

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

Факультет мистецтва та дизайну

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Протокол засідання кафедри дизайну
від «__» _____ 2020 року № __
Завідувач кафедри к.п.н., доц.

_____ Н. В. Дерев'янку

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до бакалаврської роботи

«Елементи візуального стилю фестивалю ІТ-технологій і кіберспорту
«PLAY WAVE»

Виконала: студентка 4 курсу
спеціальності 022 Дизайн
спеціалізації «Графічний дизайн»
Бойко Милана Юріївна

Наук. керівник:
кан. мист., ст.викл. Залевська О.Ю.

Запоріжжя
2020

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «ХОРТИЦЬКА
НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА АКАДЕМІЯ»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

Факультет мистецтва та дизайну

Кафедра дизайну

Освітньо-професійна програма Графічний дизайн

Спеціальність 022 Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав. кафедри дизайну

Дерев'янка Н. В.

_____ « ___ » _____ 20__ року

ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ

Бойко Милани Юріївни

1. Тема бакалаврської роботи: «Елементи візуального стилю фестивалю ІТ технологій і кіберспорту«PLAY WAVE»» Затверджена наказом по академії від 18.10.2019 № 206.
2. Термін здачі студентом бакалаврської роботи 14 червня 2020 року.
3. Вихідні дані бакалаврської роботи:
 - проєкт бакалаврської роботи;
 - робота в матеріалі (або оригінал-макет);
 - пояснювальна записка;

- презентація до публічного захисту;
- цифровий варіант бакалаврської роботи (проект, макет, записка, презентація).

4. Зміст пояснювальної записки: Завдання на проект. Реферат. Зміст. Вступ. Розділ 1. Теоретико-методологічні засади візуалізації елементів візуальної комунікації; 1.1. Загальні відомості з проектування елементів візуальної комунікації; 1.2. Сучасні тенденції візуалізації елементів візуальної комунікації; 1.3. Аналіз аналогів елементів візуальної комунікації фестивалів ІТ та кіберспорту; Розділ 2. Комплексне художньо-проектне рішення (проектна пропозиція) «Елементів візуального стилю фестивалю ІТ-технологій і кіберспорту «PLAY WAVE»»; 2.1. Зміст та аргументація концепції елементів Елементів візуального стилю фестивалю ІТ-технологій і кіберспорту «PLAY WAVE»; 2.2. Проектування та практичне виконання елементів візуального стилю фестивалю ІТ-технологій і кіберспорту «PLAY WAVE». 2.3. Економічна частина виконання елементів візуального стилю фестивалю ІТ-технологій і кіберспорту «PLAY WAVE». Висновки. Список використаних джерел. Додатки.

5. Перелік електронного матеріалу: презентація (презентація_Бойко.pptx), цифровий варіант записки до бакалаврської роботи (бакалавр_записка_Бойко.docx).

Керівник

(_____)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

П/ П	Назва етапів бакалаврської роботи (проекту)	Термін виконання етапів роботи	Примітка
	Концептуальне осмислення теми та постановка проєктного завдання	13.04.2020	
	Передпроєктний аналіз. Розробка проєктної пропозиції.	04.05.2020	
	Візуалізація та графічне відтворення проєкту в матеріалі.	27.05.2020	
	Підготовка проєкту до друку Друк оригінал-макетів Створення комп'ютерної презентації Рецензування бакалаврської роботи Брошування пояснювальної записки	01.06.2020	
	Попередній захист бакалаврської роботи Допуск до захисту бакалаврської роботи.	08.06.2020	

Розглянуто і схвалено кафедрою дизайну

Протокол №__ від «__» __ 20__ р.

Завідувач кафедри дизайну _____ (П.І.Б.)

Студент

(_____)

Керівник бакалаврської роботи

(_____)

РЕФЕРАТ

Бакалаврська робота: 50 с, 2 табл., 15 рис., 21 джерел, 9 додатки.

Об'єктом дослідження бакалаврської роботи є доведення актуальності візуального стилю та її вплив на аудиторію, рекламуванні та інформуванні споживача в певній сфері шляхом просування візуального стилю за допомогою рекламної кампанії.

Мета роботи: розробити елементи візуального стилю фестивалю ІТ-технологій і кіберспорту «PLAY WAVE», продемонструвати навички користування растровими та векторними графічними редакторами, створити єдиний гармонійний фірмовий стиль.

