

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

ХУДОЖНЄ ПРОЄКТУВАННЯ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ ПРИЙМАЛЬНОЇ КОМІСІЇ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Галузь знань _____ 02 Культура і мистецтво _____

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність _____ 022 Дизайн _____

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ. 2019032.02.15.ПЗ

Виконав: студент 4 курсу, групи ГДР-19-1 _____ Данило МОІСЄЄВ

Підпис

Керівник: канд. техн. наук. _____ Оксана СТРИЖОВА

Підпис

Нормоконтролер: канд. техн. наук, доц. _____ Лариса КРАСНЮК

Підпис

До захисту допускаю: _____ Ельвіра БАЗИЛЮК

Підпис

Зав. кафедри дизайну

_____ 2023 р.

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
Завідувачка кафедри дизайну
_____ Ельвіра БАЗИЛЮК

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Моїсєєва Данила

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Художнє проектування графічного оформлення засобів комунікації приймальної комісії Хмельницького національного університету»

Керівник проекту _____ Стрижова Оксана, канд. техн. наук _____
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 1.03.2023 р., № 5.

2. Строк подання студентом закінченої роботи _____ 19 червня 2023 р. _____

3. Вихідні дані до роботи: _____ об'єкт проектування – засоби візуальної комунікації (реальні, віртуальні), призначення – інформаційні матеріали, тематика – вступна компанія у _____ Хмельницькому _____ національному університеті _____

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 (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____

1. Сайт приймальної комісії Хмельницького національного університету _____

2. Буклет для приймальної комісії Хмельницького національного університету _____

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 1.03.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір тем та формування вихідних даних	1-5.03.2023	
2	Аналіз та обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта	1-20.03.2023	
3	Оформлення розділу 1	15-20.03.2023	
4	Збір матеріалів та виконання ретроспектива теми	21.03-10.04.2023	
5	Оформлення розділу 2	5-10.04.2023	
6	Творча розробка дизайну об'єкта проектування та опрацювання ескізної пропозиції	11.04-15.05.2023	
7	Оформлення розділу 3	15-31.05.2023	
8	Формулювання висновків	1-7.06.2023	
9	Оформлення додатків	7-10.06.2023	
10	Друк та виготовлення наочних матеріалів	10-15.06.2023	
11	Допуск кваліфікаційної роботи керівником	10-15.06.2023	
12	Нормоконтроль кваліфікаційної роботи	15-16.06.2023	
13	Перевірка на антиплагіат	15-20.06.2023	
14	Допуск результатів проектування до захисту	24.06.2023	
15	Рецензування кваліфікаційної роботи	24-26.06.2023	
16	Оформлення презентації результатів проектування, підготовка доповіді	25-26.06.2023	
17	Захист кваліфікаційної роботи	27.06.2023	

Студент

(підпис)

Данило МОІСЄЄВ

Керівник роботи

Оксана СТРИЖОВА

Анотація

на тему: «Художнє проектування графічного оформлення засобів комунікації
приймальної комісії Хмельницького національного університету»

студента групи ГДР–19–1 Моїсеєва Д. О.

керівник – старший викладач Стрижова О. П

Обсяг пояснювальної записки – 53 с., 44 рис., 20 джерел

САЙТ. БУКЛЕТ ІЛЮСТРАЦІЯ ПРОЄКТУВАННЯ КОМПОЗИЦІЯ ПАПЕРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

У кваліфікаційній роботі виконано художнє проектування візуального оформлення засобів комунікації приймальної комісії Хмельницького національного університету: сайт і буклет. Сайт є інтерактивним та складається з 5 робочих інформаційних блоків. Буклет є двохсторонім та має форму у вигляді “гармошки”.

В рамках створення сайту було створено анімації та працездатність графічних елементів. На буклеті розміщено загальну інформацію приймальної комісії ХНУ.

(дата)

(підпис)

Зміст

	С.
Вступ	6
1 Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкту	7
1.1 Характеристика об'єкта проектування.....	7
1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкта	9
2 Ретроспектива теми.....	23
2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напряму (минулих та сучасних)	24
2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, які працювали над подібною темою	32
3 Творча розробка дизайну об'єкта проектування.....	37
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкту проектування.....	37
3.2 Розробка варіантів творчих ідей.....	40
3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну проектування...	44
Висновки	50
Перелік посилань	52
Додатки.....	54
Додаток А Графічне оформлення електронного засобу комунікації приймальної комісії ХНУ (сайт)	
Додаток Б Графічне оформлення друкованого засобу комунікації приймальної комісії ХНУ (буклет)	

Вступ

Сьогодні існує велика кількість видів візуальної комунікації: банери плакати, наліпки, сайти, додатки, буклети, візитки, флаєри тощо.

Створення реклами, допомагає людям дізнаватися про захоплюючі новинки, що стали частиною нашого повсякденного життя. Також засобами візуальної комунікації, користуються чимало сучасних компаній, університетів та компаній що надає послуги для заохочення більшої кількості покупців та абітурієнтів [1].

Робота дизайнера в цьому плані, є однією з основних складових під час розробки візуальної частини. Саме дизайнер розуміє, як припіднести те бачення, та ту ідею, яку з самого початку хоче продемонструвати замовник. Дизайнер в цій справі виходить посередником між замовником та споживачами

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження тенденцій та впровадження їх у дизайні засобів візуальної комунікації приймальної комісії Хмельницького національного університету, покращення першого враження студентів про заклад та осучаснення дизайну сайту приймальної комісії для надання першого користувацького досвіду абітурієнтів.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- виконати характеристику об'єктів проектування: сайту та буклету або стенду для приймальної комісії;
- виконати аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкту проектування;
- виконати історичний огляд ретроспективи дизайну подібних буклетів;
- виконати огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою;
- виконати вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкту проектування
- виконати розробку варіантів творчих ідей
- виконати обґрунтування розробки головної ідеї дизайну проектування

1 Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта

1.1 Характеристика об'єкта проектування

Об'єктом дизайн-проектування кваліфікаційної роботи є віртуальні та реальні засоби візуальної комунікації приймальної комісії Хмельницького національного університету. Для опрацювання обрано сайт приймальної комісії – як засіб віртуальної візуальної комунікації та буклет для майбутніх студентів для знайомства з усіма аспектами університету – як засіб реальної візуальної комунікації.

Дизайн візуальних комунікацій – це процес створення візуальних елементів, які передають інформацію досить швидко та естетично правильно. Для досягнення мети засоби візуальної комунікації мають бути продуманно спроектованими та забезпечувати чітке розуміння інформації.

Дизайн візуальних комунікацій може містити такі елементи [3]:

1. Кольори: вибір кольорів, які будуть використовуватися для створення візуальних елементів.

2. Шрифти: вибір шрифту для відображення тексту та інших елементів.

3. Розміри і пропорції: оптимальний розмір і співвідношення візуальних елементів.

4. Ілюстрації та графіка: варто вибирати та розміщувати ілюстрації та графіки, щоб передати інформацію якомога ефективніше.

5. Макет: вибір і розміщення елементів на сторінці забезпечують максимальну чіткість і оперативність передачі інформації.

6 Анімація та інтерактив: варто додавати анімацію та інтерактивні елементи, щоб ще більше посилити взаємодію з аудиторією.

7. Анімація об'єктів дозволяє створювати незвичні ефекти наведення, анімовані банери та інші елементи, які допомагають покращити візуальний дизайн веб-сайту.

Візуальне наповнення віртуального сайту повинно бути добре збалансоване та структуроване, щоб допомогти користувачам швидко знайти

необхідну інформацію. Крім того, важливо, щоб візуальний дизайн сайту був узгоджений з брендовою ідентичністю університету та відображав її цінності та місію [3].

Риси фірмового стилю Хмельницького національного університету повинні бути обов'язково відображені і застосовано на усе його інформативне середовище.

Загалом, візуальне наповнення сайту відіграє важливу роль у взаємодії користувачів з сайтом та може впливати на їхні рішення щодо придбання товарів чи послуг, взяття участі у заходах та інших дій. Тому важливо звернути увагу на якість та привабливість візуального дизайну сайту, щоб забезпечити максимальну ефективність його використання.

Дизайн візуальних комунікацій важливий, оскільки добре спроектовані візуальні елементи допомагають забезпечити чітке та ефективне сприйняття інформації, що може покращити комунікацію та ефективність діяльності.

Дотримуючись певних правил розробки сайту, можна створити хороший сайт. Вимоги до розробки сайту стосуються, як методики створення власне структури й дизайну сайту, так і його наповнення подальшим цікавим та важливим контентом.

Важливість брендуння: брендуння на буклетах і сайтах є важливим, оскільки воно допомагає відрізнити будь яку продукцію від конкурентів і створити унікальний ідентифікатор.

Наприклад, брендуння на буклетах може містити логотип, кольорову схему, шрифти та інші елементи дизайну, які допоможуть відрізнити його від інших. Крім того, брендові кольори та логотипи можуть бути використані для ідентифікації в рекламних матеріалах [3].

Крім того, брендинг на веб-сайті може допомогти створити позитивне враження на потенційних клієнтів. Це можливо, якщо веб-сайт має чітку фірмову ідентичність

Використання фірмових кольорів і шрифтів допомагає створити узгоджений дизайн усіх сторінок веб-сайту та покращує зручність використання.

Крім того, просування бренду в брошурах і на веб-сайтах може допомогти підвищити впізнаваність бренду серед ширшої аудиторії. Якщо матеріал має чітку фірмову ідентичність, користувачі можуть легко його ідентифікувати та запам'ятати. Це допомагає привертати увагу нових клієнтів і утримувати існуючих.

1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкта

Об'єктом проектування в даній переддипломній практиці є робота приймальної комісії Хмельницького національного університету. Саме з приймальної комісії починається шлях майбутнього студента. Тому гарне, перше враження завжди допомагає випускникам зробити правильний вибору майбутньому. Саме тому приймальна комісія є однією з найважливіших складових системи вступу до вищих навчальних закладів. Основним завданням приймальної комісії є сприяння абітурієнтам у вступі до навчального закладу та здійснення таких процедур, як прийом документів та проведення вступних іспитів [3].

Основними ознаками якісної роботи приймальних комісій є:

- кваліфіковані фахівці з достатніми знаннями та досвідом для проведення вступних іспитів та відбору кандидатів;

- об'єктивність: приймальна комісія повинна діяти об'єктивно та неупереджено при відборі кандидатів на навчання. Відсутність бойового підходу або політичного впливу забезпечить неупереджений відбір найкращих кандидатів;

- абітурієнти повинні бути чітко ознайомлені з умовами вступу, вимогами до іспитів та іншою важливою інформацією;

- ефективність: приймальні комісії повинні діяти ефективно і забезпечувати своєчасний відбір кандидатів та проведення вступних іспитів;

- комунікація: члени приймальної комісії повинні бути комунікабельними і готовими відповідати на запитання абітурієнтів та їхніх

батьків, а також надавати необхідну інформацію та поради;

- дотриманість чітких правил: приймальна комісія повинна дотримуватися всіх правил і вимог, що стосуються проведення вступного іспиту та відбору кандидатів. Це включає в себе дотримання конфіденційності, безпеки під час іспиту та дотримання правил для кожної категорії кандидатів;

- приймальна комісія має бути відкритою до змін та вдосконалення своєї роботи.

Приймальна комісія повинна враховувати думки та пропозиції кандидатів та інших зацікавлених сторін з метою вдосконалення вступної кампанії; Розуміння потреб кандидатів: приймальні комісії повинні розуміти потреби та очікування кандидатів щодо процесу вступу. Інформація має бути доступною та зрозумілою, щоб допомогти абітурієнтам зробити правильний вибір щодо своєї майбутньої освіти - це забезпечить ефективну та об'єктивну роботу комісії та підвищить довіру кандидатів до процесу вступу.

Для будь-якого сучасного університету в сучасному світі недостатньо мати красиві брошури та друковані рекламні матеріали. Кожен університет має власний веб-сайт, завдяки якому можна отримати всю необхідну інформацію про вступ з будь-якої точки світу.

Основними важливими вимогами до створення сайту для приймальної комісії є: контент сайту, креативний дизайн, багатофункціональність та можливість зручного користування [4].

Контент сайту приймальної комісії.

Правила розробки контенту сайту прості і складні водночас: найголовніше із цих правил – це рівномірне наповнення сайту дійсно цікавою й корисною інформацією для відвідувачів. Тому, щоб створити гарний сайт для університету варто ретельно продумати, яка саме інформація буде відповідати зазначеній категорії відвідувачів цього сайту – його цільовій аудиторії [4].

Ще одне правило створення контенту для сайту – це дотримання правил орфографії і норм мови, яка використовується на сайті. Варто звернути пильну увагу на грамотність тексту, який використовується на сайті.

Для іншомовних версій сайту перевага надається грамотності. Прикра

фатальна помилка під час створення локалізації вмісту для веб-сайту іноземною мовою демонструє зневагу до потенційних клієнтів і партнерів, для яких ця мова є рідною.

При розробці дизайну сайту, окрім фірмових кольорів та фірмових зображень, потрібно створити унікальний дизайн із додаванням нової «фішки».

