

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ імені ІГОРЯ
СІКОРСЬКОГО»

Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут

Кафедра графіки

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри графіки

_____ Оляніна С.В.

(підпис) (ініціали, прізвище)

“ ” _____ 20__ р.

Дипломна робота
на здобуття ступеня бакалавра

зі спеціальності (спеціалізації) 023 *«Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація»* на тему: **Художньо-технічне оформлення та поліграфічне виконання брендбуку для ювелірного бренду торгової марки “Bernard Jewelry”**

Виконала: студентка 4 курсу, групи ЗГ-з91

Зелінська Анна Володимирівна

Керівник

Викладач кафедри, заслужений діяч
мистецтв Петренко-Заневський Олег
Васильович

Рецензент

Засвідчую, що у цій дипломній роботі немає запозичень з праць інших авторів без відповідних посилань

Студентка _____

Київ — 2023

**Національний технічний університет України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Інститут/факультет: *Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут*

Кафедра *графіки*

Рівень вищої освіти — перший (бакалаврський)

Спеціальність (спеціалізація) 023 «*Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація*»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри графіки

_____ С. В. Оляніна

«__» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студентці

Зелінській Анні Володимирівні

1. Тема роботи: *Розробка айдентики та художньо-технічне оформлення бренд-буку торгівельної марки Bernard Jewelry*, керівник роботи *Олег Петренко-Заневський*, затверджені наказом по університету від «__» _____ 2023 р. № _____ .
2. Термін подання студенткою роботи:
3. Зміст роботи: застосування на практиці набутих під час навчання знань та навичок виконання айдентики та художньо-технічне оформлення бренд-буку торгівельної марки Bernard Jewelry.
4. Вихідні дані до роботи: формат видання, 250×160 мм, 32 сторінки, цифровий друк.

5. Перелік графічного (ілюстративного) матеріалу: оригінал-макет видання що складається з обкладинки та 32 сторінок; презентація дипломної роботи у програмі PowerPoint.

6. Дата видачі завдання

Календарний план

№	Найменування дій	Термін дій
1.	Вибір та затвердження теми	17.10.2022
2.	Формулювання та затвердження завдання	31.10.2022
3.	<i>Виконання розділу 1 вивчення аудиторії бренду, Аналіз конкурентів, щоб визначити їхні стратегії та айдентики, а також виявити можливі ніші на ринку.</i>	13.02.2023
4.	<i>Виконання розділу 2, Розвиток та створення ідеї для айдентики на основі аналізу, розробкаа концепції айдентики бренду, включаючи кольорову палітру, шрифти, логотип, фірмові знаки та елементи дизайну</i>	13.03.2023
5.	<i>Виконання розділу 3, оформлення айдентики у брендбук та підготовка його до друку.</i>	24.04.2023
6.	Виконання розділу 4, технологічні етапи виготовлення запропонованого видання перевірка його керівником	24.04.2023
7.	Оформлення та завершення дипломної роботи	22.05.2023

8.	Надання дипломної роботи (електронний варіант) відповідальному за організацію дипломного проектування на кафедрі графіки для перевірки на наявність плагіату	29.05.2023-2.05.2023
9.	Остаточна перевірка дипломної роботи керівником, надання відгуку	5.06.2023-6.06.2023
10.	Попередній захист	7.06.2023
11.	Рецензування	7.06.2023-16.06.2023
12.	Надання роботи відповідальному за організацію дипломного проектування на кафедрі графіки (друкований варіант)	19.06.2023
13.	Захист дипломної роботи на засідання ЕК	19.06.2023

Студентка

Керівник роботи



А. В. Зелінська

О.В.Петренко-Заневський

РЕФЕРАТ

Для бакалаврської роботи було обрано розробку айдентики та оформлення бренд-буку для української торгівельної марки прикрас Bernard Jewelry. Це є цікавою та актуальною темою, бо важлива для мого професійного розвитку як спеціаліста. Розробка айдентики та бренд-буку дозволить створити унікальний та впізнаваний образ бренду, залучити нових клієнтів та збільшити лояльність існуючих. Bernard Jewelry є цікавим об'єктом для роботи, оскільки бренд має унікальний стиль та вишукані прикраси, які потребують відповідного оформлення та презентації. Розробка айдентики та бренд-буку дозволить більш ефективно просувати бренд на ринку, зробити його більш конкурентоспроможним та популярним серед цільової аудиторії.

Головним завданням розробки айдентики та бренд-буку для Bernard Jewelry було створення сильного бренду, який буде відображати унікальний стиль та якість продукції, а також передавати цінності та ідеологію компанії. Для досягнення цього метою було необхідно створити єдиний візуальний стиль для всіх елементів брендингу, включаючи логотип, кольорову палітру, типографіку, фотографії та інші графічні елементи. Також важливим завданням було встановлення стандартів використання бренду, щоб забезпечити єдність та зрозумілість у сприйнятті бренду як для споживачів, так і для внутрішнього використання компанією.

Перший розділ «Аналіз конкурентів та цільової аудиторії бренду Bernard Jewelry» описував вивчення аудиторії бренду, зокрема її вікових та демографічних характеристик, поведінки та споживчих звичок, а також її відношення до моди та аксесуарів.

Був проведений аналіз конкурентів, щоб визначити їхні стратегії та айдентики, а також виявити найліпші напрямки оформлення. Також було проведено аналіз трендів та тенденцій у дизайні.

Другий розділ «Створення айдентики» містить інформацію щодо процесу створення концепції айдентики бренду, включаючи кольорову палітру, шрифти, логотип, фірмові знаки та елементи дизайну, пакування. Буде приділено особливу увагу вибору кольорів та шрифтів, щоб вони відповідали цінностям та іміджу бренду.

Третій розділ «Проектування та художньо-технічне оформлення брендбуку» шпальт набору, полів, розмірів ілюстрацій, шрифтового рішення та інших елементів.

Четвертий розділ має блок-схему технологічного процесу виготовлення брендбуку та маршрутно-технологічну карту процесу підготовки видання.

Таким чином була проведена довготривала робота по розробці повноцінної айдентики для бренду прикрас, яка відповідатиме потребам цільової аудиторії та використовуватиметься для всіх видів продукції та рекламних матеріалів.

ESSAY

Bachelor's work was chosen to develop the identity and branding guidelines for the Ukrainian jewelry brand, Bernard Jewelry. This is an interesting and relevant topic for my professional development as a specialist. Developing the brand identity and branding guidelines will create a unique and recognizable brand image, attract new customers, and increase the loyalty of existing ones. Bernard Jewelry is an exciting subject for work because the brand has a unique style and exquisite jewelry that require appropriate design and presentation. Developing the brand identity and branding guidelines will allow for more effective brand promotion in the market, making it more competitive and popular among the target audience.

The main objective of developing the brand identity and branding guidelines for Bernard Jewelry was to create a strong brand that reflects the unique style and quality of the products and conveys the values and ideology of the company. To achieve this goal, it was necessary to create a consistent visual style for all branding elements, including the logo, color palette, typography, photography, and other graphic elements. Another important task was to establish standards for brand usage to ensure consistency and clarity in the perception of the brand both for consumers and for internal use within the company.

The first chapter, "Analysis of Competitors and Target Audience of the Bernard Jewelry Brand," described the study of the brand's audience, including their age and demographic characteristics, behavior and consumer habits, as well as their attitude towards fashion and accessories. An analysis of competitors was conducted to determine their strategies and identities, as well as identify the best directions for branding. Trends and tendencies in design were also analyzed.

The second chapter, "Creating the Brand Identity," provides information about the process of creating the brand identity concept, including the color palette, fonts, logo, corporate marks, and design elements, packaging. Special attention will be paid to the selection of colors and fonts that align with the values and image of the brand.

The third chapter, "Design and Art-Technical Formatting of the Brand Book," covers the layout of the set, the margins, the sizes of illustrations, font solutions, and other elements.

The fourth chapter includes a block diagram of the technological process of creating the brand book and a process map for preparing the publication.

Thus, extensive work has been carried out to develop a comprehensive brand identity for the jewelry brand that meets the needs of the target audience and is used for all types of products and promotional materials.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ ЮВЕЛІРНОГО БРЕНДУ	13
1.3. Позиціювання та опис бренду Bernard Jewelry	20
1.4. Аналіз аудиторії	21
1.5. Головні особливості бренду які важливо підкреслити у айденциці.....	22
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ ЮВЕЛІРНОГО БРЕНДУ BERNARD JEWELRY	25
2.1. Основна ідея.....	25
2.2. Перші ескізи.....	25
2.3. Розробка логотипу	27
2.4. Створення кольорової палітри	28
2.5. Підбір шрифтової пари.....	30
2.6. Створення фірмових елементів	31
2.7. Створення пакування та поліграфічної продукції.....	33
2.8. Оформлення соціальних мереж.....	34
Висновки до розділу 2.	37
РОЗДІЛ 3 СТВОРЕННЯ ТА ХУДОЖНЕ ОФОРМЛЕННЯ БРЕНДБУКУ.....	39
3.1. Розробка правил використання логотипу, шрифтів, та фірмових елементів в брендбуці	39
3.2. Розробка структури брендбуку	40
3.4. Оформлення брендбуку.....	42
3.5. Підготовка брендбуку до друку	43
Висновки до розділу 3	45

РОЗДІЛ 4. РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ ВИДАННЯ	47
4.1. Аналіз вихідних даних для проектування	47
4.2. Розробка блок-схеми технологічного процесу	50
4.3 Маршрутно-технологічна карта	52
Висновки до розділу 4	55

ВСТУП

В сучасному світі брендинг є важливим елементом бізнесу. Це дозволяє компанії виділятися на тлі конкурентів і підсилює її впізнаваність серед клієнтів. У рамках даної дипломної роботи буде розглянуто проектування айдентики для українського ювелірного бренду "Bernard Jewelry".