В ході роботи використано декілька теоретичних методів дослідження: пошук, аналіз, порівняння, узагальнення, створення концепції, розрахунковий, метод спроб і помилок.

Перший розділ дипломної роботи включає в себе історичні відомості про поняття «графічний дизайн», головні принципи дизайну та ступінь їх актуальності. Проаналізовано 5 аналогів айдентики фестивалів та виявлено позитивні та негативні сторони в них.

Другий розділ бакалаврської роботи передбачає детальний опис сформованої концепції дизайну логотипу, що включає 23 носіїв, які відповідають сучасним нормам суспільства та поставленим задачам. Було структурований опис поетапності виконання бакалаврської роботи, проведення калькуляції собівартості проекту та складання інструктажу з безпеки.

Перелік оригінал-макетів: логотип, афіша 3 варіанти, друковані носії (візитівка, флаєр А5 та 210x98, бланк, конверт, бейдж 3 варіанти, пакет, флеш-носії, білборд, фірмова чашка та футболки різні варіанти)

Ключові слова: елементи візуального стилю, носії, фірмовий знак, логотип.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	5
1.1. Загальні відомості з проєктування фірмового стилю.....	5
1.2. Сучасні тенденції візуалізації елементів фірмового стилю.....	11
1.3. Аналіз аналогів фірмового стилю фестивалів ІТ-технологій та кіберспорту.....	16
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНЕ ХУДОЖНЬО-ПРОЄКТНЕ РІШЕННЯ (ПРОЄКТНА ПРОПОЗИЦІЯ) ВІЗУАЛЬНОГО СТИЛЮ ФЕСТИВАЛЮ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ І КІБЕРСПОРТУ «PLAY WAVE».....	23
2.1. Зміст та аргументація концепції візуального стилю «PLAY WAVE».....	23
2.2. Проєктування та практичне виконання візуального стилю для фестивалю «PLAY WAVE».....	27
2.3. Економічна частина виконання візуального стилю «PLAY WAVE».....	29
2.4. Заходи з безпеки життєдіяльності та протипожежної техніки в процесі проєктування.....	33
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ.....	

ВСТУП

Сьогодні з'являється все більше заходів у сферах такої діяльності як фестивалі популярних професійних галузей ІТ технологій та ігрової індустрії, які направлені на об'єднання в одному місці великої кількості людей зі спільними інтересами та прагненнями. Всілякі фестивалі вже давно завоювали певну актуальність в суспільстві і стали невід'ємною частиною сучасного життя.

Здебільшого організацією масштабних заходів цього напрямку займаються люди, які не є професійними дизайнерами, але вони є добрими менеджерами чи підприємцями. Захід, який вони представляють, повинен мати впізнаваний образ, що добре запам'ятовується, привертати увагу великої кількості людей креативно підібраним грамотним дизайном та рекламою. Для цього візуальний стиль повинен бути актуальним і доречним.

Ідея дипломного проекту полягає у з'ясуванні поняття візуального стилю та створенні айдентики фестивалю ІТ-технологій та кіберспорту для програмістів, геймерів, дизайнерів під назвою «Play Wave»; методу створення та властивостей проектування візуального стилю; рекламуванні та інформуванні споживача в певній сфері шляхом просування візуального стилю за допомогою рекламної кампанії.

Таким чином, метою дипломної роботи виступає розробка основних елементів візуального стилю для фестивалю ІТ-технологій та кіберспорту «Play Wave», які можна було б швидко, економічно та рентабельно розміщати на будь-яких носіях.

Для досягнення мети були поставлені такі завдання:

- Проаналізувати роль візуальний стилю у прогресивному розвитку новітніх технологій.
- Дослідити специфіку функціонально-експлуатаційних особливостей візуального стилю.

- Сформулювати напрями візуально-графічної трансформації функціонально-експлуатаційних особливостей дизайн-об'єкту візуального стилю.

- Розробити проєкт та виконати макет дизайн-об'єкту візуального стилю.

