



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

Випускна кваліфікаційна робота бакалавра

**Верстка книги в Adobe InDesign, з авторськими ілюстраціями та створення
відеопрезентації цієї книги в Adobe Premiere Pro**

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

Автор	Гусєв Дмитро Вікторови
Науковий керівник	Шишковець О. С.

Загальне технічне завдання

Метою роботи є розробка комплексного дизайн-рішення для видавництва «Парус», яке включає створення айдентики бренду, верстку книги з авторськими ілюстраціями в Adobe InDesign, створення рекламної кампанії, презентаційних матеріалів та промоційного відео. Завдання охоплює формування візуального стилю видавництва, створення друкованої та ділової продукції, а також підготовку мультимедійних матеріалів для подальшого просування книги на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Вимоги до функціоналу

Комплексне дизайн-рішення має виконувати низку функцій, спрямованих на візуалізацію, комунікацію, просування та презентацію видавничого продукту на ринку. У межах проєкту розроблено кілька функціональних блоків.

Айдентика видавництва виконує такі функції:

- Формування цілісного образу бренду, що легко ідентифікується серед конкурентів;
- Передача стратегії, концепції та цінностей видавництва через візуальні засоби;
- Уніфікація візуального стилю на різних носіях — друкованих, цифрових, сувенірних;
- Застосування в корпоративній документації, рекламних матеріалах та презентаційній продукції;
- Економія часу на адаптацію нових учасників команди через візуальну стандартизацію.

Фірмові елементи (логотип, палітра, шрифти, графіка) застосовуються в рекламних макетах (постери, закладки, візитки), діловій документації (бланки, конверти), а також у сувенірній та подарунковій продукції (мерч).

Верстка книги вимагає реалізації таких функцій:

- Поєднання авторських ілюстрацій із текстом у гармонійну композицію;
- Застосування принципів модульної сітки, стилістичного оформлення заголовків, абзаців і декоративних блоків;
- Створення візуальної атмосфери, що відповідає концепції бренду і змісту книги;
- Адаптація макету під друковане і цифрове розповсюдження.

Рекламно-презентаційні елементи (анімований буктрейлер, відео з озвученням, POS-дисплей) виконують такі завдання:

- Просування книги на різних платформах (онлайн, офлайн);
- Формування емоційного зв'язку з аудиторією;
- Створення привабливої та сучасної презентації продукту на полицях магазинів.

Розроблені матеріали мають маркетингову функцію — бути базою для формування впізнаваного образу видавництва, сприяти залученню нових читачів, авторів та партнерів.

Преамбула

У процесі реалізації дизайн-проєкту, метою якого була розробка візуальної айдентики видавництва «Парус» та верстка авторської книги, було виконано низку ключових задач.

Проєкт складався з декількох етапів:

- **Дослідження ринку сучасного книговидавання**, аналіз конкурентів серед провідних українських та міжнародних видавництв;

- **Формування концепції видавництва**, створення назви, ідеології та візуального стилю бренду;
- **Розробка логотипу**, вибір шрифтів, кольорової палітри та створення фірмових графічних елементів;
- **Створення рекламної продукції і ділової документації** — візиток, бланків, конвертів, постерів, закладок та сувенірів;
- **Верстка художньої книги в Adobe InDesign**, гармонійне поєднання ілюстрацій із текстом, створення декоративних елементів сторінок;

Загальний стиль проєкту базується на поєднанні класичної естетики з морською тематикою, що підкреслює назву «Парус» та асоціації з подорожами, свободою і мріями. Це знайшло відображення як у палітрі кольорів (білий, кремовий, глибокий синій), так і у фірмових символах (якорі, хвилі, чайки).

Кожен візуальний компонент виконує не лише естетичну, а й функціональну роль — посилення впізнаваності бренду, зручність використання в комунікації, просування книжкового продукту на ринку.

Крім етапів, пов'язаних із брендингом, корпоративним стилем та версткою книги, в межах проєкту також було створено:

- авторські ілюстрації, що слугують основою візуального образу видання;
- анімаційний буктрейлер у програмах Adobe After Effects та Adobe Premiere Pro з озвученням, змонтованим в Adobe Audition;
- 3D-модель POS-дисплею для презентації книги «Лаура і місто відьом» у місцях продажу.

Ці елементи розширюють можливості представлення книги на ринку, підсилюють емоційний зв'язок з аудиторією та формують цілісний образ видавничого продукту.

