніальність та спадщину у світі графічного мистецтва.

(рисунок 2.4).

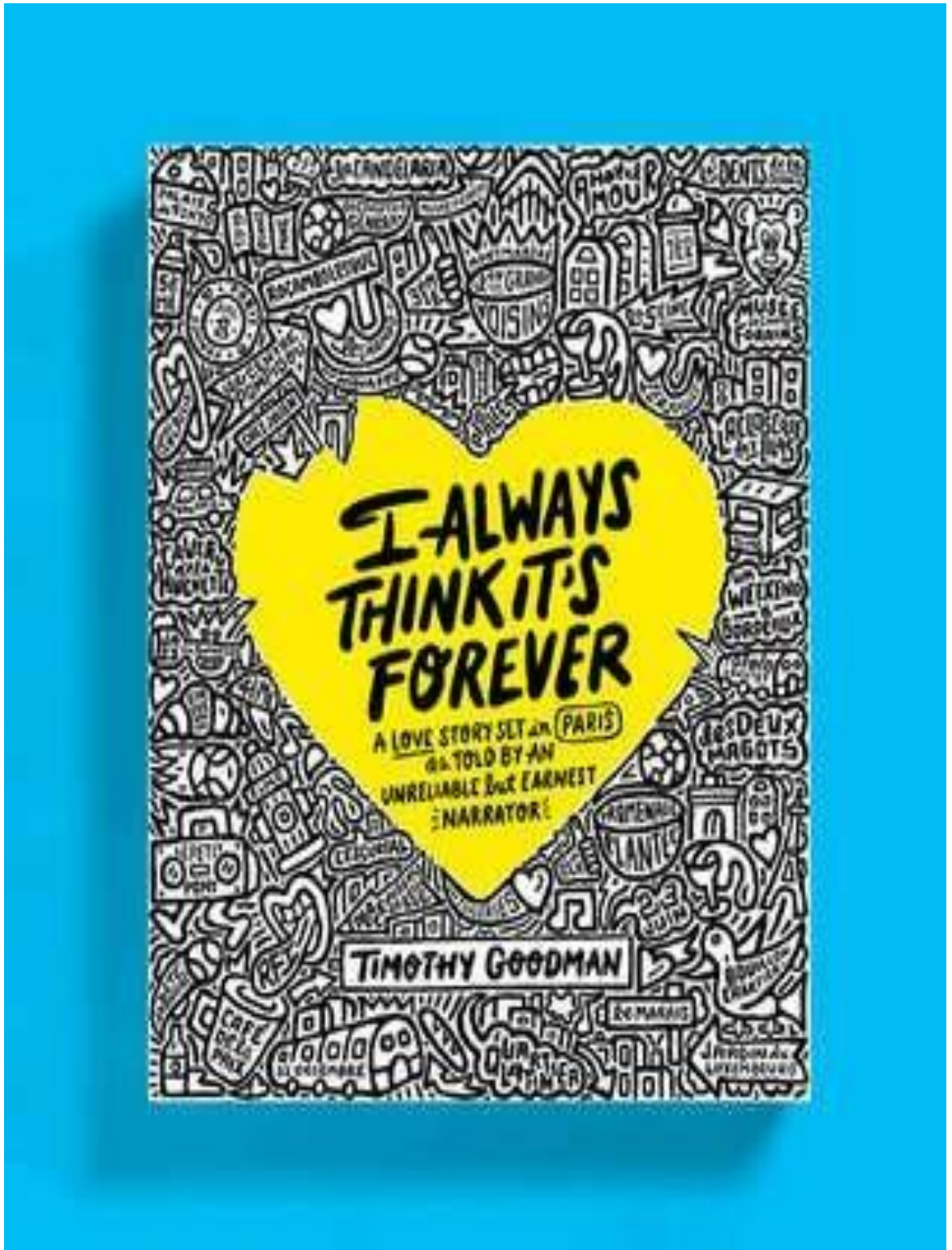
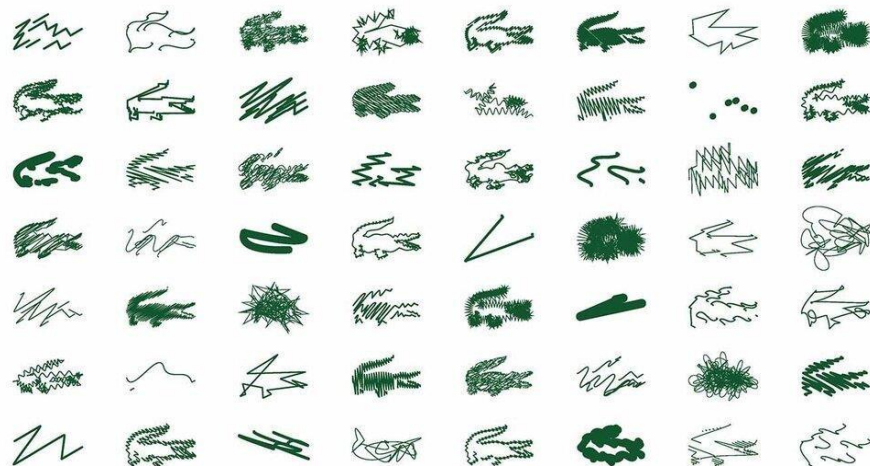


Рисунок 2.3 – Дизайн Тімоті Гудмана



Рисунок 2.4 – Дизайн Пола Ренда

Пітер Севіль - відомий своєю роботою над логотипом Burberry та однією з найкрасивіших обкладинок альбомів - "Unknown Pleasures" групи Joy Division. Він співзаснував Factory Records у 1978 році разом з Аланом Еразмусом та Тоні Вілсоном, і вони створили сотні обкладинок альбомів (рисунок 2.5).