Дипломна робота складається із теоретичної, графічної та практичної частин. Теоретична частина складається із загального і спеціального розділів, висновків, переліку використаних джерел і двох додатків. Загальний обсяг роботи складає 35 сторінок, основний текст роботи – 35 сторінки. Графічна частина представлена у вигляді проєкту форматі 1400x1100. Практична частина представляє собою оригінал-макети носіїв візуального стилю для фестивалю «PLAY WAVE».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

1.1. Загальні відомості з проєктування фірмового стилю

Однією із найдавніших форм комунікації є візуальний стиль, який має головною метою забезпечення відмінності об'єкта та його зорове виокремлення особливими графічними характеристиками. Візуальна комунікація завжди перебувала на межі мистецтва, естетики, психології, соціальних комунікацій інформаційних технологій, видавничих справах, також її використовують у сфері суспільних та особистих стосунках, а найбільше у рекламній діяльності.

Історія виникнення візуального стилю сягає своїм корінням у часи античності.

Однак візуальний стиль в сучасному розумінні виникає набагато пізніше. На початку ХХ ст. в німецькій компанії «АЕГ» (рис. 1.1) (всесвітній електротехнічний концерн) на посаду художнього директора призначається відомий архітектор і художник П. Беренс. Перед Беренсом ставиться непросте завдання: створення дизайн-програми, яка в майбутньому максимально сприяє виведенню компанії «АЕГ» в лідери галузі на міжнародному ринку [7].

Через 30 років на арену промислового дизайну виходить ще один візуальний стиль італійської компанії «Olivetti» (рис. 1.2.), що названа на ім'я її засновника та спеціалізується на випуску конторського обладнання. Творцем стилю є дизайнер Марчелло Ніццолі, який відрізнявся прагненням зробити будь-який вид продукції гарним і привабливим: від друкарських машинок до ділової кореспонденції, що виходить від фірми. Крім самого Ніццолі над фірмовим стилем компанії працювала ціла група

високопрофесійних дизайнерів. В середині минулого століття стиль компанії «Olivetti» вважався передовим в світовому дизайні [7].

Слідом за візуальним стилем «Olivetti» виникає абсолютно протилежний по зоровому сприйняттю стиль компанії «Braun» (рис. 1.3.), який отримав назву «економний».

Творець стилю – провідний дизайнер німецької фірми «Braun» Фріц Айхлер. Фірма на той час випускала різне обладнання, радіоапаратуру, фотографічні пристрої. Вони мали посередній вигляд ззовні [7].

Взагалі можна сказати, що візуальний стиль – це художньо-графічні, шрифтові, кольорові, набори елементів. Саме це і створює єдність та індивідуальність стилю. Тоді візуальний образ, буде влучним втіленням самої компанії, так і її послуг і товарів, та в той же час викличе довіру до компанії [5].

Сучасний теоретик реклами А. Добробабенко вкладає в понятті фірмовий стиль наступне: «це набір кольірних, графічних, словесних, друкарських, дизайнерських постійних елементів (констант), що забезпечують візуальну і змістовну єдність товарів (послуг), всієї вихідної від фірми інформації її внутрішнього і зовнішнього оформлення». Крім того, в умовах сучасного перенасиченого ринку товарів і послуг, основним призначенням фірмового стилю, головними цілями його створення можна назвати персоналізацію продукту (товару або послуги), ідентифікацію та зіставлення з компанією, виділення продукту фірми із загального конкуруючого середовища заданого ринкового сегменту [1].

Спираючись на вищенаведеного визначення, ми виділяємо основні функції фірмового стилю, а саме:

- іміджева. Формування та підтримка унікального, впізнаваного і цікавого образу компанії, що сприяє підвищенню її престижу і поліпшенню репутації. На продукцію компанії цільовою аудиторією завжди переноситься Позитивне сприйняття візуального образу. Крім того, у більшості споживачів

рівень довіри товарам і послугам популярного бренду набагато вище рівня довіри товарам маловідомої компанії.

- ідентифікуюча. Фірмовий стиль забезпечує ідентифікацію, зорве упізнання товару і реклами, вказує на їх зв'язок з компанією.

- диференціююча. Відповідає за виокремлення товарів та реклами компанії із маси аналогічних продуктів. Часто певним «інформаційним носієм» виступає саме фірмовий стиль, і є інструментом пізнання та допомагає споживачеві орієнтуватися в потоці рекламної інформації, швидко і безпомилково знайти продукт фірми, яка вже завоювала його перевагу [1].

Сьогодні поняття «фірмовий стиль» вже відноситься не тільки до комерційних підприємств. Розробляють фірмові стилі для громадських і державних організацій і об'єднань, великих подій і свят, виставок і ярмарків, спортивних змагань і наукових конференцій. Знаходить це відображення останнім часом і в організації предметно-просторового середовища міста. І тут вже фірмовий стиль виконує дещо інші завдання, тісно пов'язані з архітектурно-художнім створенням стилю [2].