Варто враховувати специфіку розробки інформаційного сайту. Створити сайт, що відповідає потребам сучасних користувачів – це створити красивий та вдалий з точки зору маркетингу, дизайн сайту. Сайт – це лице та репутація організації, закладу, університету.

Звідси випливає одне з правил розробки сайту: при створенні дизайну сайту необхідно враховувати потреби його цільових відвідувачів. Це значить, що розмір («вага») графічних і мультимедійних файлів на сайті, виправданість наявності на сайті так званого флеша та інші технічні аспекти дизайну сайту повинні бути ретельно продумані розробником та дизайнером. Так, зокрема, підбір кольорової гами – це ціла наука, заснована на психології сприйняття кольорів, на гармонії їх балансу [4].

Створення цікавого дизайну для сайту потребує чимало знань з професії графічний дизайн, веб-дизайн та навіть знань з маркетингу. Є багато способів створити веб-сайт, який приверне увагу потрібної аудиторії. Одним із методів є формулювання концепції та фірмового стилю. Це включає шрифти, фігури, малюнки, значки, логотипи, кольорові схеми тощо, але їм часто не приділяється належного значення та уваги, на які вони заслуговують. Щоб досягти хороших результатів, необхідно ретельно підібрати колірну гамму, яка подарує майбутнім відвідувачам позитивні емоції та відчуття спостережень за певною естетикою. Не менш важливим фактором є стратегія розміщення контенту та інформації. Точність визначення місця розташування забезпечує увагу та цікавість користувача. Однак гармонія складна. Наприклад, створюються сторінки для музики чи інших потокових служб, будьте обережні, щоб не було забагато вмісту чи тексту.

Сучасні сайти часто використовують візуальні ефекти та анімацію не тільки в настільній версії, але і в мобільній. Все це робиться для того, щоб сайт

або додаток не виглядали «сухими». Адаптивність дизайну є великою перевагою, оскільки люди щодня користуються мобільними телефонами й потребують чіткої передачі візуальної та інтелектуальної інформації.

Прагнучи до «креативного» дизайну, не можна забувати про важливий аспект створення якісних діючих веб-сайтів, подібних до нього. Простота і мінімалізм інтерфейсу користувача відіграють важливу роль у зручності використання. Слово «юзабіліті», що походить з англійської мови, дослівно означає «зручність у використанні», і не випадково цей термін використовується для позначення зручного зовнішнього вигляду, структури та навігації веб-сайту для відвідувачів [4].

Відповідно до правил розробки сайту, а тим більше гарного сайту, відвідувач у кожний момент часу повинен знати, де він перебуває, звідки він «прийшов» і куди може «піти» далі. Для цього необхідна грамотна система навігації: внутрішня перелінковка сторінок, навігаційні блоки в традиційних для відвідувачів місцях, таких як верхня та ліва частини сторінки.

За глибиною системи навігації виділяють структуру сайту одно-, дво-, трьох- та чотирьохрівневу. За правилами розробки сайту застосування кожної з таких структур повинне бути серйозно обґрунтовано. Так, однорівнева структура зручна при створенні промо-сайтів і сайтів-візиток, для корпоративних сайтів найкраще підходить дворівнева структура, для інтернет-порталів – структура від трьох рівнів і вище [5].

Текст на сайті, згідно правил розробки сайту, повинен бути «читабельним», тобто достатнього розміру й підходящого кольору, що «не ріже ока». При цьому фон для тексту повинен бути досить контрастним, спокійних пастельних відтінків. Загальновизнано, що кращим для читання на екрані є чорний текст на білому фоні.

Багатофункціональність сайту [5]:

Відповідно до правил розробки сайту, функціональність сайту повинна включати лише необхідні компоненти й модулі. Доречно на сайті, що торгує іноземними товарами, розмістити інформацію з курсом валют і калькулятор-конвертер, але зовсім ні до чого на такому сайті, приміром, погодний

інформер. На спеціалізованих ділових ресурсах також зовсім необов'язкові чати або форуми, якщо тільки концепцією сайту не передбачена можливість онлайн-спілкування зі співробітниками компанії.

Правила розробки гарного сайту вимагають тільки якісного програмування при створенні функціональних компонентів і модулів сайту.

Це лише основні правила при розробці хорошого сайту для подальшого його використання. Створення якісного продукту, вимагає не тільки знання певних правил, але й досвіду їхнього застосування на практиці, уміння в рамках правил знаходити креативні та незвичайні рішення.

Для подальшого опрацювання завдань кваліфікаційної роботи, необхідно проаналізувати роботу дизайнерів, які розробляли дизайн для сайтів приймальних комісій відомих закладів вищої освіти України.

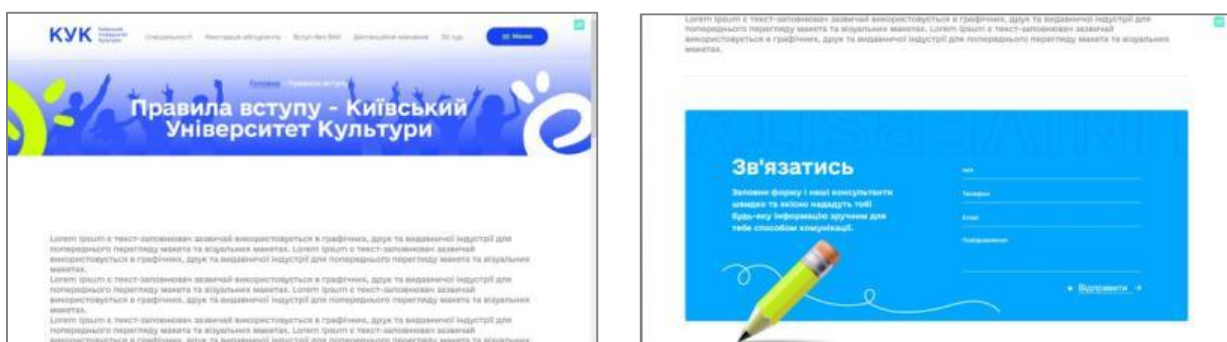
До прикладу, було взято 10 сайтів-сторінок приймальних комісій різних університетів. Аналіз проведено за оціночними критеріями такими як: зручність використання, проекція та дизайн, адаптивність, можливість використання та сучасність.

Проаналізовано сайти приймальних комісій таких ЗВО України:

- сайт приймальної комісії Київського університету культури (КУК);
- сайт приймальної комісії Подільського Державного університету;
- сайт приймальної комісії Львівського національного університету ім. І. Франка;
- сайт приймальної комісії Хмельницького університету управління та права (ХУУП);
- сайт приймальної комісії комп'ютерної академії IT-STEP;
- сайт приймальної комісії університету Україна;
- сайт приймальної комісії університету міжрегіональної академії управління та права МАУП;
- сайт приймальної комісії Львівського університету бізнесу та права.

Яскравим прикладом високого рівня критерію «дизайн, що повністю відповідний вимогам» до візуалізації можна взяти сторінку сайту приймальної комісії Київського університету культури (<https://kuk.edu.ua>).

У цій розробці дизайнера, можна побачити, що дотримано усі аспекти при проектуванні візуалізації сайту, а саме: легкість сприймання, мінімалістичність, грамотне дотримання концепції, єдність стилю, простий дизайн, що легко надає користувачеві потрібну інформацію. Користувач самостійно може дізнатися потрібну інформацію до вступу завдяки хорошему та продуманому інтерфейсі, який не завалює студента/вступника занадто великою, а іноді не потрібною інформацією (рисунк 1.1).



Рисунк 1.1 – Сайт приймальної комісії Київського університету культури

Кольорова гамма даного сайту зацікавлює та приваблює увагу абітурієнта. Також на сайті є функція діалогу – користувач може звернутись зі своїм запитанням напряму через вікно чату до представника приймальної комісії. Це проста деталь, але зручна і потрібна функція, котра економить дуже багато часу вступникам, адже для кожного абітурієнта, який вступає в заклад освіти, важливий зворотній зв'язок.

Простота, яскравість та інформативність це головні аспекти яких повинні дотримуватись дизайнери, в теперішніх реаліях.

Сайт приймальної комісії Подільського Державного університету (<https://www.pdatu.edu.ua>).

У цьому прикладі, бачимо інше: дизайн сторінки приймальної комісія даного університету має, як плюси так і мінуси. З плюсів даного дизайнерського рішення є наявність інформації щодо місця розташування університету на мапах Google, вбудованого в сторінку приймальної комісії. Це зручно, та допомагає здобувачу інформації одразу дізнатися точне місце розташування вищого навчального закладу.

Дизайн старого типу, який навідміну від першого прикладу, навпаки перевантажує своїм інтерфейсом та значним перебором інформації.

Кольорове рішення занадто суворе, у абітурієнта може скластися негативне враження про самий університет: кольорова палітра асоціює приймальну комісію данного вищого навчального закладу з банком, військовим або з офіційною установою (рисунок 1.2).



Рисунок 1.2 - Сайт приймальної комісії ПДАТУ

Для виправлення даного об'єкту рекомендовано повністю переробити структуру сторінки, а саме:

- змінити навігацію на сторінці;
- додати можливість зв'язку з представником приймальної комісії;
- змінити кольорове рішення;
- ввести вихідні інформаційні плашки з частими запитанням;
- додати розділ «Відгуки».

Все це допомогло б у створенні приємного візуального враження та зручного користування від оформлення і інформативності сторінки приймальної комісії Подільського Державного Університету.

Сайт приймальної комісії Львівського національного університету ім. І. Франка (<https://lnu.edu.ua>). Це лендінг-сайт, тобто односторінковий (рисунок 1.3).



Рисунок 1.3 - Сайт приймальної комісії ЛНУ

Дизайн схотінки відсутній, лише є текстова інформація та логотип, який є занадто маленьким. Єдине, що можна оцінити позитивно, це вдало підібраний шрифт та його кольорова гама, яка відповідає кольорам логотипу університету.

Даний веб-сайт можна критикувати за повну відсутність форм та дизайнерських рішень. Головна сторінка приймальної комісії повинна мати «шапку» з посиланнями на ключові елементи та інші екрани. Університетські форми та маски лише позитивно впливають на загальне враження від сторінки університету. Таким чином заклад покаже та підкреслить власну індивідуальність.

Сайт приймальної комісії комп'ютерної академії IT-STEP (<https://itstep.edu.ua/digital-design-ly>). Це один з найкращих дизайнів, який створено в українському IT STEP Університеті (рисунок 1.4).

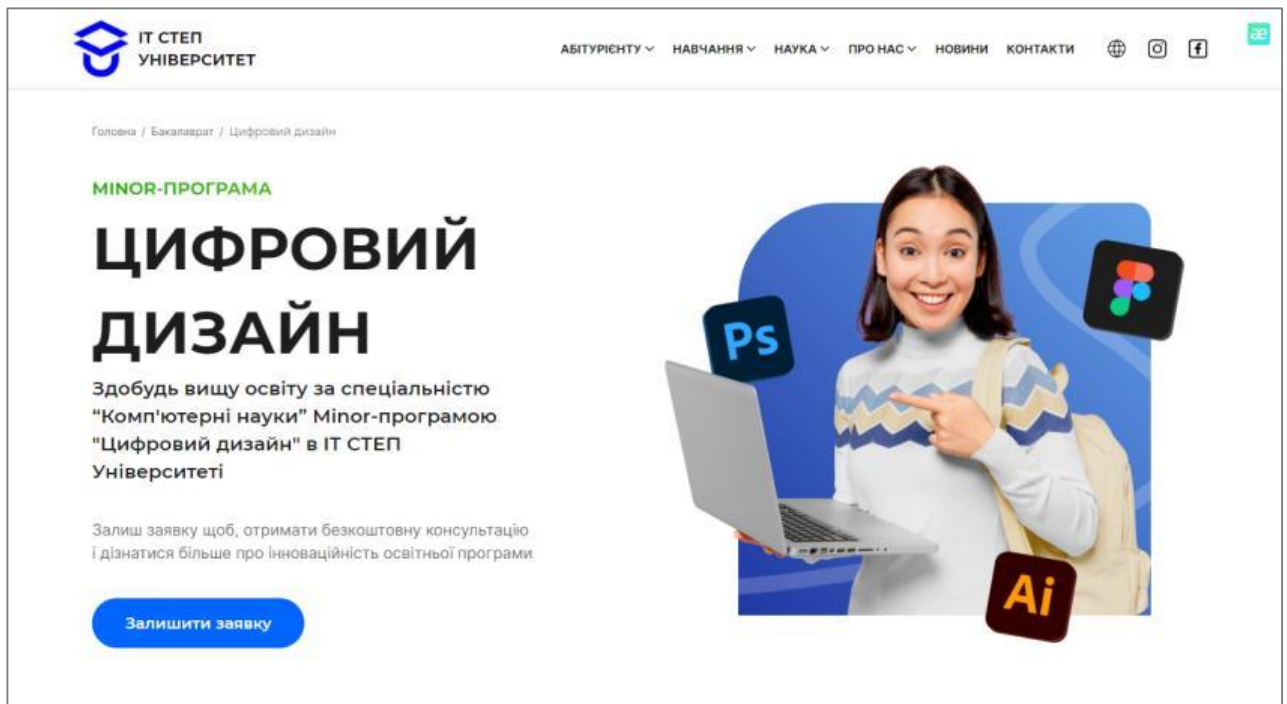


Рисунок 1.4 – Сайт приймальної комісії університету IT-Степ

В даній розробці є баланс між класикою та мінімалізмом. Також в даному дизайні використані актуальні мокапи та 3D – макети.

