

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра репрографії

До захисту допущено:
В. о. завідувача кафедри

_____ Олександр ПАЛЮХ
« ___ » _____ 2023 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою
«Технології друкованих і електронних видань»
спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія»

на тему: **«Комплект рекламної друкованої продукції для салону краси з
детальним розробленням процесу додрукарської підготовки»**

Виконала: студентка IV курсу, групи МВ-91

Орепер Міла Олександрівна _____

Керівник

доцент кафедри репрографії, к.т.н.,
доцент Хохлова Розалія Анатоліївна _____

Консультанти з:

проектування часткового

технологічного процесу доцент кафедри репрографії, к.т.н.,
доцент Розум Тетяна Володимирівна _____

проектування виробничої

дільниці доцент кафедри репрографії, к.т.н.,
доцент Скиба Василь Миколайович _____

Рецензент

в.о. зав. кафедри МАПВ, д.т.н.,
проф Зенкін Микола Анатолійович _____

Засвідчую, що у цьому дипломному проєкті
немає запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань.

Студент _____

Київ-2023 року

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут
Кафедра репрографії

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)
Спеціальність 186 «Видавництво та поліграфія»
Освітньо-професійна програма «Технології друкованих і електронних видань»

ЗАТВЕРДЖУЮ
В. о. завідувача кафедри
_____ Олександр ПАЛЮХ

« ____ » _____ 2023 р.

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ СТУДЕНТЦІ
Орепер Мілі Олександрівні

1. Тема проєкту: «Комплект рекламної друкованої продукції для салону краси з детальним розробленням процесу додрукарської підготовки»

Керівник проєкту Хохлова Розалія Анатоліївна, доцент, к.т.н., доц.
затверджені наказом по університету від «31» травня 2023 р. № 2098-с

2. Термін подання студентом проєкту «09» червня 2023 р.

3. Вихідні дані до проєкту: вихідними даними до розроблення проєкту має бути аналіз сучасних технологій виготовлення рекламної друкованої продукції із застосуванням фірмового стилю, особливості структури та наповнення, апаратного і програмного забезпечення для її створення; науково-технічна література за темою проєкту. Результатом проєкту повинно бути розроблений рекламний друкований комплект, а також розроблений детальний процес створення продукції. Розроблений продукт та його складові елементи повинні містити необхідну інформацію належної якості, відповідати вимогам нормативних документів, а також бути зрозумілими та функціональними.

4. Зміст пояснювальної записки

Провести аналіз спеціалізованих видань відповідної тематики. Встановити для продукції цільову аудиторію, інформаційне наповнення, методи корекції цифрових фотографій, на основі отриманих відомостей, обрати основні характеристики рекламної друкованої продукції. За обраними технічними характеристиками необхідно розробити концепцію, визначити шрифтове та колірне оформлення, а також створити повноцінний дизайн і, за наявними характеристиками, розробити алгоритм з додрукарської підготовки, а також вибрати необхідне обладнання для виконання всіх технологічних операцій. Розробити: детальний технологічний процес додрукарської підготовки у вигляді алгоритму процесу; детальну маршрутно-технологічну карту процесу; план відділу із додрукарської підготовки.

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслеників, плакатів, презентацій тощо): Узагальнені блок-схеми технологічних процесів – 1–2 рисунки (обов'язково); концепція, структура, навігація мультимедійного продукту, шрифтово-колірне оформлення 1–4 рисунки

(обов'язково); алгоритм технологічного процесу – 1 рисунок; діаграми вибору 3–5 рисунків (обов'язково); план ділянки – 1 рисунок (обов'язково); функціональні та структурні електричні схеми КВС – 1–2 рисунки (обов'язково).