## Рисунок 2.5 – Дизайн Пітера Севілья

Ці дизайнери та їхні роботи продовжують надихати нові покоління дизайнерів. Вони показали, як можна використовувати дизайн для створення сильних візуальних образів та ефективного спілкування з аудиторією. Їхні роботи продовжують впливати на сучасні тенденції в дизайні та верстці каталогів.

### 2.2.3 Плюси та мінуси туристичного каталогу

Туристичний каталог є важливим інструментом для просування туристичних послуг і залучення клієнтів. Його використання має свої переваги та недоліки, які слід враховувати при створенні та розповсюдженні таких матеріалів.

Плюси:

Зручність використання забезпечує користувачам доступ до великої кількості інформації в одному місці. Вони можуть містити детальні описи туристичних напрямків, готелів, ресторанів, пам'яток, культурних подій та інших об'єктів, які можуть зацікавити мандрівників. Це дозволяє швидко знаходити необхідну інформацію та планувати подорожі.

Яскраве візуальне оформлення, кольорові фотографії, ілюстрації та інфографіка створюють привабливий вигляд каталогу і сприяють залученню уваги. Візуальні елементи допомагають потенційним туристам уявити себе на місці подорожі, що може стимулювати бажання відвідати певний регіон або об'єкт.

Рекламні можливості, каталоги часто використовуються для реклами туристичних послуг, включаючи спеціальні пропозиції, знижки та акції. Вони можуть включати купони або промокоди, що спонукає клієнтів до здійснення

покупок та бронювань. Такі каталоги можуть бути ефективним засобом збільшення продажів для туристичних компаній.

Інформативність каталоги, надають детальну інформацію про туристичні продукти та послуги, включаючи опис маршрутів, умови проживання, транспортні послуги та інші важливі аспекти. Вони можуть включати відгуки та рейтинги від попередніх клієнтів, що допомагає потенційним мандрівникам приймати обґрунтовані рішення.

Доступність, друковані каталоги можуть бути розповсюджені в туристичних агентствах, на виставках, у готелях та інших місцях, де потенційні клієнти можуть з ними ознайомитися. Вони також можуть бути надіслані поштою або розповсюджені під час рекламних кампаній.

Мінуси:

Витрати на виробництво, створення та друк туристичних каталогів може бути дорогим процесом. Витрати на дизайн, друк і розповсюдження можуть значно впливати на бюджет туристичної компанії, особливо якщо вона не має великого маркетингового бюджету.

Оновлення інформації, туристичні каталоги можуть швидко застарівати, оскільки інформація про ціни, доступність послуг та інші деталі може змінюватися. Друковані каталоги не дозволяють швидко вносити зміни, що може призводити до надання неправдивої або застарілої інформації клієнтам.

Екологічний вплив, виробництво друкованих каталогів вимагає використання паперу, що може негативно впливати на довкілля. Викидання старих або нерозповсюджених каталогів також створює додаткові відходи. Це питання стає особливо актуальним в умовах зростання екологічної свідомості.

Обмежений охоплення, друковані каталоги мають обмежене охоплення, оскільки вони розповсюджуються в певних географічних регіонах або серед певної аудиторії. У порівнянні з онлайн-каталогами, друковані версії можуть

не досягати такої ж великої аудиторії, особливо серед молоді, яка надає перевагу цифровим медіа.

Неможливість інтерактивності на відміну від онлайн-каталогів, друковані версії не можуть містити інтерактивні елементи, такі як відео, анімації або інтерактивні карти. Це обмежує можливості презентації інформації та взаємодії з потенційними клієнтами.

Таким чином, туристичні каталоги мають як переваги, так і недоліки. Вибір між друкованими та онлайн-каталогами залежить від конкретних цілей та аудиторії туристичної компанії. Друковані каталоги можуть бути ефективними для залучення традиційної аудиторії та надання детальної інформації у зручній формі, тоді як онлайн-каталоги пропонують ширші можливості для інтерактивності та охоплення сучасної аудиторії [14].