Сайт приймальної комісії університету Україна (<https://uu.edu.ua>) (рисунок 1.5).

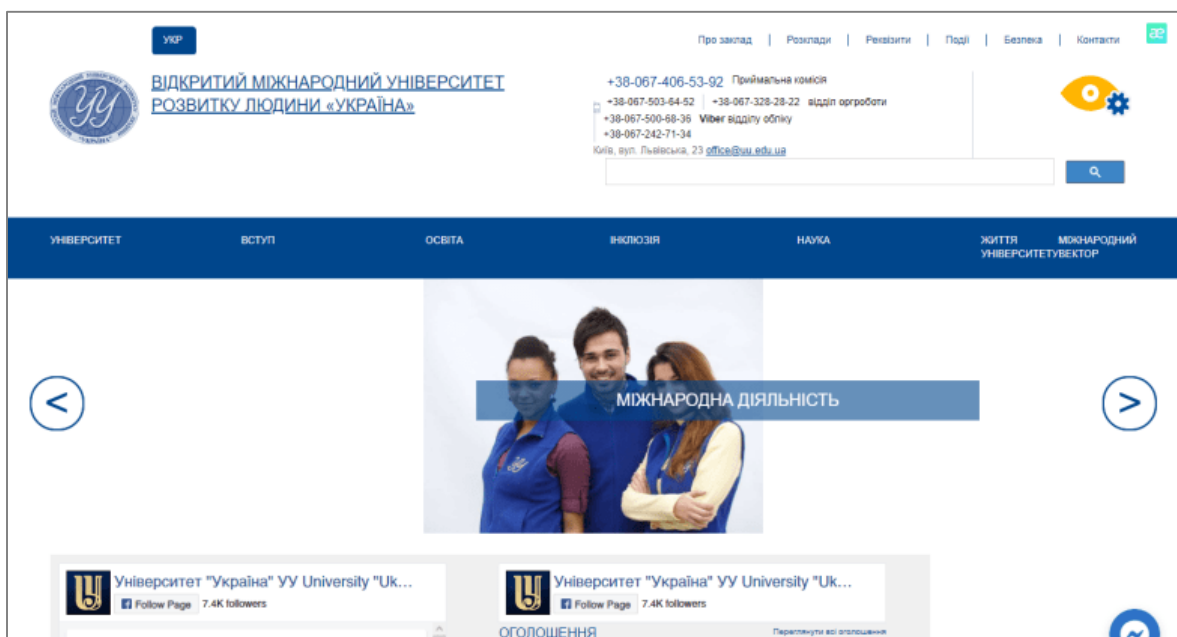
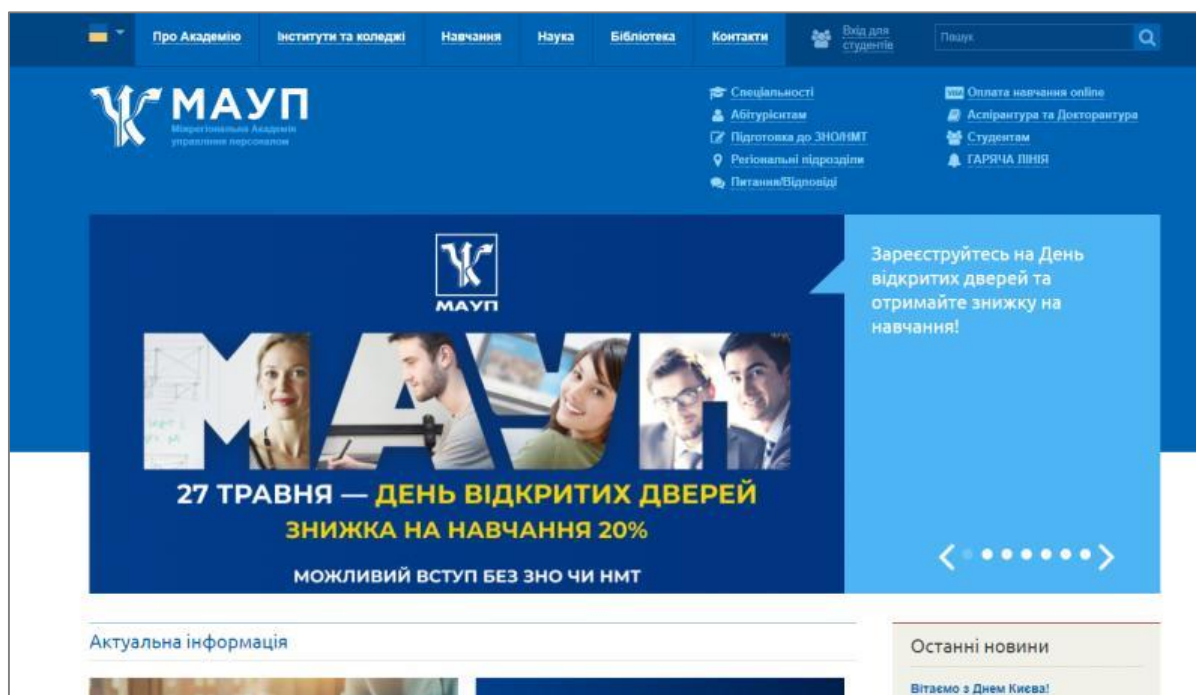


Рисунок 1.5 – Сайт приймальної комісії університету Україна

Університет Україна балансує, між корпоративним та класичним стилем. Але дизайн сайту, є не дуже приємним для ока. Не зовсім правильне розташування об'єктів, головна сторінка приймальної комісії перевантажена новинами, які не дуже цікавлять майбутнього студента.

Сайт приймальної комісії університету МАУП (<https://maup.com.ua>) (рисуюнок 1.6).



Рисуюнок 1.6 – Сайт приймальної комісії університету МАУП

Дизайн сайту має корпоративний зручний стиль. Не навантажений та з досить приємною кольоровою гаммою. Сайт створено без іконок, але все таки має індивідуальний та досить зручний дизайн. А важлива інформація приймальної комісії, знаходиться на головній сторінці. Сайт створено на багатосторінковій основі.

Сайт приймальної комісії Львівського університету бізнесу та права (<http://lubr.com.ua/графік-роботи-приймальної-комісії/>) (рисунок 1.7).

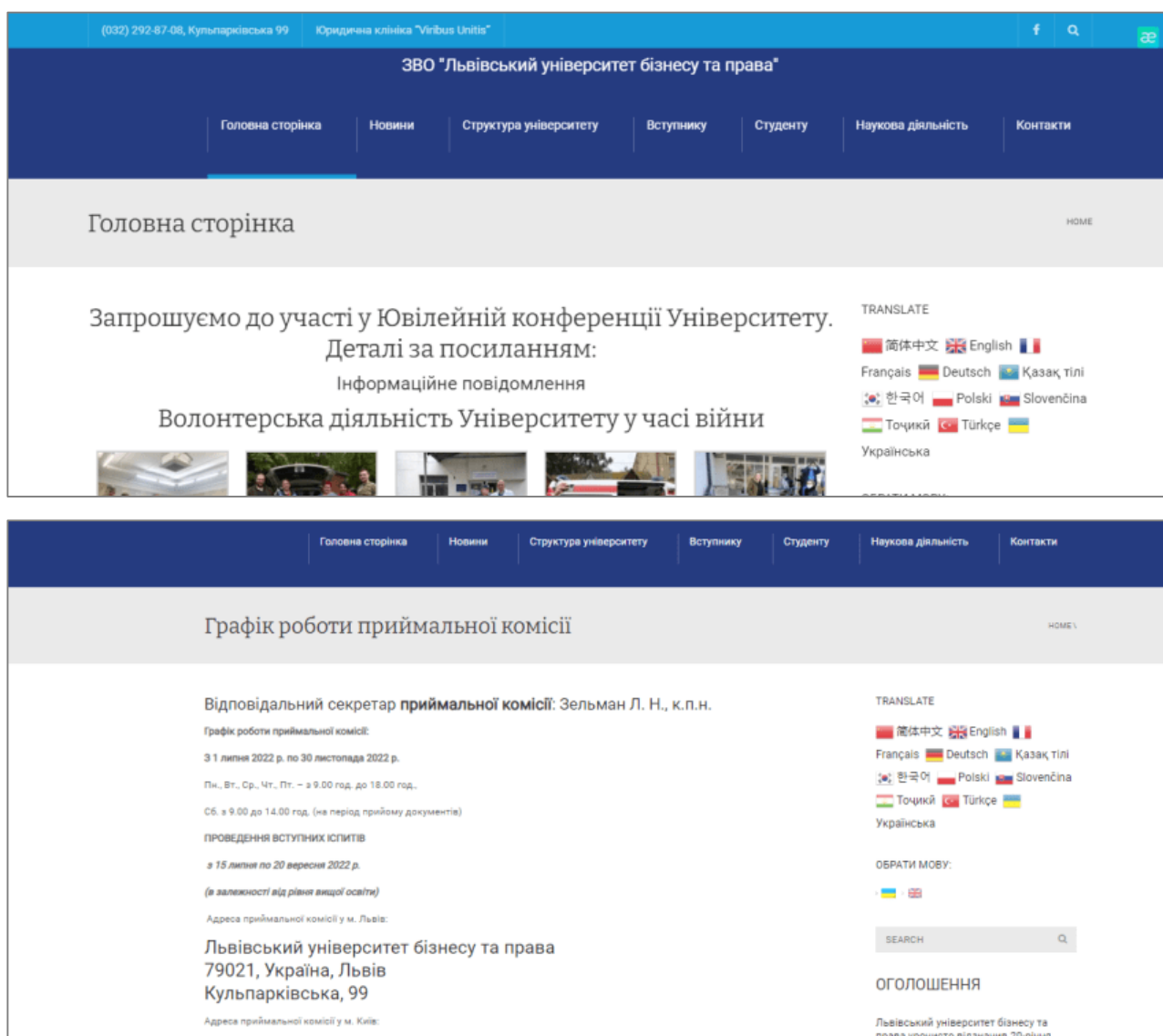


Рисунок 1.7 - Сайт приймальної комісії Львівського університету бізнесу та права

Дизайн простий та нескладний, гармонійно поєднаний із спеціалізацією університету. Має приємну кольорову гамму та зручний інтерфейс. З

недоліків це відсутність адаптації під мобільні пристрої. Для вирішення проблеми рекомендовано змінити гарнітуру на більш строгую. Також варто розробити маскот, або ж власний стиль.

Сайт приймальної комісії Хмельницького університету управління та права ХУУП (<https://univer.km.ua>) (рисунок 1.8):

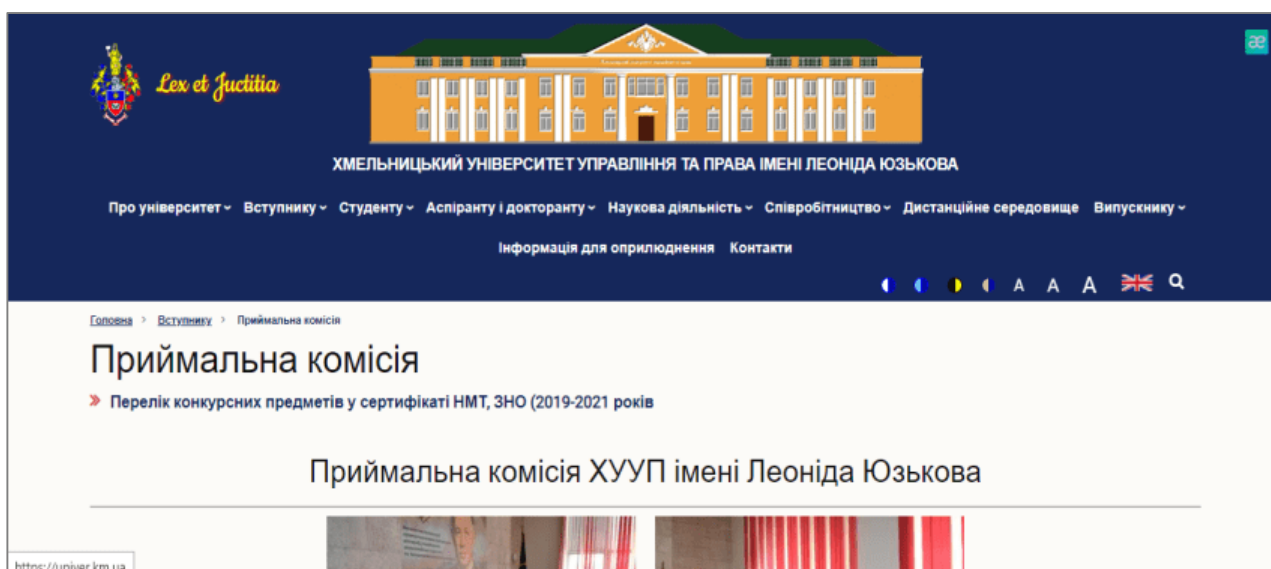


Рисунок 1.8 – Сайт приймальної комісії Хмельницького університету управління та права

Сайт використовує класичний стиль при розробці дизайну, але виглядає застарілим через надпис та нечіткі фотографії, що вказують на приймальну комісію університету. Для вирішення даної проблеми, варто було б змінити назву лозунгу та надати сайту більше кольорів також бажано обрати правильну гарнітуру, для створення унікальності.

