

Хмельницький національний університет
Факультет технологій та дизайну
Кафедра дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

другий (магістерський)

Освітній рівень

АЙДЕНТИКА ТА ГРАФІЧНИЙ СУПРОВІД ВСЕУКРАЇНСЬКОГО КОНКУРСУ МОЛОДИХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ «БАРВИ ПОДІЛЛЯ-2024


Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДПДЗ. 2022120.01.03 ПЗ

Виконала: студентка 2 курсу, гр.ДЗНмз-23-1  Анастасія ВАСІЛЬЄВА

Керівник: кандидат техн. наук  Оксана СТРИЖОВА

Нормоконтролер: кандидат техн. наук  Оксана СТРИЖОВА

До захисту допускаю:

Зав. кафедри дизайну

13 грудня 2024 р.

 Ельвіра БАЗИЛЮК


Хмельницький національний університет

(повне найменування навчального закладу)

Факультет технологій і дизайну
Кафедра дизайну
Освітній рівень другий (магістерський)
Галузь знань 02 - Культура і мистецтво
(шифр і назва)
Спеціальність 022 - Дизайн
(шифр і назва)
Освітня програма Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри дизайну

 Ельвіра БАЗИЛЮК

Підпис

2 вересня 2024 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Васільсвій Анастасії

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Айдентика та графічний супровід Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля-2024»

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від 26.08.2024 р., №60.

2. Строк подання студентом закінченої роботи 05 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: об'єкт проектування – айдентика та графічний рекламно-інформаційний супровід, замовник – оргкомітет Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів «Барви Поділля - 2024»

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

Вступ

розділ 1 – Композиційна частина

розділ 2 – Творча розробка ідей рекламної та сувенірної продукції конкурсу

розділ 3 – Конструкторсько-технологічна частина

розділ 4 – Захист інтелектуальної власності

Висновки

Додатки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Банер художнього проекту (2000x1500 мм)

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 2.09.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Приміт
1	Дослідження проєктної ситуації	2-15.09.2024	
2	Аналіз дизайну аналогів	16-30.10.2024	
3	Дослідження сучасних тенденцій в дизайні айдентики та візуальної реклами	1-5.10.2024	
4	Розробка і обґрунтування концепції рекламно-інформаційних матеріалів конкурсу «Барви Поділля - 2024»	6-10.10.2024	
5	Вибір та обґрунтування вихідних даних до проєктування айдентики та графічного рекламно-інформаційного супроводу конкурсу	7-9.10.2024	
6	Розробка ескізів варіантів ідей, їх загальна характеристика	10-20.10.2024	
7	Розробка, порівняльний аналіз ескізів-пропозицій елементів айдентики і графічного супроводу конкурсу та вибір провідного варіанту	21-25.10.2024	
8	Розробка сувенірної та рекламної продукції	26-31.10.2024	
9	Композиційний аналіз гармонійності розробленого художнього проєкту	1.11.2024	
10	Розробка конструкції проєктованих виробів	2-3.11.2024	
11	Вибір і характеристика технологічних рішень та пакету матеріалів	4-5.11.2024	
12	Нормування матеріалів і визначення вартості дизайн-проєкту	6-7.11.2024	
13	Захист інтелектуальної власності	8-9.11.2024	
14	Формулювання висновків та оформлення роботи	10-24.11.2024	
15	Перевірка роботи керівником	25.11-1.12.2024	
16	Нормоконтроль роботи	2-5.12.2024	
17	Перевірка роботи на антиплагіат	5-11.12.2024	
18	Рецензування роботи	12-16.2024	
19	Підготовка до захисту	16-18.12.2024	
20	Захист кваліфікаційної роботи	19.12.2024	

Студент


(підпис)

Анастасія ВАСІЛЬЄВА

Керівник роботи


(підпис)

Оксана СТРИЖОВА

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи освітнього рівня «магістр» на тему:
«Айдентика та графічний супровід Всеукраїнського конкурсу
молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля-2024»

студентки групи ДЗНмз-23-1 Анастасії Васільєвої,
керівник: к.т.н. Оксана Стрижова

Обсяг пояснювальної записки – 101 с., 82 рисунки, 4 додатки, 53 джерела.

Обсяг графічної частини – банер розміром 2000x1500 мм.

АЙДЕНТИКА, БАРВИ ПОДІЛЛЯ, ГРАФІЧНИЙ РЕКЛАМНО-
ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД, ФІРМОВИЙ СТИЛЬ.

В рамках кваліфікаційної роботи проведено аналіз об'єкту проєктування, наукової літератури удосконалено айдентику та розроблено графічний рекламно-інформаційний стиль Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля – 2024». Джерелом творчого натхнення стала колекція-переможець минулого року, що підкреслює спадковість та унікальність цього заходу.

Удосконалено логотип, типографіку в айдентиці конкурсу з урахуванням сучасних тенденцій графічного дизайну, оновлений графічний стиль доповнює візуальну тематичну концепцію заходу.





Рекламно-інформаційний супровід містить друковану поліграфічну продукцію, електронні матеріали (оформлення сторінок соціальних мереж конкурсу, заставки для електронних конкурсних презентацій), сувенірну продукцію.

05.12.2024
(дата)


_____ (підпис)

ЗМІСТ

	С.
Вступ	5
1 КОМПОЗИЦІЙНА ЧАСТИНА	8
1.1 Дослідження проєктної ситуації	8
1.1.1 Історія розвитку Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля»	8
1.1.2 Композиційний аналіз колекції-переможниці попереднього року як джерела творчого натхнення для проєкту	12
1.2 Аналіз дизайну рекламно-інформаційних матеріалів сучасних конкурсів з дизайну одягу	16
1.3 Дослідження сучасних тенденцій в дизайні айдентики та візуальної реклами	33
1.3.1 Аналіз сучасних тенденцій в дизайні логотипів	33
1.3.2 Аналіз сучасних тенденцій в дизайні постерів	40
1.4 Розробка і обґрунтування концепції рекламно-інформаційних матеріалів конкурсу «Барви Поділля - 2024»	50
1.5 Вибір та обґрунтування вихідних даних до проєктування айдентики та графічного рекламно-інформаційного супроводу конкурсу	55
1.5.1 Вибір та характеристика елементів айдентики і супроводу	55
1.5.2 Загальні вимоги до проєктування елементів айдентики і супроводу	56
1.5.4 Складання пакету вихідних даних на проєктування	58
2 ТВОРЧА РОЗРОБКА ІДЕЙ РЕКЛАМНОЇ ТА СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ КОНКУРСУ	60
2.1 Розробка ескізів варіантів ідей, їх загальна характеристика	60
2.2 Розробка, порівняльний аналіз ескізів-пропозицій елементів айдентики і графічного супроводу конкурсу та вибір провідного варіанту	62

ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ				
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата
Розробив		Васільєва АС		05.12
Перевірів		Стрижова ОП		06.12
Рецензент		Ковальський В		15.12
Н.Контр.		Стрижова ОП		07.12
Затверд.		Базилюк ЕВ		13.12
Айдентика та графічний супровід Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля-2024»				
		Літ.	Арк.	Аркуші
		3	101	
ХНУ, ДЗНмз-23-1				

2.3 Розробка сувенірної та рекламної продукції	65
2.4 Композиційний аналіз гармонійності розробленого художнього проекту	73
3 КОНСТРУКТОРСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНА ЧАСТИНА	77
3.1 Розробка конструкцій проєктованих виробів	77
3.2 Вибір і характеристика технологічних рішень та пакету матеріалів	84
3.3 Нормування матеріалів і визначення вартості дизайн-проєкту	87
4 ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	90
Висновки	94
Перелік джерел посилань	96
Додаток А – Матеріали дослідження дизайну та типів постерів	103
Додаток Б – Комплект документів, розроблених для подання реєстрації авторського права на розроблений рекламний постер конкурсу	112
Додаток В – Оприлюднення та впровадження результатів проєктування	113
Додаток Г – Графічна частина проєкту	116

					<i>ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ</i>	Арк
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		4

ВСТУП

Актуальність проблеми. Студентські дизайнерські конкурси виступають ключовим елементом розвитку та популяризації галузі моди та графічного дизайну. Це особливо важливо, оскільки вони надають можливість молодим дизайнерам продемонструвати свій творчий потенціал, отримати визнання та входження в професійне середовище.

Всеукраїнський творчий конкурс молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля» – проект, що започаткований кафедрою дизайну Хмельницького національного університету. Протягом багатьох років конкурс «Барви Поділля» не лише став важливою подією для творчого співтовариства, але й слугує ефективною рекламою Хмельницького національного університету. Виразна айдентика та графічне оформлення події, її візуальна привабливість відіграють ключову роль у ефективному привертанні уваги до конкурсу та підкресленні його унікальності серед інших подібних заходів.

Дизайн візуального оформлення цього конкурсу щороку змінюється та трансформується, набуваючи свіжих графічних рішень, які інтегруються з колекцією-переможницею з попереднього сезону. Саме тому графічне оформлення конкурсу є актуальним щороку.

Об’єкт дослідження: візуальний стиль – айдентика та графічний рекламно-інформаційний супровід Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля».

Предмет дослідження: дизайн та композиція основних елементів візуальної ідентичності Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля» у 2024 році.

Мета дослідження: аналіз та оцінка візуального стилю Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля» у 2024 році з метою удосконалення основних характеристик візуальної ідентичності конкурсу.

Завдання:

- Виконати аналіз історії та розвитку графічного супроводу

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						5
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля»;

- Виконати аналіз сучасних трендів в графічному оформленні фешн-конкурсів;
- Виконати дослідження особливостей основних комунікацій візуальної реклами конкурсу «Барви Поділля»;
- Виконати розробку і удосконалення елементів айдентики конкурсу «Барви Поділля-2024»;
- Виконати дизайн рекламної та сувенірної продукції для конкурсу.

Методи дослідження: теоретичний історично-порівняльний аналіз змін у фірмовому стилі конкурсу, якісний порівняльний аналіз фірмового стилю та айдентики аналогічних конкурсів за показниками «дизайн» і «композиція»; дослідження актуальності методів та технік створення сучасних елементів візуальної айдентики та реклами – логотипу і постеру.

Засоби проєктування: графічний редактор Adobe Photoshop для обробки та редагування зображень, графічний редактор Adobe Illustrator для створення векторних графічних елементів та графічний редактор AutoCAD для роботи з технічними рішеннями.

Наукова новизна отриманих результатів: досліджено особливості дизайну, композиції та технік виконання сучасних логотипів і рекламних постерів для фешн-індустрії; удосконалено рекомендації з розроблення графічних рішень основних елементів айдентики та інформаційно-реklamних матеріалів конкурсу студентів-дизайнерів одягу.

Практичне значення отриманих результатів: на основі отриманих аналітичних даних розроблено айдентичку та графічний супровід для Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля - 2024» із покращеними характеристиками візуальної ідентичності та з урахуванням використання їх в різних медіа-форматах та різних видах візуальної комунікації, що сприяє пізнаваності й популяризації конкурсу.

Апробація результатів дослідження:

- 1) Впроваджено розроблені елементи айдентики та графічний супровід під

									ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
										6
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						

час організаційного етапу (квітень-червень 2024 р.) та етапів проведення півфіналу (25.05.2024 р.) і фіналу (11.06.2024 р.) Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля – 2024», що підтверджено Актом впровадження та дипломом від оргкомітету конкурсу.

2) Опубліковано тези доповіді «Графічні елементи та їх вплив на сприйняття та ідентифікацію молодіжного модного конкурсу» у Збірнику тез X Міжнародної науково-практичної конференції «Modern Problems Of Science, Education And Society» (Київ, 4-6.12.2023 р.).

3) Подано заяву с202408793 від 24.10.2024 р. на реєстрацію авторського права на твір художнього дизайну – рекламний постер для Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля-2024».

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						7
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

1 КОМПОЗИЦІЙНА ЧАСТИНА

1.1 Дослідження проєктної ситуації

1.1.1 Історія розвитку Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля»

Модні покази та професійні конкурси втілюють не лише мету демонстрації одягу, а й відображають креативність ідей дизайнерів через особливу атмосферу таких заходів. Для молодих дизайнерів такі події є чудовою можливістю продемонструвати свої таланти, однак їх підготовка часто вимагає значних організаційних зусиль і подолання фінансових обмежень. Одним із прикладів підтримки молодих талантів є студентський Всеукраїнський конкурс «Барви Поділля». Ініційований Іриною Банною, завідувачкою кафедри дизайну як керівником Студентським Будинком моделей Хмельницького національного університету, конкурс здобув широке визнання серед українських фахових навчальних закладів вищої і передвищої освіти та став щорічною подією [1].

Заснування конкурсу було важливим етапом в історії Хмельницького національного університету, сприяючи становленню креативного середовища та підтримці молодих дизайнерів.

Основною метою конкурсу «Барви Поділля» є розкриття творчого потенціалу, створення платформи для самовираження та надання можливості молодим дизайнерам випробувати себе в конкурентному середовищі. Крім того, конкурс надає можливість насолодитися атмосферою заходу, зануритися в світ моди, спілкуватися з однодумцями, отримати поштовх для самовдосконалення, спостерігаючи за стилем та самовираженням інших учасників у різних номінаціях. Участь в конкурсі також дозволяє знайти власний стиль та напрямок у творчій роботі.

Учасники конкурсу, представники різних кафедр, спільно та злагоджено втілюють свої творчі ідеї в колекції. Ця подія є платформою, що об'єднує студентів та викладачів, сприяючи обміну творчими досвідом. Вона відкриває можливість продемонструвати свій талант, починаючи від створення ескізів та

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
											8
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

завершуючи реалізацією колекцій у матеріалі [2].

Унікальність конкурсу «Барви Поділля» полягає не лише в творчому процесі, а й у його рекламно-інформаційній функції. Кожен рік організатори створюють унікальний дизайн фірмового стилю конкурсу: афіши, дипломи учасників і переможців, рекламні банери і постери, різну сувенірну продукцію, що спрямовано на підтримку конкурсу серед глядачів і культурного середовища та його рекламного просування. Фірмовий стиль щороку має оригінальне графічне оформлення, до якого входять зображення чи фотографії колекції, що виборола Гран-прі попереднього року і гармонійно взаємодіє з кольорами та стилем цієї колекції, забезпечуючи при цьому пізнаваність конкурсу (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Приклади афіш конкурсу за різні роки

Такий підхід дозволяє не лише відзначити талановитих учасників, але й створює цілісний та визнаний образ заходу.

Огляд графічних матеріалів минулих років відображає еволюцію тенденцій та зміну стилістики в дизайні.

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 9
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

Традиційно подія відбувалася в актовій залі Хмельницького національного університету (рис. 1.2) проте пандемія COVID-19, та повномасштабне вторгнення стали викликом для конкурсу, спочатку зробивши перерву в проведенні.



Рисунок 1.2 – Проведення конкурсу в актовій залі
Хмельницького національного університету

Адаптуючись до нових умов, конкурс став проводитися в онлайн форматі, що відкрило нові можливості для учасників, які не мали змоги приїхати через обставини воєнного часу.

Перехід у віртуальне середовище дозволив конкурсу зберегти свою важливість, адже це стало не лише об'єктивною необхідністю, але й стратегічним рішенням для відзначення та підтримки молодих дизайнерів у період нестабільності.

Онлайн-формат проведення конкурсу дозволив значно розширити географію учасників, залучивши молодих талантів з регіонів, в яких проходять військові дії, та тих хто вимушений був виїхати за межі країни.

Отже, пандемія та вторгнення агресора в Україну не лише викликали виклики для конкурсу, але й сприяли його трансформації та відкриттю нових

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						10
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

які можна було би ефективно використовувати в айдентиці конкурсу.

Гран-прі конкурсу отримує учасник конкурсу за колекцією, яка набрала найвищу кількість балів у фінальному етапі. Проте, в 2023 р. Гран-прі не було визначено, тому в кожній номінації є переможець конкурсу (рис. 1.7).



Рисунок 1.7 – Дизайн слайдів з переможцями номінацій конкурсу «Барви Поділля» 2023

Колекція «Привиди минулого» авторства Колібан Валерії обрана переможцем в номінації «Власний погляд». Моделі одягу цієї колекції вражають легкістю, пластичністю та прозорими декоративними формами, що вирізняються тендітною вишивкою (рис. 1.8).



Рисунок 1.8 – Колекція «Привиди минулого» – переможниця номінації «Власний погляд» попереднього конкурсу

									ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 13
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						

У колекції можна виділити такі композиційні елементи (рис. 1.9):

- колірна гамма в чорно-молочних тонах;
- оздоблення у вигляді вишивки і аплікацій на гладких поверхнях моделей;
- використання різних фактур: плетена, мереживна та сітчаста.

Головним композиційним елементом та засобом зв'язку є контраст тону кольорів у співвідношенні в колекції 3:2, а допоміжними елементами є контраст фактур і поверхонь. Це важливі характеристики, які варто враховувати при подальшій розробці графічної продукції.



Рисунок 1.9 – Аналіз кольорової композиції колекції «Привиди минулого»

Рішення організаторів з вибору головного об'єкту для дизайну майбутніх рекламних об'єктів відіграє вирішальну роль у виборі об'єкту для проектування, проте є ще одна колекція, що також заслуговує на особливу увагу, а саме «Писанка Pinatex» авторства Ксенії Овсянникової. Ця конкурсна робота також може бути використана для ідейного варіанту концепції дизайну графічного супроводу конкурсу.

«Писанка Pinatex» має чіткий екологічний фокус, зосереджений на вирішенні проблеми використання як натуральної, так і штучної шкіри. Основною

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						14
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Робота демонструє новий підхід до моди, що поєднує сучасні екологічні матеріали з глибоким культурним змістом, забезпечуючи гармонію між інноваціями та традиціями. Це приклад того, як мода може служити платформою для усвідомлення екологічних питань та водночас зберігати національну ідентичність через творчий підхід.

Отже, ця колекція має глибокий зміст, охоплює сучасні глобальні проблеми та підкреслює етнічну приналежність. Її кольорова гама добре узгоджується з концепцією конкурсу, а логотип конкурсу схожий на елементи, що використовуються у вишивці та писанкарстві, що забезпечує гармонійне поєднання. Крім того, високоякісні матеріали дозволяють використовувати цю колекцію для великих афіш. Метод її створення також передбачає використання вже наявних елементів у рекламній продукції, що посилює концептуальну єдність.

Даний варіант є пропозицією для порівняння. Обидві колекції мають глибокий зміст і виконані в цікавих техніках. «Привиди минулого» вирізняється спокійною, атмосферою легкістю, яка підкреслює тему моторошної елегантності. Натомість «Писанка Pinatex» виглядає важче й об'ємніше, збагачена насиченими кольорами, що додають глибини.

Обидві колекції унікальні та мають потенціал для ефективного використання в рекламній продукції завдяки своїй концептуальній і візуальній привабливості. Саме тому для журі буде запропоновано два варіанти.

