

**АРТ АКАДЕМІЯ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА
ІМЕНІ САЛЬВАДОРА ДАЛІ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ГО «НАЦІОНАЛЬНЕ ГАЛУЗЕВЕ ПАРТНЕРСТВО У ЛЕГКІЙ
ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ «FASHION GLOBUS UKRAINE»**



**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ, ДИЗАЙН-ОСВІТИ ТА
МИСТЕЦТВОЗНАВСТВА»**

19 травня 2023 року

Київ - 2023

Рекомендовано до друку
Рішенням вченої ради Арт академії сучасного мистецтва імені Сальвадора Далі
(протокол № 8 від 31 травня 2023 року)

Тенденції розвитку дизайну, дизайн-освіти та мистецтвознавства: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 19 травня 2023 р. [Електронне видання] / відп. ред. та упоряд. О. В. Гуменна — Київ: Арт академія сучасного мистецтва імені Сальвадора Далі, 2023. — 203 с.

У виданні представлені тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Тенденції розвитку дизайну, дизайн-освіти та мистецтвознавства», яка відбулася 19 травня 2023 року. Науковці, практики — стейкхолдери, здобувачі вищої освіти розглянули актуальні питання теорії, практики, сучасних технологій у дизайні та дизайн-освіті; мистецтва та мистецької освіти в сучасному соціокультурному просторі; культурні маркери сучасної національної ідентичності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. В матеріалах максимально зменшено втручання в обсяг та структуру матеріалів. Автори несуть відповідальність за достовірність інформації.

© Арт академія сучасного мистецтва
імені Сальвадора Далі, 2023 р.

СЕКЦІЯ 3
МИСТЕЦТВО ТА МИСТЕЦЬКА ОСВІТА В СУЧАСНОМУ
СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

| | | |
|--|--|-----|
| <i>Бабенчик Олена Петрівна</i> | Мистецтво нейрографіки як новий вид психотехнологій у стресовій сучасності. | 117 |
| <i>Білозуб Людмила Миколаївна</i> | Синтез і взаємодія мистецтв у художніх практиках. | 119 |
| <i>Долгінінська Ірина Юрївна</i> | Формування соціокультурної компетентності на уроках зарубіжної літератури: особливості вивчення творчості письменників-художників. | 122 |
| <i>Задорожна Тетяна Андріївна</i> | Поняття «концептосфера» в контексті постмодерної музикознавчої думки. | 125 |
| <i>Климова Ольга Миколаївна</i> | Застосування технік арттерапії у системі роботи викладача художніх дисциплін. | 129 |
| <i>Костюк Олена Миколаївна</i> | Дослідницький підхід до узагальнення досвіду викладача у системі вищої мистецької освіти. | 131 |
| <i>Лосик Марія Василівна</i> | Традиційні та новітні технології декорування скла. | 134 |
| <i>Рябець Ірина Володимирівна, Голубєва Марія Олександрівна</i> | Система роботи із забезпечення академічної доброчесності в освітньому процесі мистецького закладу вищої освіти. | 137 |
| <i>Сафонова Ірина Григорівна</i> | Неординарність постаті Миколи Святоші. | 140 |
| <i>Слітюк Олена Олександрівна, Дереза Валерія Олександрівна</i> | Розробка фірмового стилю мережі книгарень. | 143 |
| <i>Слітюк Олена Олександрівна, Дереза Олександра Олександрівна</i> | Особливості ілюстративного оформлення книги. | 146 |

Список використаних джерел:

1. Diane le Berrurier. Icons from the deep / Diane le Berrurier. // Archaeology. – 1988. – 387 с.
2. Jeckel Stefan. Russische Metall-Ikonen-in Formsand gegossener Glaube / Jeckel Stefan. – 1995.

Слітюк О. О.,

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри мультимедійного дизайну

Дереза В. О.,

здобувач вищої освіти

Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ МЕРЕЖІ КНИГАРЕНЬ

На сьогоднішній день фірмовий стиль є одним з головних рекламних і маркетингових інструментів сучасної компанії [1]. Грамотно розроблений фірмовий стиль є основою успішного виведення на ринок будь-якого товару або послуги в жорстких умовах конкуренції. Впровадження єдиного стилю в усі форми рекламної діяльності допомагає виділити фірму та її товар серед конкурентів, стати ідентифікованою та добре запам'ятованою. Через гарну пізнаванність зменшується кількість затрат, витрачених на рекламні компанії.