Також виконано аналіз сайтів найбільш знаних закордонних закладів вищої освіти:

- Оксфордський університет;
- Єльський університет.

Сайт приймальної комісії Університету Оксфорду (<https://www.ox.ac.uk>) (рисунок 1.9).

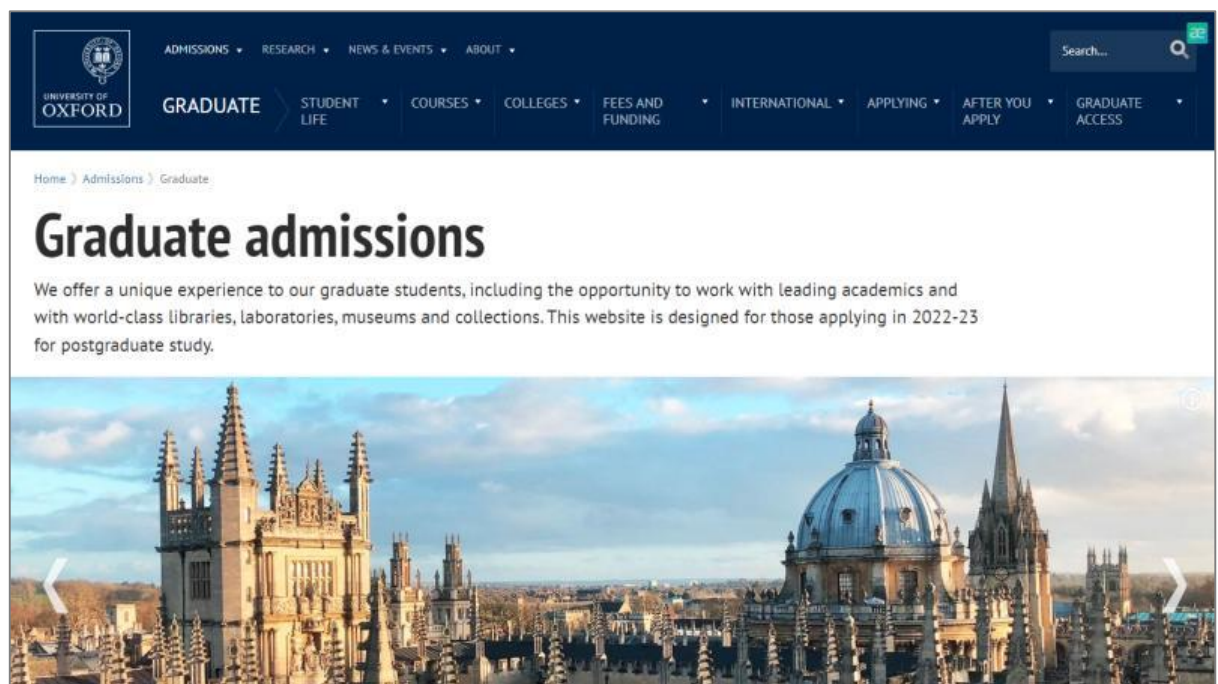
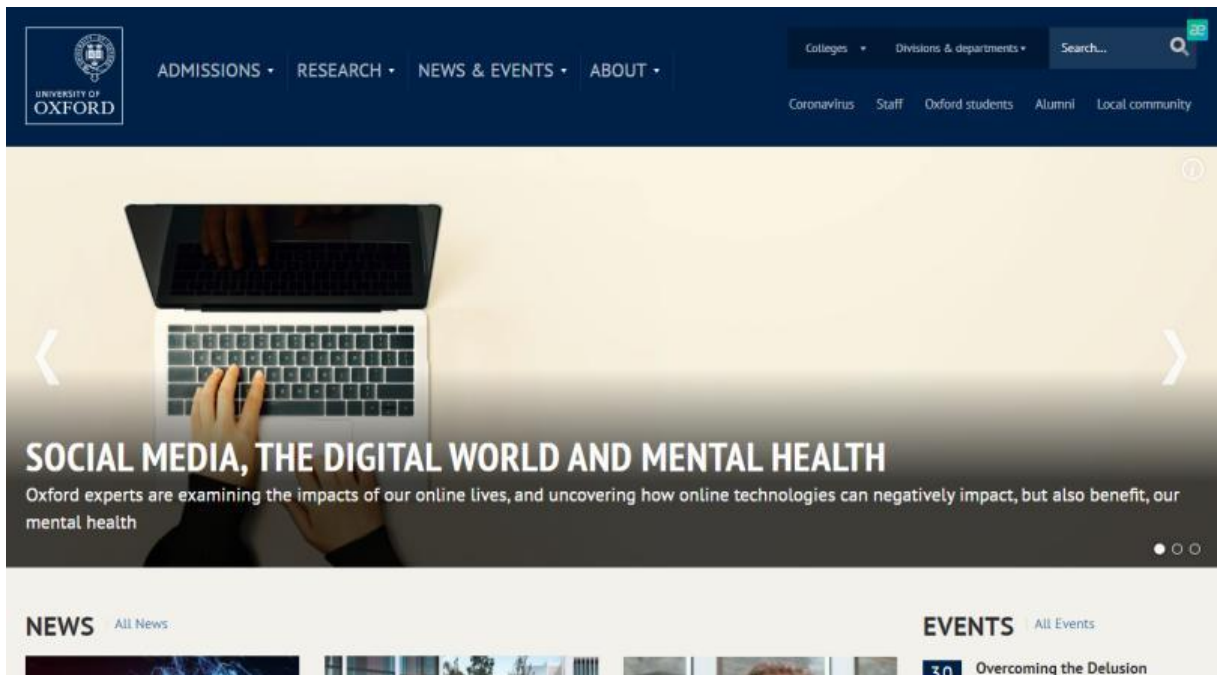
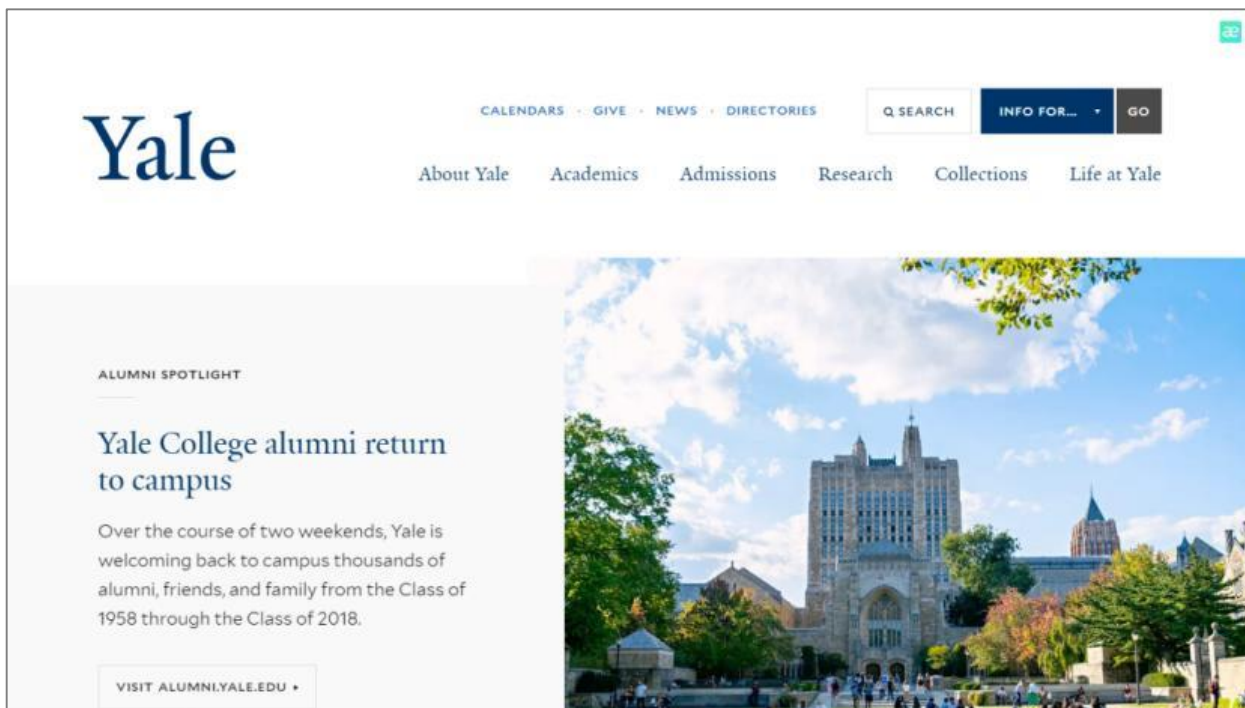


Рисунок 1.9 - Сайт приймальної комісії Оксфорду

Сайт Оксфордського Університету - це яскравий приклад того, як потрібно робити простий та стильний дизайн сайту. Класичний стиль університету одразу створює враження про дорого вартісне навчання в університеті та підкреслює його репутацію. Чудово підібрана кольорова гамма. Присутня пошукова стрічка на сайті. Не переповнений не потрібною інформацією інтерфейс та проста візуальна частина. Єдиний мінус - це

відсутність контактів та перекладу іншими іноземними мовами.

Сайт приймальної комісії Університету Yale (<https://www.yale.edu>):



Як і в попередньому сайті, Ельський університет показує себе дуже добре. Мінімалістичний дизайн, який не має зайвої інформації. Це знак хорошого закладу вищої освіти. Що турбується про те щоб долучити в свої лави студентів з України і не тільки. Простий та ергономічний дизайн створює перше позитивне враження у студентів та абітурієнтів.

Створення цікавого та привабливого дизайну сайту вимагає ретельної підготовки та розуміння потреб вашої цільової аудиторії. Відповідні елементи дизайну та техніки, зроблять дизайн привабливим та ефективним, але варто пам'ятати про легкість використання та адаптивний дизайн, щоб забезпечити користувачам комфортний та зручний досвід.

Отриманий під час аналізу досвід та висновки допоможуть у подальшому проектуванні сторінки чи сайту приймальної комісії національного університету.

2 Ретроспектива теми

Графічний дизайн – це досить велика сфера, яка охоплює всі аспекти розробки візуальних матеріалів, включаючи логотипи, плакати, веб-дизайн, упаковку, друковані матеріали тощо [6]. Ретроспектива по темі показує, як розвивався графічний дизайн з часом, як змінювалися технології, інструменти та підходи до дизайну.

Витоки графічного дизайну сягають початку 20 століття, коли був винайдений механічний принтер і його використання в рекламі стало більш поширеним. У 1920-х роках у США та Європі абстрактні форми та яскраві кольори почали використовувати для оформлення сучасних графічних плакатів та рекламних матеріалів. Після Другої світової війни графічний дизайн знову змінився. Оскільки з'явилося більше типографічних дизайнів, з'явився рух. Дизайн «Бруталізм» з використанням грубих форм і фактур.

1960-ті роки відкрили нову хвилю графічного дизайну, яка мала глибокий вплив на дизайн наступних десятиліть. Для графічного дизайну цього періоду характерні яскраві кольори, психоделічні форми та елементи поп-арту. У цей період було створено багато відомих логотипів і рекламних кампаній, зокрема Pepsi, Kodak і Volkswagen.

У 1970-х роках графічний дизайн став більш спеціалізованим і зосередженим на більш серйозних сферах бізнесу. Народжується нова естетика, що включає чистий, мінімалістичний дизайн і більш інформовані та ретельно продумані проекти. Були розроблені нові методи дизайну та програми, такі як комп'ютерна графіка та програмне забезпечення.

У 1980-х роках графічний дизайн став більш сучасним і технічним, відображаючи розвиток технологій і наукові досягнення. З'являються нові форми графічного дизайну, такі як 3D-моделювання та візуалізація даних.

У 1990-х роках графічний дизайн став більш динамічним і експериментальним, відображаючи культурні та соціальні зміни. Були розроблені нові стилі та техніки, такі як використання вільної графіки та цифрової фотографії.

У 2000-х роках поява Інтернету породила графічний дизайн і вимагала нових навичок. Відтоді з'явилися нові форми графічного дизайну, такі як веб-дизайн та дизайн інтерфейсу. Графічний дизайн стає більш інтерактивним і орієнтованим на користувача, і ми бачимо зростаюче значення веб-технологій.

Зараз графічний дизайн є важливою частиною рекламної та маркетингової стратегії будь-якої компанії. Він поєднує в собі креативність та технічну експертизу, щоб створити вражаючі та ефективні візуальні рішення.

Найсучасніші тенденції графічного дизайну сьогодні включають в себе використання динамічних та інтерактивних елементів, відмову від класичних форматів та стилів на користь більш експериментальних, а також використання світлих та приємних для очей кольорів [7].

Одним з найбільш впливових факторів на сучасний графічний дизайн є технологічний розвиток та зростання використання мобільних пристроїв.