1.2 Аналіз дизайну рекламно-інформаційних матеріалів сучасних конкурсів з дизайну одягу

Розробка дизайнерського виробу вимагає глибокого аналізу існуючих аналогів, щоб виявити їхні схожі та унікальні риси та відчувати атмосферу подій. З цією метою було проведено детальний огляд актуальних конкурсів дизайнерів одягу. Серед найвизначніших подібних заходів на сучасній модній арені варто

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						16
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

відзначити наступні конкурси:

1) Конкурс «International Young Designers Contest New Fashion Zone». Цей Міжнародний конкурс молодих дизайнерів виступає як центр розвитку та підтримки талановитих дизайнерів, надаючи їм можливість обмінюватися досвідом, здобувати нові знання та представляти своє бачення експертам модної сфери як національним, так і міжнародним.

За історію конкурсу, який вже провів 6 заходів, залучивши 3238 учасників, з яких 714 потрапили у півфінал, а 297 стали фіналістами, представляючи 28 країн. Соціальний аспект конкурсу передбачає безкоштовну участь для студентів денної форми навчання, які вивчають промислові технології та дизайн, а також суміжні напрямки, які навчаються у ЗВО на 1-4 курсах. Є встановлена квота на безкоштовну участь для школярів 5-11 класів, спрямована на відкриття та розвиток їхнього дизайнерського потенціалу [3].

Конкурс «International Young Designers Contest New Fashion Zone» має власний логотип, який вражає своєю виразністю та стильністю. Верхня частина логотипу складається з стилізованих літер NFZ, що створюють унікальний і впізнаваний образ. Нижня частина логотипу складається з тексту «New Fashion Zone», який чітко відображає суть та напрямок події (рис. 1.11).



Рисунок 1.11 – Логотип New Fashion Zone

Крім того, існує альтернативний варіант логотипу, де графічна частина залишається незмінною, але текстова зона замінена на напис «Community». Ця варіація підкреслює акцент на важливості спільноти та взаємодії серед учасників конкурсу (рис. 1.12).

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						17
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

NEFZ COMMUNITY

Рисунок 1.12 – Альтернативний логотип New Fashion Zone

Логотип конкурсу вражає своєю динамікою та сучасністю, роблячи його легко розпізнаваним у модній індустрії. Цей конкурс відзначається величезним успіхом та статусом, проводячи свої заходи в престижних локаціях по всьому світу, таких як Лондон, Париж, Київ (рис. 1.13) та інших містах в 28 країнах [4].



Рисунок 1.13 – Проведення конкурсу «New Fashion Zone» у Києві

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						18
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Для проведення модних показів конкурс використовує орендовані зали, музеї, пляжні та паркові зони, створюючи неповторну атмосферу та надаючи учасникам унікальну платформу для демонстрації своєї творчості (рис. 1.14).



Рисунок 1.14 – Проведення конкурсу «New Fashion Zone» в Харкові

Покращуючи подію, конкурс також активно використовує онлайн конференції, що розширює коло аудиторії та надає можливість більшій кількості людей взяти участь у заході, навіть якщо вони фізично не присутні на місці (рис. 1.15). Це стратегічне рішення додає сучасності та глобального характеру конкурсу, роблячи його важливим у світі моди [5].

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						19
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		



Рисунок 1.15 – Конкурсна онлайн конференція «New Fashion Zone»

Під кожну подію розробляються банери запрошення та інша рекламна продукція як для друку, так і для розміщення в соціальних мережах та на сторінці конкурсу (рис. 1.16). Ці матеріали мають високий ступінь візуальної привабливості та відображають ключові елементи події, створюючи ефективну рекламну кампанію, яка забезпечує максимальне сприйняття цільовою аудиторією.

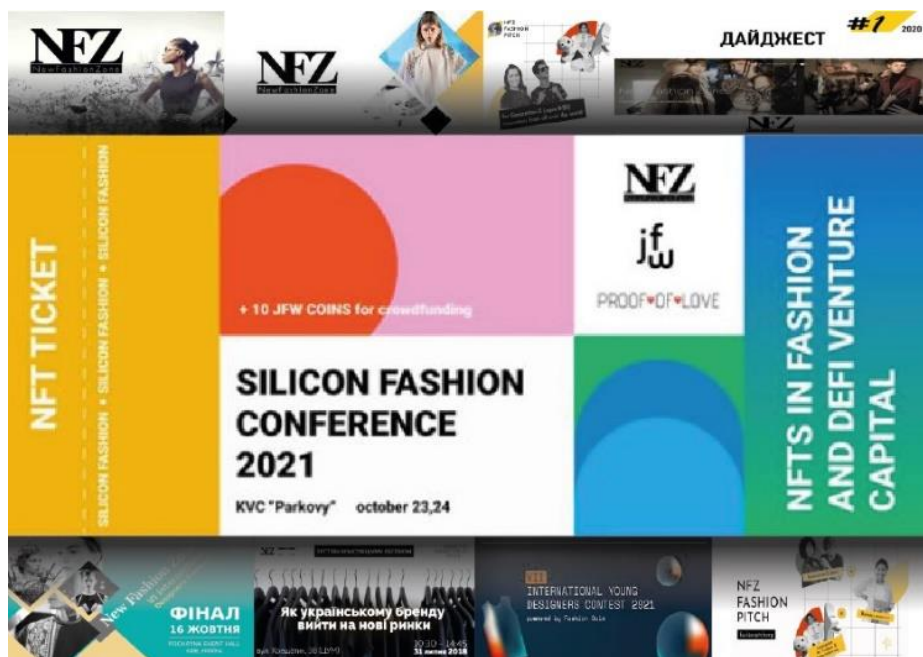


Рисунок 1.16 – Поліграфічна продукція конкурсу « New Fashion Zone»

										Арк.
										20
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						

ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ

використовується окремо, відділяючи себе фірмовим шрифтом (рис. 1.18).



Рисунок 1.18 – Окреме використання текстової частини логотипу фешн-проекту «Lviv Fashion Week»

Графічна частина логотипу представлена стилізованим гудзиком, який розділений на дві частини (рис. 1.19).



Рисунок 1.19 – Редизайн логотипу конкурсу «Lviv Fashion Week»

Логотип пройшов еволюцію протягом років проведення конкурсу, але його основна ідея була збережена і втілена у сучасному вигляді (рис. 1.20).

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 22
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							



LVIV FASHION WEEK

Рисунок 1.20 – Логотип конкурсу, що використовувався раніше

«Lviv Fashion Week» пропонує різноманітні формати презентацій для дизайнерів: дефіле основної програми, вітрини, покази на окремих локаціях, презентації аксесуарів, шоу-руми та участь у програмі підтримки молодих брендів «Brand Factory». Кожен сезон має лекції експертів модної індустрії, благодійні та арт-проекти [7]. Основний майданчик подій розташований в Міжнародному аеропорту імені Данила Галицького та у різних точках центру міста (рис. 1.21).



Рисунок 1.21 – Локація «Lviv Fashion Week» в міжнародному аеропорту

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						23
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Нові локації – Палац Потоцьких, машинний зал НУ «Львівська політехніка», Центр Шептицького, музейно-культурний комплекс «Львіварня» (рис. 1.22) є окремими визначними точками, які підкреслюють не лише модні тренди, а й культурну спадщину міста [8].



Рисунок 1.22 – Локація заходу у музейно-культурного комплексу «Львіварня»

Також важливо відзначити співпрацю із сучасними архітекторами та колекціонерами, які вносять свою унікальну атмосферу у події Lviv Fashion Week. Для Lviv Fashion Week створюється різноманітна поліграфічна продукція,

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						24
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

яка вміщую дизайн дипломів для учасників, рекламні банери для оголошення заходу та сувенірну продукцію. Кожен сезон відзначається унікальним оформленням, що гармонійно доповнює концепцію та стиль представлених колекцій моди (рис. 1.23).



Рисунок 1.23 – Поліграфічна продукція «Lviv Fashion Week»

Особливу увагу приділяється інформаційній складовій, де важливим є правильне відображення нових локацій для показів та презентацій. Заходи можуть проходити у різних інтер'єрах, від старовинних пам'яток історичної архітектури до сучасних об'єктів. Така різноманітність дозволяє продемонструвати культурне багатство Львова та привертати увагу гостей.

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 25
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

Такий підхід до поліграфічної продукції допомагає створювати єдиний стиль і відобразити індивідуальність та унікальність Lviv Fashion Week у всій його красі. «Lviv Fashion Week» вразливо втілює не лише модні заходи, але і сучасний підхід до візуального представлення цієї події. Офіційний веб-сайт «Lviv Fashion Week» вирізняється не лише стильним дизайном, а й інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом, що надає зручний доступ до всієї інформації про цей тиждень моди (рис. 1.24).

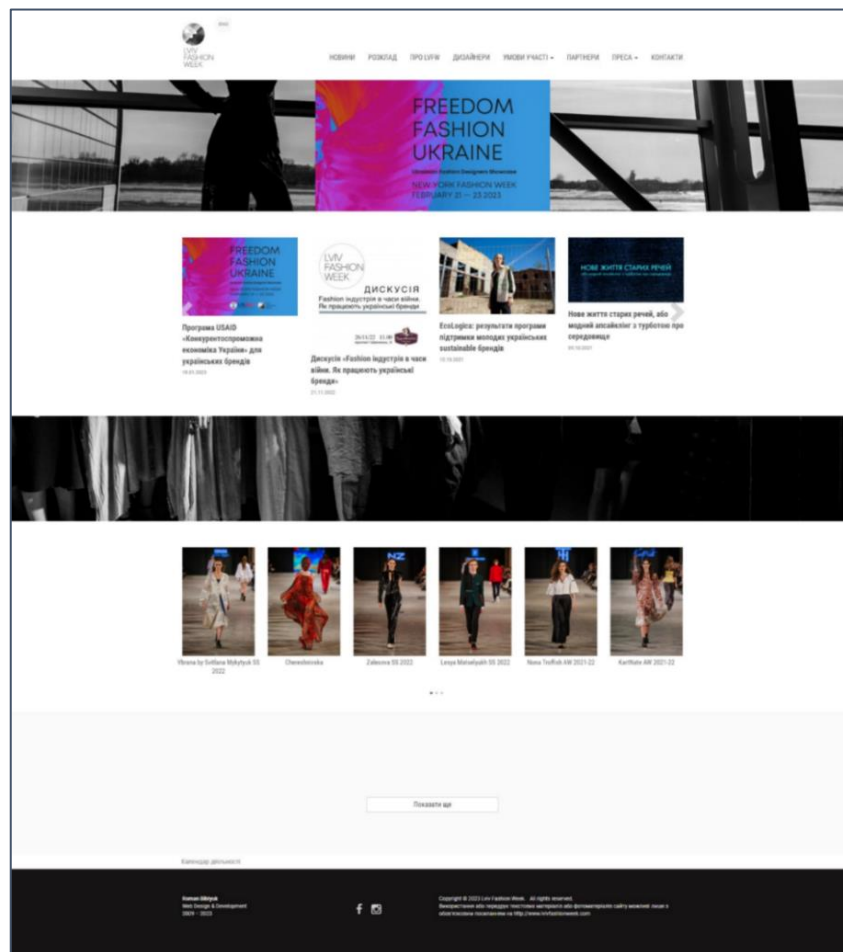


Рисунок 1.24 – Офіційна сторінка фешн-проекту «Lviv Fashion Week»

Сайт не лише надає деталізовану інформацію щодо розкладу, дизайнерів та новин, але й підтримує інтерактивні можливості, такі як онлайн-трансляції та відеоматеріали. Цей комплексний підхід до візуального представлення події створює єдиний імідж, який підкреслюється в усіх каналах комунікації. «Lviv Fashion Wee» - це те місце, де мода та технології зустрічаються в гармонії.

										Арк.
										26
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						

ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ

Ще одним прикладом може слугувати «Погляд у майбутнє» — це Всеукраїнський конкурс молодих дизайнерів одягу, який був заснований у 2000 р. з метою розвитку та підтримки молодих талантів. За понад 20 років свого існування конкурс визначився як стартовий майданчик для українських дизайнерів, багато з яких стали відомими не лише в Україні, а й за її межами, завдяки перемогам чи участі в ньому.

Організовується за сприянням Ukrainian Fashion Council та має статус Загальнонаціонального конкурсу [9].

Конкурс виступає не лише як арена для конкуренції, але й як важливий етап у стратегії підтримки молодих талантів, що визначається як один із ключових напрямків роботи. Організатори відзначають, що для стабільного розвитку fashion-індустрії потрібен постійний потік новаторських ідей та свіжого погляду, тому вони створили унікальну «креативну вертикаль» в Україні.

Цей проєкт дозволяє молодим дизайнерам легко та свідомо вражати великий світ моди.

Участь у конкурсі «Погляд у майбутнє» визначається як лише перший крок у захоплюючій креативній подорожі, де молоді таланти мають можливість продемонструвати свою творчість та пройти шлях від платформи New Names до показу на Ukrainian Fashion Week. У конкурсі беруть участь дизайнери-фахівці, що працюють або навчаються у сфері моди понад три роки та не перевищують вік 28 років.

Журі конкурсу складають визнані українські дизайнери, лауреати Best Fashion Awards та члени Ukrainian Fashion Council [10].

Конкурс має власний логотип комбінованого типу, де графічна частина взаємодіє з текстовою.

Графічна частина представляє собою стилізоване слово «Погляд» виділене рисками з обох боків, що не лише передає динаміку та оригінальність, але й акцентує важливість самого слова в контексті події. Текстова частина, доповнює графічний елемент, створюючи композицію, що сприймається як єдність (рис. 1.25).

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						27
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Окрім логотипу, рекламна продукція використовує фотографії колекцій учасниць конкурсу. Ці зображення можуть бути фотографіями безпосередньо з конкурсу або стилізованими художніми візуалами, які не лише відображають модні тенденції, але й акцентують увагу на назві події – «Погляд у майбутнє».

Такий підхід додає витонченості та естетичного виміру рекламним матеріалам, підкреслюючи ідеї конкурсу та його креативний характер. Загальна композиція поліграфічної продукції створює ефективну та привабливу рекламну кампанію, яка підсилює впізнаваність та популярність конкурсу в модному світі.

Під час світової пандемії Covid-19, організатори запровадили програму фінансової підтримки та менторства, щоб фіналісти могли отримувати консультації від досвідчених професіоналів, та мали більше можливостей зменшивши їх фінансове навантаження. У 2020 році конкурс відбувся у принципово новому форматі з прямою трансляцією фіналу, доступною для глядачів з будь-якої точки світу (рис. 1.27) [11].



Рисунок 1.27 – Новий формат показу «Погляд у майбутнє»

									ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 29
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						

Аналіз графічного супроводу фешн-заходів дав можливість визначити найкращі практики, виділити ключові аспекти успішних конкурсів та виявити можливості для вдосконалення та унікальності конкурсу «Барви Поділля-2024». Модні конкурси стали важливою платформою для розвитку та підтримки молодих дизайнерів, кожен з яких має свій унікальний візуальний стиль, відображаючи свої цілі та ідеї. Рекламні матеріали конкурсів вражають стилізацією та оригінальністю, сприяючи впізнаваності та популяризації подій у модній індустрії. Також конкурси активно використовують онлайн-платформи, такі як Instagram та власні веб-сайти, для максимальної доступності та взаємодії з аудиторією. В умовах глобальних викликів організатори конкурсів готові до адаптації та надання підтримки учасникам, що підтверджує їхню роль у сприянні розвитку модної індустрії.

1.3 Дослідження сучасних тенденцій в дизайні айдентики та візуальної реклами

1.3.1 Аналіз сучасних тенденцій в дизайні логотипів

Логотипи, як важлива частина визначення бренду, відображають не лише ідентичність компанії, а й актуальні тенденції у графічному дизайні. Хоча тренди у логотипах постійно змінюються, вони виступають як певний каталізатор для творчості дизайнерів, допомагаючи створювати свіжі концепції для різних брендів.

Хоча кардинальні зміни у трендах логотипів не відбуваються щорічно, найкращі рішення минулих років нерідко використовуються як основа для нових тенденцій. У 2024 році тренди у світі логотипів продовжать розвиватися в напрямку, що вже визначив тенденції попередніх років. Однак з'являється ймовірність повернення до друкарської естетики в різних її проявах.

Зокрема, намічена тенденція полягає в застосуванні простих форм і геометрії у логотипах. Складні логотипні знаки, хоча і були актуальні, часто можуть бути важкими для запам'ятовування та встановлення зв'язку між назвою

									ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 33
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						

компанії та графічним елементом. Саме тому великі бренди віддають перевагу більш фундаментальним підходам.

Логотипи, побудовані на принципах геометрії, використовують такі основні форми, як трикутники, квадрати, крапки та лінії. Це створює простий, але вражаючий зовнішній вигляд. Дизайнери компенсують простоту за рахунок яскравих кольорів або високо контрастної гами. Також популярний підхід – використання чорно-білої палітри, що дозволяє довести мінімалізм до максимуму (рис. 1.33).



Рисунок 1.33 – Приклад спрощення логотипу бренду Citroen.

Ці тенденції також використовують у створенні шрифтів. Застосування простих геометричних форм в шрифтах пов'язане зі світовими тенденціями типографіки та зростаючим попитом на мінімалізм у дизайні.

Також можна виокремити тренд високих логотипів, що використовують вертикальний простір, і це обумовлено його значущістю в епоху мобільних пристроїв (рис. 1.34). Цей аспект дизайну логотипів кидає виклик у загальноприйнятні норми і підкреслює індивідуальність бренду.

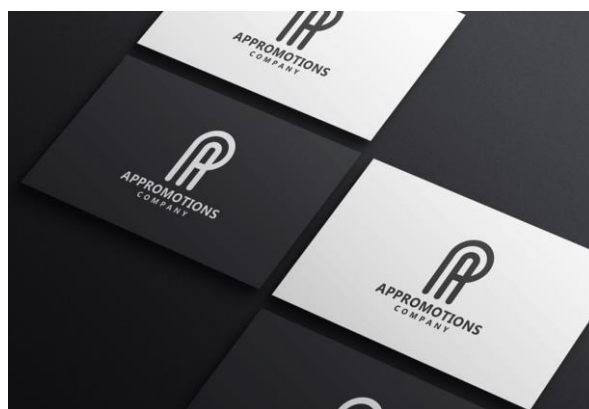


Рисунок 1.34 – Концепція логотипу AP від Undaru

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						34
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Використання високих логотипів логічно поєднується зі змінами у споживчій поведінці, зокрема з популярністю скролінгу на мобільних пристроях. Високі логотипи стають ідеальним вибором для соціальних мереж і мобільних додатків.

Основні фактори, що визначають тренди високих логотипів у 2024 році:

1) Еволюція цифрових технологій: Сучасний прогрес у цифрових технологіях диктує нові стандарти та можливості у дизайні логотипів.

2) Новий користувацький досвід: Високі логотипи відповідають вимогам нового користувацького досвіду, адаптуючись до змін у сприйнятті інформації.