#### 2.2.4 Використання сучасних технологій в дизайні туристичних каталогів

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій дизайн туристичних каталогів зазнав значних змін, що дозволяє значно покращити їх функціональність, естетичність та зручність використання. Використання сучасних технологій в дизайні туристичних каталогів відкриває нові можливості для взаємодії з користувачами та забезпечує вищу якість інформаційного наповнення. Одним з ключових досягнень сучасних технологій є інтерактивність цифрових каталогів. Завдяки впровадженню інтерактивних елементів, таких як гіперпосилання, відео, анімації та інтерактивні карти, користувачі можуть більш ефективно взаємодіяти з контентом. Це дозволяє не лише зручніше знайти необхідну інформацію, але й отримати додаткові відомості, переглянути відеоматеріали про визначні місця або маршрути, а також скористатися інтерактивними інструментами для планування подорожі. Також важливою технологією є використання доповненої реальності (AR) [15]. Завдяки AR туристичні каталоги можуть

надавати користувачам унікальний досвід, дозволяючи «оживити» зображення пам'яток або інших місць. Наприклад, навівши камеру смартфона на зображення в каталозі, користувач може побачити тривимірну модель об'єкта або дізнатися додаткову інформацію про нього. Це не лише покращує сприйняття інформації, але й робить взаємодію з каталогом більш захоплюючою та інформативною. Сучасні технології також дозволяють значно покращити персоналізацію контенту. Завдяки використанню алгоритмів штучного інтелекту та аналізу даних, цифрові туристичні каталоги можуть адаптувати контент під інтереси та уподобання кожного користувача. Це дозволяє надавати релевантну інформацію та рекомендації, що відповідають потребам конкретного туриста, роблячи взаємодію з каталогом більш ефективною та корисною. Не менш важливим є використання адаптивного дизайну, який забезпечує оптимальне відображення контенту на різних пристроях, таких як смартфони, планшети та комп'ютери. Це дозволяє користувачам зручно переглядати каталоги незалежно від того, який пристрій вони використовують, забезпечуючи високий рівень доступності та зручності. Сучасні технології також впливають на процес створення та оновлення туристичних каталогів. Використання систем керування контентом (CMS) дозволяє легко редагувати та оновлювати інформацію в каталогах, що є особливо важливим для актуалізації даних [16]. Це значно спрощує процес підтримки актуальності інформації та дозволяє швидко реагувати на зміни, забезпечуючи користувачів найсвіжішими даними. Таким чином, використання сучасних технологій у дизайні туристичних каталогів відкриває нові можливості для створення більш функціональних, естетично привабливих та зручних у використанні видань. Інтерактивність, доповнена реальність, персоналізація контенту, адаптивний дизайн та сучасні інструменти керування контентом дозволяють значно підвищити якість та ефективність туристичних

каталогів, забезпечуючи користувачам найкращий досвід взаємодії з цими виданнями.

### **3 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТА ПРОЕКТУВАННЯ**

#### **3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування**

Вивчення історії та розвитку туристичних каталогів:

Дослідження еволюції туристичних каталогів з моменту їх виникнення до сучасного стану.

Аналіз змін у дизайні та контенті туристичних каталогів протягом різних періодів.

Визначення основних характеристик дизайну туристичних каталогів:

Вивчення ключових елементів дизайну, які використовуються в туристичних каталогах.

Визначення основних аспектів, таких як кольорова гама, типографіка, макет, ілюстрації та фотографії, які мають бути враховані при створенні каталогу.

Розробка декількох варіантів ескізів для туристичного каталогу:

Враховання різноманітних стилів та підходів до оформлення кожного розділу каталогу, таких як обкладинка, вступна частина, розділи з описом туристичних місць і т.д.

Розробка варіантів каталогу у стилі, який відображає тему і цільову аудиторію:

Використання стилістичних елементів, які відображають атмосферу і характер каталогу.

Створення дизайну, який відповідатиме сучасним вимогам та тенденціям у сфері графічного дизайну туристичних матеріалів.

Використання традиційних та сучасних елементів дизайну:

Включення традиційних кольорів, шрифтів та графічних елементів, характерних для туристичних каталогів.

Інтеграція сучасних графічних рішень, щоб зробити каталог привабливим та актуальним для сучасної аудиторії.

Вибір та обґрунтування концепцій

Обговорення кожної концепції з керівником проекту та вибір найкращих варіантів

Презентація створених концепцій і ескізів.

Отримання зворотного зв'язку від керівника проекту та інших зацікавлених осіб.

Вибір тих концепцій, які найкраще відображають обрану тему та відповідають вимогам проекту.

Пояснення вибору концепцій з точки зору їхньої відповідності темі:

Обґрунтування вибраних концепцій з точки зору їхньої здатності висвітлити різні аспекти дослідження.

Аналіз відповідності дизайну концепцій вимогам цільової аудиторії та їх потенціалу для ефективної комунікації з клієнтами.

Після ознайомлення з темою туристичних каталогів і визначення основних тенденцій та характеристик їх дизайну, було прийнято рішення приступити до створення каталогу [17].

### 3.2 Технічні характеристики каталогу

У цьому підрозділі, було проведено детальну характеристику типу проєктованого видання та умов його користування за ДСТУ 3017:2015 [18].

1. За знаковою природою інформації — образотворче видання, оскільки, більший відсоток інформації складає ілюстрації;
2. За періодичністю — неперіодичне видання, тому що, не планується випускати нові випуски кожен місяць чи інше;
3. За матеріальною конструкцією — каталог;
4. За мовною ознакою — одномовне, а саме – розроблене тільки на українській мові;
5. За ступенем аналітико-синтетичного перероблення інформації — інформаційне видання;
6. За цільовим призначенням — довідкове видання;
7. Вид довідкового видання — каталог;
8. Читацька аудиторія — Уся читацька ауд для всіх вікових груп;
9. За терміном користування — тривалий термін;
10. Умови користування — неінтенсивне.

