



Приватний заклад вищої освіти
Одеський технологічний університет «ШАГ»
Кафедра інформаційних технологій та фундаментальної підготовки

випускна кваліфікаційна робота бакалавра

**«Розробка комплексного дизайн-рішення для концепту сучасного бренду
книгарні»**

на здобуття бакалаврського рівня вищої освіти
зі спеціальності «122 Комп'ютерні науки»

Виконавець проекту

№	П.І.Б.	Група
1	Горіщак К.С.	КН-Д-192
2	Омельницький М.М	КН-П-192
3	Мануйлов М.О	КН-П-192
4	Желіковський А.В	КН-П-192
5	Амікішиєв Е.Н	КН-А-191

Автор звіту

_____ Горіщак Ксенія Сергіївна

Зміст

Вступ	3
Загальне технічне завдання	3
Вимоги	4
Проблеми та рішення	4
Ідея бренду	4
Особливості	5
Архітектура проекту	5
Стилістика	6
Шрифти для бренду	7
Палітра кольорів бренду	7
Кольорова схема графіки	7
Підсумок	8
Перелік використаних джерел	9

Вступ

Зараз ми вже і не можемо уявити сучасний світ без телефону, в котрому можна знайти відповідь на будь-що, поспілкуватися зі знайомими, чи... прочитати гарну книгу. Коли світ переповнений інформацією та новітніми технологіями, ми забуваємо про печатні видання.

Письменники роками вивчають та поглиблюються у різноманітні сфери життя, щоб донести читачу все так, ніби він сам приймає участь у цій історії, що це, якщо не майстерність та магія пера? Письменники, як художники, тільки малюють буквами, створюючи новий Всесвіт для мандрівок.

Доторкнувшись до обгортки та відкривши перші сторінки, читач ще й не уявляє що його там чекає, але ця жага підпитує тебе з середини і о 5 ранку ти вже не можеш пригадати, як так швидко промайнув час за книгою.

Тож я хочу познайомити Вас із сучасною книгарнею, де кожна історія відведе до світу пригод а незабутніх подій. Historium це місце, де розмивається межа між сторінками книги та реальністю, де кожен читач знайде своє особливе місце.

Загальне технічне завдання

Технічним завданням проекту була розробка комплексного дизайн-рішення для сучасної книгарні “Historium”, до якого входить:

- Розробка фірмового стилю
- Розробка веб-сайту магазину
- Розробка відео-контенту

Головна мета – донести до аудиторії філософію та цілі бренду через ілюстративну складову проекту.

Вимоги

Загальний вигляд бренду:

- повинен бути цілісним, та мати опис всіх елементів для продовження формування фірмового стилю і в майбутньому;
- має підвищувати ефективність реклами;
- має позитивно впливати на естетичний рівень і візуальне середовище компанії;
- сприяє підвищенню корпоративного духу, та об'єднує співробітників;

Проблеми та рішення

Основою роботи було розробити та представити новітній погляд на бачення сучасної книгарні. Зараз, поблукавши по мережі рідко можна зустріти цікаві варіанти книжкових сайтів, більшість ставить ставку на те, що книга вже є сама візитівкою до відвідування.

Але я хочу доторкнутися до вже звичних канонів побудови бренду книгарень, та додати більш креативний погляд, для привертання ще більшої уваги споживачів.

Ідея бренду

“Historium” – це бренд книгарні, що прославляє минуле через елегантні сторінки своїх видань, що захоплюють уяву та переносять нас у епохи, далекі та близькі одночасно. Головна мета, перенести споживача у роль мандрівника у часі ще до того, як він обере собі книгу до душі.

Особливості

До особливостей бренду входить, насамперед, ідея незвичного бачення звичайного, що обов'язково має привертати увагу не тільки покупців, а й випадкових відвідувачів.

Зручний, але креативний сайт з яскравою графікою не залишить нікого байдужим. Будь-яка людина, котра може і випадково потрапила на нього зможе помандрувати серед історій минулого, та придбати собі квиток на подорож у часі.

Архітектура проекту

Брендбук – це зведення правил і рекомендацій до основоположної концепції бренду, яка поєднує в собі ідею, зміст та візуальний стиль компанії; показує вдалі і невдалі варіанти розміщення логотипу, допустимі поєднання фірмових кольорів, фірмові шрифти, стилеутворюючі елементи, приклади графіки.

Головні елементи брендбука:

- Логотип і логобук
- Фірмові шрифти
- Типографіка
- Стилeутворюючі елементи
- Візитка
- Конверти DL та C4
- Наліпки
- Фірмова документація
- Фірмова графіка

- Умови побудови графіки
- Постери
- Друкована продукція
- Фото та відео реклама

Побудова веб-сайту магазину:

1. Пошук та оцінка конкурентів
2. Пошук референсів та продумування логіки сайту
3. Розробка прототипів сайту
4. Збір інформації для покращення користування
5. Розробка логіки сайту, слідуючи шляху покупця
6. Розробка мобільної версії

Створення відео-анімації:

1. Розробка концепції відео
2. Вибір програмного забезпечення
3. Підготовка графічних елементів до анімації
4. Пошук та додавання звуку до відеоряду

Програмне забезпечення:

- Adobe Illustrator – програмне забезпечення, яке використовується для створення векторної графіки
- Figma – векторний онлайн-сервіс для розробки інтерфейсів та прототипування
- Adobe Photoshop – програмне забезпечення, яке використовується для створення растрової графіки

- Procreate – програмне забезпечення, яке використовується для растрової графіки
- Adobe After Effects – програмне забезпечення, яке використовується для створення анімації та її редагування.