Використані технології

Для реалізації всіх складових проєкту було використано такі програмні інструменти:

- **Adobe Illustrator** — професійне програмне забезпечення для створення векторної графіки. У проєкті використовувалося для розробки логотипу, графічних елементів айдентики та піктограм.
- **Procreate** — додаток для цифрового малювання на iPad. За його допомогою були створені авторські ілюстрації до книги, а також декоративні елементи для мерчу та оформлення сторінок.
- **Adobe Photoshop** — графічний редактор для обробки зображень. Застосовувався для кольорокорекції, адаптації графіки та підготовки макетів до друку або цифрового розповсюдження.
- **Figma** — онлайн-інструмент для дизайну інтерфейсів та прототипування. У проєкті використовувався для перевірки композицій, створення чорнових макетів та тестування візуальних рішень.
- **Adobe InDesign** — програма для професійної верстки. Була основним інструментом для оформлення сторінок книги, створення модульної сітки, абзацних стилів та композиції розворотів.
- **Autodesk Maya** — програмне забезпечення для 3D-моделювання та анімації. Використовувалося для створення тривимірної моделі POS-дисплея книжки.
- **Substance Painter** — інструмент для текстурування 3D-об'єктів. Застосовувався для промальовки матеріалів і фактур POS-дисплея, щоб надати йому реалістичний вигляд.
- **Marmoset Toolbag** — програма для рендерингу й презентації 3D-моделей. Використовувалася для створення фотореалістичної візуалізації POS-дисплея в середовищі книжкового магазину.
- **Adobe Premiere Pro** — програма для монтажу відео. Була використана під час створення анімованого буктрейлера для презентації книги.
- **Adobe After Effects** — програмне забезпечення для створення візуальних ефектів і анімації. Застосовувалося для розробки динамічних сцен, титрів і анімованих переходів у буктрейлері.

- **Adobe Audition** — програма для редагування звуку. Була використана для обробки звукового супроводу буктрейлера, зокрема для роботи з озвученням, фоновою музикою та шумовими ефектами.

Опис розробки

1. Аналіз ринку та пошук ідеї бренду

На першому етапі було проведено всебічне дослідження — аналіз сучасного стану галузі, вивчення цільової аудиторії, конкурентів і виявлення актуальних потреб.

Цільовою аудиторією видавництва визначено молодь, креативних підлітків і дорослих читачів, які шукають яскраві візуальні рішення та цінують атмосферні книги з сучасним художнім оформленням. Було виявлено, що на ринку спостерігається нестача молодіжних видавництв з цілісною айдентикою та естетикою, що поєднує класику з актуальними візуальними трендами.

Проблема, на яку спрямовано проєкт, — відсутність помітного, послідовного й сучасного візуального стилю у малих або нових видавництвах. Розроблена айдентика покликана вирішити це завдання.

У рамках конкурентного аналізу були вивчені провідні українські та світові видавництва, такі як:

- Видавництво Старого Лева
- А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА
- Книголав
- Penguin Random House
- HarperCollins
- Scholastic
- Thames & Hudson
- Tashen

Було проаналізовано їхній підхід до айдентики, дизайну книг, позиціонування, а також моделі візуальної комунікації та структури видавничих брендів.

2. Неймінг і розробка логотипу



Рис.1. Логотип видавництва

Назва «Парус» була обрана як символ романтики подорожей, відкриттів і мрій — цінностей, що співзвучні книгам та мистецтву. Логотип візуально пов'язаний з морською тематикою: парус, хвиля, вітер. Він виконаний у лаконічному стилі з акцентом на універсальність для різних носіїв.