Бренд "Bernard Jewelry" спеціалізується на виробництві прикрас зі срібла та японського бісеру, що виготовляються українськими майстринями. Він несе в собі любов до України та вражає своїх клієнтів якістю та оригінальністю своїх виробів.

Айдентика є складовою частиною бренду, яка допомагає створювати унікальний образ компанії та формує її візуальний стиль. Метою даної дипломної роботи є розробка айдентики, яка буде відображати унікальність бренду "Bernard Jewelry", його історію, цінності та взаємозв'язок з Україною.

У процесі розробки айдентики будуть розглянуті та досліджені різноманітні елементи, такі як логотип, кольори, шрифти, дизайн упаковки та брендові елементи. Будуть використані сучасні технології та інструменти дизайну для створення ефективною та привабливою айдентики.

Актуальність дослідження: полягає у тому, що айдентика є важливою складовою будь-якого бренду, яка визначає його унікальність та відрізняє від конкурентів на ринку. Розробка айдентики для ювелірного бренду "Bernard Jewelry" є особливо актуальною, оскільки вона дозволить підкреслити унікальність компанії та збільшити її відмінність від інших гравців на ринку.

Мета дипломної роботи: розробка комплексної айдентики для ювелірного бренду "Bernard Jewelry", який включає в себе створення унікального логотипу, підбір фірмових кольорів, створення фірмового шрифту та розробку фірмового стилю, що відображатиме унікальність та ідентичність бренду.

Об'єкт дослідження: айдентика ювелірних брендів

Предмет дослідження: специфіка створення айдентики та художньо-технічного оформлення та поліграфічне втілення у вигляді брендбуку на прикладі брендбуку для компанії Bernard Jewelry.

Задачі дослідження:

- аналіз ринку ювелірних прикрас та вивчення конкурентного середовища;
- визначення цільової аудиторії та її потреб у ювелірних виробках;
- створення унікального логотипу та підбір фірмових кольорів, які відображатимуть основні цінності та ідеї бренду;
- розробка фірмового стилю, що включає в себе дизайн візиток, папок, бланків, упаковки та іншої рекламної продукції;
- упаковка айдентики у фірмовий брендбук.

Методи дослідження:

Використаний метод порівняльного аналізу для того, щоб виявити особливості розробки айдентики саме для бренду прикрас за аналізом конкурентів.

Метод критичного аналізу дозволив визначити характер взаємозв'язку між айдентикою конкурентів та їх позиціонуванням.

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ ЮВЕЛІРНОГО БРЕНДУ

1.1. Основні тенденції в сучасному дизайні та в ніші прикрас та чому тенденції брендингу важливі.

Тенденції брендингу дають вам перевагу в донесенні ваших продуктів і послуг до потрібних клієнтів. Поряд із першим враженням, яке запам'ятовується, брендинг є важливою частиною вашого маркетингу та ідентичності бренду. Індивідуальність вашого бренду, голос бренду, місія та цінності мають бути закладені в основі. Але те, як ви виражаєте ці риси, може відрізнитися залежно від дизайну, кольорів, шрифтів і візуальних елементів.

Тенденції у дизайні в 2022-2023 році

1. Використання сміливих рішень

Використання більш яскравих і сміливих кольорів буде постійним трендом протягом всього 2023 року. Особливо у сумісності з красивими чистими формами і геометричними композиціями. Ці кольори не повинні бути головним акцентом дизайну, скоріше використовуватись у якості привертання уваги.

2. Унікальні ілюстрації

Унікальні ілюстрації — це найпопулярніший елемент, який буде супроводжувати нас у 2023 році. Це персоналізована графіка, створена вручну, яка персоналізує бренд і часто використовується для створення анімованої графіки. Включення ілюстрованих персонажів у творчу стратегію може збільшити залучення користувачів, розвинути співчуття та створити унікальний досвід бренду. З огляду на це, створення ілюстрацій з відповідною підготовкою не тільки покращує взаємодію з користувачем, але

й допомагає вам повідомити історію вашого бренду та продуктів, що призводить до вищого рівня залучення та конверсії.

3. Мінімалізм

Тренд без візуального та функціонального навантаження, зручний у використанні. Дизайн виходить стильним, а ймовірність зробити щось не так мінімальна. Такий дизайн часто супроводжується простими шрифтами, відтінками з хорошим балансом. Бажано дотримуватися єдиного тону.

1.2. Аналіз конкурентів

Головні конкуренти:

Zarina





Рисунок 1 головна сторінка сайту Zarina

Бренд Zarina привносить в себе українську душу, цінності та гідність. Вона ставить свою місію над усім і не відступає від неї - надихати жінок, порушувати важливі соціальні теми і працювати з вірою в Україну та силу жіночої сутності. Кожен день бренд нагадує мільйонам жінок про їх справжню цінність. Ця місія відображається на офіційному сайті компанії.

Zarina займається виготовленням прикрас з використанням золота, срібла, діамантів та інших дорогоцінних каменів. Це робить її одним із найбільших брендів у сфері прикрас в Україні. Їхні вироби втілюють розкіш, елегантність та бездоганний дизайн.

Айдентика бренду Zarina відзначається своєю простотою та невиразністю, але водночас вона служить як фон для витончених прикрас. Логотип та фірмові кольори наявні, але не виступають на передній план. У цьому контексті бренд надає перевагу тому, щоб самі прикраси були центром уваги, підкреслюючи їх винятковість і красу.

Rockah Brand



КОЛЕКЦІЇ



Рисунок 2 головна сторінка сайту Rockah Brand

Бренд Rockah Brand пронизаний любов'ю до України та природи, що становить основну складову його ДНК. У своїх прикрасах вони використовують залишки металів або перероблені метали, такі як срібло, бронза або золото. Це сприяє не тільки створенню унікальних прикрас, але й позитивно впливає на екологічну сторону виробництва.

Для створення своїх колекцій бренд залучає різних майстрів та професіоналів з різних галузей. Це дозволяє їм долучити різноманітність

та таланти різних творчих особистостей, що збагачує їхні колекції унікальним характером.



Каблучка з блакитним топазом



Кулон з лазуритом



Каблучка з евдіалітом



Каблучка з рутілованим кварцом

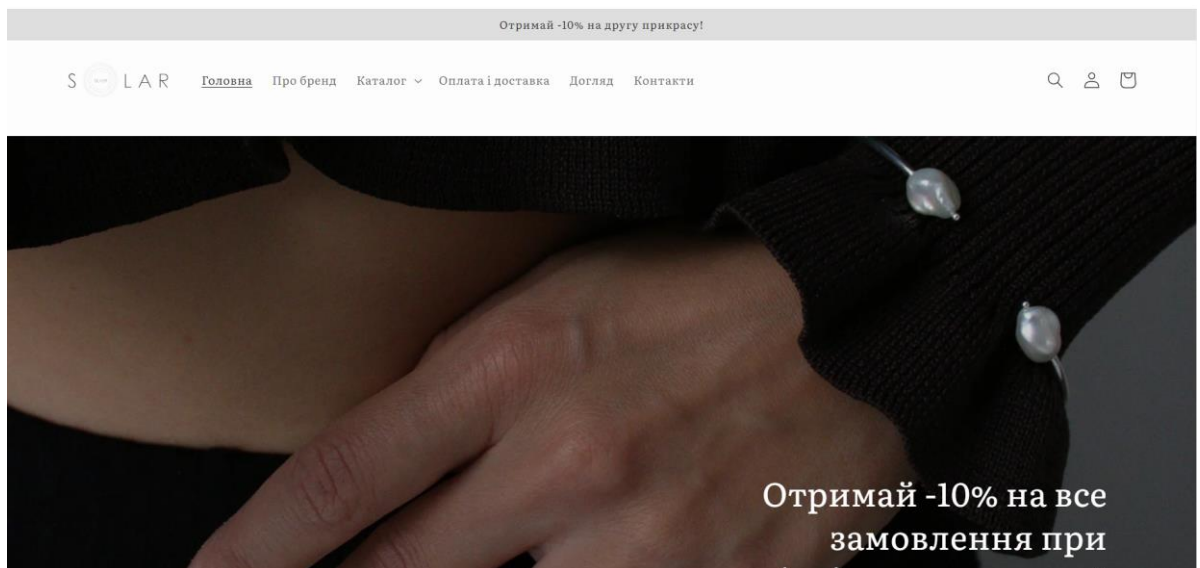
Одна з особливостей бренду полягає в його стриманості в кольорах. Їхні колекції повертаються до теми землі, використовуючи природні відтінки та текстури. Це допомагає створювати враження природності та органічності в їхніх виробках. Крім того, бренд здійснює цікаві фотосесії, які оспівують красу людського тіла, сприяючи поєднанню мистецтва та моди. У бренду Rockah Brand також присутній логотип, що створює впізнаваність і ідентифікує їхні вироби. Цей елемент візуальної айдентики сприяє засвоєнню бренду та підкреслює його професійний підхід до дизайну та виробництва прикрас. **Rar Jewelry**

Рисунок 3 головна сторінка сайту Rar Jewelry

Rar Jewelry — бренд, основне послання якого відноситься до природи. Цей бренд намагається звернути увагу на те, на що ми часто забуваємо в повсякденних справах і турботах. Його головна мета — розповісти всьому світу про те, як багато прекрасного зберігається в самій Землі, яка надає нам найкраще та найкорисніше. Бренд закликає нас ретельно охайним ставитись до навколишнього середовища і цінувати те, що нам надається. Природа дарує нам витончені та різноманітні кристали з неймовірною енергетикою та любов'ю, які не лише оберігають нас, але й надихають.

У бренду Rar Jewelry присутнє лого та фірмові кольори, які несуть в собі елементи візуальної ідентифікації. Однак, наразі бренд не має повноцінної айдентики.

