

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА АКАДЕМІЯ»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ
Факультет мистецтва та дизайну

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Протокол засідання кафедри дизайну
від «__» _____ 2023 року № __
Завідувач кафедри к.п.н., доцент

_____ Н.В. Дерев'янку

Пояснювальна записка
до бакалаврської роботи
«Візуальний стиль для пекарні «Паляниця»

Виконала: студентка 4 курсу,
освітньо-професійної програми
Графічний дизайн
зі спеціальності 022 Дизайн
Харитонкіна Ксенія Павлівна

Наук. керівник:
канд. н. з держ. упр., доцент Захарова С.Г.

Запоріжжя
2023

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 40 с., 5 табл., 44 рис., 34 джерела, 4 додатки.

Метою дипломної роботи є розробка візуального стилю для пекарні «Паляниця» та його носів.

Методи дослідження: аналіз та обробка літературних джерел, спеціалізованих матеріалів, аналогів та прототипів.

У першому розділі дипломної роботи наведено історичні відомості про айдентику та візуальний стиль, сучасні тенденції у візуальному стилі пекарень, а також проведено аналіз візуального стилю найвідоміших пекарень України. У другому розділі викладено процес виконання практичної частини роботи, а саме проектування та практичне виконання остаточного варіанту візуального стилю для пекарні «Паляниця».

В результаті роботи розроблено проєкт та виконано візуальний стиль для пекарні «Паляниця». Також розроблено наступні елементи та носії: логотип, модульна сітка, варіанти колористичного рішення, візитна картка (85×55 мм) фірмовий бланк (210×297 мм), фірмовий конверт (формат «євроконверту» 110×220 мм) фірмовий бейдж (90×60 мм), дисконтні карти (5%, 10%), патерн зі знаку/логотипу або їхніх елементів (можна використовувати як частину тла), фірмове пакування, фартух, футболка.

Ключові слова: візуальний стиль, фірмовий стиль, бренд, айдентика, логотип, пекарня, патерн, компанія, організація, консистентність, концепція.

ВСТУП

Зважаючи на те, що сьогоденний ринок насичений різноманітними брендами у сфері харчування, важливо, щоб саме наш зміг стати унікальним завдяки розробці індивідуального стилю, що відобразить його цінності та допоможе відділитися від конкурентів. Навіть у традиційних галузях, таких як пекарня, візуальний стиль є важливим елементом, який зможе привернути увагу клієнтів та сприяти популяризації бренду.

При цьому, важливо враховувати, що візуальний стиль має бути не просто красивим, але і співвідносним з бренд-стратегією компанії. Наприклад, якщо пекарня прагне вважатися екологічно-чистим брендом, то її візуальний стиль має відображати цю концепцію, використовуючи природні кольори та матеріали, а також зображуючи натуральну продукцію тощо. Таким чином, візуальний стиль є впливовим інструментом у формуванні іміджу бренду.

Візуальний стиль є дуже важливим елементом успішної рекламної кампанії та маркетингової стратегії. Це особливо актуально для бізнесів, які пов'язані з харчуванням, де візуальний ефект може вирішувати успіх продукту. В рамках даної бакалаврської роботи досліджується створення візуального стилю для української пекарні «Паляниця», який допоможе новій пекарні стати однією з провідних у місті та зарекомендувати себе на ринку.

Розробка візуального стилю для пекарні є актуальним завданням в сучасному бізнесі, де унікальний стиль стає важливою складовою для майбутнього розвитку. Надалі він допомагатиме відрізнити пекарню від конкурентів та зможе залучити увагу нових клієнтів.

Об'єктом дослідження є вивчення всіх аспектів специфіки фірмового стилю та розробка власного.

Предметом дослідження є розробка візуального стилю для пекарні «Паляниця».

Метою даного дослідження є використання знань, отриманих за 4 роки навчання та використання їх на практиці при створенні унікального візуального стилю для пекарні «Паляниця».

Із постановки мети дипломної роботи випливають наступні завдання:

- дослідити та узагальнити фактичний та ілюстративний матеріал процесу дизайн-проектування візуального стилю;
- дослідити новітні матеріали, інноваційні методи, конструктивні рішення способів проектування і виготовлення візуального стилю для пекарні;
- дослідити сфери споживання, визначити групи споживачів і асортимент виробів для проектування образу візуального стилю пекарні «Паляниця»;
- адаптувати теоретичні знання та практичні вміння до застосування в створенні айдентики для пекарні;
- розробити проєкт візуального стилю та презентувати творчу розробку для нової української пекарні «Паляниця».

Склад роботи: логотип, модульна сітка, варіанти колористичного рішення, візитна картка (85×55 мм) фірмовий бланк (210×297 мм), фірмовий конверт (формат «євроконверту» 110×220 мм) фірмовий бейдж (90×60 мм), дисконтні карти (5%, 10%), патерн зі знаку/логотипу або їхніх елементів (можна використовувати як частину тла), фірмове пакування, фартух, футболка, пояснювальна записка. Пояснювальна записка складається з вступу, двох основних розділів та висновків. Загальний обсяг роботи 59 сторінок: основний текст – 43 сторінки, додатки – 17 сторінок.

ВИСНОВКИ

Метою даної бакалаврської роботи було створення візуального стилю для української пекарні «Паляниця».

Для досягнення мети створення візуального стилю для пекарні «Паляниця», було вирішено ряд задач. Перш за все було проведено аналіз особливостей розробки візуального стилю, заглиблення в історію айдентики. Далі – визначено цільову аудиторію. Необхідно було зрозуміти, для кого саме буде створений цей візуальний стиль, хто є основними клієнтами пекарні, які їх потреби та очікування. Другою задачею стало вивчення конкурентів на ринку та їх візуальних стилів. Це дозволило визначити, як можна відрізнитись від інших пекарень. Третьою задачею стало розроблення концептуальної ідеї. Необхідно було визначити, яку концепцію візуального стилю буде передавати пекарня своїм клієнтам, її особливості та цінності. Наступна задача – створення логотипу, який би передавав ідею пекарні та відображав її основні цінності. Логотип повинен бути таким, що легко запам'ятовується та зможе відрізнитись від інших пекарень на ринку. І нарешті, останньою задачею стало створення елементів брендування для пекарні, таких як візитки, конверти, дисконтні картки, фірмові бланки, тощо. Всі ці елементи повинні були відображати візуальний стиль пекарні та передавати її концепцію.

Отож, на даний момент у роботі представлені результати дослідження історії фірмового стилю, розглянуті методи створення елементів, які включаються в фірмовий стиль, їх сучасні тенденції, розглянуті аналоги фірмових стилів для пекарень розроблено проект та макети носіїв візуального стилю: логотип, візитна картка (85×55 мм) фірмовий бланк (210×297 мм), фірмовий конверт (формат «євроконверту» 110×220 мм) фірмовий бейдж (90×60 мм), дисконтні карти (5%, 10%), фірмове пакування, фартух, футболки для працівників.