### 3.3 Розробка дизайну для каталогу

Планувальні рішення в розробці туристичного каталогу "Дивовижні місця України" є ключовим етапом, який визначає успішність проекту та його вплив на цільову аудиторію. Організація та структура каталогу грають важливу роль у створенні зручного та інформативного джерела для подорожуючих. Правильне планування допомагає забезпечити, що кожен аспект каталогу буде розроблений з урахуванням потреб користувачів та вимог ринку. Розмір туристичного каталогу "Дивовижні місця України" буде стандартним форматом А4 (210 мм × 297 мм), що забезпечить зручність перегляду та зберігання для користувачів. Такий формат забезпечить зручність

використання каталогу під час планування мандрівок по Україні. Також вибір було зроблено на конструкції з твердою палітуркою (рисунок 3.1).

Така конструкція є особливо підходящою для видань, які потребують додаткової міцності та довговічності, як, наприклад, каталоги. Вибір на користь твердої палітурки обґрунтовано її стійкістю до зовнішніх чинників, таких як бруд, плями, пил та механічні пошкодження, що є важливим для збереження естетичного вигляду каталогу під час частого використання [19]. Серед типів скріплення для такої конструкції популярним є незшивне клейове скріплення, яке не тільки забезпечує міцне з'єднання сторінок, але й виглядає естетично привабливим. Для методу, було обрано три альтернативних варіанти методу клейового, а саме:

А – незшивне клейове скріплення блоку з обкладинкою за допомогою PUR клею;

Б – клейове скріплення блоку з обкладинкою, за допомогою, на несеної на обкладинку липкої стрічки [20];

С – незшивне клейове скріплення блоку з обкладинкою за допомогою ПВА клею [21-22].

Для скріплення PUR клеєм, блоку з обкладинкою має ряд таких переваг як , досить висока міцність, його еластичність, при розкриванні каталогу, універсальність, в плані, можливості склеювати папір різною масою та інше [23].

Проведений аналіз схожих видань показав, що цей метод скріплення використовується у багатьох випадках, що свідчить про його надійність і доцільність для каталогів. Варто зазначити, що тверда палітурка, хоча і є більш стійкою, вимагає більшої кількості виробничих процесів, порівняно з м'якою обкладинкою. Проте переваги у вигляді довговічності та захисту видання від зовнішніх впливів переважають над додатковими витратами та складністю виготовлення.

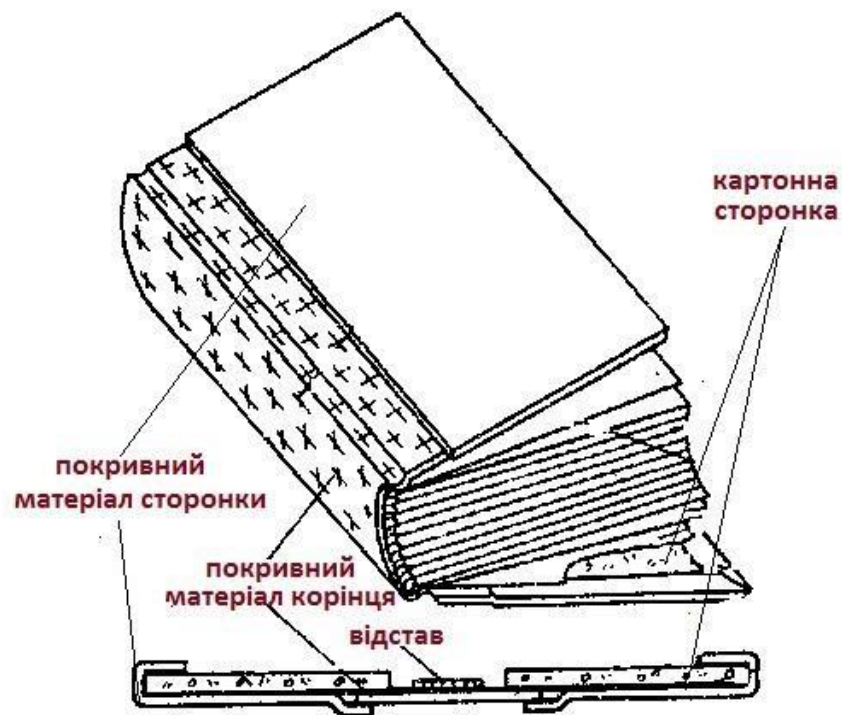


Рисунок 3.1 – Конструкція твердої палітурки

Крім того, розміщення та організація інформації в каталозі грає важливу роль у забезпеченні легкості пошуку необхідної інформації. Кожен об'єкт має бути представлений на окремій сторінці з детальним описом, фотографіями. Така система розміщення дозволить користувачам легко знаходити потрібну інформацію про місця, які вони планують відвідати. Дизайн та візуальна привабливість каталогу є ще одним важливим аспектом, який слід враховувати під час його розробки. Використання простого та естетичного дизайну з яскравими кольорами та привабливими фотографіями допоможе привернути увагу користувачів та зробити процес пошуку інформації більш приємним. Окрім того, дизайн повинен бути зрозумілим і інтуїтивно зрозумілим для користувачів, щоб забезпечити зручність використання каталогу. Навігація та пошук є не менш важливими аспектами у 15 плануванні каталогу. Каталог буде мати зручну систему навігації, яка дозволить користувачам легко знаходити потрібну інформацію. В цілому, планувальні рішення для туристичного каталогу "Дивовижні місця України" орієнтовані на створення зручного,

ефективного та привабливого інструменту для користувачів, який надасть їм інформацію про найцікавіші туристичні об'єкти країни та допоможе з плануванням подорожей.