3) Бажання відійти від традиційних стилів: Бренди прагнуть виділитися та відзначатися відмінністю, і високі логотипи в цьому відношенні є новаторським рішенням.

Для дизайнерів виникає завдання інтегрувати суть та індивідуальність бренду в обмежений вертикальний простір. Такий підхід спонукає до спрощення та чіткості в дизайні. Вертикальний формат логотипів також дозволяє розгортати історію бренду від верху до низу, створюючи ефективний зв'язок з аудиторією.

Використання природних візерунків та текстур у логотипах набуває популярності, особливо враховуючи збільшення уваги до екологічних питань серед споживачів (рис. 1.35).

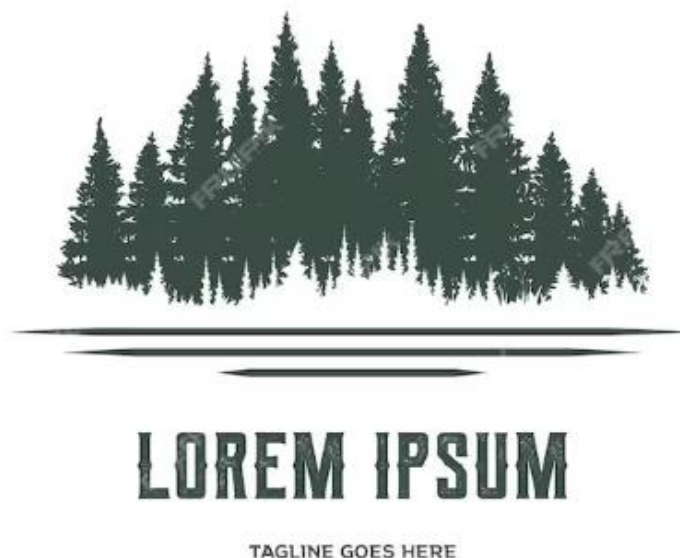


Рисунок 1.35 – Приклад логотипу з природними мотивами

									ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 35
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						

Цей тренд відображає бажання брендів підкреслити свою спрямованість на екологічні цінності та стале розвиток.

Логотипи у стилі вінтажного вордмарку отримують популярність у 2024 році. Використання шрифтів, характерних для періоду 1960-1980-х років, стає значним елементом дизайну, привертаючи увагу не лише цільової аудиторії, а й широкого кола споживачів. Цей тренд вказує на те, що вінтажна естетика стає популярною не лише серед невеликих брендів та студій, але й серед великих компаній (рис. 1.36).

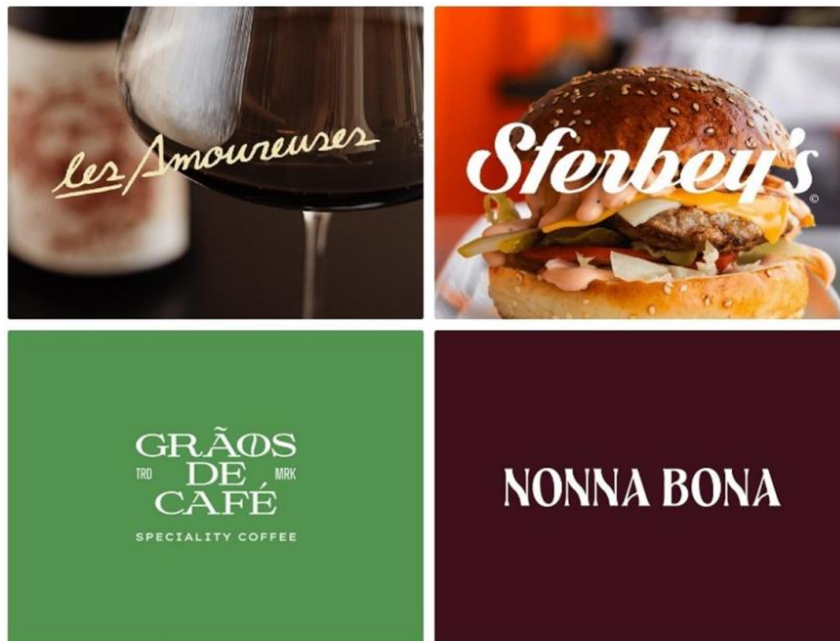


Рисунок 1.36 – Приклад вінтажної атмосфери в шрифтах великих брендів

У 2024 році це може бути вдалим вибором для дизайну логотипу, незалежно від масштабу бізнесу, займаючи визначне місце на світовому рівні.

Арт-деко, яке виникло на початку ХХ століття, визначає нові тенденції у дизайні логотипів у 2024 році. Цей стиль вражає розкішшю, геометричними візерунками та елегантними мотивами, приносячи до сучасного брендингу нотки вишуканості.

Характеристики арт-деко включають геометричні форми, складні лінії та розкішну типографіку.

Цей стиль асоціюється з елегантністю «ревучих двадцятих» та «епохи

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						36
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		



Рисунок 1.38 – Приклад впровадження символізму в логотип компанії

Реалістичні торгові знаки можуть виглядати великими та незручними для клієнтів, особливо на невеликих екранах. Спрощення чи повний перехід до мінімалізму дозволяють ефективніше використовувати простір, зберігаючи зручність сприйняття та легкість адаптації (рис. 1.39).

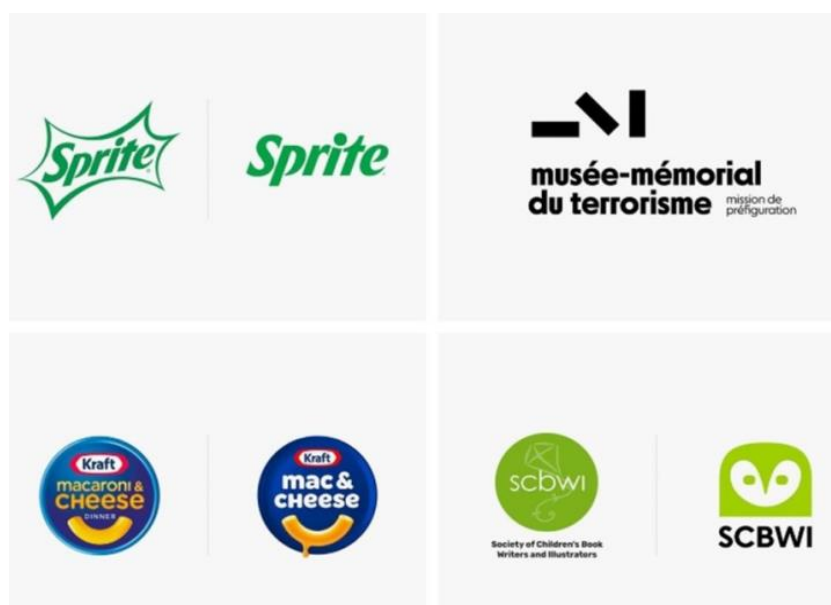


Рисунок 1.39 – Приклад спрощення логотипів на основі мінімалізму

Єдиний дизайн логотипу виглядає стильно та гнучко, а можливість поділу його на окремі частини не створює складнощів. Такі тренди у логотипах на 2024 рік не лише стосуються стилістики, а й підкреслюють зручність та практичність у використанні.

У 2024 році логотипи без зарубок стають класикою, яку легко сприймати для всієї цільової аудиторії. Цей тренд, який можна віднести до найкращих логотипів року, передбачає використання простих форм і зрозумілої типографіки для ефективного комунікування з глядачами. Експерименти з типографікою можуть не підходити всім, тому відмова від зарубок є зрозумілою та універсальною альтернативою. Цей підхід дозволяє легше читати текст, а також адаптувати логотип під різні екрани та розміри (рис. 1.40).

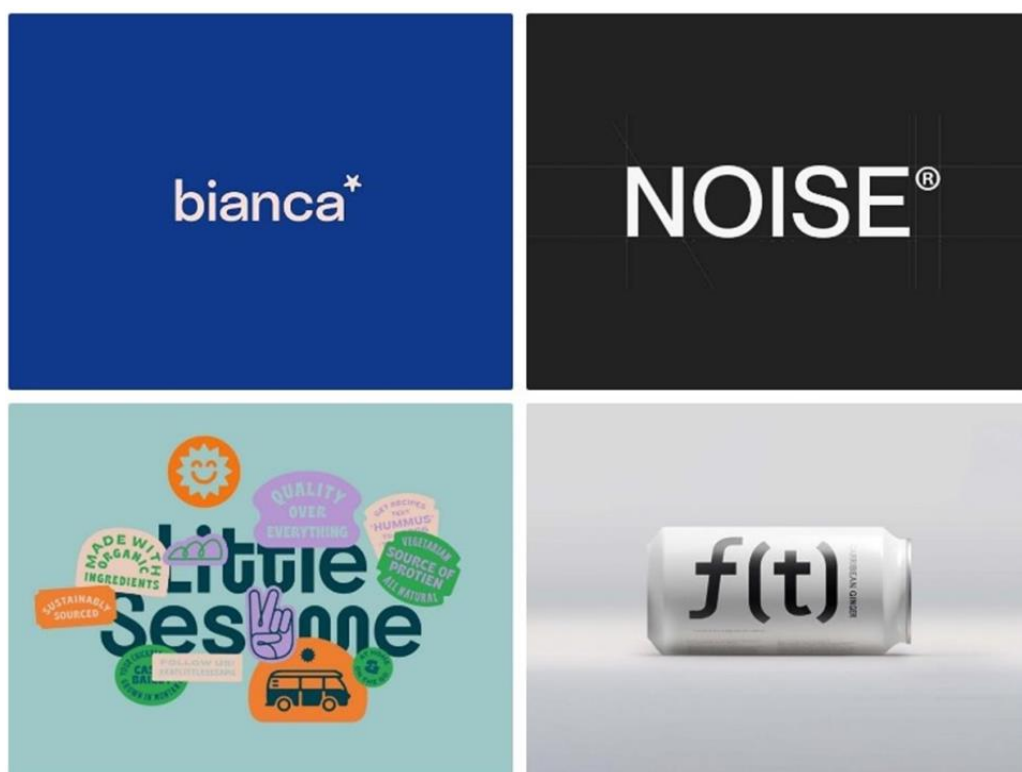


Рисунок 1.40 – Приклад логотипів з шрифтами без засічок

У порівнянні з попередніми роками, коли була популярна більш складна типографіка, у 2024 році спостерігається зворотний тренд у використанні простих, зрозумілих шрифтів без зайвих деталей. Це свідчить про стремління до класичних і зрозумілих дизайнів, які ефективно комунікують із глядачами.

У 2024 році спостерігається повернення до класичних форм логотипів, зокрема круглих та квадратних. Дизайнери все частіше вдаються до класичних форм, таких як круги та квадрати, які відзначаються своєю універсальністю і легкістю в адаптації до різних розмірів і форматів (рис. 1.41).

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 39
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

вимагає дотримуватися обмеженої палітри кольорів і невеликого вибору шрифтів.

Сміливий мінімалізм полягає у додаванні акцентів до простого і лаконічного дизайну. Цей тренд допомагає зробити дизайн-комунікацію ефективнішою. Він особливо корисний для візуального контенту, який містить велику кількість інформації. У цьому випадку дизайн може підтримувати основний меседж і допомагати аудиторії краще сприймати матеріал. Оскільки сучасний світ наповнений інформаційним, емоційним і візуальним шумом, прості, але ефективні композиції можуть виділятися і доносити ідеї більш потужно [17].

Мінімалістичні постери часто використовують для презентацій продуктів, реклами товарів, корпоративних заходів та конференцій (рис. 1.42).

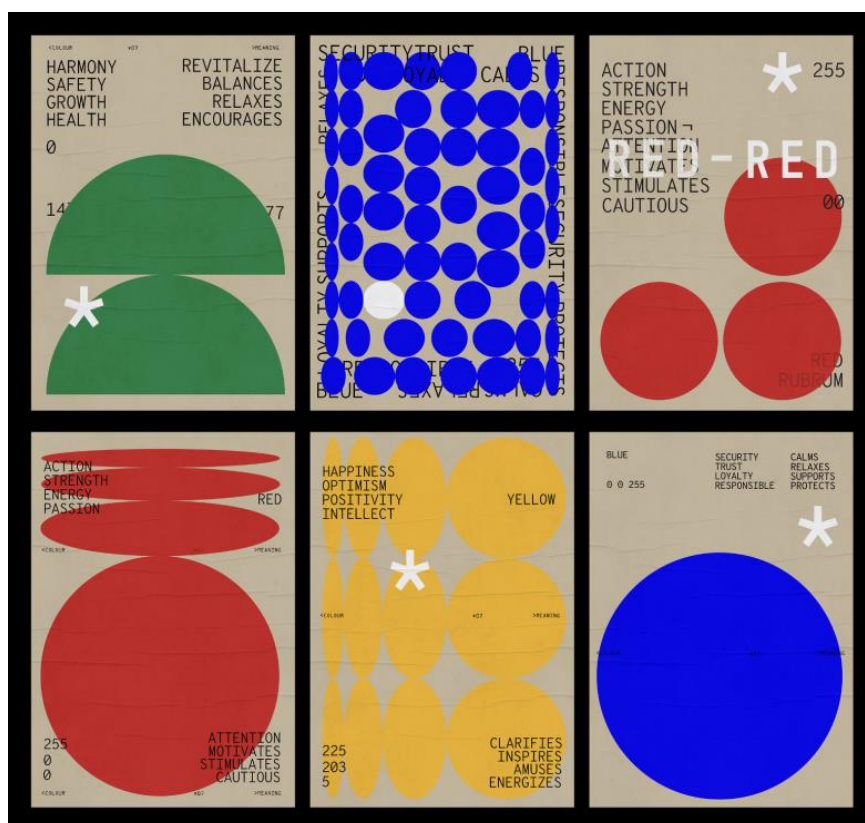


Рисунок 1.42 - Мінімалістичні постери із активною графікою

У світі дизайну існує багато правил щодо поєднання кольорів, використання шрифтів і композиції, які зазвичай розглядаються як основа створення об'єкту. В академічному підході правила композиції вважаються невід'ємною частиною процесу, що забезпечує гармонію. У промисловому дизайні чітке слідування цим

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 41
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

ставить під сумнів необхідність дотримання всіх канонів, закликаючи до експериментів. Такий підхід дозволяє створювати незвичні й сміливі візуальні образи, що не просто привертають увагу, а й залишають сильне враження завдяки своїй оригінальності.

Геометрія – один з трендів, який став особливо актуальним в останні кілька років. Цей стиль використовує форми, лінії та візерунки для створення візуально привабливих композицій. У дизайні постерів геометричні елементи допомагають створити відчуття порядку та структури [19].

Такі плакати виглядають акуратно і впорядковано. Вони підходять для просування технологічних конференцій та освітніх семінарів (рис. 1.44).

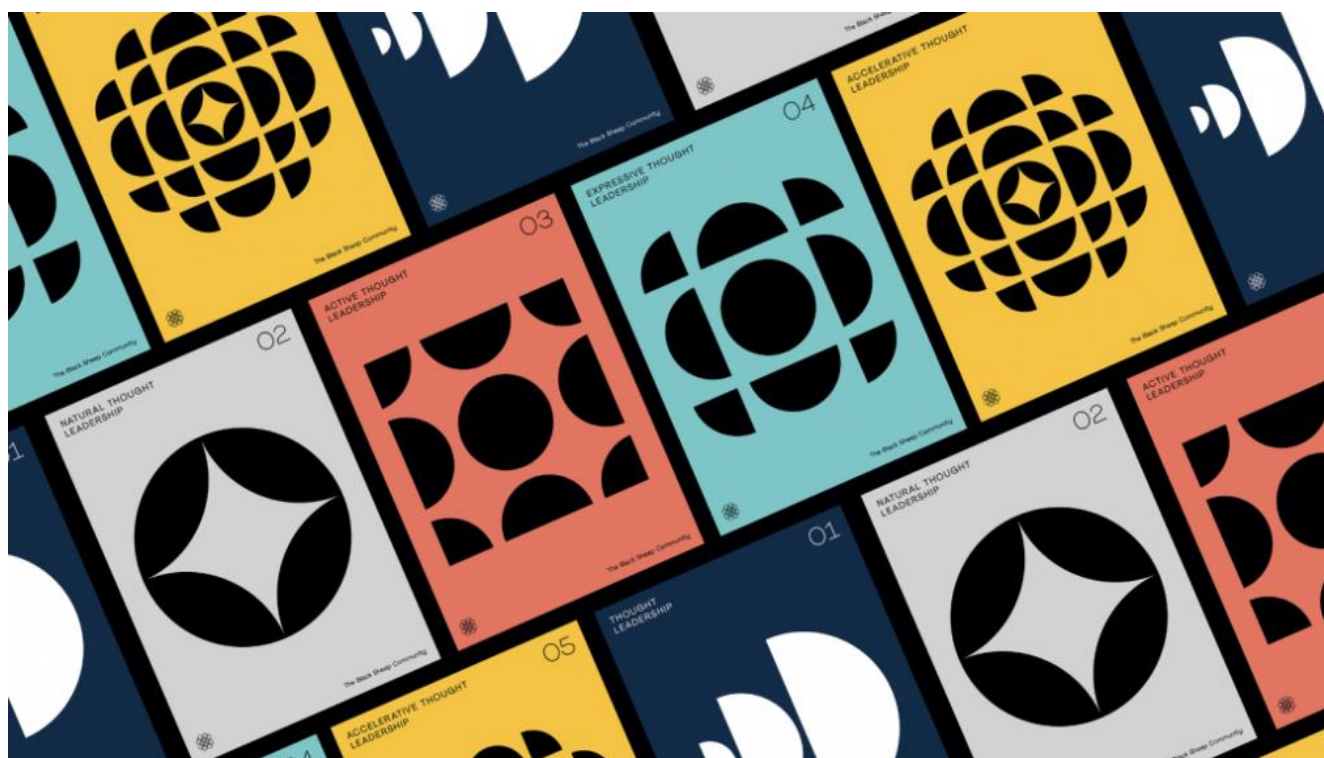


Рисунок 1.44 – Геометрія в постерах

Абстрактні градієнти, не дивлячись на свою сталість у графічному мистецтві з допоміжного елементу перетягнули на себе роль основних об'єктів у композиції, вони стали складнішими, яскравішими [20].

Абстрактні градієнтні постери часто використовують у сфері здоров'я та просування різноманітних молодіжних заходів (рис. 1.45).

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						43
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

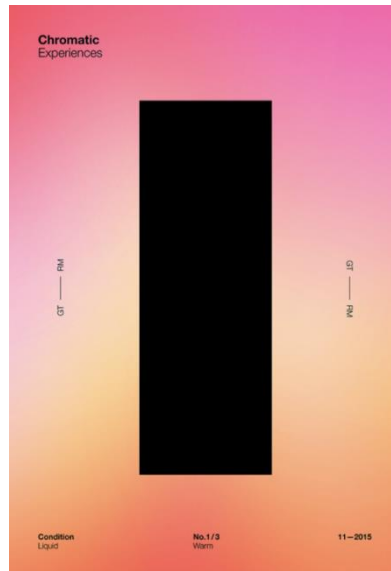


Рисунок 1.45 – Абстрактний градієнт як головний об’єкт в композиції

Пікселі є новим напрямком, що лише почав з’являтися. Однією з найцікавіших речей є те, що він одночасно ретро і футуристичний [21]. Піксельні постери можна використовувати у різних випадках, включаючи ігрові заходи та цифрові виставки (рис. 1.46).