6. Консультанти розділів проєкту

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
4. Детальне проєктування часткового технологічного процесу	Розум Т.В., доцент кафедри репрографії		
5. Проєктування виробничої ділянки	Скиба В. М., доцент кафедри репрографії		

7. Дата видачі завдання 23 лютого 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Пор. №	Назва етапів виконання дипломного проєкту	Термін виконання етапів проєкту	Примітка
	Вступ	до 15.04.2023 р.	
1.	Аналіз вихідних даних для проєктування	до 15.04.2023 р.	
2.	Розроблення концепції та структури мультимедійного продукту	до 25.04.2023 р.	
3.	Проєктування комплексного технологічного процесу	до 01.05.2023 р.	
4.	Детальне проєктування часткового технологічного процесу	до 15.05.2023 р.	
5.	Проєктування виробничої ділянки	до 25.05.2023 р.	
	Висновки та список використаних джерел	до 01.06.2023 р.	
	Оформлення пояснювальної записки і графічного матеріалу	до 01.06.2023 р.	
	Здавання проєкту на кафедру для рецензування	до 07.06.2023 р.	

Студент _____ Міла ОРЕПЕР

Керівник проєкту _____ Розалія ХОХЛОВА

**Пояснювальна записка
до дипломного проєкту**

**на тему: «Комплект рекламної друкованої продукції для салону
краси з детальним розробленням процесу додрукарської
підготовки»**

РЕФЕРАТ

Дипломний проєкт: кількість сторінок – 76; рисунки – 26; таблиці –9; джерела – 36.

Тема – Комплект рекламної друкованої продукції для салону краси з детальним розробленням процесу додрукарської підготовки.

Мета роботи – розробка технологічного процесу виготовлення рекламного комплекту із застосуванням додрукарського процесу з вибором необхідного апаратного та програмного забезпечення.

Методика виконання роботи – аналіз наданого завдання та його розбір, дизайн-дослідження та розроблення концепції.

Результатом є створення рекламного комплекту із застосуванням фірмового стилю і детальною розробкою процесу додрукарської підготовки з вибором доцільного апаратного та програмного забезпечення.

Ключові слова: ДИЗАЙН, КОНЦЕПЦІЯ, РЕКЛАМНИЙ КОМПЛЕКТ, ПРОЄКТУВАННЯ.

АНОТАЦІЯ

ОРЕПЕР М. О. КОМПЛЕКТ РЕКЛАМНОЇ ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ САЛОНУ КРАСИ З ДЕТАЛЬНИМ РОЗРОБЛЕННЯМ ПРОЦЕСУ ДОДРУКАРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ – Рукопис.

Дипломний проєкт на здобуття ступеня бакалавра зі спеціальності 186 Видавництво та поліграфія – кафедра репрографії ВПП, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, 2023 р.

Дипломний проєкт має на меті розроблення рекламного комплексу за допомогою аналізу вихідних даних, а саме текстового завдання та виконання додрукарського процесу для наданих видів продукції.

В ході розроблення проєкту було проаналізовано отримане завдання, а також основні вимоги до текстового, графічного оформлення. В результаті було представлено концепцію, яка б відповідала брифу.

Розроблено конструкцію комплексу, обрано колірне та шрифтове оформлення. За допомогою пелюсткової діаграми здійснено вибір програмного та апаратного забезпечення для робочих станцій, за допомогою системи «чорна скринька» визначено основну технологію створення. Усі рішення продемонстровані в технологічному процесі.

Результатом проробленої роботи є віддрукований рекламний комплект, що відрізняється власним фірмовим стилем. У результаті виконання дипломного проєкту було розроблено дизайн для флаєра, листівки та прайс-листа у вигляді буклету. Результати роботи апробовано в тезах доповідей з Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні інформаційні системи та технології в цифровому суспільстві», 13 - 14 квітня 2023 р. (Харків, ХНЕУ, 2023 р.). Дипломний проєкт виконано на замовлення від приватної організації "AURA beauty lounge".

Ключові слова: ПРОЄКТУВАННЯ, ДИЗАЙН, ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОЦЕС, КОНЦЕПЦІЯ, КОМПЛЕКТ, ОФОРМЛЕННЯ.