Solar silver





Намисто "Комета" baroque



Намисто "Комета" baroque



Кольє "Комета"

Рисунок 4 головна сторінка сайту Solar silver

Бренд Solar Silver, заснований у Львові в 2018 році, отримав свою назву - "Solar Silver" - яка є грою слів, поєднуючи поняття "Solar System" (Сонячна система) та "Sterling Silver" (Стерлінгове срібло). Ця назва стала символічною для компанії, оскільки вона поєднує в собі срібло та натуральні перли, водночас надихаючись формами небесних тіл. Ця комбінація ідеї визначила напрямок їх знакових колекцій, таких як "Комета" та "Clouds".

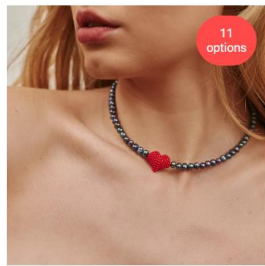
Основна концепція бренду полягає у розумінні різноманітності жінки щодня і передачі цієї ідеї через прикраси. Тому їхні колекції включають як повсякденні мінімалістичні прикраси, так і блискучі, яскраві вироби з перлами та фіанітами, а також масивні ланцюжки. Бренд прагне передати унікальність та різноманітність жінок через свої вироби.

Наразі айдентика бренду Solar Silver не є виразною, оскільки акцент розміщений переважно на прикрасах.

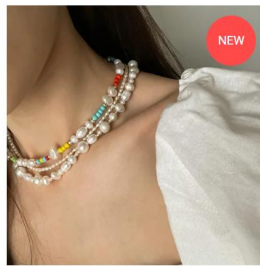
1.3. Позичіювання та опис бренду Bernard Jewelry

Позичіювання бренду Bernard Jewelry полягає в тому, щоб створювати розкішні прикраси, які не лише втілюють українську красу, але й підкреслюють жіночу вроду. Бренд відданий ідеї показати унікальну природу та культуру України через елегантні та вишукані прикраси.

Кожна прикраса в колекції Bernard Jewelry створена з великою увагою до деталей та високою майстерністю українських майстринь. Вони вручну виготовляють кожен шматочок, використовуючи традиційні техніки та вишукані матеріали, такі як бісер, перли та срібло. Це надає прикрасам особливого шарму та унікальності.



Намісто з натуральних перлів
«Леся Українка»
Перли, японський бісер.



Намісто з натуральних перлів та
бісеру «Казка»
Перли, бісер.



Червоний кулон серця з
японського бісеру
Японський бісер.



Кольє з японського бісеру «Ягідка»
Ручна робота українських
майстринь

Рисунок 5 прикраси на сайті бренду Bernard Jewelry

Bernard Jewelry прагне показати, що кожна жінка є красивою і неповторною. Створюючи прикраси що допомагають підкреслити природну красу жінки та підкреслити її індивідуальність. Вони втілюють у собі елегантність, стиль та грацію, які характерні для сучасної української жінки.

Кожна колекція Bernard Jewelry - це образ, що відображає естетику та насиченість української культури. Від дизайну до вибору матеріалів,

бренд стежить за досконалістю, щоб кожна прикраса була справжнім витвором мистецтва, яке надихає та зачаровує свою власницю.

Bernard Jewelry - це бренд, який не просто надає прикраси, але й створює особливу зв'язок між жінками та українською культурою. Надаючи можливість кожній жінці відчувати себе особливою, унікальною та виразити свою індивідуальність через наші розкішні прикраси.

1.4. Аналіз аудиторії

Аналіз аудиторії є важливим кроком у розробці айдентики та визначенні стратегії бренду Bernard Jewelry. Переважна більшість цільової аудиторії складається з жінок з середнім достатком та вище. Це означає, що цільова група споживачів має певні фінансові можливості для придбання прикрас та зацікавлена у якісних та ексклюзивних виробках.

Віковий діапазон цільової аудиторії становить 20-35 років, що свідчить про її молодіжність та активність. Це група споживачів, яка орієнтується на модні тенденції та стиль, тому важливо створити айдентичку, яка відповідає їхнім сучасним уподобанням та естетичним стандартам.

Для досягнення успіху на ринку прикрас та привертання уваги цільової аудиторії, бренд Bernard Jewelry повинен враховувати її потреби та бажання. Жінки в цьому віковому діапазоні часто шукають унікальні та елегантні прикраси, які виражають їхню індивідуальність та стиль. Також важливо забезпечити доступність бренду через різні канали продажу та просування, зокрема в онлайн-середовищі та соціальних мережах, які є популярними серед молодшої аудиторії.

Враховуючи особливості аудиторії, айдентика та комунікаційні стратегії бренду повинні бути спрямовані на створення привабливого іміджу, який залучатиме увагу та спонукатиме до взаємодії з брендом. Наприклад, використання сучасних дизайнерських елементів, акцент на якість та розкішність прикрас, створення інтерактивних та залучаючих контентів у соціальних мережах.

1.5. Головні особливості бренду які важливо підкреслити у айдентиці

Головні особливості бренду Bernard Jewelry, які важливо підкреслити у його айдентиці, включають:

1. Українська спадщина: Bernard Jewelry гордо відтворює українську культуру, традиції та ремесла у своїх прикрасах. Це виражається використанням традиційних українських матеріалів і технік, які передають багатство та насиченість національного дизайну.

2. Ручна робота: Кожна прикраса виготовлена вручну українськими майстринями з різних областей України. Це надає прикрасам унікальності, вишуканості та особливого художнього дотику. Кожен деталь створюється з майстерністю та любов'ю, що робить прикраси по-справжньому цінними.

3. Лімітовані колекції: Всі прикраси Bernard Jewelry є лімітованими, що надає їм рідкості та ексклюзивності. Це дозволяє кожній жінці володіти унікальним шедевром, який підкреслить її індивідуальність та стиль.

4. Підкреслення природної краси: Bernard Jewelry вірить у природну красу кожної жінки і створює прикраси, які підкреслюють цю

красу, а не маскують або заміняють її. Прикраси допомагають кожній жінці почуватись впевненою та прекрасною у своїй унікальній оболонці.

5. Елегантність та стиль: Прикраси Bernard Jewelry втілюють елегантність і стиль, що є характерними для сучасної жінки. Вони додають шарму та розкіші до будь-якого образу, надаючи йому завершеності та розкішного акценту.

6. Сучасність: Bernard Jewelry - це сучасний бренд прикрас, який поєднує українську спадщину з сучасними тенденціями та стилем. Наші прикраси мають актуальний дизайн і відображають сучасні тенденції у світі моди. Ми постійно оновлюємося, досліджуємо нові матеріали та техніки, щоб пропонувати інноваційні та стильні прикраси. Ця додаткова особливість підкреслює, що Bernard Jewelry - це не тільки втілення української спадщини, але й сучасний бренд, який привносить в свої прикраси елементи сучасності та стилю, що відповідають сучасним модним тенденціям та вимогам сучасної жінки.

Ці головні особливості бренду допомагають підкреслити його унікальність, культурну цінність та залучити любителів розкішних прикрас, які цінують українську спадщину та неповторність.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі були розглянуті основні тенденції в сучасному дизайні та в ніші прикрас, а також виявлено важливість тенденцій у брендингу. Отримані результати аналізу конкурентів дозволили визначити поточний стан ринку ювелірних брендів і виявити незаповнені ніші, які можуть бути успішно використані для позиціювання бренду "Bernard Jewelry".

В результаті проведеного аналізу було сформульовано позиціонування бренду "Bernard Jewelry" як виробника ексклюзивних ювелірних виробів високої якості з використанням унікальних дизайнерських рішень. Опис бренду підкреслив його цінності, стиль, та важливі аспекти, що відрізняють його від конкурентів.

Дослідження аудиторії дозволило виявити основні характеристики цільової групи споживачів. Аудиторія бренду "Bernard Jewelry" складається з вибагливих споживачів, які цінують елегантність, індивідуальний підхід та вишуканість. Ці знання про аудиторію є важливими для успішного створення айдентики бренду, оскільки вони визначають його спрямованість та комунікативні стратегії.

Головні особливості бренду "Bernard Jewelry" були ідентифіковані та виділені з урахуванням отриманих даних. Ці особливості включають в себе використання українських мотивів, сучасний дизайн, та яскраві елементи у фірмовому стилі. Вони формують основу для подальшого розроблення айдентики бренду та його поліграфічного виконання.

Отже, результати цього розділу дають змогу зрозуміти важливість орієнтації на тенденції в дизайні та брендингу, визначити особливості конкурентів, сформулювати позиціонування бренду, зрозуміти аудиторію та ідентифікувати основні особливості бренду. Ці дані є важливими для подальшого розроблення брендбуку та створення ефективної айдентики для бренду "Bernard Jewelry".

РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ ЮВЕЛІРНОГО БРЕНДУ BERNARD JEWELRY

2.1. Основна ідея

Основна мета передати у айдентиці ідеї бренду. Його дотичність до української культури, проте сучасність, то му що сновний канал комунікації у бренді це соціальні мережі, а прикраси дуже лаконічні у своєму виконанні, можливо підкреслити цю дотичність з Україною через палітру кольорів, а сучасність через форми та фірмові елементи в айдентиці.