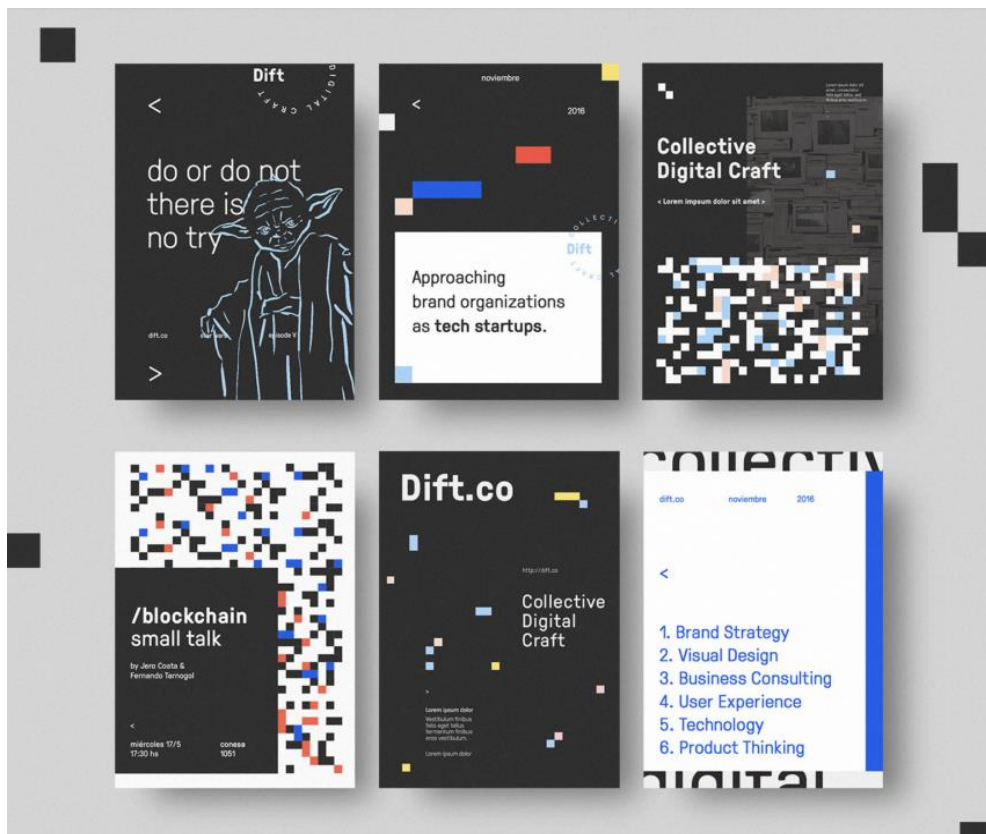


Рисунок 1.46 – Пікселі в постерах

											Арк.
											44
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

Техніка колажу – одна з найцікавіших і найбільш креативних. Вона полягає у поєднанні зображень, текстур і шрифтів для створення візуально насиченої та багатосарової композиції.

Цей стиль можна використовувати як окремий напрямок і як частину інших напрямків. Наприклад, постери у стилі «антидизайн» можуть містити елементи колажу [24]. Ще однією цікавинкою цієї техніки є те, що вона може виглядати дуже по-різному. Сьогодні можна легко знайти як колаж-постер у «ретростилі», так і колажі, які мають дуже сучасний вигляд [25].

Завдяки цьому колажі-постери можна використовувати для різних цілей. Однак найчастіше їх створюють для мистецьких та модних показів (рис. 1.49).



Рисунок 1.49 – Колаж в постері

									Арк.
									47
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата					

ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ

Постерний дизайн 2024 року охоплює широкий спектр стилів — від традиційних підходів до експериментальних напрямів, що кидають виклик класичним правилам. Окрім того між ними не має чіткого розмежування, що надає можливість використати всі доступні засоби для створення якісного матеріалу.

Модна індустрія є дуже швидкоплинною, мистецькі напрямки постійно змішуються, створюються чи відходять на задній план. Саме в цьому напрямку актуальність може втратитись за лічені місяці. Сама модна подія є швидкоплинним театральним дійством, що покликана задовільнити потребу визнання, занурення в мистецький простір, пошук однодумців.

З точки зору глядача, це те що вже не повернеться, дійство минуло. Звичайно проводитимуться і інші покази, але вони будуть іншими, викликатимуть інше емоційне задоволення. В глядачів, організаторів, учасників має бути щось що залишиться на згадку, не просто якийсь сувенір пов'язаний з самим модним будинком, що є сталим елементом, а саме приналежність до конкретного моменту. Використання фото або зображень колекцій в постерах слугує методом збереження не лише емоційного підтексту а й хронологією подій, що можна відслідкувати. Окрім того, у випадку конкурсного показу, виокремлення переможця, збереження його успіху, та оприлюднення у маси є досить вагомим засобом заохочення, адже кожен митець прагне визнання.

Використання в постері готових фото чи ілюстрацій з сучасними технологіями, автоматично означає створення колажу.

Колаж як художня техніка почав активно використовуватися на початку 20-го століття завдяки митцям, таким як Пабло Пікассо, Анрі Матісс та Жорж Брак. Термін «колаж» був введений саме ними [26]. Сьогодні цифрові технології розширили можливості цієї техніки, дозволяючи створювати складні композиції, що залучають глядача своєю оригінальністю.

Загалом колаж є досить цікавим методом створення художнього твору, й широко використовується в постерах будь яких напрямків. Колажі не рідко стають повноцінними арт-об'єктами та мають величезний попит у колекціонерів,

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						48
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Збірка матеріалів додатково допомогла провести загальний аналіз кольорів. Звичайно кольорова гама постерів підбирається з урахуванням стилю конкретного конкурсу, модного будинку або представленої колекції, що відображає їхню унікальну естетику та концепцію. Однак, отримані результати аналізу можуть слугувати орієнтиром при створенні майбутніх постерів, допомагаючи обирати кольорову палітру, яка підсилить загальний ефект та приверне увагу глядачів. Використання таких даних дозволяє збалансувати індивідуальний підхід із трендами, що забезпечує гармонію між традиціями та інноваціями в оформленні.

1.4 Розробка і обґрунтування концепції рекламно-інформаційних матеріалів конкурсу «Барви Поділля - 2024»

Створення концепції оформлення рекламно-інформаційних матеріалів для конкурсу «Барви Поділля» має вирішальне значення для формування ідентичності події та досягнення її цілей. Цей процес передбачає аналіз та визначення очікуваних результатів у соціальному, культурному та технологічному аспектах.

Концептуальний дизайн включає створення ідеї, що відображає сутність проекту та формується на основі тематичної основи. Він є важливою передумовою для подальшої роботи, визначаючи якісні та кількісні характеристики майбутнього об'єкта [37].

Фірмовий стиль є основою айдентики конкурсу, об'єднуючи елементи, такі як логотипи, шрифти та кольорова гама. Він створює візуальну мову, що передає цінності конкурсу та полегшує його пізнаваність. Логотип є центральним елементом фірмового стилю і може включати текстові, графічні або комбіновані елементи, що сприяють запам'ятовуванню бренду та формуванню позитивного іміджу.

Конкурс «Барви Поділля» є цікавим майданчиком для творчості, оскільки має таку особливість, як щорічна зміна логотипу та айдентики. По суті, незмінною залишається лише назва конкурсу.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						50
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Цей підхід має як переваги, так і недоліки.

До переваг належить можливість для дизайнерів постійно практикуватися в реальному робочому середовищі, забезпечуючи актуальність логотипу та оформлення відповідно до сучасних трендів. Матеріали, адаптовані під конкретну колекцію переможця, створюють гармонійне поєднання, що підвищує ефективність візуального представлення. Проте головним недоліком є те, що часта зміна логотипу знижує впізнаваність конкурсу, що ускладнює проведення ефективної рекламної кампанії.

У 2022 р. студентка кафедри дизайну Хмельницького національного університету Борисова Інна розробила логотип комбінованого типу (рис. 1.51), який відзначається чіткими геометричними формами з етно-історичним контекстом, що вдало поєднується зі стилістикою конкурсу. Контрастна кольорова гамма дозволяє легко підбирати фон і виглядає ефектно.



Рисунок 1.51 - Логотип конкурсу, створений у 2022 р. Борисовою Інною

Оскільки часта зміна логотипу негативно впливає на імідж конкурсу, організаторам було запропоновано зберегти наявний логотип без змін і оновити лише текстову частину. Вибраний раніше шрифт, на жаль, втратив свою актуальність і виглядає занадто конструктивно.

У співпраці з організаторами було підібрано сучасний і легший для сприйняття шрифт *Artega Sans Extended Bold*. Цей шрифт є частиною сімейства *Artega Sans*, створеного студією *Artega*, і відзначається геометричним дизайном, високою читабельністю та естетичною привабливістю.

Розширена версія *Extended Bold* має ширшу пропорцію, що робить текст

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						51
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

1.5 Вибір та обґрунтування вихідних даних до проєктування айдентики та графічного рекламно-інформаційного супроводу конкурсу

1.5.1 Вибір та характеристика елементів айдентики і супроводу

Вибір та характеристика типу дизайн-об'єктів є важливим етапом для проєктування фірмового стилю. Першим етапом є визначення для кого створюється дизайн, адже фірмовий стиль конкурсу «Барви Поділля-2024» має відповідати потребам та інтересам цільової аудиторії.

Згідно Положення конкурсу «Барви Поділля», можливість брати участь у конкурсі надається здобувачам та молодим вченим закладів вищої освіти, учням коледжів, професійно-технічних закладів освіти, учням мистецьких шкіл та представникам інших культурно-освітніх закладів [38]. Крім того, конкурс відкриває можливість для участі дизайнерів, які закінчили навчання не більше, ніж два роки від року проведення конкурсу. Такий підхід спрямований на залучення молодих креативних учасників, що проявляють інтерес до моди.

Основним завданням є розробка концептуального дизайну для графічного супроводу конкурсу «Барви Поділля-2024». Супровід конкурсу має відповідати сучасним тенденціям та відображати очікування аудиторії. Важливо, щоб елементи фірмового стилю дозволяли ефективно втілювати дизайн рекламної та сувенірної продукції, що включає в себе різноманітну продукцію, що охоплює різні аспекти події зокрема, бейджики для організаторів, журі, манекенниць і учасників конкурсу, банер з афішею заходу, бренд-вол, дипломи для учасників і переможців, а також запрошення на участь в події.

Окрім цього, для ефективної реклами в соціальних мережах та в Інтернеті, важливо розробити банери для дописів, слайди для презентацій та фон для онлайн-конференцій.

Враховуючи сучасні тенденції та відповідальне ставлення до споживання, можна визначити такі актуальні елементи сувенірної продукції для конкурсу «Барви Поділля-2024»:

1) Блокноти: функціональні та стильні блокноти можуть служити

											ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 55
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата								

відмінними подарунками для учасників, журі та інших учасників події, їх можна додатково використовувати для фіксації ідей та малюнків;

2) Чохли для одягу: практичний сувенір, який може мати додаткові переваги; це ефективний спосіб рекламувати конкурс та підвищити його пізнаваність. Одяг, який вже знаходиться в чохлі, може не потребувати додаткового пакування, що спрощує процес та зменшує використання пластикових матеріалів. Такий сувенір служитиме практичною метою та в той же час буде важливим рекламним інструментом для конкурсу «Барви Поділля-2024»;

3) Шопери та еко-сумки, як сучасний та екологічно дружній елемент сувенірної продукції, не лише підтримують важливий тренд у відмові від одноразового пластику, але також виступають як стильний аксесуар та носій символіки конкурсу «Барви Поділля-2024». Окрім того, вони відповідають практичним потребам учасників, які можуть використовувати їх для зберігання видаткових матеріалів, аксесуарів, доповнень та косметики. Брендovanі тканинні сумки додають функціональність та практичність до сувенірної продукції, створюючи при цьому позитивний екологічний вплив;

4) Футболки: використання брендovаних футболок також досить ефективний метод реклами, що також виконує роль сувеніра.

Отже, розробка фірмового стилю конкурсу «Барви Поділля» буде комплексним завданням, яке включатиме розробку різноманітних елементів для створення цілісного та пізнаваного образу конкурсу.

Усі ці компоненти повинні взаємодіяти між собою для створення єдиної концепції, яка буде відображати дух та характер конкурсу «Барви Поділля».

1.5.2 Загальні вимоги до проектування елементів айдентики і супроводу

Розробка айдентики конкурсу «Барви Поділля» базується на ключових вимогах, спрямованих на створення пізнаваного, привабливого та функціонального образу заходу.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						56
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

- Матеріали для соціальних мереж у форматах, відповідних вимогам платформ (1:1 для постів).

5. Сувенірна продукція:

- Блокноти
- Сумки-шопери
- Футболки
- Чохли для одягу

Продукція, що створює позитивний імідж конкурсу та залишає приємний спогад у учасників.

6. Матеріали:

- Папір: крейдований для афіш (150-200 г/м²), дипломів (200-250 г/м²), матовий або глянцевиий для запрошень (250-300 г/м²).

- Тканина: бавовна для футболок (100% або 50/50 з поліестером), щільна полотняна тканина для шоперів (не менше 240 г/м²).

- Банерний матеріал: ПВХ 440 г/м² для брендволу.

7. Колірна модель:

- СМΥК для друкованої продукції, що гарантує коректну передачу кольорів у процесі друку.

- RGB для електронних матеріалів, що забезпечує оптимальне відображення на екранах.

- Перевірка макетів на правильність розмірів, кольорової моделі, припусків і роздільної здатності (300 dpi).

- Колірні корекції для відповідності затвердженій палітрі.

- Ламінування (матове або глянцеве) для запрошень і дипломів.

- Шовкотрафаретний друк або термоперенесення для сувенірної продукції.

Вихідні дані визначають основні вимоги до проєктування графічних елементів, забезпечуючи єдність стилю, естетику та функціональність. Вони дозволяють створити сучасний, конкурентоспроможний продукт, що відповідає потребам цільової аудиторії й сприяє популяризації конкурсу.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						59
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

2 ТВОРЧА РОЗРОБКА ІДЕЙ РЕКЛАМНОЇ ТА СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ КОНКУРСУ

2.1 Розробка ескізів варіантів ідей, їх загальна характеристика

Колекція «Привиди минулого» авторства Колібан Валерії була обрана переможцем в номінації «Власний погляд». Її згідно обговорення з організаторами конкурсу двох варіантів концепції дизайну майбутнього графічного стилю, прийнято рішення що саме ця колекція повинна представляти конкурс в 2024 році.

Автор колекції представляє свою концепцію як натхненну культурою народності Кукутені Трипілля, яка зникла, залишивши по собі автентичний відбиток своїх традицій.

Її справді поглянувши на колекцію можна побачити тканні вишиті візерунки що надзвичайно схожі до тих що використані на виробах цієї культури, поєднання матеріалів створюють об'ємні форми що притаманні.

Назва колекції також вдало підкреслює її значення й дає підказки в роботі з подальшими рекламними матеріалами, адже цієї народності більше не існує, але відбиток їх культури залишися на теренах свого простору й в більшій мірі переплівся з народностями частини європейського континенту.

«Привиди минулого», вже як цілісний образ який необхідно лише доповнити. Вихідні дані для створення рекламних матеріалів можуть бути побудовані на основі візуальних і текстильних елементів колекції, що відображають її унікальність. Певна містифікація підкреслить таємничість й дозволить краще відобразити ідею колекції, легкі прозорі шари, туманні фони та м'які переходи кольору, що підтримають атмосферу.

Для побудови основної ідеї постеру використано матеріали колекції, логотип конкурсу, надпис – відбір. Додаткові елементи, такі як лого спонсорів, дата проведення чи QR-код, на цьому етапі не використовувались.

Результати розробки різних варіантів дизайну і композиції рекламних постерів конкурсу представлено на рисунку 2.1.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						60
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

2.2 Розробка, порівняльний аналіз ескізів-пропозицій елементів айдентики і графічного супроводу конкурсу та вибір провідного варіанту

Варіації постерів були винесені на обговорення, за результатами якого було прийнято рішення об'єднати кілька варіантів в одну цілісну композицію, з урахуванням усіх необхідних елементів: логотипу, етапу конкурсу, QR-коду, логотипів спонсорів, дати проведення та посилання на соціальні мережі. Зважаючи на значний обсяг текстової інформації, було обрано пірамідальну структуру розміщення елементів, на вершині якої розташований логотип конкурсу. Така структура забезпечує логічну послідовність сприйняття та дозволяє виділити основні інформаційні блоки. Інформаційний блок постеру та заставок на слайди представлені на рисунку 2.2.



Рисунок 2.2 – Інформаційні блоки:

- а) рекламного постера фіналу конкурсу;
- б) заставок на слайди з презентаціями робіт конкурсу

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 62
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

Кожен з представлених варіантів має незмінну композиційну структуру, відмінними є лише фонові зображення та інтенсивність елементів туману. Проте кожен з представлених варіантів кардинально відрізняється за сприйняттям:

Перший варіант постеру (рис. 2.3 а): використання фонового зображення грозового неба створює відчуття відстороненості й загадковості, додаючи постеру містичної атмосфери. Поєднання насичених темних та світлих елементів підсилюють кольорову гаму самої колекції створюючи з нею цілісний образ. Зображення колекції виходить на передній план, логотип конкурсу в даному випадку втрачається на загальному тлі.

Другий варіант постеру (рис. 2.3 б): використання каменю як фону додає емоційного контексту, чогось сталого стабільного, міцного, як за кам'яною стіною. Грубі текстури каменю підкреслюють силу та витонченість колекції. Такий фон створює відчуття монументальності, що може асоціюватися з історичним минулим та стійкістю. Але водночас підкреслює якусь не значущість всього на фоні, перетягуючи всю увагу на себе.

Третій варіант постеру (рис. 2.3 в): легкий, майже прозорий туман на фоні світло-сірих градієнтних переходів надає постеру мінімалістичного вигляду. Такий підхід допомагає зосередити увагу на центральних елементах. Цей варіант підходить для створення витонченої композиції, яка акцентує увагу на деталях колекції та виводить інформаційний блок на передній план.