### 3.4 Вибір шрифтового та колірнього оформлення для каталогу

Дане видання, в більшості випадках, розраховано для всіх вікових груп. Тому, уся викладена інформація та інші елементи будуть обрані спираючись та орієнтуючись на них. Для самого каталогу, спочатку, було обрано кольорове оформлення. А саме, синій колір для оформлення розділу про театри, зелений для національних пам'яток, червоний для музеїв, коричневий для замків, та жовтий для релігійних пам'яток. Дана кольорова комбінація виглядає сучасно та цікаво, що приверне увагу покупця, який побачить. Також, треба відмітити, що кольори редагувалися, з розрахунку колірної рецептури для моделі СМУК, у якій друкується видання [24]. А саме – було прибрано, для пісочного кольору 5% чорної фарби, яка б, при друці, робила його тільки брудним та тьмяним. Після аналізу було обрано ті шрифти, які краще відповідали концепції дизайну. Далі, з шрифтового оформлення запропоновано використати гарнітуру без засічок «LT Wave», яка легко читається та досить гарно виглядає. Також, для заголовків, було зупинено на розмірі в 42, для підзаголовків – 20 пунктів, для основного тексту – 11 пунктів. Саме обране кольорове та шрифтове оформлення, наведено на рисунку 3.2.



Рисунок 3.2 - Кольорове та шрифтове оформлення для каталогу

Важливо було підібрати шрифт, який би не тільки був схожий, а й підкреслювали унікальні риси каталогу. Шрифт відіграє важливу роль у заданні настрою, тому його вибір є критично важливим і впливає на купу факторів.

Сам каталог, наповнений якісними фотографіями, туристичних місць на територіях сучасної України. Тому, далі, було запроєктовано та розроблено дизайн для розворотів у програмному середовищі Adobe Illustrator, використовуючи підібрані кольори. Приклад заповнення типового розвороту, наведено на рисунках 3.3(а, б, в, г, д).



Рисунок 3.3 (а) - Приклад заповнення типового розвороту

Дизайн та візуальна привабливість каталогу є важливими аспектами, які слід враховувати під час його розробки. Використання простого та естетичного дизайну з яскравими кольорами та привабливими фотографіями допоможе привернути увагу користувачів та зробити процес пошуку інформації більш приємним. Окрім того, дизайн повинен бути зрозумілим і інтуїтивно зрозумілим для користувачів, щоб забезпечити зручність використання каталогу. Навігація та пошук є не менш важливими аспектами у плануванні каталогу [25].

Структуроване розташування інформації за типами туристичних об'єктів дозволяє користувачам легко знаходити потрібні дані та скласти індивідуальні маршрути подорожей. Планувальні рішення включають використання простого та зрозумілого дизайну, що забезпечує зручність використання каталогу. Це робить каталог ефективним інструментом для планування

подорожей та надає користувачам необхідну інформацію про найцікавіші туристичні об'єкти України.

## Асканія-Нова

заповідник

Асканія-Нова – це унікальний біосферний заповідник, розташований у Харківській області України. Заснований у 1898 році, цей заповідник є одним з найстаріших у світі та входить до переліку найважливіших природних резерватів планети. Асканія-Нова займає площу близько 33 тисяч гектарів і включає три основні зони: степову, лісову та водну. Степова зона Асканія-Нової – це одна з найбільшох ділянок найкращого степу в Європі. Тут збереглися рідкісні види рослин та тварин, багато з яких занесені до Червоної книги України. У степу можна зустріти великі стада сайгаків, куланів, коней Пржевальського та зубрів. Заповідник також є домом для багатьох видів птахів, серед яких зустрічаються дракони, журавлі та степові орли. Лісова зона Асканія-Нової представляє штучні ліси, створені для зменшення впливу вітру та створення більш сприятливих умов для проживання тварин. Водна зона включає озера та канали, де мешкають численні види водоплавних птахів та інших тварин. Заповідник Асканія-Нова є важливим науково-дослідним центром. Вчені проводять тут дослідження у галузі біології, екології та зоології. Заповідник також відіграє важливу роль у збереженні біорізноманіття та підтриманні екологічного балансу регіону.

Для туристів Асканія-Нова пропонує захоплюючі екскурсії під час яких можна побачити унікальні природні ландшафти, познайомитися з флорою та фауною заповідника, а також відвідати зоопарк, дендрологічний парк та музей природи. Екскурсії проводяться досвідченими гідами, які розповідають про історію заповідника, його мешканців та наукові дослідження. Цікавим фактом є те, що засновником Асканія-Нової був німецький барон Фредерік Фальц-Фейн, який присвятив своє життя збереженню природи. Завдяки його зусиллям заповідник зберігся до наших днів і став символом гармонії між людиною та природою.



