

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

Випускна кваліфікаційна роботи бакалавра

**«Розробка комплексного дизайн-рішення для бренду плівкового
обладнання »**

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

Виконавці проєкту

№	П.І.Б.	Група
1	Свирид А.М	КН-Д-192

Автор звіту

_____ Свирид Анна Максимівна

Загальне технічне завдання

Головна мета це розробка комплексного дизайн-рішення для бренду плівкової апаратури “MOAR” яке включає в себе: брендбук , сайт або застосунок та відео анімацію. Кожна частина дизайну призначена для створення візуального стилю з метою демонстрації цілкового вигляду продукта та його комерційних елементів.

Вимоги до функціоналу

Однією з основ компанії є брендбук. Його мета надати чіткі правила та обмеження з ведення бренду та забезпечення певним функціоналом :

- Пояснення основної інформації про бренд, бачення і стратегії
- Визначення напрямку розвитку бренду заради підвищення цінності продукта
- Виконання проектів та співпраця тільки у напрямку який дозволяє компанії збільшувати прибуток
- Розуміння обмежень та можливостей в роботі з елементами продукту бренду
- Опис продукту та бренду новим співробітникам заради якості та зручності

Щодо відеоматеріалу, він повинен бути спроможним використовуватись в рекламних роликах для поширення клієнтської бази.

А з блоку маркетингового виробництва є свої функції: використання сайту або застосунку для демонстрації продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках збуту.

Преамбула

Під час розробки комплексного дизайн-рішення яке є головною метою завдання були виконанні задачі, як розробка брендбуку, дизайну сайту і відео анімації.

Алгоритми, що використовувалися при розробці :

- **Брендбук та його складові:**

- опис бренду та його мети;
- розробка логотипу та його значенням;
- фірмові кольори ;
- фірмові текстури;
- фірмові шрифти;
- графічні елементи;
- фірмові патерни;
- корпоративна символіка;
- рекламні постери;
- соціальні мережі;
- упакування;
- сувенірна продукція.

- **Сайт та його модулі:**

- розробка структури сайту;
- модель сайту з готовим текстом без ілюстрацій;
- обробка та підготовка ілюстрацій і графічних елементів
- розробка станів клікабельних елементів

- дизайн сайту.
- Відеоанімація:
 - підготовка графічних елементів до праці з їх анімацією;
 - розкадрування графічних елементів для продовження виконання відеоанімації;
 - Комплектація готових анімованих частин один з одним;
 - підставлення музичного супроводу у відеоматеріал;
 - фіналізація.

Під час виконання розробки слід користуватися наступними технологіями та інструментами:

1. Adobe Illustrator — це додаток для створення векторної графіки. В якому було створено логотип бренду та фірмові графічні елементи а також постери та персонажі .
2. Mockup та Freepick— завдяки цим сервісам було показано візуальне оформлення фізичних елементів а саме: шопери, візитки, упаковки та інше.
3. Adobe After Effects — додаток, завдяки якому створюються рекламні відеоматеріали для демонстрації та продажу товарів нашого бренду. При використанні цього додатку були анімовані елементи та персонажі у різних рухах.
4. Figma — сервіс завдяки якому був створений сайт з продажу продукту бреда.

Опис розробки

Відповідно до загального технічного завдання, було опрацьовано чотири етапи розробки компанії:

1. Ідея та позиціонування бренду;

2. розробка назви (неймінг);
3. візуалізація бренду, паспортизація стилю;
4. реалізація.

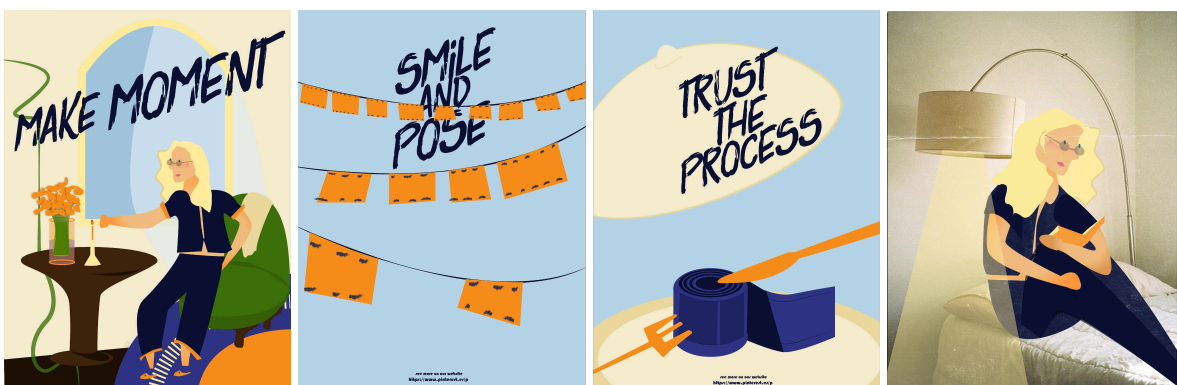
Нижче наведено більш детальний опис кожного з етапів.