Зменшити витрати на рекламну стратегію можливо за допомогою індивідуального візуального образу. Єдності шрифтових, графічних і колірних рішень та інших констант, виділитися серед конкурентів, стати впізнаваним і таким, що добре запам'ятовується. Щоб вдало підвищити ефективність реклами потрібно розробити унікальний візуальний стиль [3].

Для того аби завоювати довіру у партнерів по бізнесу та споживача. Найкращим варіантом стане гармонійний візуальний стиль, саме тоді він викличе довіру, що є неабияким чинником для плідної співпраці, адже вона дуже важлива як у житті, так і у бізнесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Добробабенко А. Маркетинг. Москва : Б.С.К, 1998. 231 с.
 2. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы: Слово, композиция, стиль, цвет. Москва: Фаир-Пресс, 2006. 256 с.
 3. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе.
 4. Дэвид Эйри. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера Д. Эйри. Санкт-Петербург : Питер
 5. Рудер Э. Типографика. Москва : Книга, 1982. 289 с.
 6. Ткачев О. Visual бренд: Притягивая взгляды потребителей. Санкт-Петербург : Альпина Бизнес Букс, 2009. 216 с.
 7. Артем Горбунов. Типографіка і верстка. Україна. 2015 р.
 8. Яна Франк. Щоденник дизайнера-маньяка. Україна. 2016 р.
- Електронні джерела:
9. Энциклопедія брендів. - точка доступу: <https://www.brandpedia.ru/>
 10. Kaviansky art studio. – точка доступу:
<http://www.kavinskyart.com.ua/ru/6-trendiv-dizaynu-logotipu-v-2019>
 11. Київський фестиваль « Молодість ». – точка доступу:
<https://molodist.com/>
 12. LogoMaster: Branding & Design Studio. – точка доступу:
<http://www.logomaster.com.ua/>
 13. Lookatme: 14 важных изменений в логотипах, которые никто не заметил. – точка доступу:<http://www.lookatme.ru/mag/live/inspiration-lists/209231-redesigns>
 14. LogoMaster: Branding & Design Studio. – точка доступу:<http://www.logomaster.com.ua/>
 15. Портал о рекламе и дизайне. – точка доступу: www.adme.ru
 16. Фестиваль «New IT fest». – точка доступу: <https://newitfest.ru/>
 17. Фестиваль «Techtrain». – точка доступу: <https://techtrain.ru/>

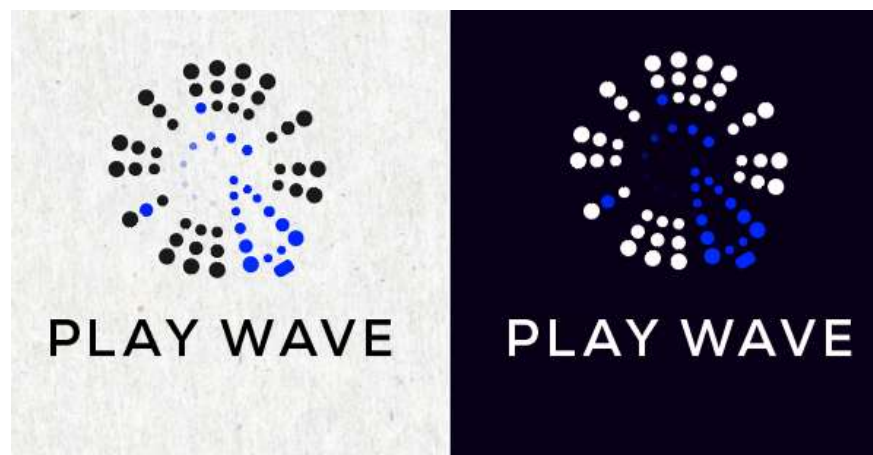
18. Фестиваль «Ural geek camp». – точка доступу: <http://uralgeekcamp.ru/>
19. Правила безпеки за комп'ютером: <http://www.zhu.edu.ua/>
20. Сеть городских сайтов про дизайн. – точка доступу:
<https://citysites.ua/blog/446>
21. Український блог про дизайн. – точка доступу:
<https://inspired.com.ua/ideas/services/prodesign/>