Біосферний заповідник Асканія-Нова розташований в Україні і відіграє важливу роль у збереженні коней Пржевальського. Тут створені умови, максимально наближені до природних, що дозволяє цим унікальним тваринам жити середовищі, схожому на їхнє історичне місце існування. Асканія-Нова стала одним з ключових центрів у світі, де успішно реанімується та утримується коней Пржевальського.

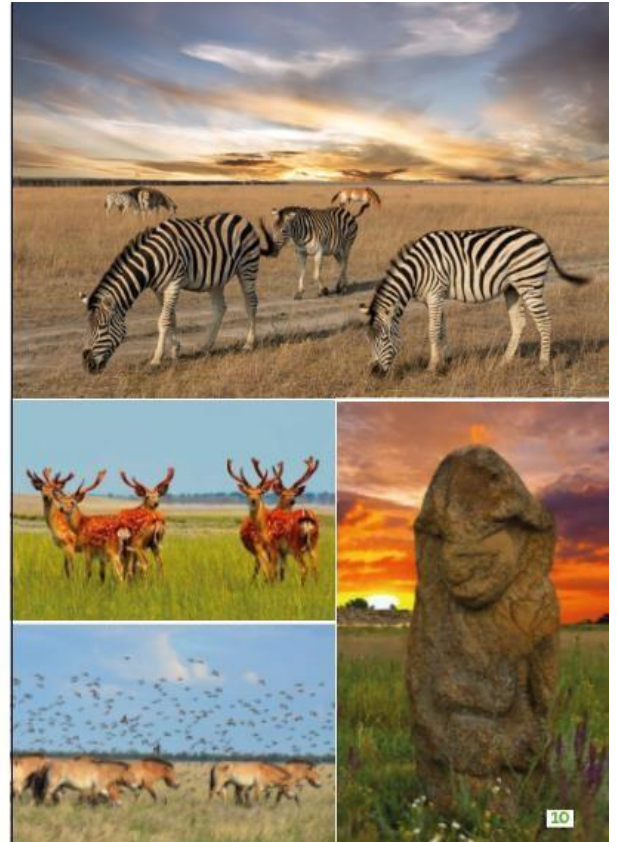


Рисунок 3.3(б) - Приклад заповнення типового розвороту

У цілому, планувальні рішення для туристичного каталогу "Дивовижні місця України" орієнтовані на створення зручного, ефективного та привабливого інструменту для користувачів, який надасть їм інформацію про найцікавіші туристичні об'єкти країни та допоможе з плануванням подорожей. Важливо зазначити, що каталог не лише інформує, а й надихає на подорожі, сприяючи розвитку внутрішнього туризму та збереженню національної культурної спадщини. Окрім того, візуальна привабливість і якість зображень роблять його приємним у користуванні, що сприяє позитивному сприйняттю матеріалу та бажанню відвідати представлені місця.

Додатково, каталог містить інтерактивні елементи, що забезпечують користувачам можливість перегляду додаткової інформації за допомогою QRкодів та посилань на офіційні сайти туристичних об'єктів. Це робить процес

отримання інформації більш динамічним та інтерактивним. Використання сучасних технологій у поєднанні з естетичним дизайном забезпечує високий рівень зручності та задоволення від користування каталогом. Таким чином, "Дивовижні місця України" не тільки виконує свою інформаційну функцію, але й сприяє розвитку туристичної галузі, допомагаючи користувачам легко планувати свої подорожі та відкривати нові цікаві місця України.



Рисунок 3.3 (в) - Приклад заповнення типового розвороту

У розробці туристичного каталогу "Дивовижні місця України" передбачено структуроване розташування інформації за типами туристичних об'єктів. Завдяки цьому підходу користувачі можуть легко знаходити потрібну інформацію та складати індивідуальні маршрути подорожей. Крім того, планувальні рішення включають в себе використання простого та зрозумілого дизайну для забезпечення зручності використання каталогу.

Каталог не лише представляє текстову інформацію, а й містить високоякісні фотографії та ілюстрації, що роблять його більш привабливим і легким для сприйняття. Візуальні елементи допомагають краще уявити атмосферу туристичних об'єктів та мотивують до їх відвідування. Кожен розділ супроводжується детальними картами, які полегшують орієнтацію та планування маршрутів, а також корисними порадами та рекомендаціями для мандрівників.

Окрім основної інформації, каталог містить додаткові розділи з корисними ресурсами, такими як контактні дані туристичних центрів. Завдяки ретельно продуманій структурі та інтерактивним елементам, "Дивовижні місця України" стає незамінним помічником для всіх, хто хоче дослідити та насолодитися красою України.



Рисунок 3.3 (г) - Приклад заповнення типового розвороту

# Києво-Печерська

## Лавра

Києво-Печерська Лавра - це один з найстаріших і найважливіших православних святинь світу, що розташована в столиці України, Києві. Заснована у XI столітті, Лавра відрізняє ключову роль у духовному і культурному житті країни. Вона входить до списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Києво-Печерська Лавра славиться своїми стародавніми печерами, монастирями, де зберігаються мощі святих. Тут також розташовані численні церкви, де можна побачити цінні ікони, фрески та релігійні артефакти. Саме через свою історію, архітектуру і духовне значення Києво-Печерська Лавра є однією з головних пам'яток Києва і важливим центром паломництва для віруючих з усього світу. Заснована у XI столітті, Києво-Печерська Лавра зберігає давню історію і духовну спадщину України. Її стіни мають багату колекцію кон та релігійних скарбів, які привертають паломників та туристів з усього світу.