Четвертий варіант постеру (рис. 2.3 г): – скелясті пейзажі на світлому тлі створюють атмосферу стійкості та одночасно вільного, необмеженого простору. Гострі вершини та їх структура природним чином підкреслюють деталі колекції, додаючи їй візуальної динаміки та витонченості. Такий фон відступає на другий план, що дозволяє зробити акцент саме на текстових елементах постера. Завдяки поєднанню світлого фону та скелястих мотивів, створюється ілюзія єдиної картини, на якій хмара повільно опускається на кам'яні вершини. Це додає глибини композиції, а також сприяє плавному переходу від заднього плану до переднього, де зображення колекції наче виринає повз кам'яні вершини, підсилюючи контраст і забезпечуючи гармонійне поєднання всіх елементів.

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 64
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

П'ятий варіант постеру (рис. 2.3 д): фон із зображенням лісового пейзажу додає постеру природної свіжості та візуальної глибини. Зелені відтінки й м'які текстури створюють приємний контраст із більш строгими елементами колекції. Однак колекція на такому фоні може виглядає відстороненою, що не забезпечує достатнього акценту на її головних елементах. Велика кількість графічних і текстових деталей у поєднанні з багат шаровим лісовим фоном призводить до візуальної перевантаженості, через що увага до колекції та логотипу може втрачатися.

Кожен із розглянутих фонових варіантів несе в собі унікальний емоційний контекст, впливаючи на загальне сприйняття.

Під час обговорення організатори конкурсу схилились до варіанту - В. Він акцентує увагу на головних елементах постера, зокрема логотипі та текстовому блоці, водночас гармонійно інтегруючи зображення колекції. Ретельний підбір фону, доповнений стилізованими елементами туману, допомагає досягти бажаного балансу, створюючи цілісну композицію, що передає як естетику колекції, так і основне повідомлення.

2.3 Розробка сувенірної та рекламної продукції

Оскільки конкурс отримав сталий логотип, розробка брендваної продукції може мати більш ширший спектр матеріалів. Тривале використання єдиного фірмового стилю дозволяє зберегти впізнаваність конкурсу та створити цілісний візуальний образ, що забезпечить підтримку іміджу. Кожен предмет сувенірної та рекламної продукції розробляється з урахуванням концепції. Дизайн має поєднувати естетику, практичність і відповідність загальній стилістиці, уособлюючи єдність усіх елементів.

Традиційним методом реклами для конкурсних заходів є постери (рис. 2.4). Їх розміщують на дошках оголошень, у приміщеннях та на зовнішніх носіях, що є доволі ефективним способом донесення інформації до широкої аудиторії.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						65
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Задля зручної комунікації між учасниками та організаторами, розроблено два види бейджів (рис. 2.8).

Візуальна відмінність дозволить швидко орієнтуватись у натовпі у разі термінових питань, і дозволить звернутись за потреби не до конкретної особи, а до будь кого з бейджем організатора чи журі.



Рисунок 2.8 – Бейджі учасників та журі конкурсу

У заході присутні звичні відзнаки за перше, друге та третє місце у номінації, також присутня найвища відзнака Гран-прі, та загальна відзнака за участь у конкурсі. Задля розділення, створено дипломи двох орієнтацій: сертифікат учасника має горизонтальний формат, диплом переможця – вертикальний.

Для учасників що отримали призові місця розроблено дипломи традиційної, вертикальної орієнтації з позначкою зайнятого місця (рис. 2.9).

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						68
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		



Рисунок 2.12 – Брендovanі чоxли для одягу



Рисунок 2.13 – Брендovanі еко-сумки

Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата

ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ

Арк.

71



Рисунок 2.14 – Брендівані футболки



Рисунок 2.15 – Брендіваний блокнот

						ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 72
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата			

Розробка сувенірної та рекламної продукції є важливим етапом у створенні цілісного візуального образу конкурсу «Барви Поділля». Використання сталого логотипу та єдиного фірмового стилю сприяє підвищенню впізнаваності й формуванню іміджу конкурсу. Кожен елемент, від постерів до сувенірів, розроблено з урахуванням естетичних і практичних вимог, що забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією. Такі рішення, як брендovanі аксесуари та рекламні носії, не лише підкреслюють статус події, але й дозволяють продовжити її вплив після завершення заходу.

2.4 Композиційний аналіз гармонійності розробленого художнього проекту

Для аналізу гармонійності розробленого художнього проекту обрано постер, створений для конкурсу «Барви Поділля». Аналіз виконано за кількома ключовими принципами композиції, які забезпечують цілісність, естетику та ефективне сприйняття візуального матеріалу: принцип золотого перетину, правило третин та динамічна композиція на основі трикутника (рис. 2.15).

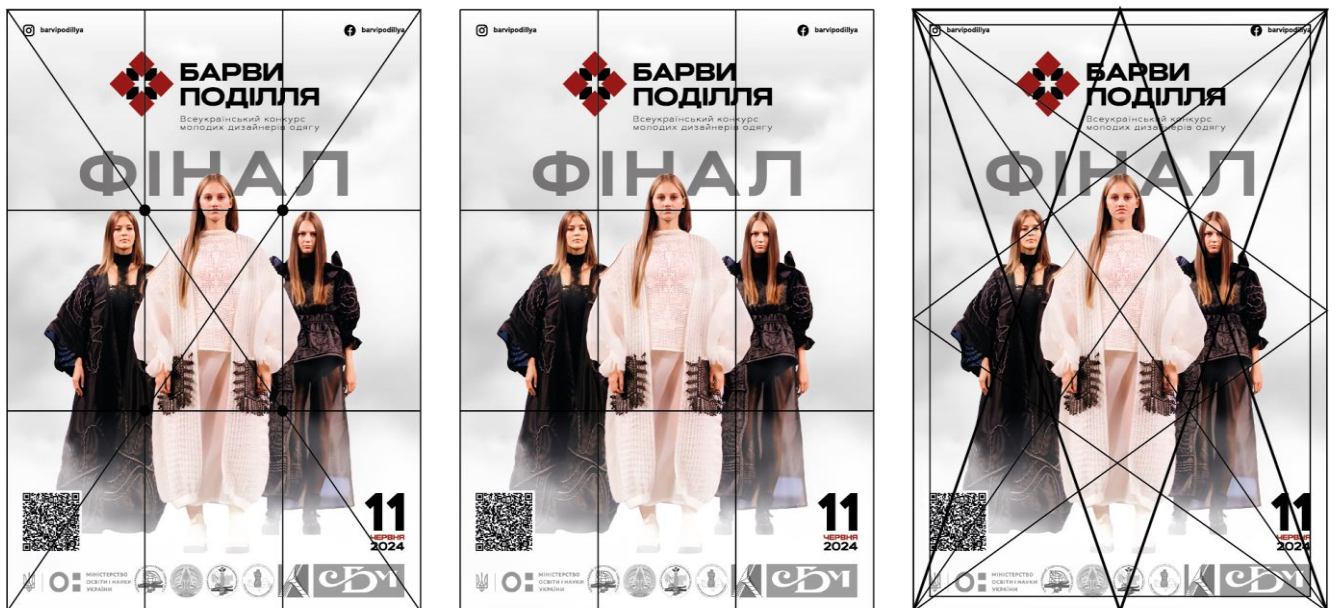


Рисунок 2.15 – Перевірка гармонічності побудови композиції постера

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 73
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

Аналіз композиції і будови постера за принципом «золотого перетину» [28].

Принцип «золотого перетину» використовується для гармонійного розташування елементів постера. Згідно з цим методом, основні композиційні елементи розміщені на пропорційних точках перетину, що забезпечує природне сприйняття композиції [41].

Логотип конкурсу розташовано у верхній частині, наближеній до однієї з точок золотого перетину, що акцентує увагу глядача.

Головний візуальний елемент — центральна трійка моделей із колекції — займає позицію в зоні найбільшої глядацької уваги.

Текстові блоки, включаючи дату та QR-код, вирівняні так, щоб не порушувати балансу та підтримувати загальну композиційну структуру.

Аналіз за правилом третин [42].

Правило третин, яке передбачає поділ простору на дев'ять рівних частин за допомогою двох горизонтальних і двох вертикальних ліній, застосовано для організації постера.

Центральна частина постера, де розташовано основні зображення, припадає на перехрестя ліній, що посилює увагу до ключових елементів.

Текстові блоки з інформацією про конкурс розташовані уздовж верхньої та нижньої горизонтальних ліній, забезпечуючи логічний напрямок погляду від основного зображення до деталей.

Вільний простір використано для балансування композиції та підсилення акцентів.

Аналіз динамічної композиції за принципом трикутника [43].

Динамічна композиція базується на принципі трикутника, де три ключові елементи утворюють візуальний баланс.

Основний трикутник утворюють логотип конкурсу у верхній частині та два акцентні текстові блоки в нижній частині. Така побудова спрямовує увагу глядача з вершини до бази.

Додатковий трикутник формується між центральною фігурою моделі та текстовими блоками зліва і справа, додаючи композиції динаміки та витонченості.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						74
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Діагональні напрямки, що утворюються трикутником, сприяють руху погляду глядача по всій площині постера.

Додатково проведено аналіз за схемою створення композиційної гармонії, що представлено на рисунку 2.16, де червоним кольором позначені головні елементи, а чорним контуром – другорядні.

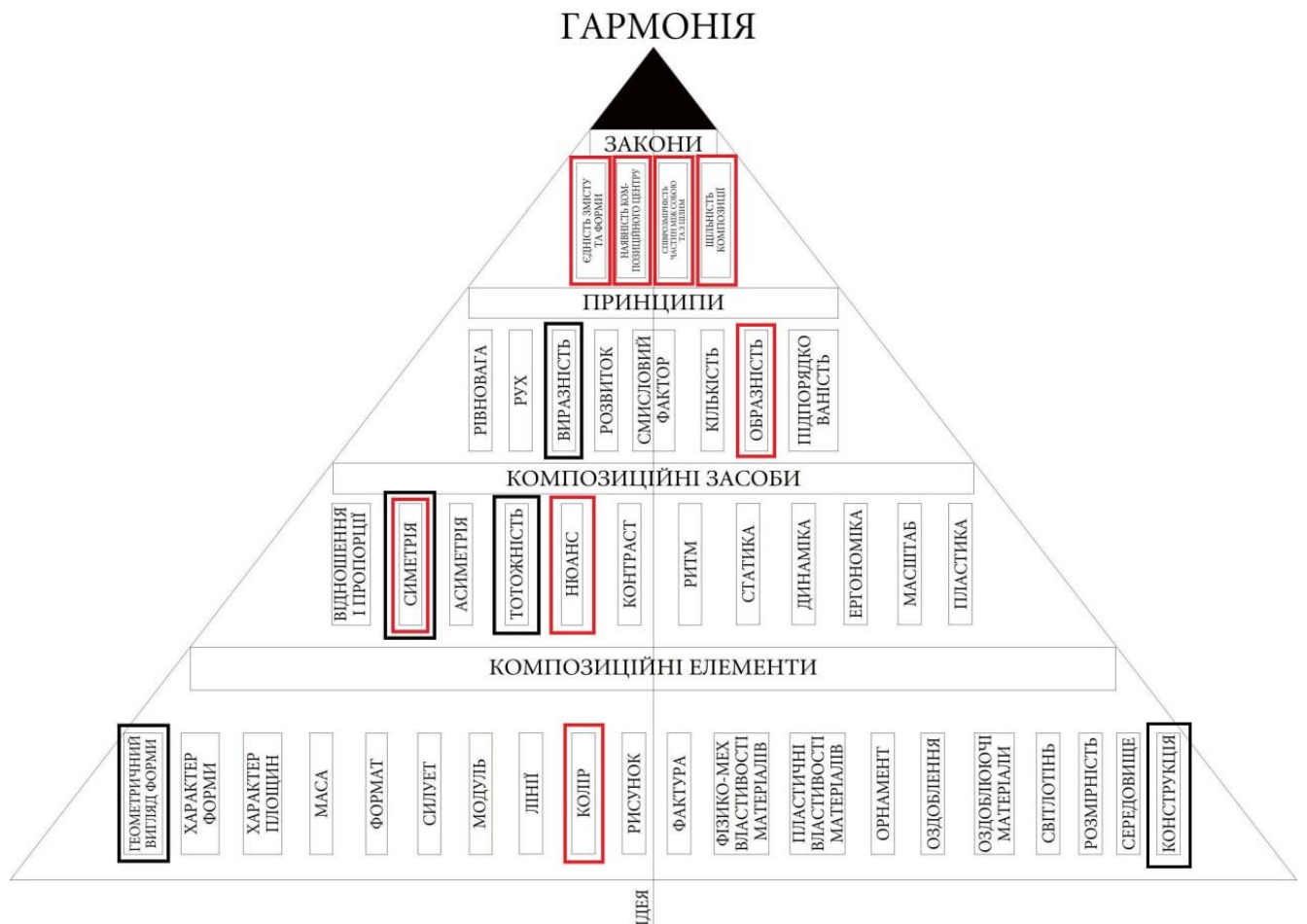


Рисунок 2.16 – Схема створення композиційної гармонії

Визначено що головним композиційним елементом постера є колір. Використання контрасту між світлим тлом і яскравими акцентами створює виразний образ, підсилюючи загальну естетику.

Другорядними елементами є геометричний вигляд форм і конструкція, які забезпечують чітку структуру й логічність розташування.

Основними композиційними засобами є симетрія, що додає рівноваги, і нюанс, який акцентує увагу на деталях через кольорові переходи. Другорядними

засобами виступають тотожність елементів, що повторюються, і баланс кольорів та форм.

Принципи композиції базуються на образності як основному, підкреслюючи фешн-естетику конкурсу, та виразності, що сприяє чіткій передачі інформації.

Композиція постера підпорядковується основним законам дизайну:

- Єдність змісту та форми, що забезпечує гармонію візуальної та текстової частин.
- Наявність композиційного центру, акцентованого на головному візуальному елементі.
- Співрозмірність частин між собою та з цілим, яка підтримує гармонійність усіх елементів.
- Щільність композиції, що забезпечує чіткість і логічність подання матеріалу.

Проведений композиційний аналіз підтвердив гармонійність та збалансованість розробленого постера для конкурсу «Барви Поділля». Постер відповідає основним принципам і законам дизайну, забезпечуючи естетику, ефективно сприйняття й логічність побудови.

Використання принципів «золотого перетину», правила третин і динамічної композиції на основі трикутника забезпечило природний рух погляду глядача та акцентування уваги на ключових елементах. Додатковий аналіз за схемою створення композиційної гармонії підтвердив правильне поєднання кольорів, форм та симетрії, що підсилює виразність і створює цілісний візуальний образ.

Таким чином, постер є не лише гармонійним з точки зору дизайну, а й ефективним інструментом комунікації.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						76
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		



а)



б)

Рисунок 3.1 – Розміри постеру:

а) формату А 3; б) формату А 2

Для друку паперової частини бейджів обрано стандартні розміри, 90x60 мм – для учасників, 100x70 мм – для організаторів. Кріплення за рахунок одного круглого отвору 5 мм під карабін (рис. 3.3.).



Рисунок 3.3 – Розміри паперової частини бейджів

Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата

ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ

Арк.
78

Зважаючи на невелику кількість необхідних друкованих примірників запрошень, для оптимізації витрат обрано стандартний формат 148x105 мм що відповідає формату А6 (рис. 3.6). Такий розмір є компактним, зручним для розсилки та зберігання, а також не потребує додаткових витрат на виготовлення.



Рисунок 3.6 – Розміри запрошення на конкурс

Для блокнотів обрано стандартний формат А5, який є найпоширенішим та найбільш зручним для такого типу продукції, залишаючись компактним і зручним для щоденного використання. Розміри макету обкладинки блокнота представлено на рисунку 3.7.



Рисунок 3.7 – Розміри обкладинки блокнота

						ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 80
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата			

додаткової корекції. Для забезпечення гармонійного вигляду на футболках різних розмірів було підбрано універсальні параметри друку.

Для логознаку, розташованого на спинці виробу, обрано розмір 250x250 мм, а для повного логотипу, розміщеного на рукавах, розмір 120x36 мм (рис. 3.8).

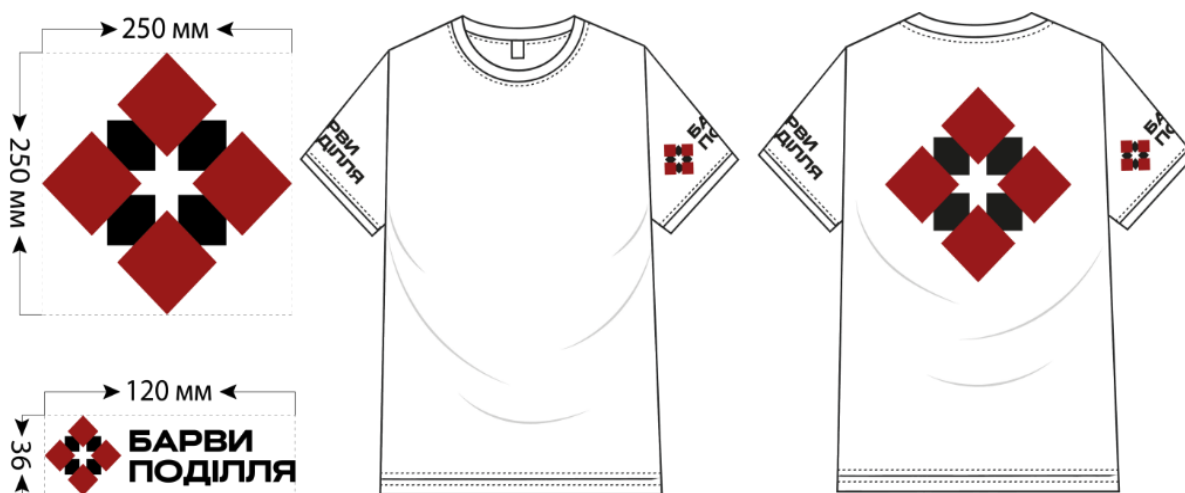


Рисунок 3.8 – Розміри елементів друку на футболках

Шопери мають широку розмірну сітку, однак найчастіше в продажах використовується розмір 350x410 мм. Саме цей розмір було обрано за основу. Відповідно до нього кутові елементи мають розмір 150x150 мм, а центральний елемент — логотип конкурсу — має розмір 250x76 мм. Деталі дизайну та розміщення елементів представлено на рисунку 3.9.



Рисунок 3.9 – Розміри шопера та розміри елементів друку на ньому

									ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 82
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата						

Для брендволу обрано розмір 4000 x 3000 мм, який є максимальним, що може бути закріплений на стандартному каркасі, забезпечуючи стійкість і зручність у монтажі. Для підгину полотна додається по 50 мм з кожного боку, тому загальний розмір банерного полотна становить 4100 x 3100 мм.

Для закріплення використовуються люверси, розташовані по периметру банера з підворотом. Діаметр люверсів становить 10 мм, а крок між ними — 300 мм, що відповідає стандартним технічним вимогам. На рисунку 3.10 наведено детальні розміри полотна з урахуванням припусків, а також схему розташування люверсів.