2.2. Перші ескізи

Було зроблено перші начерки загальної айдентики, а перед цим був пошук референсів та створення мудборду для бренду. Для цього я використовувала Pinterest це соціальна мережа де дуже легко знаходити різні картинки та фотографії та розміщати їх на спеціальних дошках. (рисунок 6)

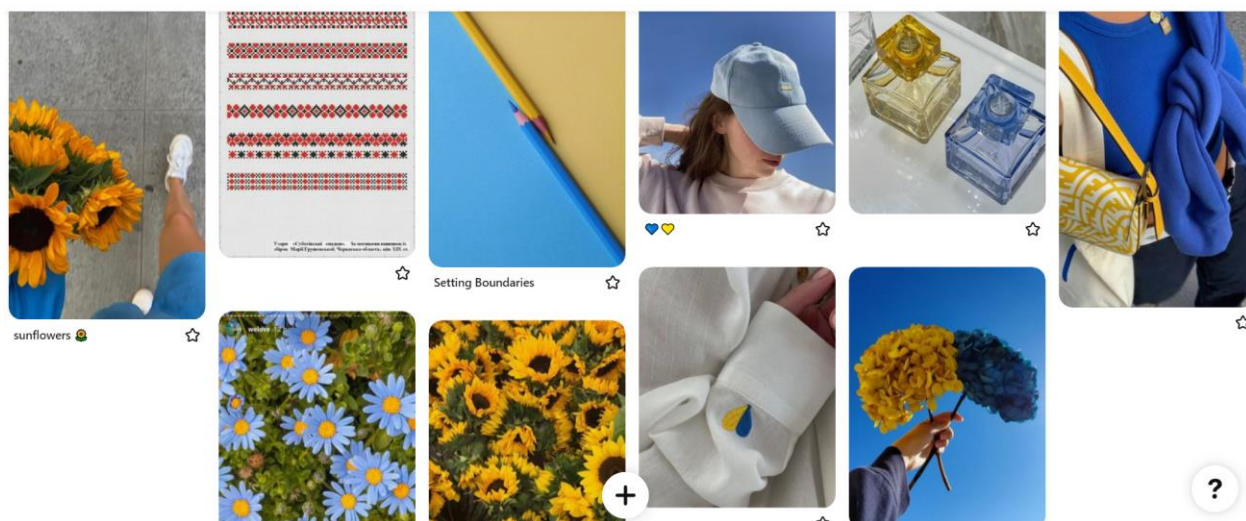


Рисунок 6

Після створення перших ескізів логотипу, настала необхідність розробки візуального стилю для поліграфічної продукції та айдентиці в

цілому з метою забезпечення консистентності та впізнаваності бренду. Розробка візуального стилю передбачає систематичний підхід до створення графічних елементів, кольорової гами та типографії, що сприяє відтворенню ідентичності бренду через поліграфічні матеріали.

Ключовим аспектом візуального стилю є вибір та розробка кольорової палітри, яка відображає дотичність до української культури та національної спадщини. Використання символічних кольорів, які асоціюються з українською культурою, наприклад, синього та жовтого, може бути відповідним вибором для створення кольорової гами поліграфічних матеріалів бренду.

Крім того, важливим елементом візуального стилю є графічні елементи та форми, які можуть бути використані для створення фірмових ефектів або паттернів. Ці графічні елементи відображатимуть сучасність та інноваційний підхід бренду і можуть включати абстрактні форми, геометричні мотиви або стилізовані елементи українського народного мистецтва.

Окрім того, для забезпечення консистентності візуального стилю, необхідно дотримуватися спільного використання типографічних рішень, шрифтів та композиційних правил на всіх поліграфічних матеріалах. Це гарантує єдність візуального враження і сприяє створенню цілісного образу бренду.

Таким чином, розробка візуального стилю для поліграфічної продукції передбачає комплексний підхід до вибору кольорової гами, графічних елементів та типографії, що відображають ідеї бренду, його культурну приналежність та сучасність.

2.3. Розробка логотипу

Логотип - це графічне зображення або символ, що ідентифікує бренд, компанію або продукт. Він є візуальним елементом, що використовується для розпізнавання та репрезентації бренду. Логотипи можуть бути у вигляді символу, ініціалів, слова або комбінації цих елементів.

Існує кілька видів логотипів:

Логотип-словом (Wordmark): Це логотип, який складається з текстового елементу, який представляє назву бренду або компанії. Він може бути стилізованим шрифтом або унікальною графічною обробкою тексту.

Логотип-символом (Symbol): Це логотип, який складається з унікального символу або графічного зображення, яке використовується для ідентифікації бренду. Він може бути абстрактним, стилізованим зображенням або конкретним образом.

Логотип-комбінований (Combination Mark): Це логотип, який поєднує текстовий елемент (назву бренду або компанії) і символ (графічне зображення). Він створює комплексну ідентифікацію бренду, де обидва елементи взаємодіють між собою.

Емблема (Emblem): Це логотип, який поєднує текст і символ у єдиному комплексному зображенні. Він зазвичай має традиційний або класичний стиль і часто використовується для представлення організацій, урядових структур або інституцій.

Логотип-піктограма (Pictorial Mark): Це логотип, який використовує просте, легко впізнаване зображення або піктограму для ідентифікації бренду. Він може бути абстрактним або конкретним образом, що відображає значення або характеристики бренду.

Тож я обрала логоти-символом.

У логотипі я хотіла передати любов до України, а також залишити впізнавані елементи зі старого дизайну, це написане прізвище власниці Бернад. Отож я створила 3 варіанти логотипу. Головний логотип Bernard Jewelry складається з жовто-блакитного серця (рисунок 7), що символізує нашу любов до України та натуральних ресурсів країни. В середині логотипу розташований стилізований літерний знак "В", що створює асоціацію з назвою бренду. Кожен елемент логотипу відображає наші цінності - красу, елегантність та унікальність.



Рисунок 7

2.4. Створення кольорової палітри

Фірмова кольорова палітра бренду - це специфічний набір кольорів, які визначені і використовуються в усіх аспектах бренду, включаючи логотип, веб-сайт, упаковку, рекламні матеріали та інші елементи брендової ідентичності. Фірмова кольорова палітра покликана

підкреслювати та підтримувати впізнаваність бренду та створювати консистентність у сприйнятті бренду клієнтами.

Ці кольори можуть бути вибрані на основі багатьох факторів, таких як асоціації, які вони викликають, цінності бренду, цільова аудиторія та настроювання бренду. Вони можуть бути унікальними для конкретного бренду та відігравати важливу роль у побудові сприйняття бренду клієнтами, створюючи емоційний зв'язок та розпізнаваність. Фірмова кольорова палітра використовується для створення консистентності та силуетування бренду в очах споживачів.

За основу для цього бренду я взяла кольори нашого українського прапору жовтий та блакитний. Жовтий колір: він символізує сонце, тепло, енергію, позитив та відкритість. В контексті української культури, жовтий колір асоціюється з пшеничними полями, що є символом багатства, достатку та плодючості. Виражає оптимізм та енергійність. Блакитний колір: він символізує небо, безмежність, глибину та спокій. В контексті української культури, блакитний колір асоціюється з чистотою та чистим небом, що є символом незалежності та свободи. Виражає витонченість та елегантність. А також я додала червоний колір для спеціальних пропозицій, акцій, та для використання у деяких колекціях. Червоний колір: він символізує любов, емоції та пристрасть. В контексті української культури, червоний колір асоціюється з національними символами та знаками. (Рисунок 9)

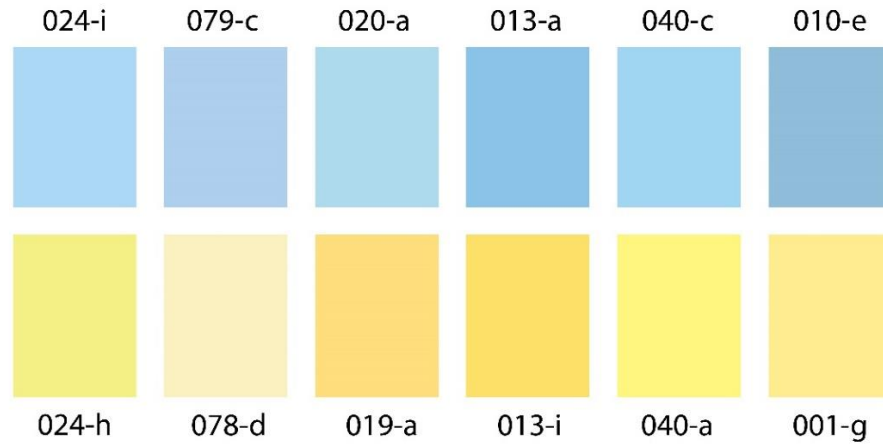


Рисунок 8 Варіанти кольорів.



Рисунок 9

2.5. Підбір шрифтової пари

Шрифтова пара - це комбінація двох шрифтів, які використовуються спільно для створення візуального враження тексту. Вона складається з основного (первинного) шрифту і вторинного

(допоміжного) шрифту, які доповнюють один одного та створюють гармонійний і привабливий дизайн тексту.

Основний шрифт зазвичай використовується для заголовків, основного тексту або важливих елементів дизайну, тоді як вторинний шрифт служить для акцентів, підзаголовків або інших додаткових елементів. Вибір шрифтової пари важливий, оскільки він впливає на зручність читання, сприйняття тексту та загальну естетику дизайну.

Правильно підібрана шрифтова пара забезпечує візуальний баланс, контраст та гармонію в текстовому вмісті, додаючи йому стиль, настрої та професійний вигляд. Використання шрифтових пар дозволяє створювати видовження, контраст, розмежування та ієрархію в тексті, забезпечуючи зручне сприйняття і визначений стиль дизайну.

Досить швидко було знайдено потрібну пару шрифтів. Керуючись тим що обидва шрифти повинні легко читатись та мати досить просте та лаконічне накреслення я зупинилася на шрифтах Helvetica та Futura Light Light - це шрифти, які ідеально підходять для бренду Bernard Jewelry. Helvetica є одним з найбільш популярних та визнаних шрифтів у світі, він привертає увагу своєю лаконічністю та чистотою, що відображає стиль та сучасність бренду. Futura Light Light, з іншого боку, має візуальну легкість та дієвість, що додає нотку елегантності та тонкої працюваності в дизайні. Використання обох шрифтів у бренді допомагає створити чистий та сучасний образ, який передає елегантність та якість продукту.

2.6. Створення фірмових елементів

Фірмові елементи, також відомі як брендові елементи або брендова ідентичність, це набір визначних графічних та текстових

елементів, що відрізняють бренд від інших. Вони використовуються для створення консистентності, розпізнаваності та визначення унікального візуального стилю бренду. Фірмові елементи грають важливу роль у побудові іміджу бренду, створенні сприятливого враження та встановленні емоційного зв'язку з цільовою аудиторією.