Особливо вражає південна частина Лаври - печери, де розташовані мощі святих та аскетичні келії. Лавра також служить місцем навчання та вивчення, що сприяло розвитку освіти та культури в Україні. На території конташов розташовані культурно-мистецькі мурі, депреставлені цінні артефакти пов'язані з історією і культурою України. Крім того, величезна територія Лаври оздоблена парками і озерами, створює атмосферу спокою та молитви. Ідеальне місце для відпочинку та відпочинку.



Києво-Печерська Лавра - це одне з найважливіших архітектурних та мистецьких надбань України. Серед цінних пам'яток Лаври можна побачити: ікони, фрески, мозаїки, скульптури, а також стародавні печери, де зберігаються мощі святих. Лавра є одним з найважливіших культурно-мистецьких центрів України.



25

26

Рисунок 3.3 (д) - Приклад заповнення типового розвороту

Також, було розроблено дизайн для обкладинки, який був розроблений у програмному середовищі Adobe illustrator, приклад наведено на рисунку 3.4

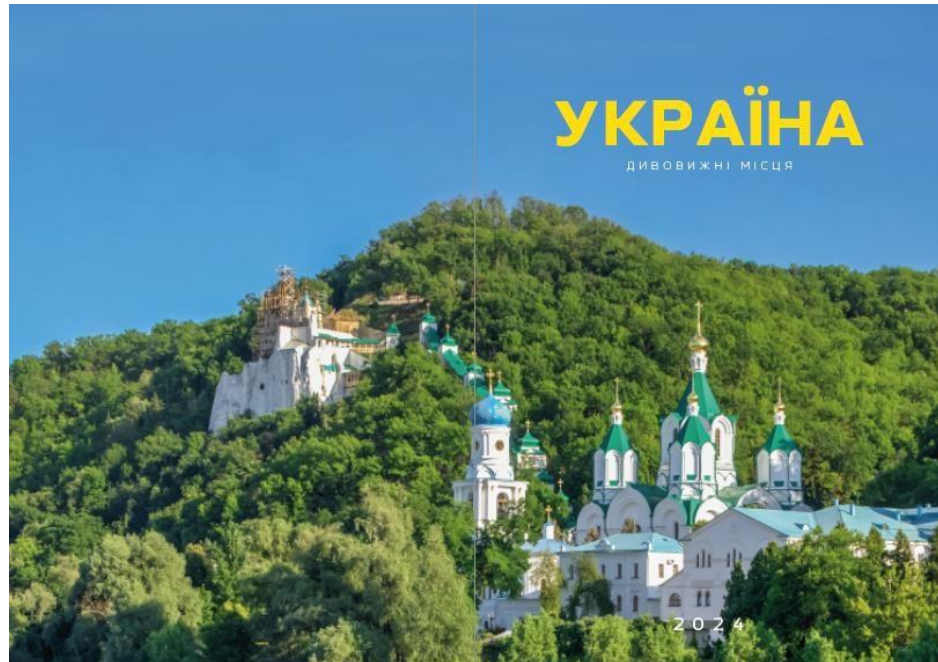


Рисунок 3.4 - Дизайн обкладинки каталогу

Планувальні рішення в розробці туристичного каталогу "Дивовижні місця України" є ключовим етапом, оскільки вони визначають організацію та структуру каталогу, яка забезпечить зручний доступ до інформації для користувачів (рисунок 3.5).



Рисунок 3.5 – Візуалізація каталогу на прикладі мокапу

## ВИСНОВКИ

Можна сказати, з наявних розділів у роботі, що поставлена на початку, мета даної дипломної роботи була виконана. А саме — було розроблено технологічний процес виготовлення каталогу «Дивовижні місця України» з обранням оптимального устаткування на нинішньому ринку в Україні, та,

використано набуті знання та практичні навички, які було набуто протягом декількох навчальних років. У першому розділі, було проведено велику роботу — проаналізовано розвиток проєктуючого видання на сучасному ринку, а також, було проведено аналіз схожих за тематикою видань до проєктуючого. Далі, було обрано на основі проведених аналізів конструкцію для каталогу. Після чого, було розпочато до дизайну каталогу: було обрано кольорове та шрифтове оформлення, зверстано оригінал-макет для блоку каталогу, а ще розроблено дизайн для обкладинки. Отже, у першому розділі, було розроблено все, що пов'язано з конструкторською частиною для розробки каталогу. Далі, у другому розділі, було вже обрано саме технологію виготовлення каталогу на поліграфічному підприємстві. Було обрано потрібне устаткування для додрукарських, друкарських, післядрукарських процесів, вибір, якого здійснювався, за допомогою порівняння декілька схожих моделей, і обрання найефективнішого устаткування. Також, було обрано потрібні витратні матеріали для цих процесів. У наступному розділі, було наведено вимоги до робочого місця, що робить його зручним та комфортним, та ергономічним. Ще, було проведено аналіз умов обслуговування самого робочого місця, з зазначенням норм та параметрів. І, остаточним результатом, у даному розділі є розроблений план робочого місця додрукарської підготовки – розробка оригінал-макету каталогу. І в останньому розділі – четвертому, який є економічною частиною даної роботи. Було проведено розрахунки витрат на матеріали, які потребуються для виготовлення самого каталогу. Основні аспекти, на які було звернуто увагу, включали контент та інформацію про туристичні об'єкти, навігацію та пошук, мультимовність, дизайн та візуальну привабливість, а також безпеку та конфіденційність даних. За допомогою аналізу вимог та оцінки різних аспектів було вироблено оптимальні стратегії розробки та впровадження туристичного каталогу "Дивовижні місця України". Розроблені рішення забезпечують створення зручного, ефективного та