В роботі представленні дослідження пов'язані з розробкою фірмового стилю для мережі книгарень.

Фірмовий стиль втілюють у багатьох елементах: логотип, шрифт, корпоративні кольори, тека, бланк, візитка, шаблони для e-mail, пакети та сумки, конверт, фірмовий одяг, сувеніри, стандарти для візуальної реклами, та багато іншого. Вибір елементів фірмового стилю і їх кількості зумовлений особливостями виду бізнесу а також баченням щодо комунікаційних каналів, які є ефективними. Фірмовий стиль допомагає досягти єдності та послідовності у всіх рекламних повідомленнях, що підвищує її ефективність. А правильно

розставлені акценти створять вигідне враження про компанію, і продукція чи послуги будуть продаватись краще.

На першому етапі було проведено аналіз діяльності компанії та її ринкової стратегії. Також здійснено аналіз ключових конкурентів, партнерів і особливостей даної сфери бізнесу. Завдяки отриманій інформації сформована ідея, обрано один напрямок стилю.

Оформлення мережі книгарень передбачає виконання всіх основних завдань фірмового стилю, розробляється безпосередньо: логотип закладу, рекламно-інформаційна продукція — буклети, плакати, листівки; ділова документація — конверти, папки, візитки; сувенірна продукція — блокноти, значки, кружки, майки; упаковка — коробки, пакети, пакувальний папір, наклейки, етикетки; зовнішня реклама — вивіски, щити; стиль оформлення інтер'єрів офісу, торговельних залів, виставкових вітрин і експозицій та інше.

При створенні концепції логотипу були враховані такі вимоги: інформативність знаку, його емоційність, індивідуальність, простота, запам'ятованість, впізнаваність, привабливість, довговічність стилю, мобільність [2]. На цьому етапі було проведено аналіз загального поняття і виділено структурні елементи, фізичні й функціональні властивості й ознаки об'єкту, виявлені характеристики, які викликають у глядача певні відчуття. Було побудовано графічну композицію, яка образно підкоряє всі структурні елементи одній властивості. При розробці було необхідно врахувати вимоги до композиції логотипу: дотримання кількісної міри; композиційна рівноваженість; дотримання стилістичної єдності композиційних елементів; внутрішній масштаб; відтворюваність: мінімум дрібних деталей, що зливаються при поліграфічному або будь-якому іншому відтворенні; цілісність внутрішньої структури; оригінальність композиційного рішення [2].

Логотип бібліотеки є дуже простим та лаконічним, являє собою суто шрифтовий напис із назвою бібліотеки, однак напис включає в себе шрифтовий графічний елемент. Далі було розроблено кольорова гамма фірмового стилю. Було обрано три основних кольори: чорний,

бежевий та теракотовий. Чорний колір символізує туш для малювання та, зокрема, для писемності, цей чорний колір контрастує з бежевим, тим самим нагадуючи малюнок тушшю на старому папері. Теракотовий колір був обраний у якості акценту, він підкреслює окремі деталі композиції, надає потрібну пляму, створюючи акцент, добре поєднується з обраним відтінком бежевого кольору, та також контрастує із чорним кольором.

У даній роботі, окрім створення логотипу та визначення кольорової гамми, було розроблено оформлення таких елементів як: таблички з написами розділів книжок бібліотеки, закладки для книжок, фірмові обкладинки для книг, плакати та ілюстрації, оформлення люстр, розробка візитівок (рис.1).



Рисунок 1 — Носії фірмового стилю мережі книгарень

Отже, в роботі представленні дослідження пов'язані з розробкою фірмового стилю мережі книгарень. Проаналізовано вимоги стилю, виділено структурні елементи об'єкту, побудовано графічну композицію, представлено ескізи фірмового стилю.

Список використаних джерел:

1. Основи рекламного дизайну / С. В. Прищенко, Є. А. Антонович. – К. : НАКККіМ, 2017. – 384 с.
2. Слітюк О.О. Особливості розробки логотипу / Л. В. Висоцька, О.О. Слітюк // Technologies and strategies for the implementation of scientific achievements: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the II International Scientific and Theoretical Conference, November 18, 2022. Stockholm, Kingdom of Sweden: European Scientific Platform II Pp. 235-237.