До фірмових елементів входить:

Логотип: Унікальний символ або графічний знак, який ідентифікує бренд.

Кольорова палітра: Специфічний набір кольорів, які використовуються для створення консистентності та впізнаваності бренду. (вже був розроблений)

Шрифти: Вибрані шрифти, які використовуються для написання назви бренду, слоганів та інших текстових елементів. (вже були обрані)

Графічні елементи: Такі як текстурні ефекти, мотиви, лінії або форми, які додають унікальність та стиль до дизайну.

Ці елементи використовуються в різних медіа-каналах та матеріалах, таких як логотипи на продукції, веб-сайті, соціальних мережах, рекламних матеріалах, упаковці, пакуванні та інших поліграфічних продуктах. Вони допомагають зміцнювати брендову ідентичність, створювати сприятливе враження та сприяють впізнаваності бренду серед конкурентів.

У фірмових елементах я хотіла передати діалог бренду з клієнтами, додати грайливості в загальну картинку. Було створено фірмові елементи для використання їх в комунікаціях з брендом, в фірмовому пакуванні, соціальних мережах та іншій поліграфічній продукції. Ними стали вікна діалогу як в месенджерах, а також серця

різної форми, розміру та кольору. Та деякі елементи від руки, різні стрілочки та лінії.

2.7. Створення пакування та поліграфічної продукції

Потрібно було розробити дизайн на такі види пакування

1. Маленька коробочка для каблучок та сережок
2. Велика коробка для кольє
3. Фірмовий пакет
4. Подарункова коробка сюрприз

А також таку поліграфію як

1. Малі бірки для прикрас
2. Великі бірки для кольє
3. Листівка
4. Наклейки на коробки для прикрас для дому
5. Наклейки для пакування
6. Подарунковий сертифікат
7. Товарний чек

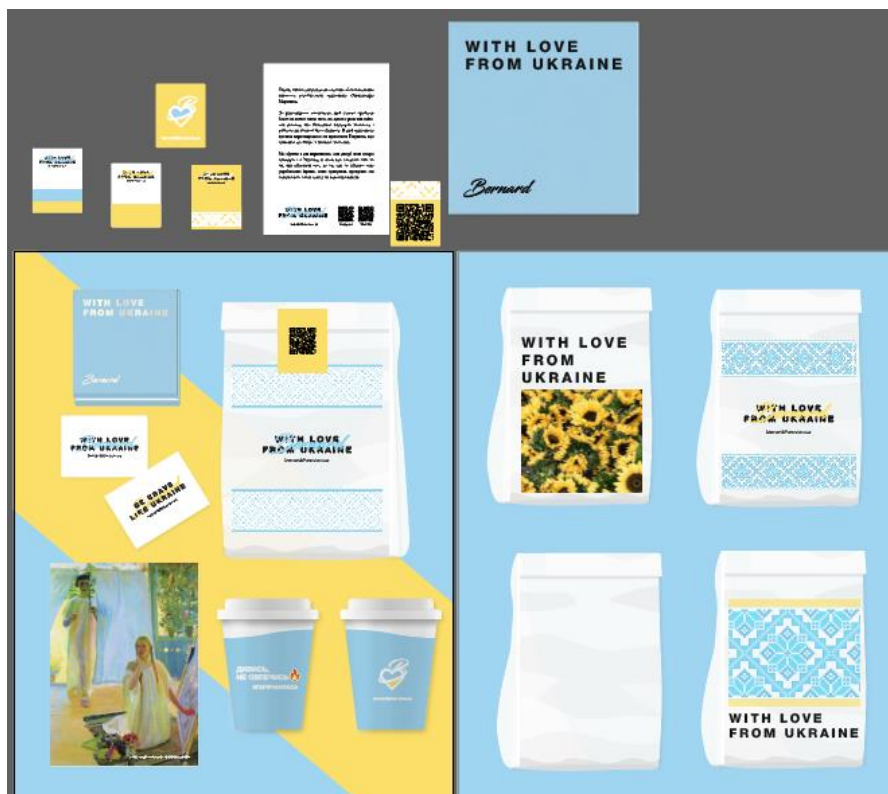


Рисунок 10 перші начерки

2.8. Оформлення соціальних мереж

Instagram - це популярна соціальна мережа, яка дозволяє користувачам ділитися фотографіями та відео, створювати історії, взаємодіяти з іншими користувачами і відстежувати активність інших осіб чи брендів. Instagram є потужним інструментом для візуального маркетингу Instagram може виступати як потужний майданчик-магазин для брендів, де вони можуть відображати свою продукцію, розповідати про свою історію, взаємодіяти зі своїми клієнтами і здійснювати продажі безпосередньо через платформу. Брендам доступні різні інструменти, такі як бізнес-профілі, оголошення, кнопки "Купити зараз" та інші функції, які сприяють ефективному просуванню продуктів і залученню клієнтів.

Хайлайти (Highlights): Хайлайти в Instagram - це функція, яка дозволяє брендам створювати постійні колекції своїх історій і закріплювати їх на своєму профілі. Це дозволяє брендам виділити найважливіші моменти, продукти, події або інформацію, які вони хочуть, щоб їх аудиторія бачила навіть після того, як історії зникнуть з основного потоку. Хайлайти створюють можливість показати ключові елементи бренду та дозволяють клієнтам швидко знайти важливу інформацію або переглянути найцікавіші моменти.

Оформлення соціальної мережі Instagram для бренду Bernard Jewelry було ретельно розроблено з урахуванням фірмових кольорів та елементів. Основним інструментом комунікації з аудиторією та покупцями бренду є Instagram, тому були виконані наступні елементи оформлення: Аватарка: На аватарку було вибрано логотип бренду, розміщений на блакитному фоні. Це дозволяє швидко впізнати бренд та створює консистентність з іншими візуальними матеріалами. Хайлайти: В хайлайтах було розміщено фотографії, що представляють різні колекції прикрас Bernard Jewelry. Також деякі хайлайти були оформлені блакитним фоном фірмового кольору, що додатково підкреслює впізнаваність бренду.

Stories (Історії) в Instagram - це функція, яка дозволяє користувачам публікувати фото та відео, які автоматично зникають через 24 години. Вони відображаються у верхній частині екрану користувача і можуть бути переглянуті за допомогою натискання на аватарку користувача. Історії дозволяють користувачам ділитися миттєвими моментами, подіями та контентом у форматі, що відповідає швидкому споживанню і непостійному характеру. Користувачі можуть додавати фільтри, текст, стікери, музику та інші ефекти до своїх історій,

що робить їх більш цікавими та виразними. Історії також дозволяють взаємодіяти зі своїми підписниками через опції питань, голосувань, опитувань та приватних повідомлень. Оформлення постів та сторіс: В оформленні постів та сторіс використовуються фірмові кольори та елементи. Наприклад, фон може бути заснований на блакитному кольорі бренду, а також можуть використовуватись графічні елементи, які асоціюються з природою або українською культурою. Всі ці елементи оформлення Instagram були розроблені з метою створення консистентного та впізнаваного образу бренду Bernard Jewelry. Це допомагає створити єдину візуальну ідентифікацію і забезпечити зв'язок з аудиторією, роблячи контент більш привабливим та професійним.

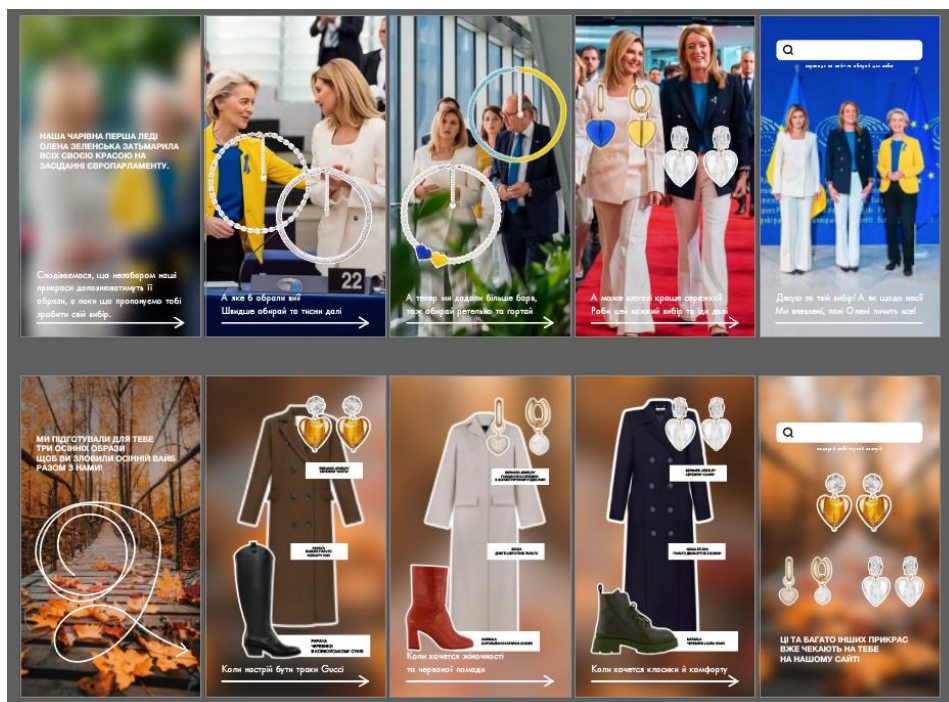


Рисунок 11 добірка готових сторіс для публікації

Висновки до розділу 2.

У даному розділі було проведено ряд досліджень та розробок, спрямованих на створення ефективної айдентики для бренду "Bernard Jewelry". Починаючи з формулювання основної ідеї, було розроблено перші ескізи, які послужили основою для подальших етапів роботи.