ДОДАТКИ

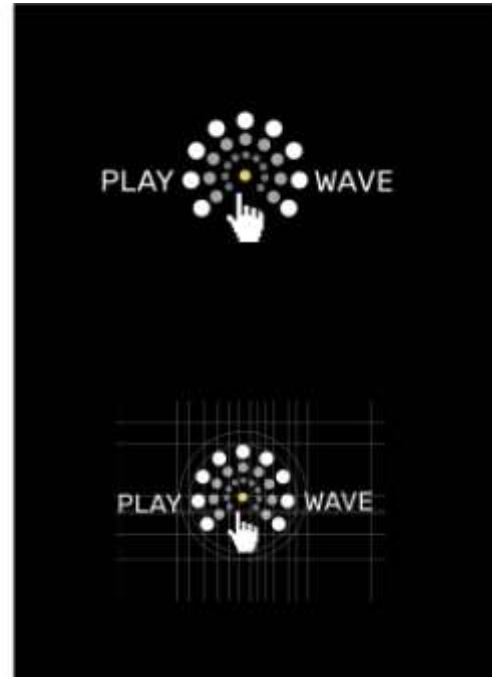
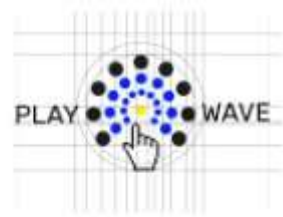
Додаток А



Дод.А.Рис.1. Початкові ескізи логотипу фестивалю «Play Wave»



Дод.А.Рис.2. Початковий варіант логотипу фестивалю «Play Wave»



Дод А. Рис.3. Остаточний варіант логотипу фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.4. Фірмовий бланк фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.6. Фірмовий конверт та візитки фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.6. Фірмовий пакет фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.7. Фірмові стакани для кави фестивалю ІТ та кіберспорту
«Play Wave»



Дод.Б.Рис.8. Фірмова кепка фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.9. Афіша для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.10 Варіант афіши на темному фоні для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.11. Афіша для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.12. Фірмові футболки для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.12.Флаєр А5 для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.13.Флаєр 210x98 мм для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.14.Білборд для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.14.Флешка жовтого кольору для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



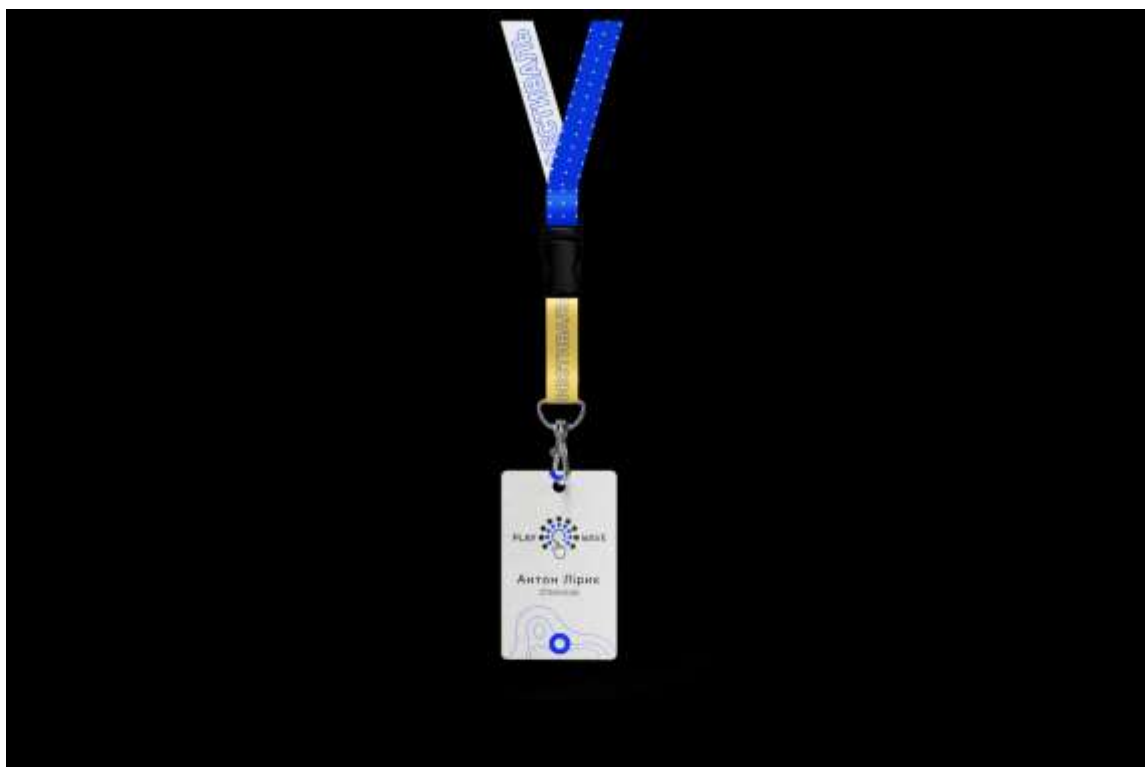
Дод.Б.Рис.15.Флешка синього кольору для фестивалю ІТ та кіберспорту
«Play Wave»