Графічні дизайнери повинні створювати дизайни, які пристосовані до різних екранів та розмірів, щоб забезпечити зручність та зручність використання для користувачів.

Також зростає популярність використання анімації та інтерактивності в графічному дизайні, що дає можливість більш динамічно та цікаво представляти інформацію. Крім того, графічний дизайн стає все більш персоналізованим, коли кожен дизайн створюється з урахуванням цільової аудиторії та її потреб.

2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну об'єктів обраного напрямку (минулих і сучасних)

Питання розробки засобів візуальної комунікації для приймальних комісій є дуже важливим з точки зору ефективної діяльності таких організацій. З часом змінилися технологія та комунікаційні підходи, змінився й дизайн комунікаційних засобів приймальної комісії.

Приймальна комісія традиційно має декілька форм спілкування.

Телефон, листування, особисті зустрічі. В принципі, абітурієнти звертаються безпосередньо до приймальної комісії, приїжджають в офіс і заповнюють анкету на місці.

Заповнення заяв і оформлення документів були складним і трудомістким процесом, який потребував прискіпливої уваги до деталей. З розвитком технологій та Інтернету з'явилися нові форми спілкування, такі як електронна пошта, месенджери та онлайн-форми для заповнення анкет і заявок. Це спростило процес спілкування та скоротило час вступу до університету.

Дизайн засобів комунікації приймальної комісії сьогодні має дещо інший формат. Більшість приймальних комісій використовують електронні платформи для збору заяв і документів від вступників. Це дозволить зменшити кількість людей, які звертаються безпосередньо до комісії, що призведе до швидшого та ефективнішого процесу вступу. Засобами візуального спілкування між приймальними комісіями університету та абітурієнтами є віртуальні та реальні медіа:

- брошури, плакати, дисплеї - як друковані засоби інформації;
- веб-сайти, сторінки або закладки - як віртуальні медіа.

Особливості дизайну віртуальних джерел інформації – сайтів університетів та їх приймальних комісій наведено в п.1.1-1.2.

Брошура, буклет [7].

Перші публікації були опубліковані в кінці 19 століття і використовувалися для продажу товарів і послуг. Основна роль брошур полягала в тому, щоб привернути увагу клієнтів і надати інформацію про товари та послуги.

Одним із найперших прикладів памфлету є памфлет Бейтс Хетс, опублікований у 1896 році. Цей буклет містив шаблон паперового шаблону та пояснення кожної моделі. Крім того, буклет містив інформацію про технологію виробництва та переваги цих моделей перед моделями-конкурентами.

Дизайн першого буклету був простим і функціональним. Основними елементами цієї конструкції є:

- фотографії та зображення,
- назви та логотипи компаній,
- контактна інформація та інформація про об'єкт чи послуги.

З часом розробка брошур ставала все складнішою та трудомісткістю. Використовувалися більш яскраві кольори, зображення та графіка, щоб привернути увагу та створити бажання придбати товар або скористатися послугою. Сьогодні, буклети залишаються популярними засобами маркетингу, які використовуються в різних галузях бізнесу. Дизайнери створюють буклети, які поєднують в собі креативність та ефективність, щоб привернути увагу та створити позитивне враження про компанію та її продукти.

Існують різні типи призначення буклетів, брошур, які відповідають конкретному завданню [8]:

- маркетингові – містять докладну інформацію та новини про певну фірму і використовуються для рекламних кампаній; вони містять інформацію про продукти, цілі компанії та фірмах; друк таких буклетів може бути корисним для підвищення інформованості про індивідуальність та діяльність фірми й послуги, що відкривають більше можливостей для продажу та інвестицій;

- буклети як посібники - це невеликі буклети з докладними інструкціями щодо певного продукту; вони можуть легко передавати значний обсяг інформації, використовуючи невеликі розміри друку і не перевантажуючи змістом;

- інформаційні – це покажчики щодо програми заходів, конференцій та інших не менш важливих заходів; вони розповідають та показують про подробиці події, про людей, які в ній беруть участь, і про те, чого вони мають очікувати (рисунок 2.1.);



Рисунок 2.1 - Приклад інформаційного буклету

- розважальні (розмальовки, листи із завданнями, інтерактивні) забезпечують зацікавленість та розвагу; як додаткові коучингові матеріали, які можуть зробити навчання більш інтерактивним та емоційним (рисунок 2.2)



Рисунок 2.2 - Приклад розважального-коучингово буклету

Щоб надрукувати буклети для власного проекту або бізнесу, спочатку потрібно визначити основну мету та ціль яку потрібно досягти.

Дизайнерське оформлення, текст, кольорова гама, макети – це те, на що варто звертати увагу під час розробки буклетів. Також важливими елементами є якість друку та якість матеріалу папіру.

Види буклетів [8]:

- з однією лінією згину вздовж будь-якої сторони: для виготовлення використовують аркуші формату А3 - А6;
- євробуклети з двома згинами, випускають на аркушах А4, вони складаються краями всередину або гармошкою;
- з трьома згинами, які складаються «гармошкою», краями всередину або зі стрічними фальцями, на аркушах А1 - А3;
- буклети, що мають чотири вигини, випускаються на папері формату А1 - А4 і складаються гармошкою;
- та інші види (рисунок 2.3).



Рисунок 2.3 - Приклади усіх видів буклетів та їх варіації

Для згинання паперу використовується спеціалізоване обладнання, яке виконує до 5 згинів. Якщо виникає потреба для більшої кількості фальців, співробітники компанії зазвичай пропонують ручний спосіб фальцювання.

Основні способи друку [8]:

- офсетний спосіб – відрізняється високою передачею кольору і вигідною вартістю;
- цифровий друк – забезпечує насиченість та яскравість кольору і не потребує попередньої підготовки;
- друк на різнографі відрізняється низькою вартістю і також не потребує

додаткової підготовки;

- шовкотрафаретний друк забезпечує насичені та яскраві зображення на картоні, папері й навіть на пластику.

Не менш важливими частинами при створенні буклету чи сайту є його візуальне наповнення, яке дозволяє контактувати та доносити інформацію читачеві. Тому в сучасних реаліях використовують багато технік для того, щоб завоювати увагу потенційного клієнта.

Візуальне наповнення сайтів включає в себе всі елементи, які створюють візуальний дизайн сайту. Ці елементи можуть бути різного типу та форми, але вони повинні працювати разом, щоб забезпечити зручну та привабливу взаємодію користувачів з сайтом.

Основні елементи для візуального наповнення сайтів містять [9]:

- кольори: використовуються для створення атмосфери та настрою сайту, допомагають виділяти важливі елементи та структурувати контент (рисунок 2.4);



Рисунок 2.4 - Приклад сайту, де колір – найбільш активний елемент композиції

- шрифти: використовуються для створення заголовків, підзаголовків та тексту на сайті; можуть бути різного стилю та розміру, але вони повинні бути читабельними та легкими для сприйняття (рисунок 2.5);



Рисунок 2.5 - Приклад сайту з активною роботою зі шрифтами

- зображення: використовуються для створення візуального ефекту та викладення контенту на сайті; можуть бути з фотографіями чи з ілюстраціями (рисунок 2.6);

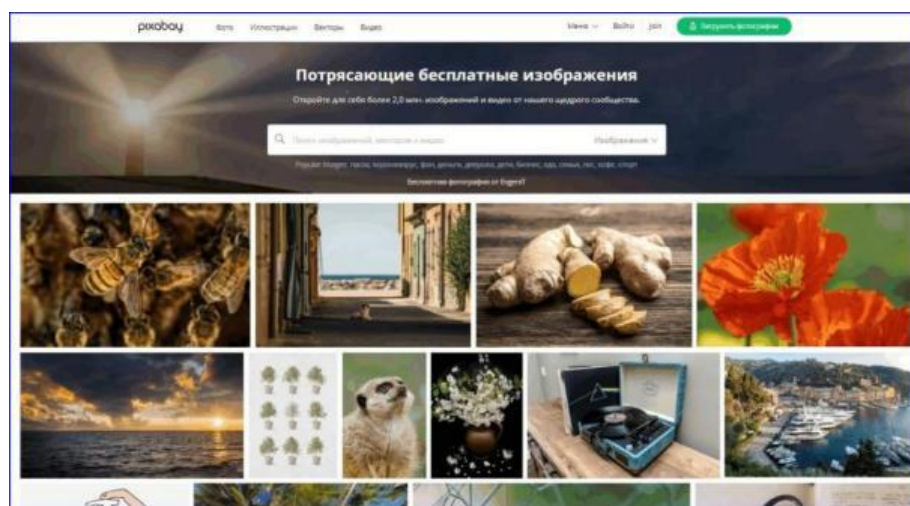


Рисунок 2.6 - Приклад сайту з активною роботою з фотографіями

- графіка (іконки, значки, геометрична абстракція): використовуються для створення візуальної ідентичності та викладення контенту на сайті; графіка та іконки можуть бути використані для створення логотипів, символів та інших елементів, які репрезентують бренд на сайті (рисунок 2.7);

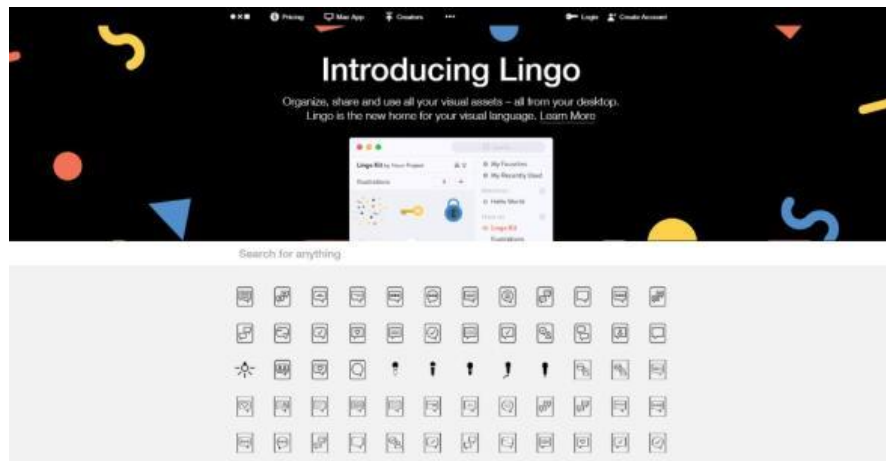


Рисунок 2.7 - Приклад сайту з роботою в іконках

- відеоматеріали: використовуються для створення динамічного ефекту та викладення контенту на сайті; відео можуть бути короткими анімаційними роликами, відеооглядами продуктів та іншими елементами (рисунок 2.8);

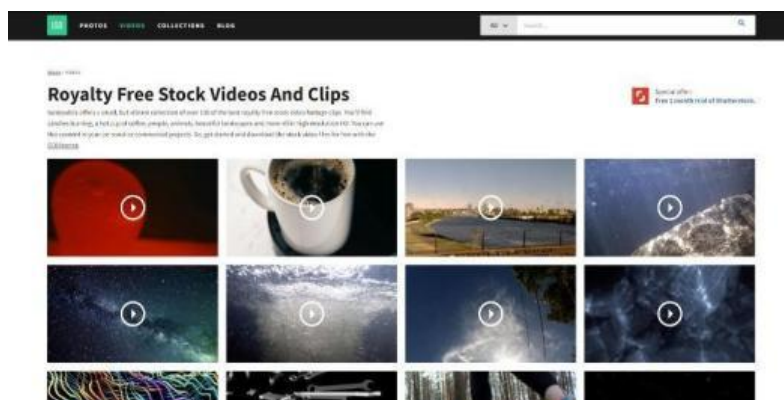


Рисунок 2.8 - Приклад сайту з роботою з відеоматеріалами

- анімація: використовуються для створення динамічного ефекту та привернення уваги користувачів до важливих елементів на сайті; анімація може бути використана для створення ефекту наведення курсору.

Узагальнюючи, ретроспектива теми графічного дизайну показує, що вона постійно еволюціонує та змінюється під впливом різних факторів, таких як технологічний прогрес, культурні та соціальні зміни та потреби користувачів.

2.2 Огляд досягнень відомих дизайнерів та художників графіків, що працювали на даною темою

Графічний дизайн сьогодні відіграє важливу роль як у бізнесі, так і в культурі, допомагаючи підприємствам і організаціям візуально спілкуватися зі своєю аудиторією та привертати її увагу.

Безперечно, робота дизайнерів сторінок приймальної комісії є важливою частиною університету. Адже дизайнери формують обличчя коледжів, щоб залучити нових студентів і створити позитивний імідж. Серед всесвітньо відомих дизайнерів варто відзначити наступних людей.

Майкл Байрет (Michael Bierut) – працював над сторінкою вступу до Єльського університету (рисунок 2.9).