3. Формування айдентики

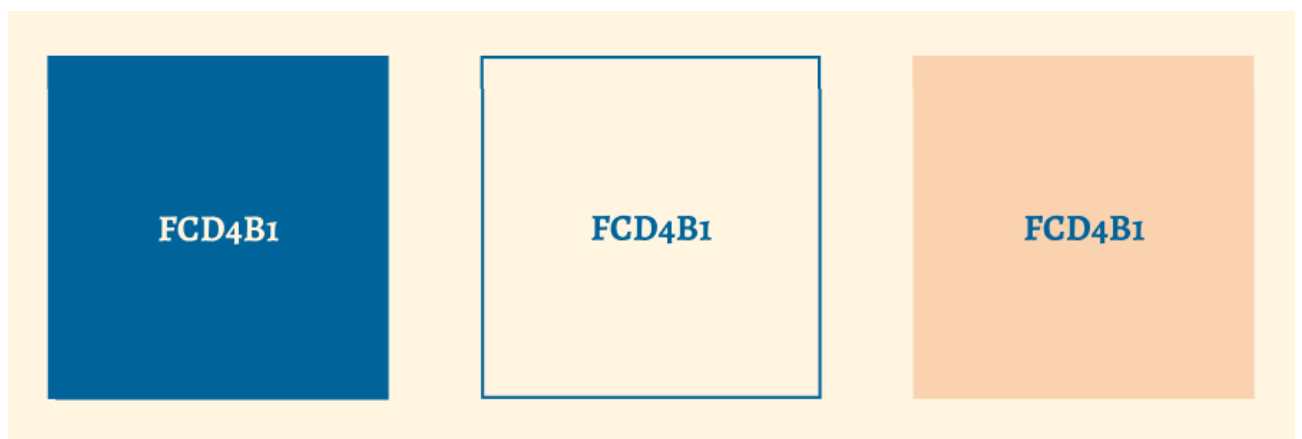


Рис.2. Фірмові кольори

Фірмові кольори були підібрані у гармонійній палітрі, що включає білий, кремовий і синій — кольори чистоти, спокою та глибини. Вони застосовуються в усіх носіях бренду та сприяють впізнаваності стилю.

Для типографіки були обрані авторські шрифти, що поєднують класичні форми з м'якими сучасними лініями. Вони використовуються в логотипі, заголовках, рекламній продукції та навігації видання.



Рис.3. Приклади графічних елементів

Графічні елементи бренду — стилізовані чайки, хвилі, якорі — підтримують морську тематику і забезпечують цілісність стилю у візуальній комунікації.



Рис.4. Дизайн конверту

Розроблено широкую лінійку корпоративної продукції: візитки, конверти, фірмові бланки, іконки та шаблони для ділової документації.

Окремо створено мерч (футболки, чашки, сумки, закладки), що використовується для промоції та формування прихильності до бренду серед цільової аудиторії.



Рис.5. Приклад дизайну рекламного постеру

Рекламна кампанія включає серію постерів з гаслом «Шукаємо авторів», які виконують функцію залучення нових творчих учасників та підкреслюють відкритість видавництва до співпраці.

4. Верстка книги

У межах проєкту була зверстана художня книга, яка включає авторські ілюстрації, декоративні елементи та продуману структуру. Книга оформлена відповідно до стилістики видавництва, із застосуванням сіток, стилів абзаців, інтерактивних засобів дизайну.



Рис.6. Приклад креативної верстки сторінок книги

Ілюстрації до книги, концепція головної героїні та сюжетного наповнення, а також відеоанімація буктрейлера й дизайн презентаційного POS-дисплея були створені як доповнення до видавничої частини, формуючи єдину художньо-комунікаційну структуру проєкту.

Критичний самоаналіз результатів

Розроблене дизайн-рішення для видавництва «Парус» є комплексним, естетично зваженим та функціонально ефективним. Особливу увагу було приділено формуванню айдентики бренду, яка не лише виділяє видавництво серед конкурентів, а й чітко трансліює його цінності, візуальну мову та характер. Візуальний стиль вирізняється логічною структурою, стилістичною цілісністю та адаптивністю до різних форматів — від візиток і постерів до сторінок книги.

Верстка книги також стала важливою складовою проєкту, адже саме в цьому блоці айдентика реалізувалася через візуальну композицію, сітку, шрифтові рішення та інтеграцію з ілюстраціями. Завдяки ретельному підбору кольорів і декоративних елементів вдалося створити атмосферне видання, яке посилює читацький досвід.

Додаткові елементи проєкту — авторські ілюстрації, анімаційний буктрейлер, POS-дисплей — забезпечують візуальне та емоційне доповнення, розширюючи можливості бренду для представлення себе на ринку.

Айдентика та видавничий дизайн мають потенціал для подальшого розвитку бренду: застосування в нових проєктах, розширення видавничої лінійки, формування спільноти навколо бренду. Робота поєднує сучасні дизайнерські принципи з чітким розумінням естетики та комунікації, що дозволяє проєкту залишатися актуальним і конкурентоспроможним у довгостроковій перспективі.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сайт конкурентної компанії «Видавництво Старого Лева».
URL: <https://starylev.com.ua>
2. Сайт конкурентної компанії «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА».
URL: <https://ababahalamaha.com.ua>
3. Сайт конкурентної компанії «Книголав».
URL: <https://knigolove.ua>

4. Сайт міжнародного видавництва «Penguin Random House».

URL: <https://www.penguinrandomhouse.com>

5. Сайт міжнародного видавництва «HarperCollins».

URL: <https://www.harpercollins.com>

6. Сайт міжнародного видавництва «Scholastic».

URL: <https://www.scholastic.com>

7. Сайт міжнародного видавництва «Thames & Hudson».

URL: <https://thamesandhudson.com>

8. Підбір палітри та кольорів.

URL: <https://color.adobe.com>

9. Галерея дизайнерських проєктів.

URL: <https://www.behance.net>

10. Візуальні референси та натхнення.

URL: <https://www.pinterest.com>

11. Відбір шрифтів.

URL: <https://webfonts.pro>