Розробка логотипу була одним із ключових завдань в цьому розділі. Застосовуючи різноманітні техніки та дизайнерські прийоми, було створено логотип, що відображає цінності та особливості бренду "Bernard Jewelry". Логотип вдало відображає елегантність, стиль та індивідуальність бренду. Кольорова палітра була ретельно вибрана з урахуванням асоціацій, які вона має викликати у споживачів. Кольори вдало передають імідж бренду, його розкіш та елегантність. Підбір шрифтової пари був здійснений з метою забезпечити читабельність та відповідність до стилю бренду. Шрифти успішно доповнюють логотип та створюють єдиний стильовий образ. Створення фірмових елементів, таких як іконки, шаблони, фони та інші графічні елементи, було важливим кроком у формуванні айдентики. Ці елементи створюють єдиний та впізнаваний образ бренду, а також сприяють створенню єдиної стилістики у всій поліграфічній продукції. Створення пакування та поліграфічної продукції допомагає створити позитивне сприйняття бренду "Bernard Jewelry" у споживачів. Особливу увагу було приділено вибору матеріалів, дизайну та деталям, що відображають ексклюзивність та розкіш продукції. Оформлення соціальних мереж є важливим кроком у побудові присутності бренду в онлайн-середовищі. Вдало розроблені дизайни соціальних медіа сприяють створенню єдиної ідентичності бренду, підтримують його впізнаваність та сприяють залученню та залученню цільової аудиторії.

В цілому, розділ 2 дипломної роботи було спрямовано на розробку ефективної айдентики для бренду "Bernard Jewelry" через створення логотипу, кольорової палітри, використання відповідної шрифтової пари, фірмових елементів, пакування та поліграфічної продукції, а також оформлення соціальних мереж. Отримані результати допоможуть підтримувати стиль та відповідність бренду, підкреслюючи його особливості та привабливість для цільової аудиторії.

РОЗДІЛ 3 СТВОРЕННЯ ТА ХУДОЖНЕ ОФОРМЛЕННЯ БРЕНДБУКУ

3.1. Розробка правил використання логотипу, шрифтів, та фірмових елементів в брендбуці

Були сформовані та записані усі правила використання для головних елементів в айдентиці таких як логотип, фірмові шрифти, фірмові кольори, фірмові елементи. Задля забезпечення консистентності та візуальної єдності бренду Bernard Jewelry, було розроблено та записано правила використання важливих елементів айдентики у брендбуці. Цей брендбук є внутрішнім документом, який надає відповідні директиви та рекомендації щодо використання логотипу, шрифтів, кольорів та елементів, що відрізняють бренд Bernard Jewelry.

У брендбуці вказуються такі правила:

Логотип: Визначено правила щодо коректного використання логотипу Bernard Jewelry, включаючи його розмір, пропорції та мінімальний простір, що повинен бути забезпечений навколо логотипу. Також надані варіанти логотипу для різних використань, наприклад, для друкованих матеріалів або цифрових платформ.

Шрифти: Вказані рекомендації щодо використання фірмових шрифтів, які використовуються для текстових елементів у брендді. Зазначено назви шрифтів, їх розмір, вагу та налаштування. Такі деталі допомагають забезпечити консистентність у використанні шрифтів у всіх комунікаціях бренду.

Кольори: Установлені фірмові кольори бренду Bernard Jewelry, включаючи основну палітру кольорів, а також чорний та білий для тексту та надписів. Вказані значення кольорів у системі RGB, CMYK та

HEX, що дозволяє точно відтворювати кольори у всіх матеріалах бренду.

Фірмові елементи: Визначено правила використання додаткових фірмових елементів, таких як текстурні або графічні елементи, які можуть використовуватись у дизайні рекламних матеріалів або упаковки. Надані зразки та описи використання цих елементів для створення консистентного образу бренду. Загальною метою цього брендбуку є забезпечення однорідності і впізнаваності бренду Bernard Jewelry у всіх комунікаціях та матеріалах, що створюються. Це допомагає підкреслити професійний підхід бренду та створити сильну сприйнятність серед клієнтів.

3.2. Розробка структури брендбуку

1. Обкладинка: На обкладинці брендбуку розміщується логотип Bernard Jewelry, що забезпечує впізнаваність бренду. Та те що дасть з перших секунд зрозуміти про який бренд зараз піде слово.

2. Розповідь про брендбук: Цей розділ містить кратку інформацію про ціль та призначення брендбуку, а також його важливість для сприяння розпізнаваності та узгодженості бренду.

3. Зміст: В цьому розділі перераховуються всі розділи та підрозділи, що містяться у брендбуку, для зручності навігації. Це допомагає швидко знайти необхідну інформацію.

4. Про бренд: Описується сутність бренду Bernard Jewelry, його історія, цінності, місія та візія, які допомагають сформувати унікальну ідентичність бренду.

5. Цілі бренду: У цьому розділі визначаються цілі, досягнення яких прагне бренд. надається детальний опис бренду Bernard Jewelry,

його цінностей, філософії та місії. Розкриваються ключові аспекти, які відрізняють бренд від конкурентів і створюють його унікальний образ.

6. Логотип його варіації та їх використання: Визначається правила використання логотипу Bernard Jewelry, його варіації, розміри, кольори та правила розташування.

7. Фірмові кольори та їх значення: В цьому розділі вказуються фірмові кольори Bernard Jewelry, а також цифрові значення кольорів у системі RGB, CMYK та HEX, що дозволяє точно відтворювати їх у всіх матеріалах та дизайнах. Пояснюється символіка цих кольорів та їх значення для бренду.

8. Фірмові шрифти: Розкривається використання та роль шрифтів у бренді. У цьому розділі представлені основні шрифти, їх характеристики та правила використання. Включаючи опис та використання основних та допоміжних шрифтів, які використовуються в бренді. Вказуються назви шрифтів та їх варіації.

9. Продукція бренду та її приклади: Вказується на основні види прикрас, що пропонуються брендом, а також наводяться приклади продукції з використанням фотографій та описів. У цьому розділі представлені зразки продукції бренду Bernard Jewelry, такі як прикраси з бісеру, перлів та срібла.

10. Пакування та інша поліграфічна продукція: В цьому розділі описуються правила та приклади оформлення пакування, що використовується для презентації та доставки прикрас, етикеток, наклейок та інших поліграфічних матеріалів, що використовуються брендом. Представлені фотографії та описи.

11. Слово на останок: Завершується брендбук словами подяки за увагу, невеликий текст подяки за прочитання та наголошення на

значущості і унікальності бренду Bernard Jewelry. Кожен з цих розділів має свою вагу та сприяє створенню комплексного портрету бренду Bernard Jewelry, забезпечуючи узгодженість та цілісність в усіх аспектах його представлення.

3.4. Оформлення брендбуку

Виписавши всі теми які будуть використовуватись у брендбуці, я почала створювати перші начерки та шаблони майбутніх сторінок. Де я вказала саму важливу інформацію, для подальшого його створення та оформлення, це заголовок, в двох реченнях про що повинен йти текст, та прямокутник на якому було написано яке зображення повинно було бути. Будь то фото продукції, полиграфія, чи логотип. Все було розміщено по сторінках, та йшло один за одним. Після закінчення шаблонів, я почала писати потрібні тексти, та підбирати підходящі зображення. Після того як основна інформація була розміщена на сторінках я почала з пошуку загального оформлення для брендбуку. Головною ниткою що стало поєднувати між собою усі сторінки, стали соціальні мережі, та певна діджиталізація. Також шліфувався зовнішній вигляд усіх сторінок.

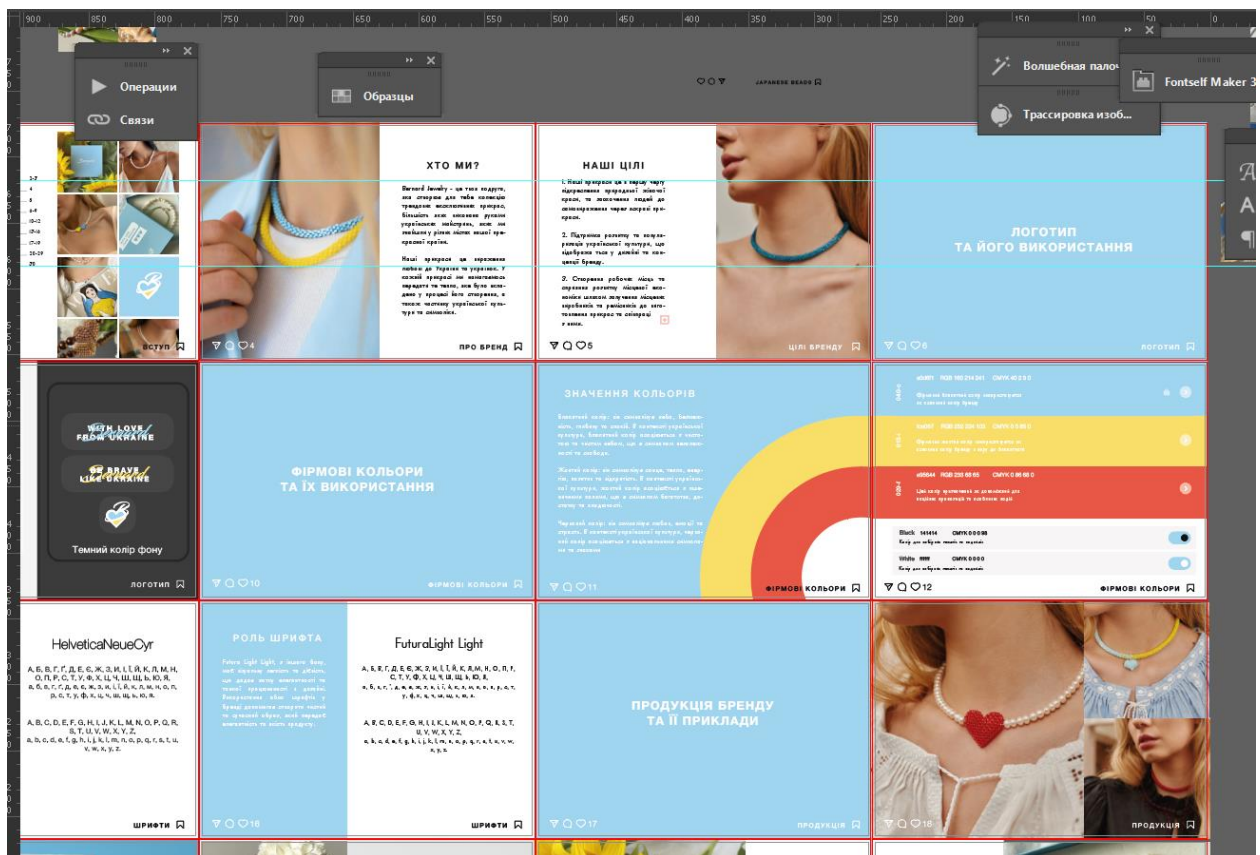


Рисунок 12 Вигляд брендбуку в програмі Adobe Illustrator

3.5. Підготовка брендбуку до друку

Підготовка брендбуку до друку включає кілька кроків, щоб забезпечити якісний результат і відповідність оригінальному дизайну:

Перевірка макету: Перш ніж надсилати брендбук на друк, було уважно переглянуто всі сторінки, елементи дизайну, текст і зображення, щоб впевнитися, що нічого не відсутньо або не пошкоджено. Перевірено що всі шрифти правильно відображаються і не відсутні.