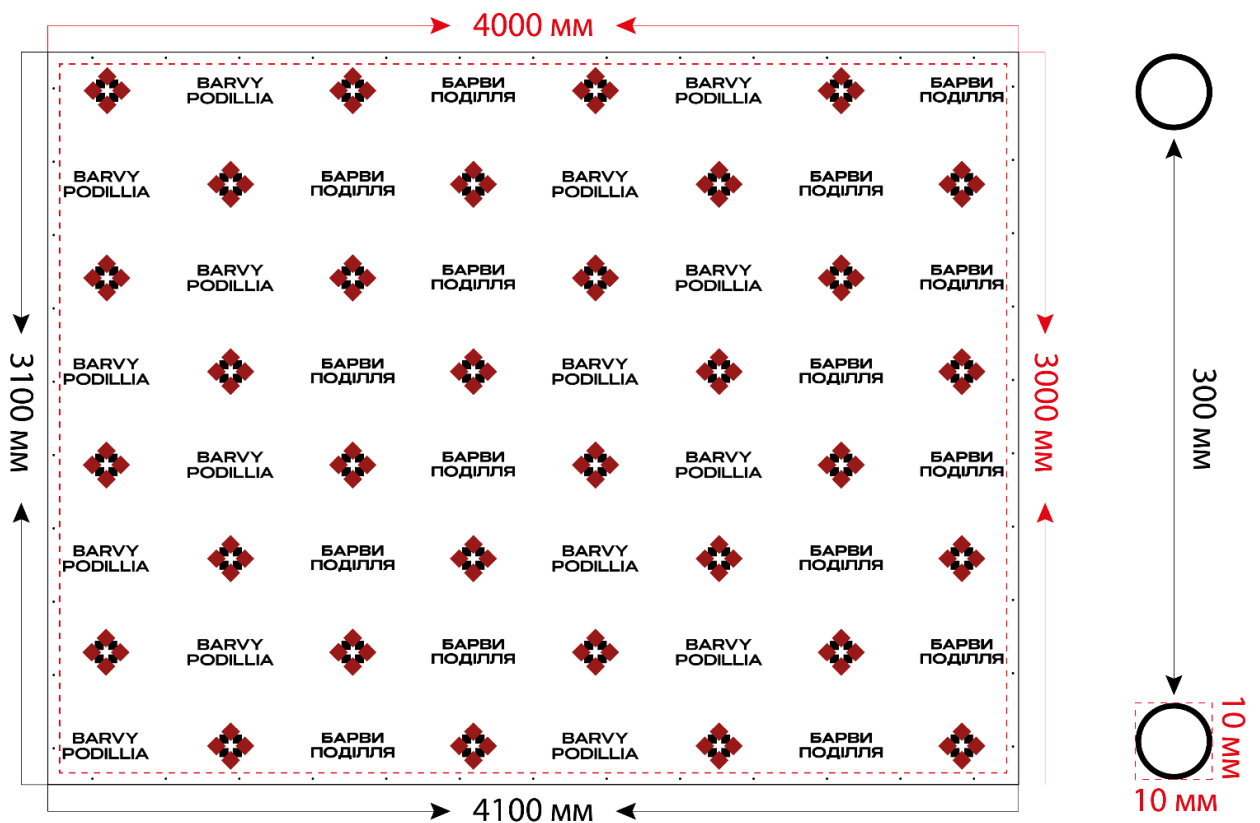


Рисунок 3.10 – Розміри бренд волу з позначенням місць для люверсів

Продукція, що використовуватиметься виключно в електронному форматі, також розробляється з урахуванням стандартних розмірів, які відповідають вимогам презентацій та онлайн-конференцій. Для слайдів онлайн-презентацій стандартне співвідношення сторін 16:9, яке є оптимальним для демонстрації на екранах. Публікації для соціальних мереж створюються у форматі із

співвідношенням сторін 1:1, що забезпечує коректне відображення на платформах.

Розробка конструкцій проєктованих виробів та вибір оптимальних розмірів дозволяють досягти високої якості друкованої та електронної продукції, а також сприяють популяризації бренду конкурсу.

3.2 Вибір і характеристика технологічних рішень та пакету матеріалів

Вибір технологічних рішень є важливим етапом у розробці рекламно-інформаційних матеріалів. Від правильного підбору технологій залежить якість продукції, її довговічність, ефективність у комунікації з аудиторією.

Вибір технології друку визначається цілями проєкту, матеріалами, що використовуються, бюджетом, а також типом продукції.

Оскільки рекламні матеріали конкурсу, такі як рекламні постери, грамоти, не потребують великого тиражу, а його фінансування проводиться за рахунок спонсорів та університету й має певні обмеження, оптимальним варіантом стане цифровий друк.

Будь-який спосіб нанесення зображення на поверхню має сильні і слабкі боки. Те ж - і з електронно-цифровим друком, до переваг якого можна віднести:

- Оперативність - висока швидкість друку в хорошій якості, швидко отримати пробний зразок, і внести, в разі чого, зміни;
- Невисока вартість - не потрібно виготовляти друковані форми, а витратні матеріали для цифрового друку коштують недорого;
- Зображення наносяться практично на будь-яку поверхню (крім окремих видів паперу) [44].

Для друку сертифікатів та дипломів, зазвичай використовується крейдований картон щільністю 300-350 г/м².

Крейдований картон виготовляється за допомогою додавання целюлози, а на його поверхню наноситься спеціальна крейдована паста, що надає паперу гладку і

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						84
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

блискучу поверхню, і добре передає колір. Його гладка біла поверхня забезпечує високу якість друку і надає готовій продукції привабливий зовнішній вигляд [45]. Відповідно до стандартів поліграфії, для постерів рекомендується використовувати високоякісний папір з щільністю 150 г/м². Це забезпечить високу якість друку та дозволить отримати яскраві та чіткі зображення на поверхні постерів.

Для виготовлення бренд-волу використовують технологію широкоформатного екосольвентного друку з роздільною здатністю 1400 dpi, в рекомендаціях зазначено що для продукції такого типу варто застосовувати матеріал литого банера 440 г/м²

Екосольвент – це екологічний сольвент, який немає неприємного запаху. Продукція, надрукована на екосольвентному принтері може використовуватися як для зовнішньої, так і для внутрішньої реклами. Широкоформатний друк на основі екосольвентних чорнил завдяки малій крапці друку дає можливість якісно відтворювати дрібні деталі, символи та знаки [46].

Для друку блокнотів, зазвичай використовують різні матеріали та техніки для створення високоякісного та зручного продукту. В даному випадку раціональним буде використати техніку цифрового друку.

Обкладинка блокнота. Використання крейдованого, матового картону щільністю 350 г/м², дозволить створити міцну зносостійку обкладинку.

Для виготовлення основного блоку варто використати папір крейдований матовий щільністю 350 г/м², це забезпечить достатню щільність та зручність як для нотаток, так і для замальовок. Кріплення листів металевою пружиною по довгій стороні блоку, надасть більш класичного вигляду, забезпечить зручність перегортання, надасть можливість виривати потрібні записи, або ж доставляти аркуші за потреби.

Підбір правильних матеріалів та технік обробки допомагає створити блокнот, який не лише виконує свою функцію, але й виглядає естетично та привабливо [47].

Електронні ресурси, такі як банери, електронні брошури, заставки та рекламні пости, потребують спеціального підходу у дизайні та розробці для

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						85
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

забезпечення зручності користування та ефективності. Програми Photoshop та Illustrator дозволяють створювати унікальні й якісні візуальні елементи в усіх необхідних розширеннях, які підходять для публікації у соціальних мережах.

Використання колірної режиму RGB для електронних ресурсів є особливо важливим, адже він забезпечує більший спектр кольорів і глибину композиції порівняно з режимом CMYK, що застосовується для друкованої продукції. Це дозволяє створити яскравий, насичений візуальний контент, що приваблює увагу та сприяє ефективному передаванню повідомлень у цифровому середовищі.

Для виготовлення чохлів для одягу обрано стандартну модель що виготовлені з флізеліну. Граматура від 70 гр/м² до 100 гр/м². Стандартні розміри, довжиною 220 см, та шириною 65 см. Найбільш доречним форматом друку на цьому виробі буде термотрансфер. За допомогою термопресу зображення переноситься із спеціального паперу або плівки на тканину. Основною перевагою такого друку є чіткість зображення. Навіть, найтонші лінії можна відмалювати та перенести на друк, та є менш часозатратним [48].

Для екосумки обрано матеріал бавовна 220 г/м². Для друку обрано метод DTF. Метод DTF – це друк, відомий також як Direct to Film, це революційна технологія друку на текстилі. Цей метод використовує екологічно безпечні чорнила та спеціальні покриття, які дозволяють перенести зображення безпосередньо на тканину. Особливість DTF друку полягає в його здатності створювати яскраві зображення з високим рівнем деталізації. Друк відрізняється високою стійкістю до прання та втрати кольору, що робить його ідеальним вибором для створення довговічного текстильного продукту [49].

Обрані різноманітні матеріали, техніки та технології для виготовлення рекламних та брендових матеріалів відповідають високим стандартам якості та дизайну. Використання крейдованого картону для сертифікатів та дипломів, високоякісного паперу для постерів, термотрансферу для чохлів, DTF для екосумок, забезпечують естетичний вигляд та тривалу якість друку. Кожен вибраний матеріал та техніка відповідають вимогам конкретного виробу, сприяючи його ефективному брендуванню та привабливому вигляду.

										ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 86
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата							

3.3 Нормування матеріалів і визначення вартості дизайн-проєкту

Розробка рекламного супроводу конкурсу «Барви Поділля» містить створення дизайну айдентики, а також друк необхідної продукції. Всі ці аспекти потребують фінансових витрат, які залежать від кількох факторів.

Розрахунок вартості роботи дизайнера залежить від методу замовлення.

Замовлення через агенцію або підприємство. У цьому випадку вартість роботи розраховується менеджером, враховуючи комісію за послуги, що значно підвищує загальні витрати. Перевага цього способу – професійний супровід, але комунікація може бути складнішою та менш оперативною.

Пряма співпраця з дизайнером. Цей підхід є економічно вигіднішим, оскільки не передбачає додаткових витрат на посередництво. Він також забезпечує більш гнучку й ефективну комунікацію із замовником. Однак дизайнер бере на себе більше ризиків, зокрема щодо недобросовісності клієнта.

Також на ціноутворення суттєво впливають фактори:

1) Досвід дизайнера. Більш досвідчені фахівці оцінюють свої послуги дорожче, що обґрунтовано якістю та швидкістю роботи.

2) Активна присутність у соціальних мережах. Портфоліо та відгуки в соцмережах дозволяють замовнику заздалегідь ознайомитися з роботою дизайнера, зрозуміти його стиль і вирішити, чи відповідає він потребам конкретного проєкту.

3) Кількість варіантів і правок. Як правило, у вартість роботи включено 2–3 безкоштовні корекції для одного макета. Подальші зміни оплачуються окремо, що обговорюється на початку співпраці.

4) Чіткість завдання. До початку роботи з'ясовуються всі деталі, необхідні для виконання проєкту. Замовник оплачує 50% вартості як передоплату, що мінімізує ризики для дизайнера.

Також варто зазначити, що часто вартість роботи дизайнера може враховувати відсоток від продажу продукції, наприклад, у книговидавництві.

У даному проєкті комунікація здійснювалася безпосередньо із дизайнером,

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						87
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

що дозволило оптимізувати витрати. Вартість роботи розрахована відповідно до особистого прайсу дизайнера та подана у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Розрахунок вартості розробки дизайну рекламно-інформаційних матеріалів

№	Проектовані об'єкти	Кількість правок	Кількість погоджених варіантів продукції	Загальна вартість, грн
1	Корекція минулорічного логотипу	0	1	200,00
2	Обробка зображень колекції переможця, видалення фону, ретуш, покращення якості	3	4	500,00
3	Дизайн рекламного постеру	4	4	600,00
4	Дизайн рекламного посту для соціальних мереж	2	1	150,00
5	Дизайн заставок для презентацій	0	3	250,00
6	Дизайн сертифікатів і дипломів різних ступенів	2	5	800,00
7	Дизайн запрошень	0	1	150,00
8	Брендування блокноту	0	1	200,00
9	Брендування чохлів для одягу	0	1	200,00
10	Брендування шоперів	0	2	200,00
11	Брендування футболок	0	2	200,00
12	Розробка брендволу	2	1	200,00
Вартість роботи дизайнера:				3650,00

Згідно розрахунку, за розробку дизайну рекламних матеріалів потрібно заплатити 3650,00 гривень.

Для подальшої реалізації рекламних матеріалів потрібно вирахувати вартість друку. Розрахунки вартості друку та характеристика що впливає на вартість кожного із матеріалів вказані у таблиці 3.2.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						88
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Таблиця 3.2 – Розрахунок вартості виготовлення рекламної та сувенірної продукції в матеріалі

Тип продукції	Кількість (шт.)	Розмір, мм	Матеріал	Ціна за одиницю (грн)	Загальна вартість (грн)
Постери А3	10	420x297	глянець 150 г/м ²	55,80	558,00
Постери А2	5	420x594	глянець 150 г/м ²	109,80	549,00
Бейджі учасників	50	60x90	крейдований картон 300 г/м ²	7,25	362,00
Бейджі організаторів	15	70x450	крейдований картон 300 г/м ²	9,43	141,40
Шнури для бейджів уч-ків	50	15x450	Нейлон	29,00	1450,00
Шнури для бейджів орг-рів	15	20x450	Нейлон	31,00	465,00
Запрошення	10	148x105	крейдований картон 350 г/м ²	15,00	150,00
Дипломи	50	210x297	крейдований картон 300 г/м ²	12,00	600,00
Еко-сумки	30	350x410	бавовна	270,00	8100,00
Футболки	20	Оверсайз	бавовна	590,00	23600,00
Блокноти	40	148 x 210 50 сторінок (25 листів)	офсетний папір 80 г/м ² , крейд. мат. 350 г/м ²	39,00	1561,00
Чохли для одягу	100	1200 x 600	саржа г/м ²	30,00	3000,00
Брендвол	1	4000 x 3000	литий банер 440 г/м ²	4820	4820,00
Загальна вартість:					43951,40

Таким чином, загальна вартість рекламного супроводу конкурсу «Барви Поділля-2024», яка включає розробку дизайну проекту (3650,00 грн.) та виготовлення рекламно-інформаційної та сувенірної продукції в необхідних об'ємах (43951,00 грн.), становитиме 47601,00 гривень.

Цей розрахунок дозволяє оцінити фінансові витрати на реалізацію рекламної кампанії, забезпечуючи її ефективність і відповідність заданим стандартам якості.

						ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк. 89
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата			

До твору, згідно вимог, надана анотація.

Постер, розроблений для реклами конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля». Техніка виконання – цифровий колаж графічними редакторами Adobe Illustrator та Adobe Photoshop. Концепція дизайну постеру: поєднання фрагментів фотографій роботи-переможниці попереднього року, логотипу (знак і назва конкурсу), фонових декоративних графічних елементів; кольорова гама може змінюватися відповідно до кольорів фотографій роботи-переможниці.

Надані дати завершення роботи над проектом 01.05.2024, та дата демонстрації задля реклами 11.06.2024 р.

Оскільки протягом всього процесу створення об'єкту, постійно відбувались консультації, розгляди, обмін ідеями, корекція з головним організатором конкурсу Стрижовою Оксаною Петрівною, прийняте спільне рішення, подавати авторське право у співавторстві. Саме тому в поданій заяві присутні особисті данні двох співавторів та уповноваженої особи від університету, що здійснює перевірку та безпосередню передачу заяви на розгляд (Додаток Б).

Підтвердженням оприлюднення твору, на який оформляється свідоцтво про захист авторського права, є отриманий диплом від Оргкомітету Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля – 2024».

Наступним етапом стало отримання зворотнього листа від українського національного офісу інтелектуальної власності та інновацій, про отримання всіх необхідних матеріалів для розгляду та присвоєння індивідуального коду с202408793 (Додаток В).

Після подання заявки відбувається її розгляд. Розгляд заявки здійснюється УКРНОІВІ протягом двох місяців з дати надходження правильно оформлених документів заявки.

За результатом розгляду заявки УКРНОІВІ ухвалює висновок про наявність підстав для внесення відомостей про державну реєстрацію авторського права до Державного реєстру свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір.

На підставі висновку про наявність підстав для внесення відомостей про державну реєстрацію авторського права до Державного реєстру свідоцтв про

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						92
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

реєстрацію авторського права на твір відповідна реєстраційна інформація вноситься до Реєстру протягом 10 робочих днів та заявнику видається свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір.

Захист прав на інтелектуальну власність залежить від характеру правопорушення. Для вироблення стратегії вивчається факт порушення і можливі ризики, пов'язані з цією подією, збирається доказова база і готується претензія порушнику.

Система захисту інтелектуальної власності включає три види:

- Правовий захист інтелектуальної власності в адміністративному порядку
- Поширюється на осіб, які незаконно використовують об'єкт авторського права, що тягне за собою накладення штрафу і конфіскацію продукції.
- Захист у судовому порядку

Для захисту інтелектуальної власності подається позов, якщо автору завдано значної матеріальної шкоди. При цьому правопорушник може бути покараний штрафом, виправними роботами або навіть позбавленням волі [51].

Ефективний захист інтелектуальної власності важливий не лише для забезпечення прав власника, а й для створення умов для розвитку культури, науки та технологій, що є невід'ємною частиною прогресу сучасного суспільства.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						93
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

ВИСНОВКИ

У результаті виконання завдань кваліфікаційної роботи удосконалено основні елементи айдентики – типографіку і логотип та розроблено графічний супровід для Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля», який охоплює друковані та електронні рекламно-інформаційні матеріали. Робота над проектом складалася з аналітичного, проектного та техніко-економічного етапів, що дозволило досягти високої якості результатів та їхньої відповідності сучасним користувачьким і виробничим.

Проаналізовано історію створення і змін візуального графічного супроводу проведення конкурсу та його еволюцію. Результати аналізу підтверджують актуальність і необхідність сучасного формату конкурсу бути орієнтованим на молодіжну аудиторію, що має, в першу чергу, бути забезпеченим якісним дизайном для кращої популяризації заходу.

Проведено якісний аналіз айдентики аналогічних заходів і сучасних тенденцій в графічному дизайні, що дозволило визначити основні вимоги до стилю: мінімалізм, контраст кольорів і форм, гармонійність композиції. Також досліджено техніки створення рекламних постерів у сфері фешн-індустрії та проаналізовано їх кольорові рішення.

Удосконалено типографіку – змінено шрифт і композицію текстового блоку логотипу конкурсу, що забезпечило кращу його читабельність.

Розроблено комплекс рекламно-інформаційних друкованих і цифрових матеріалів, що містить поліграфічну продукцію: постери, афіші, сертифікати дипломи, запрошення, бейджі, брендвол, а також електронні матеріали: заставки, шаблони для соціальних мереж і онлайн-версії конкурсу та розроблено брендвану сувенірну продукцію: футболки, блокноти, шопери, чохли для одягу. Розроблений комплекс графічного супроводу підвищує візуальну впізнаваність самого конкурсу та сприяє кращій глядацькій активності.