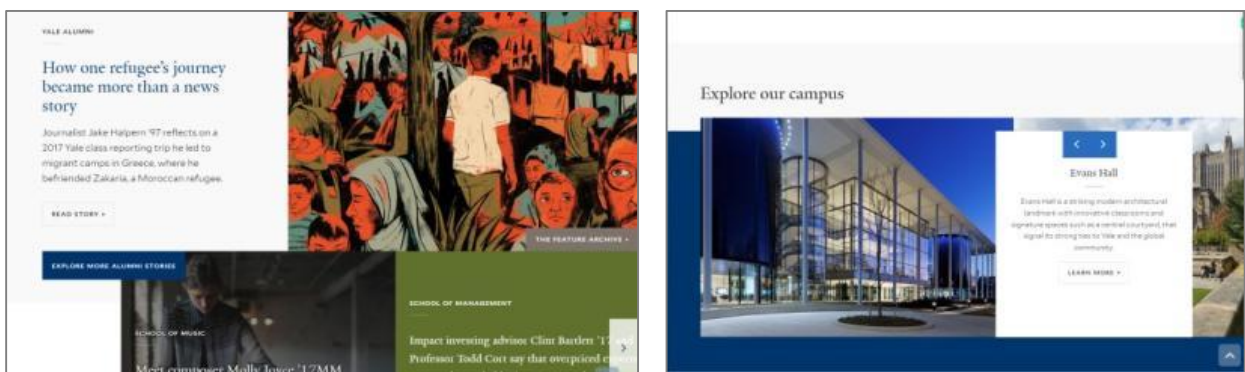


Рисунок 2.9 - Сайт Yale University, дизайн авторства Майкла Байрет.

Ерік Шпікерманн - співпраця на сайті приймальної комісії Берлінського університету мистецтв. Він є засновником дизайнерської компанії Edenspiekermann [10].

Ребекка Мендельсон – працювала над сторінкою прийому в Каліфорнійський університет Лос-Анджелеса (UCLA) [10].

Сьюзан Каре - працювала для Комісії Гарвардського університету. Вона є відомим графічним дизайнером і творцем багатьох елементів комп'ютерного інтерфейсу Apple Macintosh [10].

Джо Хенсон – Працював на сторінці прийому в Університет Південної

Каліфорнії (USC). Засновник дизайн-студії HAWRAF[10].

Також є відомі приклади дизайнерів, які досягли великих успіхів у сфері буклетів.

Стівен Зігмайстер - австрійський дизайнер, який прославився своїми надзвичайними творчими проектами. Він створив брошури для таких клієнтів, як Levi's, Музей Гуггенхайма та Rolling Stones [10].

Багато дизайнерів заснували власні дизайн-студії, які існують і сьогодні.

Пола Шер - відома американська дизайнерка і мистецтвознавиця, засновниця Pentagram Design Studio. Її робота включає дизайн брошур. Також її візуальну графіку використано для багатьох відомих компаній, таких як Coca-Cola, Tiffany & Co., MoMA тощо [10].

Саул Басс: відомий американський дизайнер, який працював з різними клієнтами, включаючи такі компанії, як AT&T, United Airlines і Minolta. Він також розробив логотипи для таких компаній, як Girl Scouts і Quaker Oats [10].

Чіп Кідд: Відомий американський дизайнер, який працював з такими компаніями, як Nike, Apple і Levi's. Він також був співзасновником Kidd/Poor, студії дизайну, яка спеціалізується на дизайні обкладинок книг і журналів [10].

Мілтон Глейзер: американський дизайнер, відомий такими культовими дизайнами, як логотип «I ♥ NY» і плакати «Боб Ділан». Він також створив брошури для багатьох відомих компаній, таких як BMW, CBS і DC Comics [10] (рисунок 2.11).



Рисунок 2.11 – Буклет для BMW

Саул Басс: відомий американський дизайнер, який працював з різними клієнтами, включаючи такі компанії, як AT&T, United Airlines і Minolta. Він також розробив логотипи для таких компаній, як Girl Scouts і Quaker Oats [10].

Чіп Кідд: Відомий американський дизайнер, який працював з такими компаніями, як Nike, Apple і Levi's. Він також був співзасновником Kidd/Poor, студії дизайну, яка спеціалізується на дизайні обкладинок книг і журналів [10].

Мілтон Глейзер: американський дизайнер, відомий такими культовими дизайнами, як логотип «I ♥ NY» і плакати «Боб Ділан». Він також створив брошури для багатьох відомих компаній, таких як BMW, CBS і DC Comics [10] (рисунок 2.11).

Ів Сен Лоран: відомий французький модельєр, який створював не тільки одяг, а й колекційні брошури. Його дизайни памфлетів були відомі своєю елегантністю та сучасним стилем [10].

Томас Хікс: Британський дизайнер, що спеціалізується на графічному дизайні та дизайні упаковки. Він працював з такими компаніями, як Cadbury, Coca-Cola та Adidas, і його дизайни буклетів відрізняються креативністю та інноваційністю [10].

Массімо Вінеллі: італійський дизайнер, який співпрацював з багатьма відомими компаніями, такими як Ferrari, Ducati та Armani. Вінеллі відомий своїм мінімалістичним та елегантним стилем, який робить його дизайн чистим та ясным [10].

Ці та багато інших продемонстрували свої таланти та навички у створенні брошур і веб-сайтів і допомогли встановити галузеві стандарти. Вони підтримували інноваційні підходи до проектування, створювали нові техніки та методи та зробили значний внесок у їх розвиток промисловість.

Таким чином, етап еволюції дизайну було завершено.

Аналізуючи дизайни відомих сучасних дизайнерів, можна зробити ряд спостережень і висновків, таких як:

1) якість дизайну веб-сайту є важливою складовою успішного

віртуального присутності. У 2023 році дизайн web-сайтів є все ще актуальним і важливим для створення враження про заклад.

Протягом останніх років було багато змін у веб-дизайні, таких як мобільний дизайн та респонсивність. Дизайн сайтів забезпечує зручний інтерфейс та користувальницький досвід, що забезпечує зручність взаємодії з сайтом для користувачів;

2) зараз популярними є такі тенденції дизайну web-сайтів:

- мінімалістичний дизайн, де відсутні додаткові деталі, а все надто поєднано;

- використання багатофункціональних технологій, які дозволяють створювати багатофункціональні веб-сайти, що дозволяють забезпечити швидкий та надійний доступ до інформації;

- використання анімації та відео, що дозволяє зробити web-сайт більш цікавим та привабливим.

Варто зазначити, що використання різних шрифтів може зробити сайт більш привабливим та естетичним. Тому пошук відповідного шрифту часто займає багато часу і, якщо його ігнорувати, призводить до неякісних результатів.

Тому розвиток дизайну веб-сайтів залишатиметься важливим і у 2023 році, оскільки він допомагає забезпечити правильний рівень взаємодії з користувачами та стати більш конкурентоспроможними на ринку.

Чи актуальна розробка брошури?

У 2023 році брошури все ще відіграватимуть важливу роль як маркетинговий інструмент для багатьох видів діяльності. Його можна використовувати для реклами, реклами та інформування клієнтів. Однак, слід враховувати той факт, що в сучасному світі дедалі більше людей користуються цифровими технологіями, тому електронні формати інформаційних матеріалів, такі як веб-сайти, соціальні мережі, електронні листівки та інші електронні канали комунікації, також є дуже важливими.

Отже, вирішення щодо того, чи потрібно розробляти буклети, повинно бути зроблено на основі конкретної ситуації. Відомості про цільову

аудиторію, її звички та поведінку, а також про конкурентну ситуацію на ринку допоможуть прийняти правильне рішення.

Наприклад, якщо цільова аудиторія це люди, які більш впевнені в традиційних способах зв'язку та більш впевнені в маркетингових матеріалах на папері, буклети можуть бути дуже ефективним засобом маркетингу. Однак, якщо спрямувати свою увагу на молодшу аудиторію, то електронні канали комунікації можуть бути більш ефективними. Крім того, важливо враховувати бюджет, час та інші доступні ресурси. Розробка брошури може зайняти багато часу та грошей, особливо на дизайн та друк.

Веб-сайти дуже корисні для цільової аудиторії, оскільки вони можуть знайти інформацію про продукти та послуги, контактну інформацію та інші корисні матеріали.

Створюючи брошуру, слід звернути увагу на її дизайн і зміст, щоб зробити її максимально ефективною. Крім того, вибираючи електронний формат для ваших маркетингових матеріалів, ви повинні віддавати перевагу комунікативним каналам, які є зручними та доступними для потрібної аудиторії.

3 Творча розробка дизайну об'єкта проектування

При розробці дизайну сайту та буклету приймальної комісії Хмельницького національного університету, було проведено збір вимог і створення концептуальних макетів.

Вимоги до дизайну об'єкту стали ергономічність, мінімалізм, привабливий та зручний дизайн, кольорова гамма, єдність стилю, простий у використанні інтерфейс та фірмові знаки, логотипи чи стиль.

3.1. Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування

Сайт приймальної комісії ХНУ (Хмельницького національного університету) було обрано як об'єкт проектування, що підлягав редагуванню в даній дипломній роботі.

Під час розробки дизайну інтерфейсу, за основу було взято «лендинговий тип» сайту. Лендінг або головна «посадкова» сторінка — це окрема сторінка, створена в маркетингових або рекламних цілях для підвищення конверсій. Користувачі потрапляють на неї зі сторінки результатів пошукового запиту, через рекламу в соціальних мережах або після переходу за посиланням в листі. Такий тип досить гарно вписується у сучасні тенденції та тренди, так, як лендингові сайти зараз зустрічаються в мережі інтернет не тільки, як реклама, а й як повноцінні робочі сайти на яких можна створювати повноцінні площадки, сервіси або ж різноманітні сучасні сайти приймальних комісій.

Так як 80% часу користувачі проводять на головному екрані. Якщо він їх не зацікавить, то іншу частину сторінки ніхто не подивиться. Перший екран повинен містити потужний текст та якісні фото товару чи послуги, для заохочення потенційного клієнта або ж отримувача послуг, тощо.

Обидва елементи підвищують інтерес відвідувача і викликають у нього бажання детальніше ознайомитися з продуктом, в чому і полягає функція

дизайну на лендінг-сторінці. Додатковими елементами на першому екрані також можуть бути - назва бренду чи компанії, номер телефону, виділена кнопка СТА (call-to-action), короткий список переваг. Все інше відволікає користувача і буде лишнім на головному екрані.

Але у випадку з сайтом для приймальної комісії можна додати у сайт інформативності та вікно профілю завдяки якому студент з легкістю отримає відповіді на питання, що цікавлять його.

Важливим фактором є також своєрідність та унікальність сайту на фоні інших закладів вищої освіти. Тому під час розробки дизайну було прийнято рішення звернутися до офіційного брендбуку Хмельницького національного університету.

Обов'язковими кольорами, які присутні у фірмовому стилі ХНУ та регламентовані його брендбуком є такі (рисунок 3.):

Кольорова палітра Хмельницького національного університету				
<p>C – 100 M – 80 Y – 8 K – 81</p>	<p>C – 0 M – 12 Y – 86 K – 0</p>	<p>C – 0 M – 15 Y – 86 K – 0</p>	<p>C – 71 M – 19 Y – 3 K – 0</p>	
<p>R – 0 G – 32 B – 128 (02080)</p> <p>Наближений колір: «темно-синій»</p> <p>PANTONE 280C</p>	<p>R – 255 G – 224 B – 36 (FFD24)</p> <p>Наближений колір: «блискучий залюкато-жовтий»</p> <p>PANTONE 107C</p>	<p>R – 0 G – 132 B – 244 (008493)</p> <p>Наближений колір: «ціан-теміні»</p> <p>PANTONE 7475 5C</p>	<p>R – 72 G – 164 B – 210 (48A4D2)</p> <p>Наближений колір: «лазурний крайолан»</p> <p>PANTONE P 112-6 U</p>	
<p>RAL 5002</p>	<p>RAL 1016</p>	<p>RAL-D2 210 50 35</p>	<p>RAL-D2 250 60 35</p>	
<p>Основний колір R – 0 G – 32 B – 128 (02080)</p>	<p>Допоміжний колір R – 0 G – 21 B – 83 (001553)</p>	<p>Допоміжний колір R – 24 G – 42 B – 96 (182A60)</p>	<p>Допоміжний колір R – 48 G – 82 B – 192 (3054C0)</p>	<p>Допоміжний колір R – 107 G – 121 B – 202 (6B83CA)</p>
<p>Основний колір R – 255 G – 224 B – 36 (FFD24)</p>	<p>Допоміжний колір R – 186 G – 144 B – 12 (A6900C)</p>	<p>Допоміжний колір R – 222 G – 184 B – 100 (DEB864)</p>	<p>Допоміжний колір R – 255 G – 232 B – 91 (FFEB58)</p>	<p>Допоміжний колір R – 255 G – 238 B – 135 (FFEB57)</p>
<p>Основний колір R – 0 G – 132 B – 144 (008490)</p>	<p>Допоміжний колір R – 0 G – 86 B – 94 (005655)</p>	<p>Допоміжний колір R – 22 G – 109 B – 117 (166D75)</p>	<p>Допоміжний колір R – 50 G – 187 B – 200 (32B6C9)</p>	<p>Допоміжний колір R – 114 G – 202 B – 211 (72CAD3)</p>
<p>Основний колір R – 72 G – 164 B – 210 (48A4D2)</p>	<p>Допоміжний колір R – 23 G – 100 B – 137 (176489)</p>	<p>Допоміжний колір R – 80 G – 132 B – 158 (50849E)</p>	<p>Допоміжний колір R – 118 G – 196 B – 233 (76C3E9)</p>	<p>Допоміжний колір R – 148 G – 205 B – 233 (94CDE9)</p>

Рисунок 3. 1. – Паспорт основних і допоміжних кольорів фірмового стилю ХНУ, які будуть використані для проектування

Під час розробки подальшого дизайну було також прийнято рішення дотримуватися таких правил при створенні лендінгу:

- 1) Не варто змушувати користувача шукати потрібну йому інформацію на самому сайті. Все головна має бути на видному місці.
- 2) Чим менше тексту, тим краще запам'ятовується головне
- 3) Не залишати відвідувача без відповіді на його питання, та створити

кнопку «зворотній зв'язок».