Перевірка розмірів і формату: Було проведено перегляд, що розмір і формат брендбуку відповідають вимогам друкарні або друкарному обладнанню, на якому ви збираєтесь друкувати. Перевірте, чи правильно встановлені поля і кількість сторінок, щоб уникнути обрізання або

втрати важливої інформації. Додано поля під обріз, а також визначено безпечну зону. (Рисунок 13)

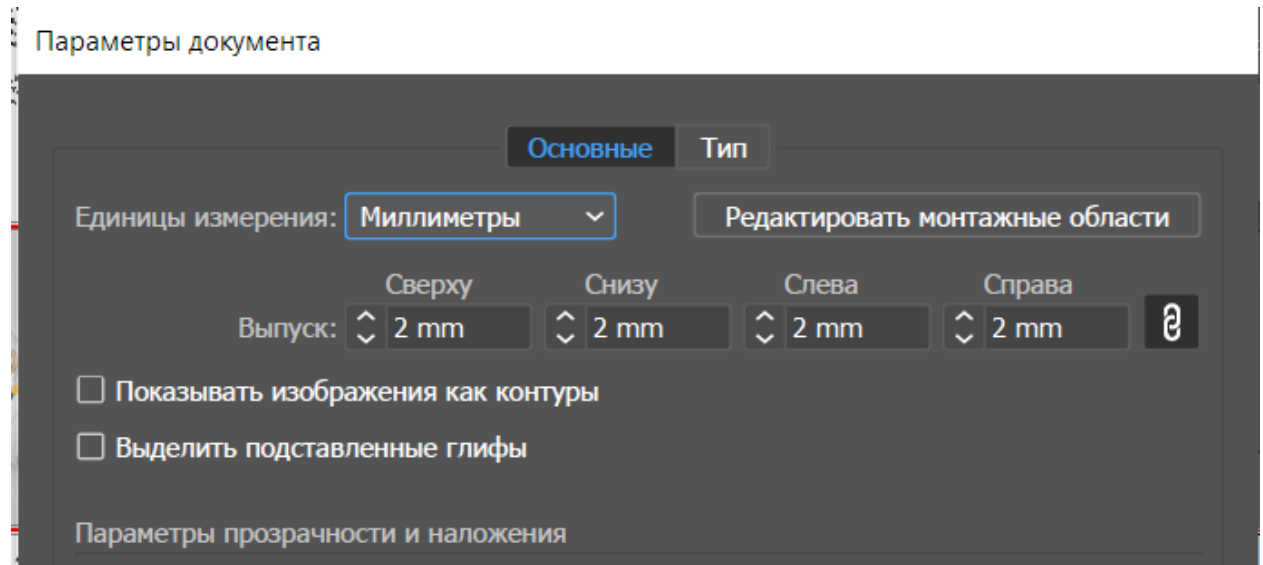


Рисунок 13

Контроль якості зображень: Перевірте роздільну здатність (роздільність) зображень, щоб вони були достатньо чіткими і не розтягнутими під час друку. Перевірте кольоровий профіль зображень, щоб впевнитися, що вони відповідають вимогам друкарні.

Перевірка кольору: Було перевірено що кольори, що були використані в брендбуку, відповідають вимогам. Використано кольоровий пробний аркуш, щоб перевірити, якість кольорів і відтворення зображень на друкарському матеріалі. Перед цим перевірено що весь файл переведений у кольорний режим СМЮК, призначений для правильного друку зображень (Рисунок 14).

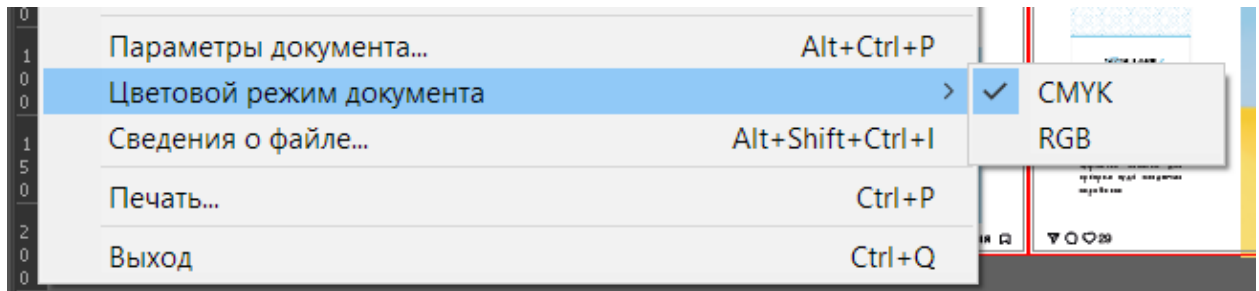


Рисунок. 14

Форматування і експорт файлів: Копію брендбуку збережено у форматі, який вимагається друкарнею PDF та EPS. Всі файли, шрифти і зображення були вкладені в документ, а також всі посилання на зовнішні файли були правильно налаштовані.

Контакт з друкарнею: Відбувся зв'язок з друкарнею, з якою планувалося співпрацювати, було отримано інформацію про їх вимоги до файлів, налаштування друку та терміни виконання. Передано підготовлену версію брендбуку і підтверджено всі деталі замовлення друку.

Підготовка брендбуку до друку вимагає уважності та дотримання технічних вимог друкарні. Перевірте всі етапи перед друком, щоб забезпечити якісний результат і відповідність оригінальному дизайну вашого брендбуку.

Висновки до розділу 3

У даному розділі було проведено роботу зі створення та художнього оформлення брендбуку для бренду "Bernard Jewelry". Розробка правил використання логотипу, шрифтів та фірмових елементів була здійснена з метою забезпечення консистентності та впізнаваності бренду у всіх комунікаційних матеріалах.

Структура брендбуку була ретельно розроблена, враховуючи логічну послідовність та зручність використання. В ньому були визначені розділи, що охоплюють різні аспекти використання бренду, включаючи правила використання логотипу, кольорів, шрифтів та інших фірмових елементів.

Оформлення брендбуку було здійснено з урахуванням стилю та естетики бренду "Bernard Jewelry". Дизайн брендбуку відповідає цінностям бренду, його елегантності та розкіші. Використані графічні елементи, колірні рішення та композиція сприяють створенню привабливого та професійного вигляду брендбуку.

Підготовка брендбуку до друку включала в себе перевірку технічних вимог, кольорової точності та правильного розміщення всіх елементів. Цей крок є важливим для забезпечення якісного поліграфічного виконання брендбуку та передачі його змісту у паперовій формі.

В цілому, розділ 3 дипломної роботи був спрямований на створення та художнє оформлення брендбуку для бренду "Bernard Jewelry". В результаті були розроблені правила використання логотипу, шрифтів та фірмових елементів, створена структура брендбуку, оформлення брендбуку відповідно до стилю бренду та підготовка його до друку. Ці кроки сприятимуть зміцненню ідентичності бренду "Bernard Jewelry", забезпеченню консистентності у використанні його елементів та зручності їх застосування в майбутній діяльності бренду.

РОЗДІЛ 4. РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ ВИДАННЯ

4.1. Аналіз вихідних даних для проектування

Для дипломної бакалаврської роботи було вибрано видання брендбук Bernard Jewelry.

Таблиця 4.1.1. Технічна характеристика видання

Технічна характеристика брендбуку Bernard Jewelry

№ п/п	Найменування показника	Оригінал
1.	Формат і доля аркушу, см	100×70/4
2.	Формат видання до обрізу, мм	508×180
3.	Формат видання після обрізу, мм	500×176
4.	Тираж видання, прим.	50
5.	Обсяг видання у сторінках у фіз. друкарських	32

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Колонцифр ○ Колонтитулів 	<p>З ліва</p> <p>Відсутні</p>
6.	<p>Текст, кегль шрифту, гарнітура</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Основний ○ Додатковий ○ Колонцифри ○ 	<p>17 pt</p> <p>19 pt</p> <p>18 pt</p>
7.	<p>Титульні елементи</p> <p>Титул:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Характер оформлення ○ Кількість фарб ○ Характер ілюстрацій ○ 	<p>Декоративно-шрифтовий</p> <p>4</p> <p>Векторні, кольорові</p>

8.	Ілюстрації <ul style="list-style-type: none"> ○ Кількість фарб ○ Характер ілюстрацій ○ Техніка виконання ○ Розташування у виданні 	4 Векторна, растрова кольорова Графічний редактор Adobe Illustrator Сторінкові, розворотні, титульні
9.	Обкладинка <ul style="list-style-type: none"> ○ Тип матеріал ○ Покривний матеріал ○ Кількість фарб ○ Характер оформлення ○ Характер ілюстрацій 	№7 Папір глянцевий, 300 г/м ² 4 Ілюстративно-текстовий Векторна, кольорова
10.	Блок <ul style="list-style-type: none"> ○ Форма корінця ○ Матеріал скріплення блоку ○ Вид скріплення блоку ○ Матеріал скріплення 	Прямий глянцевий папір, глянець Скріплення дротове скоби
11.	Метод друку	цифровий

Таблиця 4.1.2 Класифікація видання за ДСТУ 3017:2015

Ознака:	Визначення:
За матеріальною конструкцією	Журнальне
За знаковою природою	Ілюстративно-текстовий
За періодичністю	Неперіодичне
За цільовим призначенням	Офіційне видання
За аналітико-синтетичним переробленням інформації	Інформаційне
За повторністю випуску	видання
За обсягом	каталог
За віковою категорією	Для дорослих
За терміном використання	Довгострокове
За форматом	Стандартний

4.2. Розробка блок-схеми технологічного процесу

Було побудовано блок-схему технологічного процесу виготовлення брендбуку бренду Bernard Jewelry в цифровому друці (таблиця 3.4.1).