1. Бренд “MOUR” по-перше представляє собою компанію яка продає не товар а стиль життя. Вона розповсюджує ретро фотокамери відомих брендів і саме тому має свою особливість. Цей бренд створений заради комфортного пошуку фотокамери не зважаючи на обмежену кількість та цінність товарів. З з'явленням цифрової фотоапаратури та мобільних пристроїв з гарною камерою, ретро камери та знімки на них втратили свою цінність. Але незважаючи на це мода на “old school” повернулась а з нею й фото у певному стилі, але пошук таких пристроїв все одно достатньо важкий. Початківцю який вперше обирає ретро камеру не дуже зрозумілі параметри і як вони впливають на якість та особливість зйомки тому в нас кожна камера представлена по-перше прикладами фото які будуть створені з нею. Ця важлива особливість демонструє цінність та естетику бренду.
2. Назва бренду як і фірмові фрази виповнені англійською через бажання розповсюдити бренд по всьому світу та співпрацю з представниками різних стран. MOUR-є деякою аббревіатурою цитати “MAKE YOUR MOMENT” (зроби свій момент) - що спонукає на дію, а саме зняти фото.



3. Цей момент дуже важливий не тільки для красивого і приємного візуалу, але і фактор, що дозволяє виділити бренд і відразу продемонструвати свій продукт. Для цілісного іміджу і підтримки стилю кожен з елементів бренду використовує корпоративні елементи, кольори і правила розташування елементів.

Брендбук є книгою правил в якій докладно описуються всі візуальні елементи і концепції в кожному конкретному елементі брендингу. Завдяки брендбуку дотримуватись правил ведення стилю зрозуміло для всіх пов'язаних з роботою над іміджем компанії. Головною метою сволки правил пояснення бачення і стратегії бренду, щоб усі члени компанії розуміли та мали спроможність ввести корективи та однозначно розуміли напрям ведення стилю.



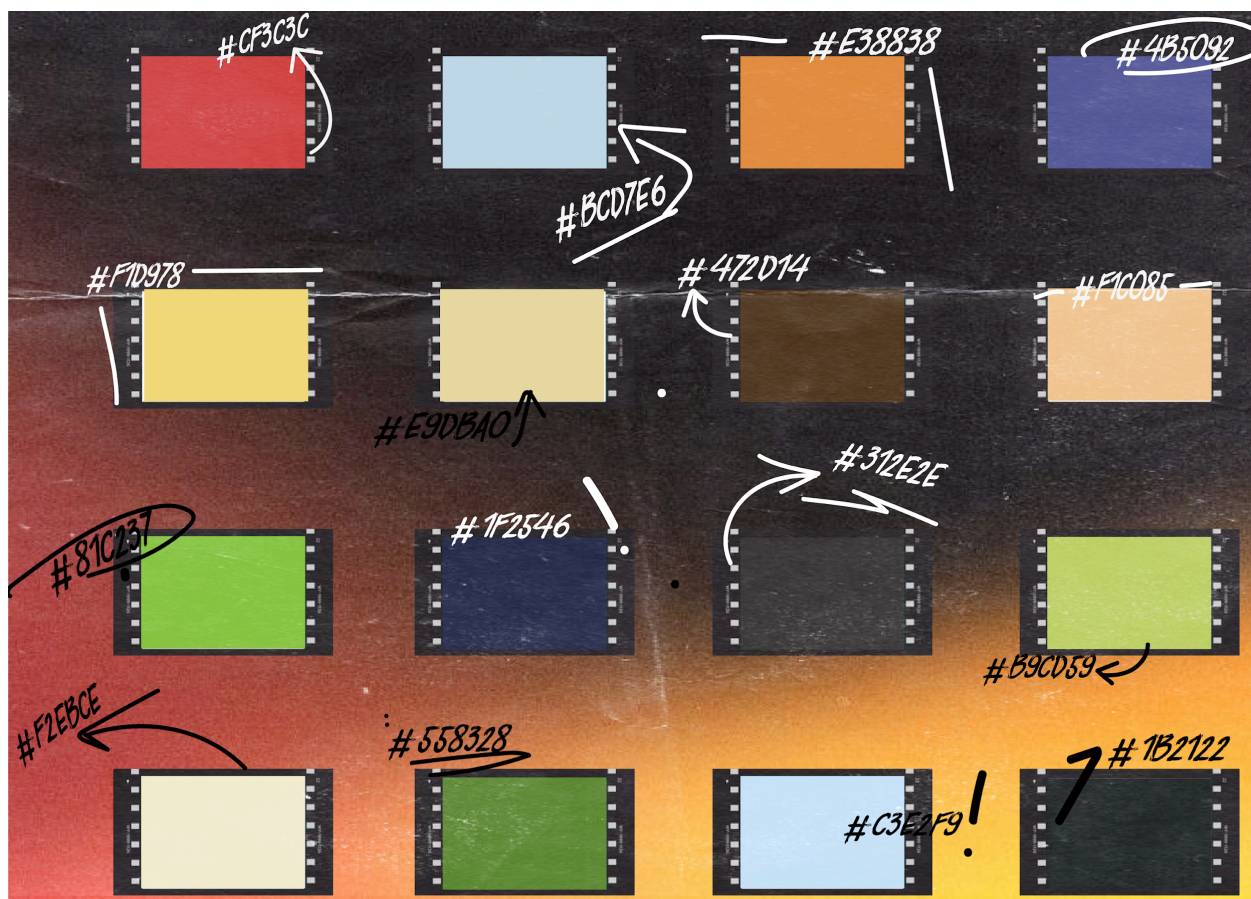
На продемонстрованій частині брендбуку одразу видно головні правила стилю. На перших сторінках прочитання формуються розуміння концепції та загальне демонстрування напрямку компанії. Логотип є першим елементом фірмового стилю від якого відштовхується клієнт коли формує