Ці правила допомогли почати, та створити хороший дизайн сайту для прийнятної комісії. Також було розглянуто особливості різних графічних стилів:

- стиль ар деко;
- стиль корпоративний;
- класичний стиль;
- мінімалізм;
- адаптивний або Responsive стиль;
- мальований стиль;
- інформаційний стиль;
- ретро.

Остаточно було обрано стиль мінімалізм, який межує з класичним у наповненості графічних елементів та в наповненості текстової інформації.

Також одною з головних умов була розробка власних іконок та відсутність будь яких неліцензійних зображень, що мають авторські права.

При створенні іконок було дотримано усіх тонкощів та деталей. Усі аспекти важливі, так як це створює відчуття єдності, цілісності та певну атмосферу.

Під час вибору стилю та розробки буклету, було обрано мінімалістичний стиль. Однакові стилі були обрані для створення єдності та враження дорогого та класного університету, який перш за все прагне залучити кожного майбутнього студента, в свої лави. Перш за все баланс між сайтом та буклетом повинен бути обов'язково, так як університет має статус національного університету, тому вигляд має бути ідеальним.

3.2 Розробка варіантів творчих ідей

Для подальшого проектування було обрано такі візуальні засоби комунікації приймальної комісії ХНУ із абітурієнтами – сайт та брошура або стенд.

У розділі 2 було проаналізовано декілька робіт відомих дизайнерів та 10 сайтів приймальних комісій різноманітних університетів. На основі отриманих висновків розроблено варіанти художнього вирішення та композиції сайту приймальної комісії (рисунок 3.1.)

Основним завданням кваліфікаційної роботи є розробка елементів віртуальної візуальної інформації, а саме: розробка унікальних іконок, дизайн головного екрану тощо.

Частина роботи з сайтом приймальної комісії Хмельницького національного університету створено в програмі Figma, а деякі елементи наприклад - іконки, створено завдяки Adobe Photoshop і Adobe Illustrator. (рисунок 3.3.)

На рисунки 3.2 наведено один з варіантів розробки макету майбутнього дизайну першої сторінки сайту.

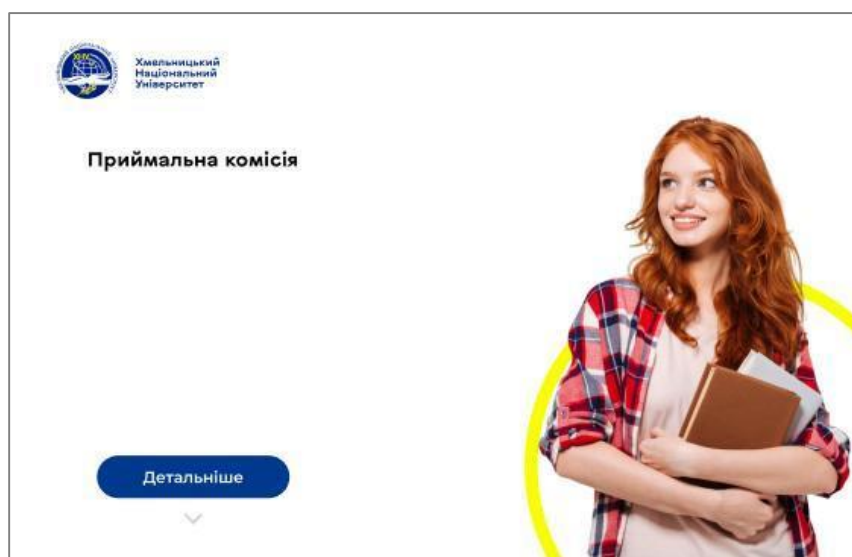


Рисунок 3.2 - Розробка одного з варіантів дизайну головного екрану

Характерним для нього є: експерименти з формами та з різними

графічними елементами. Використана фотографія не порушує жодного авторського права. Логотип та назву вирішено поєднати в одне ціле для надання більшого розуміння, чий це є сайт. Гарнітура при розробці даних елементів використовувалася Vinnuysya Sans. Такий шрифт обрано через аутентичність та сучасність української гарнітури.

Наступним етапом є розробка іконок в кольорах фірмового стилю Хмельницького національного університету, концепція змісту та художнього рішення яких зображена на рисунку 3.3.



Рисунок 3.3 - Розробка варіантів ідей та композиції іконок для сайту приймальної комісії ХНУ

На початку створення іконок була проблема у їхньому розташуванні та внутрішній композиції.

Потребувалася ідентичність у всіх розмірах, стилях та рівномірності. Внизу представлені вже готові іконки всього 9 штук. А саме:

- «основні дати»;
- «спеціальності»;
- «як писати мотиваційний лист»;
- «калькулятор абітурієнта»;
- «телефони гарячих ліній» та інші.

Розробка карток з спеціальностями є одним з найголовніших процесів в даному проекті. Для створення першого макету було взято карткову основу, яка є популярним трендом та використовується у багатьох сайтах, такі, як КУК Київський Університет Культури та IT Step University.

Надихнувшись таким дизайном, було створено декілька рамок з унікальної кольоровою гаммою та дизайном, що відрізняє один факультет від іншого (рисунок 3.4).



Рисунок 3.4 – Варіант вирішень карток спеціальностей

Але під час розробки виникли проблеми із вибором головного маскоту університету. Під час створення талісману-персонажу виникли проблеми з реалізацією у технічному плані. Тому розробку маскоту було припинено на етапі ескізів (Додаток А. Рис 1.)

Розробку карток далі було інтерпретовано у більш сучасний варіант, який включає в себе добре поставлені геометричні графічні об'єкти, що в показані на факультеті Дизайн. (рисунок 3.5).

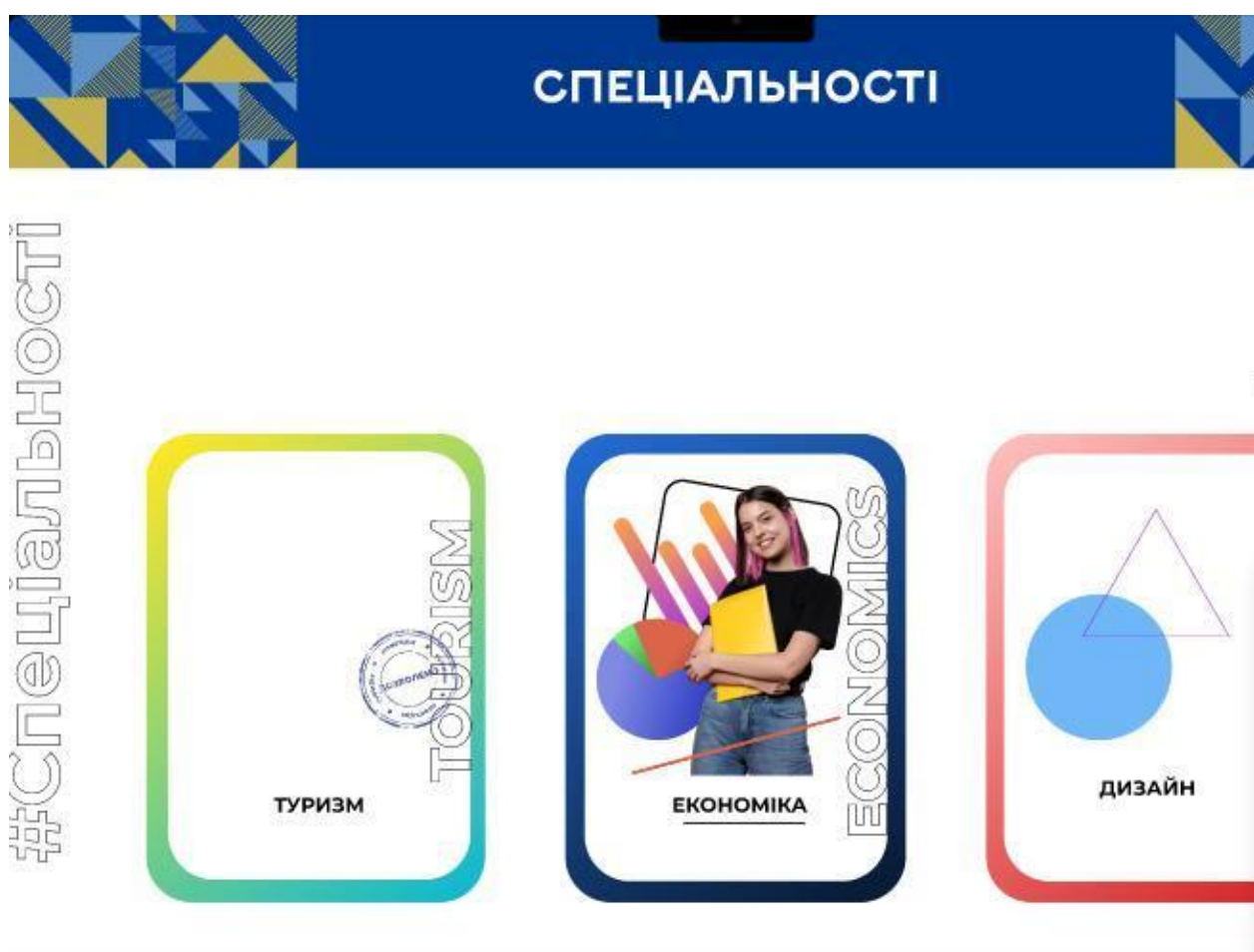


Рисунок 3.5 – Нові варіанти концепту карток спеціальностей

Також в подальших планах є створення інших карток зі спеціальностями з унікальним дизайном. На фото показано, що використано брендовий стиль, фотографію власної розробки мобільного додатку, що демонструє відсутність фотографій без авторського права.

Дотримано правила мінімалізму, інтерфейс не є навантаженим

візуально. Вся інформація легка та доступна.

Друкована продукція для приймальної комісії Хмельницького національного університету створювалася на стилістичній основі першої роботи, а саме сайту. Було прийнято рішення дотримуватися єдності стилю для створення враження сучасного “молодіжного” університету.

Основними вимогами при створенні буклету стали, ергономічність та наявність фірмового стилю. Також інформативність є важливою частиною при створенні буклету.

Уся важлива інформація така як перелік спеціальностей та дати було додано у буклет і зкомпоновано так як перше завдання для сайту приймальної комісії. У перший варіант буклету додано графічні елементи, що використовуються у кожній роботі, як “професійний автограф/позначка”



Рис 3.6 Розробка першого варіанту буклету

3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну проектування.

Розробка головної ідеї дизайну проектування є ключовим етапом у процесі створення будь-якого продукту або проекту. Ця ідея визначає загальний концепт і стиль, на якому буде базуватися весь дизайнерський процес. Основні обґрунтування розробки головної ідеї дизайну проектування включають такі аргументи:

Відповідність цілям проекту: головна ідея дизайну повинна

безпосередньо відповідати цілям і завданням проекту, адже проект передбачає створення веб-сайту для молодіжної аудиторії, тому головна ідея дизайну має бути пов'язана з енергійним та сучасним стилем, який приверне увагу цільової аудиторії.

Вираження ідеї: головна ідея дизайну має відображати бренд закладу або передавати конкретну ідеологію. Дизайн повинен створювати сприятливе сприйняття бренду та виробляти відповідні емоції у споживачів.

Відмінність від конкурентів: головна ідея дизайну має надавати проекту конкурентну перевагу. Це може бути реалізовано шляхом створення унікальних, інноваційних або впізнаваних візуальних елементів, що роблять продукт відрізняючимся від інших на ринку.

Функціональність та взаємодія з користувачем: головна ідея дизайну повинна враховувати функціональні вимоги продукту і спосіб взаємодії з користувачем. Наприклад, у дизайні інтерфейсу користувача додатку може бути використано головну ідею мінімалізму, щоб забезпечити простоту та легкість використання.

Технічні обмеження та можливості: при розробці головної ідеї дизайну необхідно враховувати технічні обмеження та можливості реалізації проекту. Це включає такі фактори, як доступні матеріали, бюджет, технологічні обмеження та інші фактори, що можуть вплинути на дизайн.

Естетичність і емоційна привабливість: головна ідея дизайну повинна бути естетично привабливою і сприйматися користувачами або споживачами як цікава, приваблива та відповідна їхнім емоціям. Естетика і емоційна віддача дизайну можуть впливати на сприйняття і поведінку користувачів.

Врахування цих аспектів під час розробки головної ідеї дизайну допомогло створити продукт, який відповідає потребам та очікуванням користувачів-абітурієнтів та вступників, підкреслює особливості і переваги навчання в Хмельницькому національному університеті, відрізняється від сайтів інших українських закладів вищої освіти та має естетичну привабливість.