Для кожного виду продукції розроблено оптимальні розміри, рекомендовано види матеріалів і технології друку, що забезпечує високу

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						94
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

естетичність, функціональність та економічну доцільність виготовлення та розповсюдження орендованої продукції.

Вартість дизайну графічного супроводу конкурсу склала 3650,00 грн. Виготовлення рекламно-інформаційної та сувенірної продукції коштує 43951.00 грн. Таким чином, загальна вартість реалізації проекту складає 47601,00 грн.

Проміжні результати досліджень оприлюднені на X Міжнародній науково-практичній конференції «Modern Problems Of Science, Education And Society» (Київ) та опубліковані в тезах збірника матеріалів конференції.

Виконано реєстрацію авторського права на дизайн рекламного постеру для Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля – 2024».

Проект у повному обсязі реалізовано під час організаційного етапу та на етапах проведення півфіналу і фіналу конкурсу. Отримано від оргкомітету конкурсу акт впровадження розроблених рекламно-інформаційних матеріалів.

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						95
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Конкурс дизайнерів [Електронний ресурс] // Інформаційно-аналітична газета Проскурів. – 2021. – URL: <https://proskuriv.khm.gov.ua/2021/06/09/> (дата звернення: 12.09.2024).
2. Voitova V. Історія створення конкурсу молодих дизайнерів «Барви Поділля» [Електронний ресурс] / Viktorij Voitova // khmelnychanka.info. – 2023. – URL: <https://khmelnychanka.info/uk/eternal/istoriya-stvorennuya-konkursu-molodyh-dyzajneriv-barvy-podillya> (дата звернення: 12.09.2024).
3. International Young Designers Contest New Fashion Zone [Електронний ресурс] // NFZ. – 2023. – URL: <https://newfashion.zone/concurs-ukr/#> (дата звернення: 12.09.2024).
4. Як пройшов фінал VI Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів New Fashion Zone [Електронний ресурс] // NFZ. – 2020. – URL: <https://newfashion.zone/6-final-new-fashion-zone/> (дата звернення: 12.09.2024).
5. NFZ Fashion Pitch Demo Day: 15 ідей від покоління Z, які змінюють майбутнє індустрії моди [Електронний ресурс] // NFZ. – 2019. – URL: <https://newfashion.zone/demo-day-2021-results-ukr/> (дата звернення: 12.09.2024).
6. Про Львівський тиждень моди [Електронний ресурс] // Lviv Fashion Week. – 2023. – URL: <https://www.lvivfashionweek.com/en/node/4901> (дата звернення: 13.09.2024).
7. Lviv fashion week. 19-й сезон. [електронний ресурс] // studioofmydreams. – 2017. – URL: <https://www.studioofmydreams.com/2017/04/lviv-fashion-week-19.html> (дата звернення: 13.09.2024).
8. Нові локації LvivFW [Електронний ресурс] // Lviv Fashion Week. – 2017. – URL: <https://lvivfashionweek.com/news/2017/novi-lokaciyi-lvivfw> (дата звернення: 13.09.2024).
9. Погляд у майбутнє [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – 2023. – URL: <https://www.wikidata.uk-ua.nina.az.html> (дата звернення: 14.09.2024).
10. Молодому поколінню дизайнерів бути [Електронний ресурс] // Fashion Life

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						96
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Sheep-Community (дата звернення: 25.09.2024).

20. Chromatic Experiences [Електронний ресурс] // Rodrigo Morales Solano. – 2015. – URL: <https://www.behance.net/gallery/31506781/Chromatic-Experiences> (дата звернення: 26.09.2024).

21. Owners M. Collective Digital Craft [Електронний ресурс] / Multiple Owners // Dift.co | Branding. – 2017. – URL: <https://www.behance.net/gallery/56718553/Diftco-Branding> (дата звернення: 27.09.2024).

22. Cernal B. Monochromatic analogue vibes [Електронний ресурс] / Benedicto Cernal // Poster Designs. – 2021. – URL: <https://www.behance.net/gallery/114301127/Poster-Designs-Vol-4> (дата звернення: 27.09.2024).

23. Lacaze L. Big bubble typo and posters [Електронний ресурс] / Laurène Lacaze Behance. – 2024. – URL: <https://www.behance.net/gallery/190525039/Big-bubble-typo-and-posters> (дата звернення: 28.09.2024).

24. Poster Collection 2021 [Електронний ресурс] // Maroko Design. – 2021. – URL: [https://www.behance.net/gallery/134525493/Poster-Collection-2021-\(Vol1\)](https://www.behance.net/gallery/134525493/Poster-Collection-2021-(Vol1)) (дата звернення: 28.09.2024).

25. Історія дослідження колажу [Електронний ресурс] // Київський міський Будинок вчителя. – 2017. – URL: <https://kmbu.com.ua/?p=1449> (дата звернення: 29.09.2024).

26. Стисла історія Тижня моди в Парижі [Електронний ресурс] // vogue. – 2020. – URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/kratkaya-istoriya-nedeli-mody-v-parizhe-42177.html> (дата звернення: 29.09.2024).

27. Дефіле (мода) [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – 2022. – URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D1%84%> (дата звернення: 29.09.2024).

28. Evening Gown and Coat, Giulio Coltellacci, [Електронний ресурс] // Balenciaga. – 1947. – URL: <https://hprints.com/en/search/COUTURE/> (дата звернення: 29.09.2024).

29. Lucile Blanch [Електронний ресурс] // wikipedia. – 2023. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Lucile_Blanch (дата звернення: 29.09.2024).

					ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ	Арк.
						98
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

50. DTF друк на одязі та у рулоні [Електронний ресурс] // Mars. – 2023. – – URL: https://dtf-druk.com.ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=DTFdruk&https%3A%2F%2Fdtfdruk_com_ua%3Fgad_source%3D1&gclid=CjwKCAiA9ourB (дата звернення: 23.10.2024).

51. Інтелектуальна власність в галузі комп'ютерингу: підручник / О.Б. Вовк, В.В. Пасічник, Н.Б. Шаховська, В.С. Якушев ; за наук. ред. В.В. Пасічника; М-во освіти і науки, молоді та спорту України. – Львів : Новий Світ-2000, 2013. – 317 с.

52. Захист інтелектуальної власності [Електронний ресурс] // 4В. – 2024. – URL: https://4b.ua/service/zahyst-intelektualnoyi-vlasnosti/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm (дата звернення: 25.10.2024).

53. Васільєва Анастасія. Графічні елементи та їх вплив на сприйняття та ідентифікацію молодіжного модного конкурсу // Modern Problems Of Science, Education And Society // X Міжнародна науково-практична конференція (Київ, 4-6.12.2023 р.) – Київ, 2023. С. 1180-118.

					<i>ДПДЗ.2022120.01.03.ПЗ</i>	Арк.
						101
<i>Змн.</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Матеріали дослідження дизайну та типів постерів