свою думку про компанію тому його демонструють одразу не тільки на фірмових кольорах а й у чорно-білому варіанті а також вказують безпечний простір для інших елементів.

Наступним вказаним пунктом є кольори які мають нести бодрий настрій але не перевантажують. Завдяки аналізу та ретельному підбору кольорів один к одному з'явилась чітка палітра:

**#CF3C3C #BCD7E6 #E38838 #4B5092 #F1D978 #E9DBA0 #472D14
#F1C085 #81C237 #B9CD59 #558328 #1F2546 #312E2E #F2EBCE
#C3E2F9 #1B2122**

Так само кольори були розписані за кольоровою моделлю RGB (Red, Green, Blue) та CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key).(БУДУТЬ)



Психологія кольорів і їх значення в конкретному бредні :

#CF3C3C(червоний)-пристрасть, збудження до дії , має асоціацію з діловою та впевненою жінкою.

#BCD7E6, #C3E2F9(відтінки блакитного)-спокій впевненість та свобода , чисте небо.

#E38838(оранжевий)-енергія, екстравагантність, трансформація та унікальність, рух уперед та мотивація.

#4B5092, #1F2546(відтінки синього)-впевненість, елегантність, дорога естетика.

#F1D978(жовтий)-молодість, надійність, креативність та тепле сонечко.

#E9DBA0, #F1C085, #F2EBCF(відтінки бежевого) - пастельні затишні відтінки дому та натурального кольору.

#472D14(коричневий)- колір затишку та дерева.

#81C237, #B9CD59 ,#558328(відтінки зеленого)- той самий природний колір, колір природи, трави, молодості і надії,

#312E2E , #1B2122(майже чорні кольори)- влада, елегантність та впевненість.

Використані стилі та їх поєднання.

Поняття стиль визначається як візуальне відображення певного зображення за допомогою спеціальних прийомів. У графічному дизайні немає чітких граней, тому доводиться обмежувати вибір інструментів. Історія стилів налічує десятки різних варіантів, часом схожих між собою, але мають деякі незначні особливості.

У роботі над брендингом створений стиль є поєднанням певних проявів стилю:

Флетових мінімалістичних ілюстрацій з образним значенням, непропорційних персонажів у дії та головне фото у ретро стилі створених на плівкову камеру.

Мінімалістичні ілюстрації були створено по сюжету розповідаючи стилі життя кожного персонажу. Серія кожного героя мають в собі постери з

його історією , персонажа в його фірмовому оточенні та занурення створеного персонажу у фото відповідній тематиці.

Усі створені постери пов'язані с тематикою камері та важливі елементи імітують певні деталі фотоапарата.

Також важливою частиною є цитати які часто згадаються.

Усі моменти дуже впливають на цільний образ тому й на них робиться великий акцент.

Критичний самоаналіз результатів

У розробленому дизайн-рішенні компанії “MOUR” є такі сильні сторони : яскравий та цільний фірмовий стиль що відрізняє від інших.

Тематика бренду, а саме фото апаратура дозволяє відкрити нові межі дизайну та зробити більшу персоналізацію що є дуже відомим прийомом для різних брендів. Мета цього дизайн рішення є мотивація на креативні прояви та приєднання більше творчих особистостей до ком'юніті, у чому були зроблені успіхи