Нижче на (рисунки 3.6) показані фінальна розробка головної сторінки

сайту приймальної комісії ХНУ.

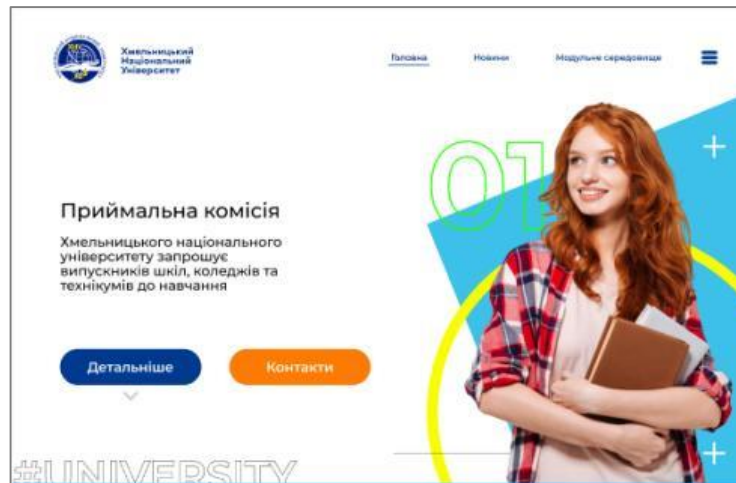


Рисунок 3.7 – Головна сторінка сайту приймальної комісії Хмельницького національного університету

Для створення дизайну цієї сторінки використані такі елементи композиції: лінії, силуети кольори та маса.

Засобами композиційної виразності цього проєкту є динаміка та поєднання симетрії з асиметрією. Так як, є елементи фірмового стилю, які задумкою є асиметричні з різними розмірами, було прийнято рішення розмістити асиметричні елементи симетрично, щодо одне одного.

Також показана робоча поверхня та робота сайту, кнопки та їх робота.

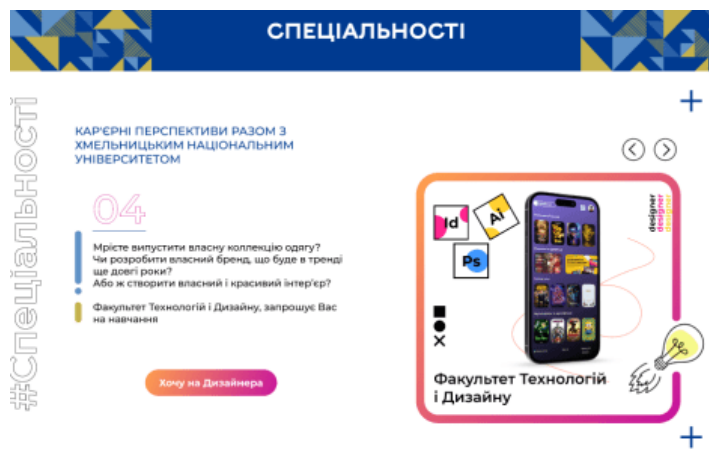


Рисунок 3.8 Оформлення картки спеціальності

Остаточним рішенням щодо створення кнопок та карток, стало

дизайнерське рішення з використанням градієнту та графічні елементи, що показують майбутній творчий процес.



Рисунок 3.9 – Робота сторінок та кнопок сайту приймальної комісії ХНУ

Також буклет було інтерпретовано в сучасний варіант, з власноруч створеними, графічними елементами - іконками. Які було створено в програмі Adobe Illustrator. У першому варіанті, були елементи, що не дуже підходять, до остаточно варіанту.

Остаточний варіант друкованої інформації приймальної комісії – брошури, наведено на рисунку 3.9



Рис. 3.10 Остаточний варіант готової друкованої продукції

При створенні даного буклету було дотримано основних вимог, які було дотримано у створенні сайту для приймальної комісії.

Для створення дизайну цієї сторінки використані такі елементи композиції: лінії, фігури та кольори.

Засобами композиційної виразності цього проекту є ергономіка, асиметрія та відношення і пропорції при створенні фірмового стилю.

Варто зауважити те що кожна фотографія, при створенні буклету, не

порушує жодного авторського права. Також було додано, QR-код, який при скануванні на мобільному пристрої переводить на сайт приймальної комісії Хмельницького національного університету. Було прибрано графічні елементи та замінено колір головної сторінки на фірмовий колір. Також було замінено інформаційну частину на графічну, а саме під датою та часом, на сторінці - День відкритих дверей.

Висновки

У кваліфікаційній роботі проведено детальне дослідження та розробка художнього проектування графічного оформлення засобів комунікації приймальної комісії Хмельницького національного університету.

1. Виконані такі перепроєктні дослідження, як:

а) вивчення і характеристика об'єктів проектування – сайтів приймальних комісій 8 ЗВО України та 2 сайтів іноземних ЗВО. Визначено в їх дизайнерських рішеннях позитивні переваги та виділено також їх недоліки, сформульовані рекомендації щодо можливого їх покращення;

б) вивчення вимоги до дизайну майбутніх об'єктів проектування – до буклету і сайту приймальної комісії – сформульовано основні з них для врахування при проектуванні;

Результати дослідження та реалізація нового дизайну доводять його ефективність у покращенні сприйняття інформації, залученні цільової аудиторії та формуванні позитивного іміджу університету. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на оцінку довгострокового впливу нового графічного оформлення та можливості його впровадження в інших сайтах складових підрозділів ХНУ - сайти факультетів, кафедр.

2. Виконано аналіз досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над розробленням дизайну сайтів приймальних комісій відомих світових закладів освіти, що дало можливість побачити характерні риси та елементи, за допомогою яких далі відбувалася розробка художнього вирішення об'єктів проектування – сайту та буклету.

Засоби візуальної інформації є незамінними для бізнесу, маркетингу, науки, медіа та багатьох інших сфер життя, де важливо швидко та ефективно передати інформацію. Тому, уміння створювати та використовувати засоби візуальної інформації є дуже важливим для будь-якої професії.

3. Треба дописати про конкретні результати проектування.

4. Дати характеристику композиційної гармонії розробок: які там елементи композиції активно працюють, які їх допомагають, які засоби

композиції використані.

5. Апробація результатів досліджень та проектування була здійснена на науковій студентській конференції кафедри дизайну ХНУ у вигляді доповіді та презентації.

Перелік посилань

1. W3Schools - Веб-портал: URL: <https://www.w3schools.com/> (дата звернення 25.05.2023)
2. A List Apart - URL: <https://alistapart.com/> (дата звернення 26.05.2023)
3. Smashing Magazine - Інформаційний портал: URL: <https://smashing.magazine.com> (дата звернення 26.05.2023)
4. Yale Education. Ельський Національний університет URL: <https://www.yale.edu> (дата звернення 28.05.2023)
5. IT-STEP Університет URL: <https://itstep.edu.ua/digital-design-iv> (дата звернення 28.05.2023)
6. MAUP - Університет МАУП. URL: <https://maup.com.ua/ua/navchannya-u-maup/abiturientam2.html> (дата звернення 28.05.2023)
7. UX Design - Дизайн інтерфейсів. URL: <https://www.uxdesign.cc/> (дата звернення 28.05.2023)
8. Dribbble - Спільнота Веб-Дизайну URL: <https://dribbble.com/> Dribbble (дата звернення 28.05.2023)
9. Лаптон Е. Сімонс Дж. К. Графічний дизайн. Нові основи, Київ, ArtHuss, 2020, 264 с.
10. OsvitaUA - Сайт з різноманітними навчальними закладами та новинами у освітній галузі. URL: <https://osvita.ua/vnz/guide/36694/> (дата звернення 28.05.2023)
11. Університет Оксфорду. URL: <https://www.ox.ac.uk> (дата звернення 28.05.2023)
12. Сайт приймальної комісії Львівського національного університету ім. І. Франка URL: (<https://lnu.edu.ua>). (дата звернення 28.05.2023)
13. Київський Університет Культури. URL: <https://kuk.edu.ua> (дата звернення 28.05.2023)
14. Сайт приймальної комісії Подільського Державного університету URL: (<https://www.pdatu.edu.ua>). (дата звернення 28.05.2023)
15. Норман Д. А. Дизайн звичних речей, Київ. Книжковий клуб "Клуб

Сімейного Дозвілля", 2019. 320 с.

"Як зробити буклет: поради для початківців". URL: <https://printman.com.ua/articles/yak-zrobyty-buklet-poradi-dlya-pochatkivtsiv> (дата звернення 10.04.2023)

16. Сайт приймальної комісії Хмельницького університету управління та права ХУУП URL: (<https://univer.km.ua>) (дата звернення 28.05.2023)

17. Сайт приймальної комісії університету Україна URL: (<https://uu.edu.ua>) (дата звернення 28.05.2023)17.

18. "Основні принципи розробки буклетів для бізнесу" URL: <https://praktikamarketingu.com.ua/osnovni-printsipi-rozrobki-bukletiv-dlya-biznesu/> (дата звернення 17.05.2023)

19. Стаття "Особливості розробки сайтів та дизайну для них" URL: <https://webstudio2u.net/ua/programming.html> (дата звернення 28.05.2023)

20. "Що таке буклети та їхні види особливості друку". URL:<https://www.slk.kh.ua/news/korisno/so-take-bukleti-ih-vidi-ta-osoblivosti-druku.html> (дата звернення 28.05.2023)

ДОДАТКИ
ДОДАТОК А

Графічне оформлення електронного засобу комунікації приймальної комісії
ХНУ (сайт)



Рисунок. А.1 - Галерея для сайту приймальної комісії

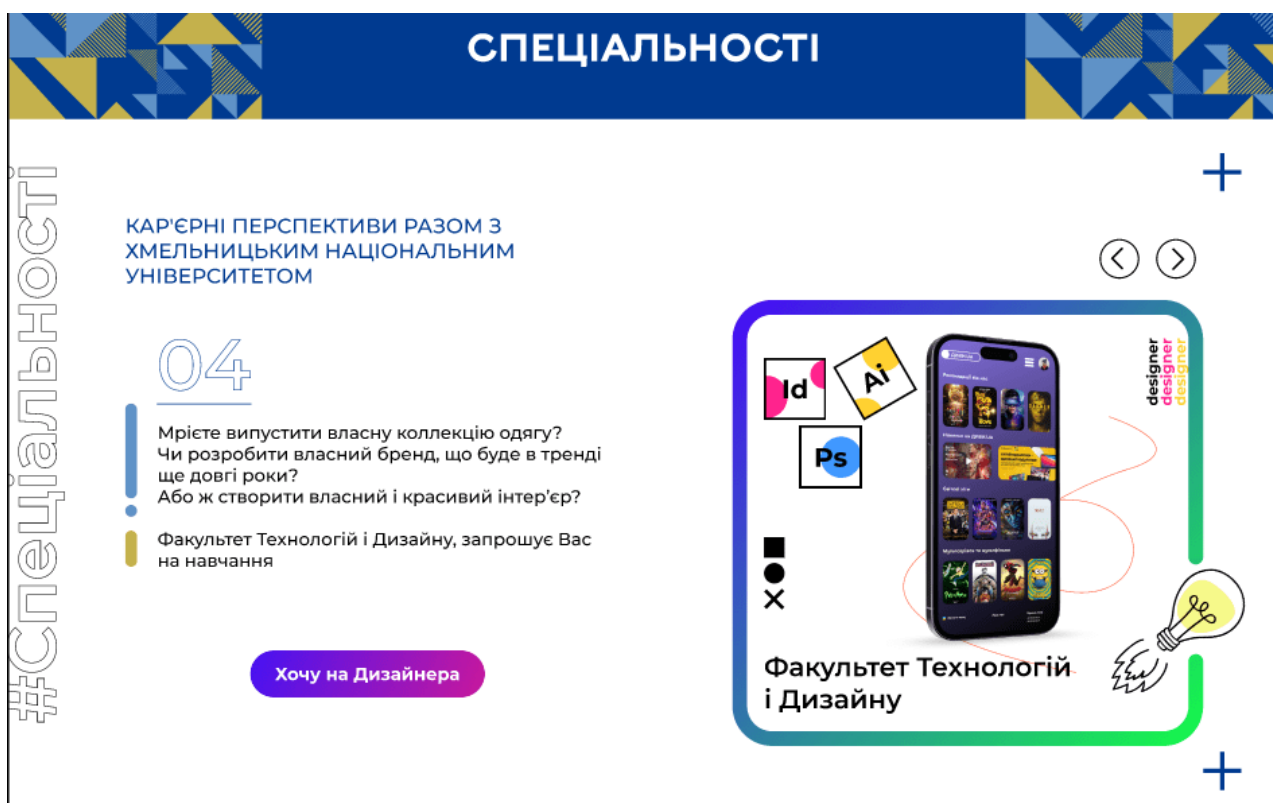


Рисунок. А.2 - Варіанти стилістичного оформлення кнопок та іконок для приймальної комісії ХНУ

ДОДАТОК Б

Графічне оформлення друкованого засобу комунікації приймальної комісії
ХНУ (буклет)



Рисунок. Б.1 - Варіант розробки стилістичного оформлення буклету для приймальної комісії ХНУ