Дод.Б.Рис.16. Фірмовий бейдж для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.17. Фірмовий бейдж для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.18. Фірмовий бейдж для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



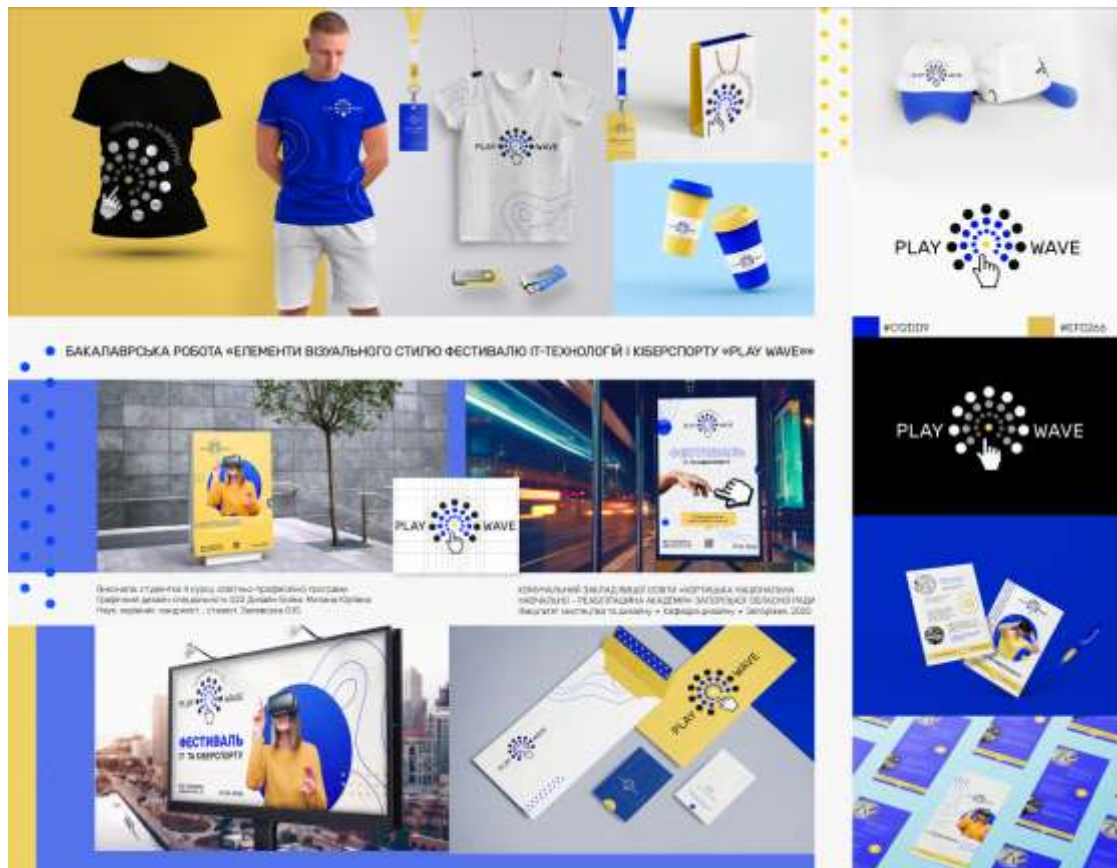
Дод.Б.Рис.18. Фірмова ручка для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.19. Інтернет банер 250x250 px для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.Б.Рис.20. Фірмовий банер для фестивалю ІТ та кіберспорту «Play Wave»



Дод.В.Рис.21. Кінцевий вигляд візуального стилю для фестивалю ІТ технологій та кіберспорту «Play Wave»