привабливого інструменту для користувачів, який надасть їм інформацію про найцікавіші туристичні об'єкти країни та допоможе з плануванням подорожей. Впровадження мультимовного підходу, ефективної системи навігації та пошуку, привабливого дизайну та врахування принципів безпеки даних дозволить підвищити якість обслуговування користувачів та зростання популярності туристичного каталогу серед широкого кола аудиторії. Застосування цих стратегій сприятиме подальшому розвитку туристичної індустрії в Україні та сприятиме привертанню нових інвестицій у цей сектор. Результати цього дослідження слід використовувати для подальшого розвитку та вдосконалення туристичного каталогу з метою забезпечення зручного та ефективного користування ним усіма зацікавленими сторонами.

### **ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ**

1. Графічний дизайн. URL: <http://surl.li/ufjob> (Дата звернення: 01.04.2024)
2. Види каталогів та їх особливості. URL: <https://huss.com.ua/rozrobkadizaynu-katalogu-verstka-ta-oformlenny> (Дата звернення: 01.04.2024)
3. Верстка поліграфічної продукції. URL: <http://surl.li/ugfou> (Дата звернення: 02.04.2024).
4. Верстка каталогів. URL: <http://surl.li/ugfpg> (Дата звернення: 01.04.2024).
5. Аарон Монтгомері Ворд. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features48202690> (Дата звернення: 02.04.2024).
6. Історія каталогу. URL: <https://hue.fitnyc.edu/special-delivery/> (Дата звернення: 03.04.2024).
7. Національний заповідник «Києво-Печерська лавра». URL: <http://surl.li/ugghg> (Дата звернення: 03.04.2024).

8. Альбом «Музей історичних коштовностей України» для Національного музею історії України. URL: [https://goldenukr.-com.ua/?page\\_id=6122](https://goldenukr.-com.ua/?page_id=6122) (Дата звернення: 03.04.2024).
9. Сучасні технології у граф. дизайні. URL: <https://ur0.jp/iRWmr> (Дата звернення: 10.04.2024).
10. Сучасні тенденції. URL: <https://printstore.com.ua/suchasni-trendi-u-svitidrukovanix-katalogiv/> (Дата звернення: 15.04.2024).
11. Джесіка Волш – книги та біографія. URL: [https://www.yakaboo.ua/author/view/Dzhessika\\_Uolsh](https://www.yakaboo.ua/author/view/Dzhessika_Uolsh) (Дата звернення: 02.05.2024).
12. Джон Контіно. URL: [https://www.yakaboo.ua/author/view/dzhon\\_kontino](https://www.yakaboo.ua/author/view/dzhon_kontino) (Дата звернення: 07.04.2024).
13. Timothy Goodman graphic designer. URL: <https://www.tgoodman.com/> (Дата звернення: 07.04.2024).
14. Каталог, за та проти. URL: <https://newformat.info/socium/biznes-pidmikroskopom-katalozhna-torgivlya-za-i-proti/> (Дата звернення: 07.04.2024).
15. AR технології та особливості. URL: <http://surl.li/uggji> (Дата звернення: 10.05.2024).
16. Переваги використання CMS. URL: <https://ur0.jp/k22DU> (Дата звернення: 10.05.2024).
17. Еволюція дизайну: URL: <http://surl.li/uhfwq> (Дата звернення: 10.05.2024)
18. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення. URL: [https://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu\\_3017\\_2015.pdf](https://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu_3017_2015.pdf) (Дата звернення: 09.04.2024).
19. Види твердої палітурки. URL: <https://masterknyg.com.ua/uncategorized/vydy-tverdoyi-paliturky/> (Дата звернення: 09.04.2024).

20. Особливості використання PUR-клею. URL: <https://ua.joyfulprinting.net/info/advantages-of-pur-book-binding-glue-297372-71.html>  
(Дата звернення: 02.05.2024).
21. Гавенко С.Ф. Нормалізація технології незшивного клейового скріплення книг: теоретичні та практичні аспекти. URL: [http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=AR&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image\\_file\\_name=DOC/2002/02gsfnks.zip&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1](http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=AR&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2002/02gsfnks.zip&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1) (Дата звернення: 09.04.2024).
22. Дослідження міцності і довговічності клейового скріплення книжкових блоків. URL: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/1-75/13.pdf> (Дата звернення: 02.05.2024).
23. PUR-клей при зшиванні поліграфії. <http://surl.li/uhfvw> (Дата звернення: 11.05.2024).
24. Робота моделі СМҮК. URL: <https://ur0.jp/Uxm0s> (Дата звернення: 11.05.2024).
25. Оформлення обкладинки каталогу. URL: <http://surl.li/uhfwx> (Дата звернення: 13.05.2024).