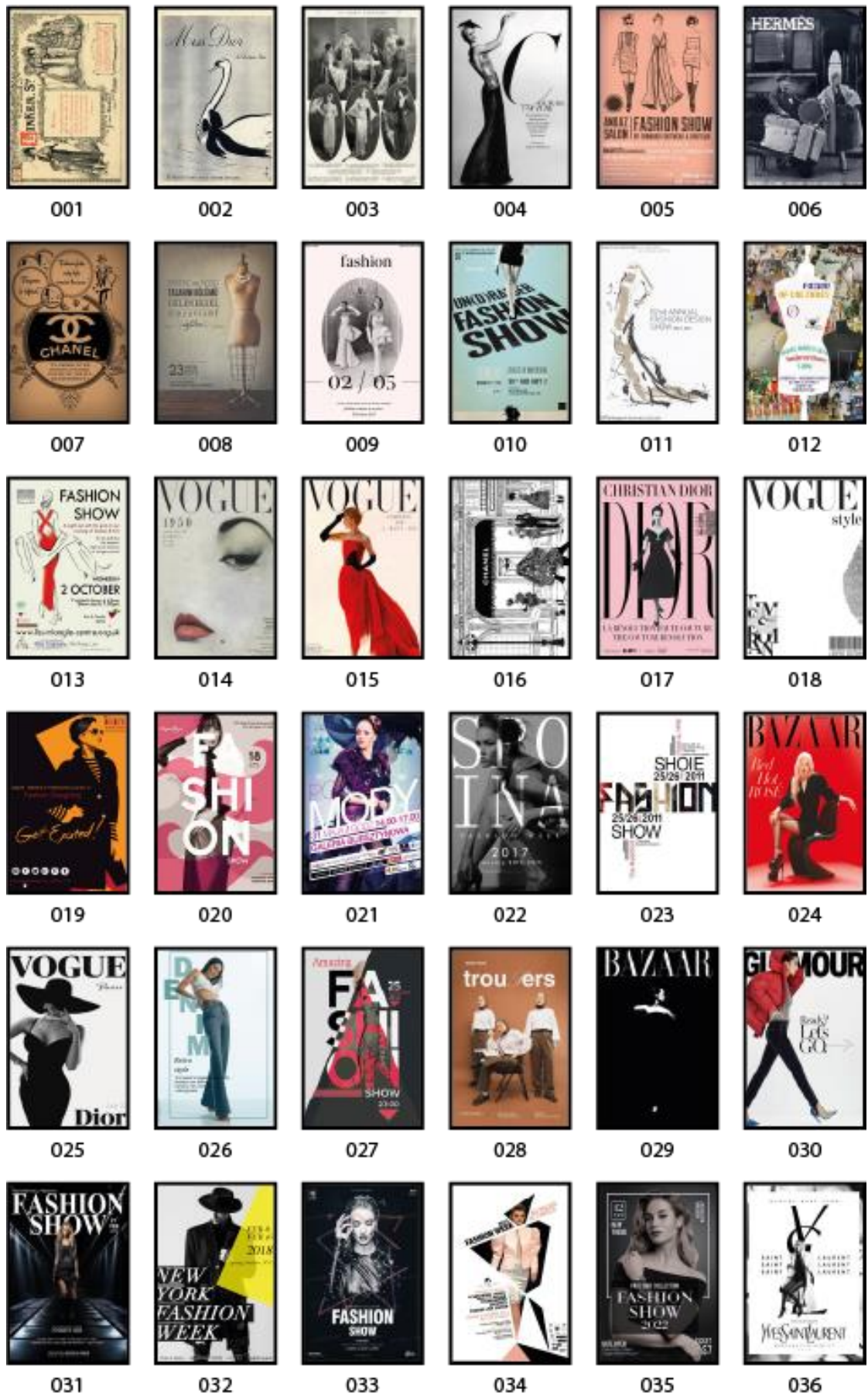


Рисунок А.1 – Референси постерів 001-036

Продовження Додатку А

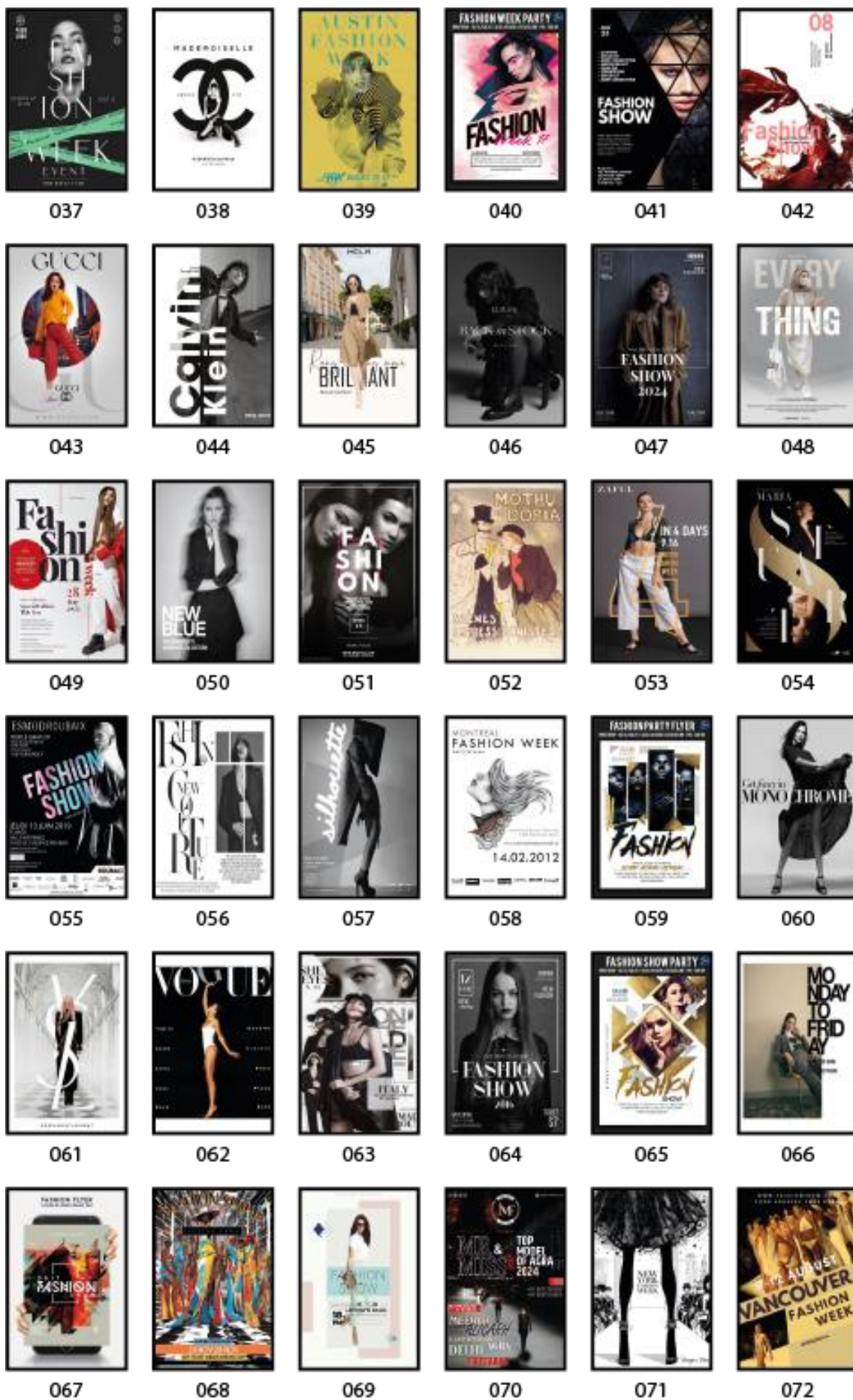


Рисунок А.3 – Референси постерів 037-072

Продовження Додатку А

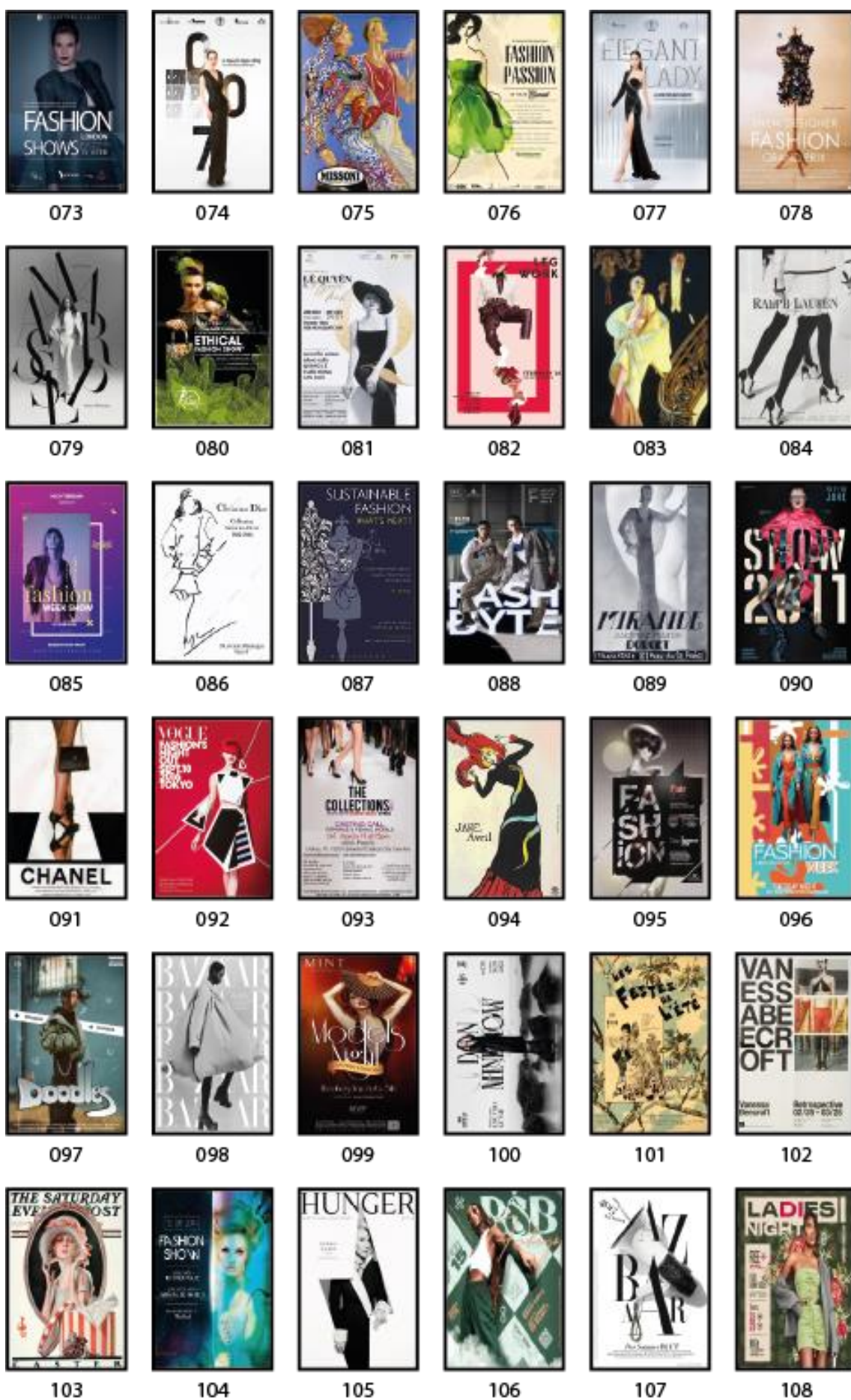


Рисунок А.4 – Референси постерів 073-108

Продовження Додатку А

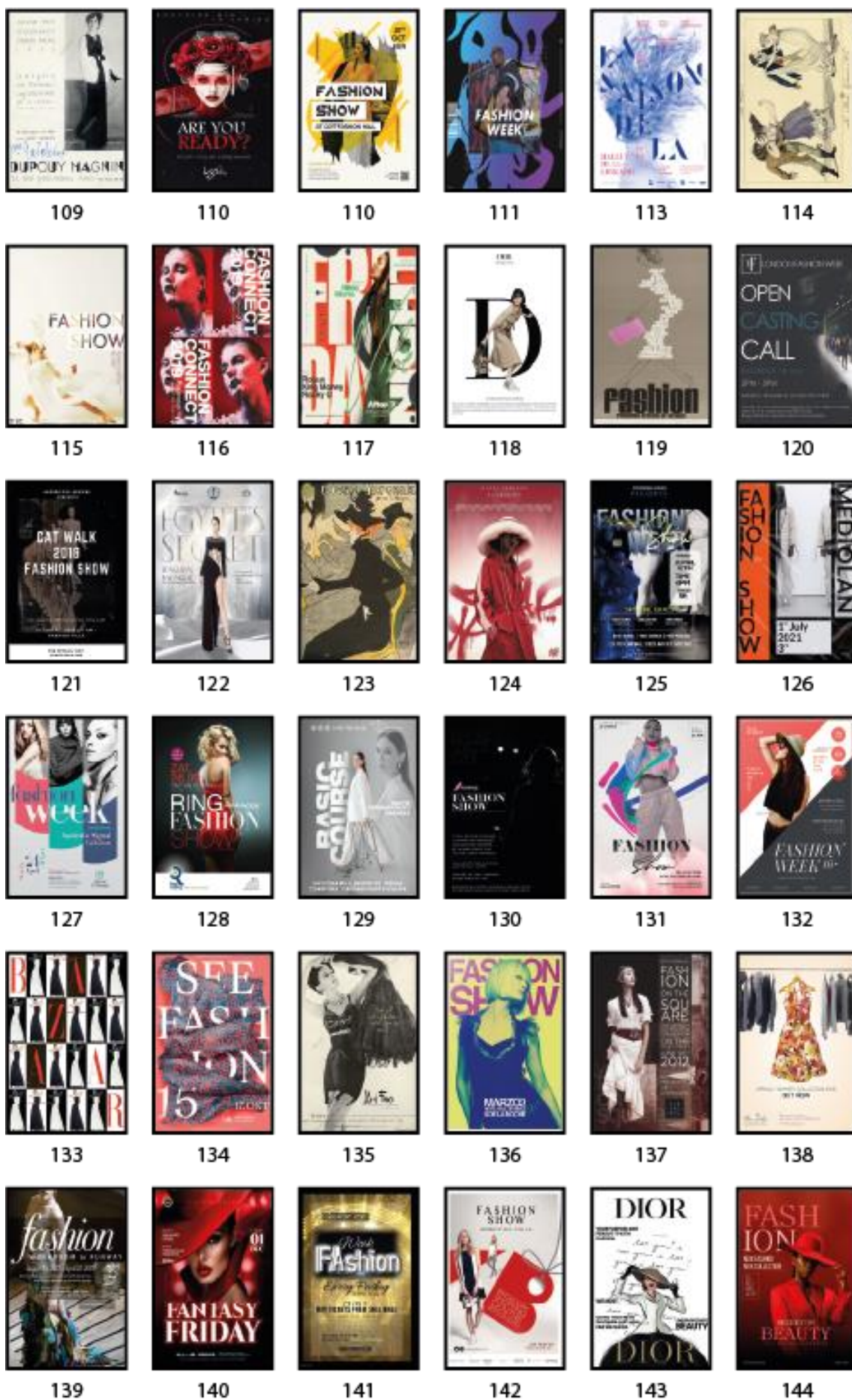


Рисунок А.5 – Референси постерів 109-144

Продовження Додатку А



Рисунок А.6 – Референси постерів 145-150

Таблиця А.1 – Аналіз дизайну постерів

Тип постерів (техніка)				Переважаючі кольори							
Номер постеру	Колаж	Фото	Ілюстрація	ЧБ	Білий	Чорний	Червоний	Жовтий	Синій	Зелений	Інший
001	+		+	+							
002			+	+							
003	+	+		+							
004		+		+							
005			+				+				
006		+		+							
007	+		+	+							
008		+									+
009	+	+		+							
010	+	+		+					+		
011			+	+							+
012	+										+
013			+		+		+				
014		+	+								+
015		+			+		+				
016			+	+							
017	+					+	+				
018	+				+						
019	+		+			+		+			
020	+			+			+				
021		+				+			+		
022	+	+		+							
023	+				+	+					
024		+				+	+				
025		+		+							
026	+	+			+				+		

Продовження Додатку А

Продовження таблиці А.1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
027	+				+	+	+				
028		+			+						+
029	+			+							
030	+	+			+	+	+				
030	+	+			+	+	+				
031	+	+				+					
032	+	+		+				+			
033	+	+		+							
034	+	+			+	+					
035	+	+		+							
036	+				+						
037	+	+		+						+	
038	+			+							
039	+		+					+			
040	+	+			+		+				
041	+	+				+					
042		+			+		+				
043	+	+									+
044	+	+		+							
045	+	+									+
046		+		+							
047	+	+							+		
048	+				+						
049	+				+		+				
050		+		+							
051		+		+							
052			+								+
053	+	+				+					
054	+					+					+
055	+			+							+
056	+	+		+							
057		+		+							
058			+		+						
059	+	+		+							+
060		+		+							
061	+	+			+						
062	+					+					

Продовження Додатку А

Продовження таблиці А.1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
063	+				+	+					
064	+	+		+							
065	+				+						+
066		+			+						+
067	+										+
068			+								+
069	+	+			+						
070		+				+					
071			+	+							
072	+	+						+			
073		+							+		
074	+				+						
075			+						+		
076			+							+	
077	+	+							+		
078		+						+			
079	+			+							
080	+	+				+				+	
081	+	+		+							+
082	+		+				+				
083			+			+					
084		+		+							
085	+	+									+
086			+		+						
087			+						+		
088	+	+									+
089			+	+							
090	+					+					
091		+			+						
92	+						+				
093		+			+						
094			+		+	+	+				
095	+	+		+							
096	+										+
097	+	+							+		

Продовження Додатку А

Продовження таблиці А.1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
098	+	+		+							
099		+				+					+
100	+	+		+							
101	+		+						+		
102	+	+		+							
103	+		+		+						
104	+	+							+		
105		+		+							
106	+									+	
107	+			+							
108	+									+	
109	+	+		+							
110	+		+			+	+				
111	+	+		+	+			+			
112	+					+			+		
113	+		+		+				+		
114			+		+						
115			+		+						
116	+	+					+				
117	+						+			+	
118	+				+						
119	+		+								+
120		+				+					
121		+				+					
122		+			+						
123			+			+		+			
124	+	+					+				
125	+					+			+		
126	+	+				+					
127	+	+									+
128		+				+			+		
129	+				+						
130		+				+					
131	+			+							+
132	+					+					

Продовження Додатку А

Кінець таблиці А.1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
133	+				+	+	+				
134	+		+				+		+		
135		+		+							
136	+	+							+	+	
137		+									+
138		+		+							+
139		+									+
140		+					+				
141	+							+			
142	+				+		+				
143			+		+	+					
144		+					+				
145	+	+			+						
146	+									+	
147			+						+		
148	+	+			+			+			
149	+	+									+
150	+			+	+		+				

ДОДАТОК Б

Комплект документів, розроблених для подання реєстрації авторського права на розроблений рекламний постер конкурсу

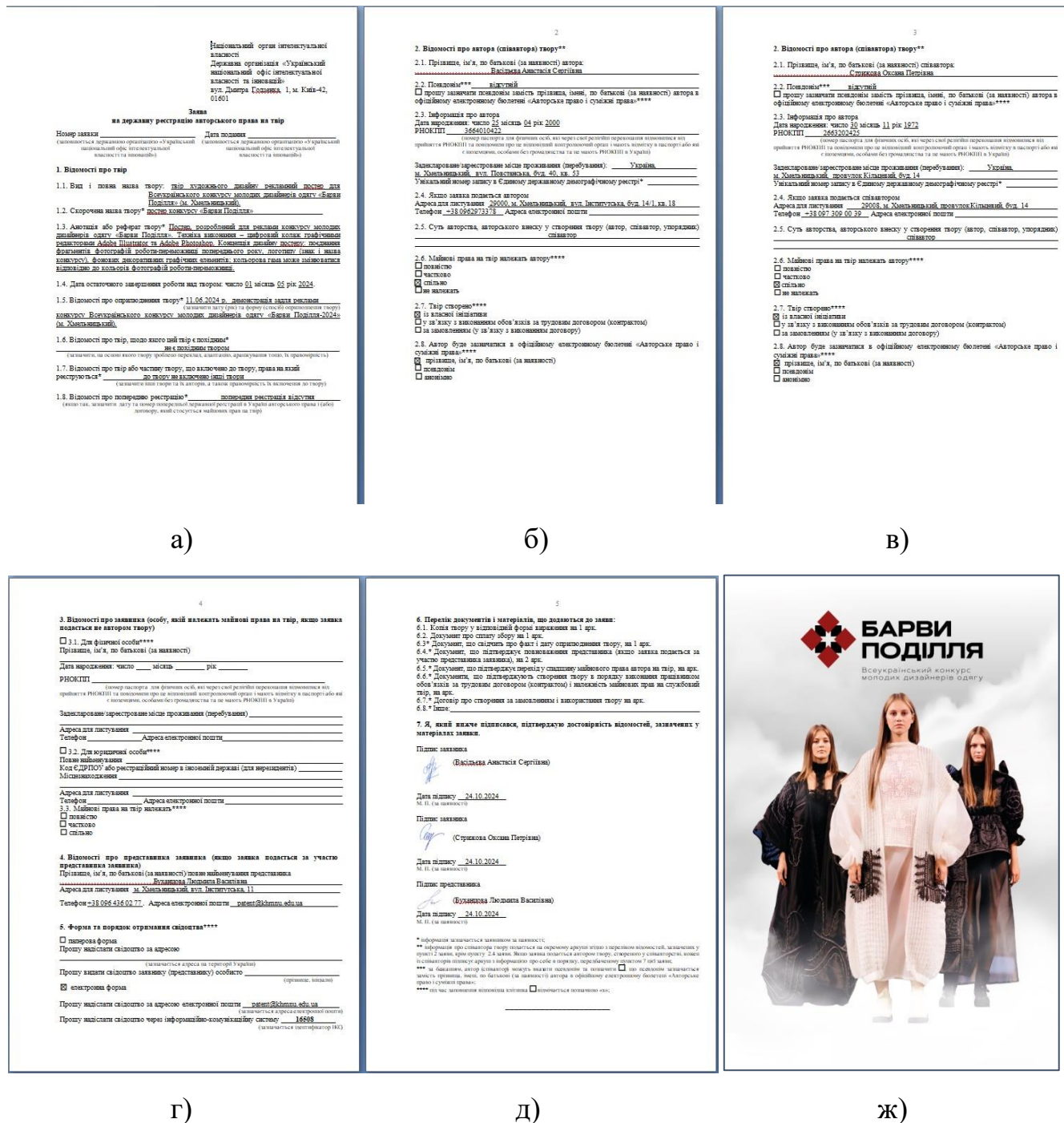


Рисунок Б.1 – Скан-копії документів:

а-д) сторінки заяви на державну реєстрацію авторського права на твір;
ж) зображення твору, що подається на державну реєстрацію

ДОДАТОК В

Оприлюднення та впровадження результатів проєктування



Рисунок В.1 – Сертифікат учасника
Міжнародної науково-практичної конференції
«Modern Problems of Science, Education and Society»
(Київ, КНУТД, 2023 р).

Продовження Додатку В

МІНЕКОНОМКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ОРГАН ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ
ДЕРЖАВНА ОРГАНІЗАЦІЯ
«УКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ОФІС
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙ»
(УКРНОІВІ)

вул. Дмитра Годзєнка, 1, м. Київ, 01601, тел.: +380 44 209-27-06, +380 67 501-05-95
e-mail: office@nipo.gov.ua, http://www.nipo.gov.ua, код згідно з ЄДРПОУ 44673629

Розписка про одержання електронної заявки на реєстрацію авторського права на твір
Вх. № 556357 Дата одержання 24.10.2024 22:03:23

Номер заявки **с202408793** (в подальшому обов'язково посилатися на цей номер)
Відправник Буханцова Людмила Василівна
Назва реєстрацію авторського права на твір Твір художнього дизайну рекламний постер для Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля» (м. Хмельницький)

Подані матеріали

Вх-44567/2024 Заява про реєстрацію авторського права на твір
Заява_ВасильєваАС_СтрижоваОП.index.xml,
Заява_ВасильєваАС_СтрижоваОП.bibl.xml,
Заява_ВасильєваАС_СтрижоваОП.pdf,
Заява_ВасильєваАС_СтрижоваОП.pdf.1.p7z
Довіреність (документ, що підтверджує повноваження представника)
Доручення_Стрижова_постер.index.xml,
Доручення_Стрижова_постер.pdf.1.p7z, Доручення_Стрижова_постер.pdf
Копія твору
Постер3_ВасильєваАС,_СтрижоваОН.index.xml,
Постер3_ВасильєваАС,_СтрижоваОН.png
Платіжний документ про сплату збору за підготовку до державної реєстрації авторського права на твір
квитанція_ВасильєваАС_СтрижоваОП.index.xml,
квитанція_ВасильєваАС_СтрижоваОП.jpg.1.p7z,
квитанція_ВасильєваАС_СтрижоваОП.jpg
Документ, що свідчить про факт і дату оприлюднення твору
Сертифікат_ВасильєваАС_СтрижоваОП.index.xml,
Сертифікат_ВасильєваАС_СтрижоваОП.jpg.1.p7z,
Сертифікат_ВасильєваАС_СтрижоваОП.jpg

Примітка:

Заявки, які подані в неробочий час, будуть опрацьовані наступного робочого дня.
Якщо подання заявки відбувається у неробочий час, у вихідний або святковий день, датою одержання заявки буде дата наступного робочого дня.
Подана електронна заявка вважається оригіналом. Надсилання паперової копії заявки не вимагається!

Рисунок В.2 – Довідка щодо прийняття до розгляду заяви на захист авторських прав на розроблений постер для Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля-2024»

Продовження Додатку В

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з наукової роботи
Хмельницького національного університету,
Голова оргкомітету
Всеукраїнського конкурсу молодих
дизайнерів одягу «БАРВИ ПОДІЛЛЯ»




Олег СИНЮК
_____ 20__ р.

АКТ

**впровадження результатів виконання кваліфікаційної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему «Айдентика та графічний супровід
Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля-2024»
студентки гр.ДЗНм-22-1 Анастасії ВАСІЛЬСВОЇ**

Комісія у складі:

Голова – Оксана ЗАХАРКЕВИЧ, начальник науково-дослідної частини Хмельницького національного університету, член оргкомітету Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «БАРВИ ПОДІЛЛЯ»;

Олена ЛУЩЕВСЬКА, заступник Голови науково художньої ради Хмельницького національного університету, член оргкомітету Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «БАРВИ ПОДІЛЛЯ»;

Лариса КРАСНЮК, модератор студентської науково-творчої роботи, член оргкомітету Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «БАРВИ ПОДІЛЛЯ».

провела роботу з визначення фактичного впровадження результатів кваліфікаційної роботи другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему «Айдентика та графічний супровід Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля-2024» ст. гр.ДЗНм-22-1 Анастасії ВАСІЛЬСВОЇ (керівник роботи – к.т.н., старший викладач кафедри дизайну Оксана СТРИЖОВА), виконаної у Хмельницькому національному університеті *та установила*, що результати у вигляді фірмових і рекламних матеріалів (брендвол, постери, квитки та запрошення, сертифікати учасників, дипломи переможців), які розробила Анастасія ВАСІЛЬСВА *дійсно впроваджені* у інформаційний та графічний супровід Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «БАРВИ ПОДІЛЛЯ-2024» (26.05-11.06.2024 р.), організатором якого є Хмельницький національний університет.

Складено в трьох примірниках: 1-й прим. – в НДЧ ХНУ;
2-й прим. – на кафедру дизайну;
3-й прим. – Васильєвій А.

Голова комісії:  Оксана ЗАХАРКЕВИЧ
Член комісії:  Олена ЛУЩЕВСЬКА
Член комісії:  Лариса КРАСНЮК

Рисунок В.3 – Копія акту впровадження результатів виконання
кваліфікаційної роботи

ДОДАТОК Г

Графічна частина проекту

Кваліфікаційна робота освітнього рівня «магістр»

Актуальність проблеми. Створення дизайну конкурсу виступає ключовою етапом розвитку та популяризації проекту в графічній частині. Це сприяє залученню, розповсюдженню інформації про конкурс серед цільової аудиторії, сприяє збільшенню кількості заявок та професійних конкурсів. Використання графічної частини конкурсу дозволяє залучити увагу «Барви Поділля» на етапі анонсування конкурсу добору творчих талантів молоді дизайнерів. Крім того, це дозволяє конкурсу «Барви Поділля» стати своєрідною платформою для творчих ініціатив, які сприяють розвитку української моди. Актуальність дослідження зумовлена потребою в розробці графічної частини конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу. Додатково дослідження спрямоване на розробку графічної частини конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу. Мета дослідження: розробити графічну частину конкурсу «Барви Поділля» на етапі анонсування конкурсу добору творчих талантів молоді дизайнерів у 2024 році з метою залучення уваги конкурсу серед цільової аудиторії.

Об'єкт дослідження: графічна частина конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу. **Предмет дослідження:** розробка графічної частини конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу.

Завдання:
1. аналіз сучасних тенденцій графічного дизайну; **Мета дослідження:** розробити графічну частину конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу.
2. аналіз сучасних тенденцій графічного дизайну; **Об'єкт дослідження:** графічна частина конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу.
3. розробка графічної частини конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу.

Методи дослідження: порівняльний аналіз графічних частин конкурсів «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу. **Засоби проектування:** графічний редактор Adobe Photoshop для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe Illustrator для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe InDesign для створення макетів конкурсних банерів.

Наукова новизна отриманих результатів: розроблено графічну частину конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу. **Практичне значення отриманих результатів:** розроблено графічну частину конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу. **Дослідницька робота:** розроблено графічну частину конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу.

Розподіл переважачок кольорів: графічний редактор Adobe Photoshop для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe Illustrator для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe InDesign для створення макетів конкурсних банерів.

Розподіл графічних технік виконання постерів: графічний редактор Adobe Photoshop для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe Illustrator для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe InDesign для створення макетів конкурсних банерів.

Основні елементи айдентики конкурсу «Барви Поділля - 2024»: графічний редактор Adobe Photoshop для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe Illustrator для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe InDesign для створення макетів конкурсних банерів.

«Айдентика та графічний супровід Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля-2024»

Розроблена сувенірна та реклама продукції: графічний редактор Adobe Photoshop для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe Illustrator для створення макетів конкурсних банерів, графічний редактор Adobe InDesign для створення макетів конкурсних банерів.



Висновки: розроблено графічну частину конкурсу «Барви Поділля» з врахуванням сучасних тенденцій дизайну та маркетингу. **Виконавець:** Хмельницький національний університет. **Керівник:** м.п. Ольга Соловйова.

Рисунок Г.1 – Банер з характеристикою роботи та її графічною частиною