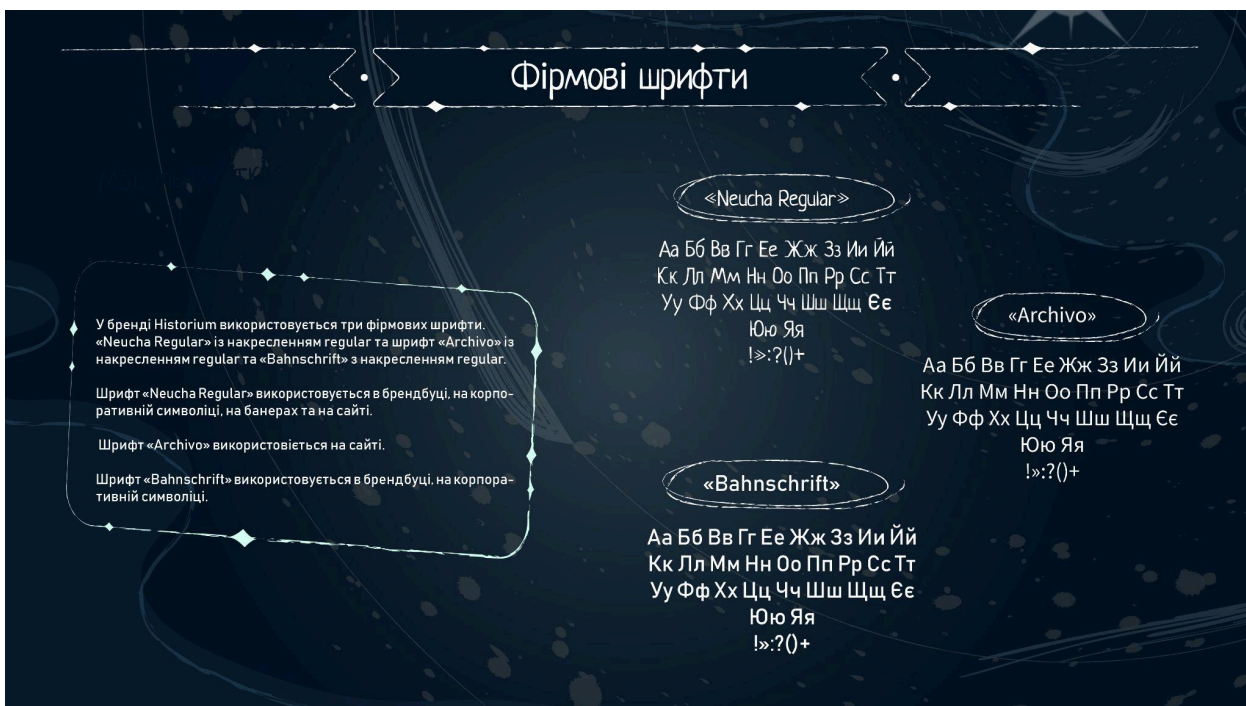
Стилістика

Усі ілюстрації бренду були створені у векторному додатку Adobe Illustrator, який має величезний функціонал та багато рішень щодо ідей візуалізації бренду.

Стилістика бренду була натхненна мандрами у часі, саме такі асоціації в мене при словосполученні “книжковий магазин”. Коли читаєш книгу, то сам мимоволі поринаєш в атмосферу, яку вигдав письменник минулого та залюбки подарував квиток на потяг, котрий відвезе читача у свій уявлений світ та розповість неймовірні історії.

Шрифти для бренду

- Magic Hour (логотип) – використовується як основа логотипу, але у процесі розробки був змінений
- Bahnschrift (для друкованої продукції) – використовується для друку та набору тексту на фірмовій документації
- Archivo (сайт) – використовується для контенту на сайті
- Neucha (сайт) – використовується для заголовків на сайті



Палітра кольорів бренду

Темно-синій колір – налаштовує на сон, але водночас стимулює роботу мозку, приносить заспокоєння і надихає. Символізує повагу і довіру.

Бірюзовий колір – колір інтуїції, досконалості, чистоти, щедрості і зцілення.

Жовтий колір відносять до теплої гами кольорів. Він, як і його відтінки, майже ніколи не має негативного аури. В деяких традиціях жовтий трактується як колір просвітлення та осяяння.

Блакитний – це колір проникливості, чуйності, чуйності та морального вдосконалення. Цей відтінок просвітлює, є «кольором істини», смирення та умиротворення. Блакитний вважається кольором світу, самопізнання та душевної рівноваги.



Кольорова схема графіки

RGB схема для відображення графіки у цифровому просторі.

CMYK схема для відображення графіки на друкованій продукції.

Підсумок

Бренд сучасної книгарні “Historium” являється оригінальним піднесенням звичайного книжкового магазину у незвичному, креативному форматі. Було розроблено усі складові бренду, а точніше: розробка логотипу, фірмового стилю, розробка графічних елементів, розробка корпоративної символіки, підбір фірмових кольорів, розробка прототипів сайту книгарні, розробка анімації та повноцінного брендбуку.

Перелік використаних джерел:

- Інформація про жовтий колір

URL: <https://varto.org.ua/?p=533>

- Значення кольорів у маркетингу

URL:

<https://apix-drive.com/ua/blog/marketing/psykholohiia-koloru-v-marketynhu>

- Сайт-конкурент

URL: <https://www.yakaboo.ua/>