У таблиці показаний повний поетапний процес підготовки оригіналмакету для додрукарських та друкарських операцій.

Таблиця 4.2.1 Блок-схема технологічного процесу виготовлення брендбуку

Розробка графічних ескізів та оригінал-макету книги



Розробка ілюстративних складових

Підбір основної
кольорової гами

Розробка ескізів у
кольорі

Цифрова розробка
ілюстративних
складових



Редагування текстової частини



Верстка



Правка



Спуск шпальт



Виготовлення друкарських форм



Друк книжкового блоку
(зошитах)

Друк обкладинки



Розрізання аркушів блоку



Скріплення усіх частин скобою



Пакування брендбуку

4.3 Маршрутно-технологічна карта

Таблиця 4.3.1 Маршрутно-технологічна карта процесу підготовки перевидання

№ П/	Назва технологічної	Застосоване устаткування.	Витратні	Технологічні	Методи і
п	операції	Програмне забезпечення.	матеріали	режими	засоби контролю
1.	Створення ескізів	—	—	Папір, олівець, лінер, гумка.	Візуальний контроль за вибором графічної інформації, щоб вона відповідала тематиці створюваного видання.
2.	Створення ілюстративного матеріалу для видання та визначення кольорового	Ноутбук Asus LAPTOP-1F5N3VMR. Процесор AMD Ryzen 7 4800H with Radeon	OC Windows 10 Adobe Photoshop 2020, adobe illustrator	Цифрові файли .png, .pdf, .psd,	Візуально – інструментальний контроль за допомогою інструменті

	оформлення	Graphics 2.90 GHz Операційна система 16,0 ГБ бездротова мишка 4tech. Графічний планшет GAOMON	2020		В програмно о забезпечен ня, перевірка на відсутність дефектів; Роздільна здатність 300 dpi.
3.	створення оригінал макетів та електронний спуск полос для книжкового блоку та форзаців	станція електронного спуску полос зі спеціальним програмним забезпеченням Ноутбук Asus LAPTOP-1F5N3VMR. Процесор AMD Ryzen 7 4800H with Radeon Graphics 2.90 GHz Операційна система 16,0 ГБ бездротова мишка 4tech. Графічний планшет GAOMON принтер Lexmark T652n., тип катриджа 12A7360, 12A7362, 128 Мб,	ОС Windows 10, Adobe adobe illustrator 2020 Impostrip - STRIP IT Brother HL-6050D/DN BR-Script3	Ілюстраційна інформація в електронному вигляді цифрові файли .png, .indd, .pdf, .obj, .zpr, .psd, Flash пам'ять обсягом Kingston DataTraveler 101 G2 32GB	Візуально – інструментальний контроль за допомогою інструментів програмного забезпечення, перевірка на відсутність дефектів; Роздільна здатність 300 dpi. Тип експорту файлу PDF. Шкали

		максимальний 640 Мб.			контролю. Допуски ±0,01, ±0,02, D=3, D=5.
4.	Кольоропроба	Ноутбук Asus LAPTOP- 1F5N3VMR. Процесор AMD Ryzen 7 4800H with Radeon Graphics 2.90 GHz Операційна система 16,0 ГБ бездротова мишка 4tech. Графічний планшет GAOMON принтер Lexmark T652n., тип катриджа 12A7360, 12A7362, 128 Мб,	ОС Windows 10, Brother HL- 6050D/DN BR-Script3	Постер інковий макет	Візуально – інструмент альний контроль
5.	друк підписних аркушів книжкового блоку, палітурки	Цифрова друкарська машина HP Indigo WS6800p Digital Press	папір фірми Magno, форматом 70 x100/16 та грамматурою 150 та 130 г/м ²	Стандар тні, вентиля ція.	Візуально – інструмент альний контроль за допомого ю інструмент -тів

6.	фальцювання віддрукованих зошитів для блоку видання;	Фальцювальна машина: Horizon FFU-74			
7.	скріплення книжкового блоку запроєктованого видання;	Дротошвейна машина ZD-2SR	Блок, обкладинка, дріт	Стандартні	Візуально – інструментальний контроль за допомогою інструментів
8.	обрізка книжкового блоку з трьох сторін;	Машина для обрізки блоку з трьох торін Merit S		Стандартні	Візуально – інструментальний контроль
9.	пакування готового тиражу.	ручна операція;			

Висновки до розділу 4

У даному розділі була проведена розробка технології виготовлення видання для брендбуку "Bernard Jewelry". Аналіз вихідних даних був здійснений з метою визначення вимог щодо технологічного процесу та вибору оптимального підходу до виготовлення видання.

Розробка блок-схеми технологічного процесу дозволила структурувати та послідовно розташувати основні етапи виготовлення видання. Це включало в себе підготовку макету, обробку тексту та графіки, макетування, верстку,

коректуру та друку. Кожен етап був ретельно промислений для забезпечення якісного та ефективного виконання процесу.

Маршрутно-технологічна карта відображала послідовність дій та кроки, які необхідно виконати для виготовлення видання. Вона враховувала розподіл завдань між різними виконавцями, використання необхідного обладнання та ресурсів. Це сприяло забезпеченню ефективності та організованості процесу виготовлення.

У цілому, розділ 4 дипломної роботи був спрямований на розробку технології виготовлення видання брендбуку "Bernard Jewelry". Аналіз вихідних даних, розробка блок-схеми технологічного процесу та маршрутно-технологічна карта допомогли створити послідовний та ефективний план виготовлення видання.

ВИСНОВКИ

У даній дипломній роботі була розглянута тема "Розробка айдентики та художньо-технічне оформлення бренд-буку торгівельної марки Bernard Jewelry". Метою дослідження було створення комплексної системи візуальної ідентифікації для бренду Bernard Jewelry, що включає розробку айдентики та створення бренд-буку.

У процесі роботи було проведено аналіз ринку прикрас та конкурентних брендів, що дозволило виявити особливості та тренди у сфері прикрас і розробки брендів. Було проведено дослідження цільової аудиторії Bernard Jewelry, враховано її потреби, смаки та вподобання при розробці айдентики.

На основі зібраних даних було розроблено айдентичку для бренду Bernard Jewelry, яка включає в себе логотип, кольорову палітру, типографіку та інші важливі елементи. Розроблений логотип втілює в собі ідею елегантності, розкіші та стилю, відображаючи цінності та імідж бренду.

Також було створено бренд-бук, який включає детальний опис айдентики та правила її використання. Бренд-бук визначає стандарти та границі використання логотипу, кольорів, шрифтів та інших графічних елементів бренду. Це забезпечує єдність та консистентність візуальної ідентичності бренду у різних медіа та комунікаційних матеріалах.

Результати роботи демонструють успішну розробку айдентики та художньо-технічного оформлення бренд-буку для торгівельної марки Bernard

Jewelry. Розроблені елементи айдентики відображають ідентичність бренду, його цінності та цілі, а також відповідають сучасним тенденціям у галузі дизайну та реклами.

Отже, дана дипломна робота є важливим внеском у розробку айдентики та художньо-технічного оформлення бренду Bernard Jewelry. Розроблені айдентика та бренд-бук є потужним інструментом для позиціонування бренду на ринку прикрас та підкреслюють його унікальність та елегантність. Рекомендації та результати цієї роботи можуть бути використані для подальшого розвитку бренду та підтримки його успіху на ринку.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. <https://www.komarov.design/triendi-ghrafichnogho-dizainu-na-2023-rik/>
2. Айдентика: [альбом] / КАК проект Grey Matter. М.: КАК Проект, Grey Matter, 2014. – 512 с.
3. Іттен І. Мистецтво форми. Мій форкурс у Баухаузі та інших школах. - М., вид. Д.Аронов, 2021
4. Рудер Е. Типографіка - М: Книга, 1982.
5. Семенов В.Б. Товарний знак: битва зі смислами. - СПб.: Пітер, 2005.
6. Ковешнікова Н.А. Дизайн: історія та теорія. - М.: Омега-Л, 2009
7. Уейншенк З. 100 основних принципів дизайну. Спб.: Пітер, 2012
8. Дорон Маєр Workflow: Практичний посібник до творчого процесу ArtHuss, 2020
9. Еллен Луптон Драматургія Дизайну Подарункові видання. Дизайн, 2019
Наталія Синєпупова Композиція: Тотальний Контроль ArtHuss, 2019
10. Джозеф Б. Пайн II Джеймс Х. Гілмор Економіка Вражень, 2021 – 398с.
11. Наомі Куно Поєднання кольорів на практиці FactorDruk 2019
12. The Package Design Book Taschen biblioteca Universalis 2021
13. Іттен І. Мистецтво Кольору вид. Д.Аронов, 2021