ABSTRACT

OREPER M. SET OF ADVERTISING PRINTED PRODUCTS FOR A BEAUTY SALON WITH DETAILED DEVELOPMENT OF THE PRE-PRESS PROCESS - Manuscript.

Diploma project for obtaining a bachelor's degree in specialty 186 Publishing and printing - Department of Reprography, Educational and Scientific Publishing and Institute, National Technical University of Ukraine "Ihor Sikorskyi Kyiv Polytechnic Institute", Kyiv, 2023. The diploma project aims to develop an advertising kit using the analysis of source data, namely the text task and the implementation of the pre-press process for the given types of products.

During the development of the project, the received task was analyzed, as well as the main requirements for textual and graphic design. As a result, a concept was presented that would meet the brief.

The design of the kit was developed, the color and font design was chosen. With the help of a petal diagram, the selection of software and hardware for workstations was made, with the help of the "black box" system, the basic technology of creation was determined. All solutions are demonstrated in the technological process.

The result of the work done is a printed advertising kit with its own corporate style. As a result of the diploma project, a design was developed for a flyer, a postcard and a price list in the form of a booklet. The results of the work were tested in the abstracts of the reports from the International Scientific and Practical Conference "Modern Information Systems and Technologies in the Digital Society", April 13-14, 2023 (Kharkiv, Semyon Kuznets National University of Technology, 2023). The diploma project was commissioned by the private organization "AURA beauty lounge".

Key words: DESIGN, DESIGN, TECHNOLOGICAL PROCESS, CONCEPT, SET, DESIGN.

ЗМІСТ

ВСТУП	11
1. АНАЛІЗ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДЛЯ ПРОЄКТУВАННЯ	12
1.1 Аналіз технологій та тенденції у створенні друкованої продукції	12
1.2 Оцінка та вибір пріоритетних параметрів для продукції (продукту), що проєктується	15
1.3 Характеристики продукції (продукту), що проєктується	17
2. РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ТА КОНСТРУКЦІЇ ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ	23
3. ПРОЄКТУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ	34
3.1 Обґрунтування технологічного процесу	34
3.2 Принципи обґрунтування технологічного процесу випуску друкованої продукції	37
4. ДЕТАЛЬНЕ ПРОЄКТУВАННЯ ЧАСТКОВОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ	48
5. ПРОЄКТУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЛЬНИЦІ	52
ВИСНОВОК.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	59
ДОДАТОК А.....	63
ДОДАТОК Б	66
ДОДАТОК В.....	73

ПЕРЕЛІК ПОЗНАК ТА СКОРОЧЕНЬ

Я – якість;

І – інформативність;

ОД – оригінальність дизайну;

Ч – читабельність,

С – собівартість;

Т – технологія;

М – матеріали;

Р – режими;

І – інформація;

У – устаткування;

Е – енергія;

Х – вхідна інформація;

У – вихідний продукт чи напівфабрикат;

ТО – технологічна операція;

ПЗ – програмне забезпечення;

РЗ – роздільна здатність;

ТЗ – текстове завдання

ВСТУП

Наразі всі відомі та маловідомі компанії активно користуються розробкою дизайну для своєї продукції.

Це один із найважчих та трудомістких процесів у додрукарській підготовці.

Препресс, також відомий як додрукарська підготовка, по праву вважається одним з найважливіших етапів у процесі створення якісної поліграфічної продукції. Грамотна, оформлена зі смаком концепція не дасть хороших результатів без правильного поводження з матеріалами.

Ця робота охоплює відразу кілька підпунктів, включаючи підбір кольорової палітри, розміщення текстової інформації і формування концепції комерційної пропозиції.

Підтримуючи свій власний стиль забезпечується впізнаваність серед клієнтів, тому дизайн поліграфії компанії є феноменально важливим. Концепція графічного дизайну друкованої продукції постійно змінюється, щоб задовольнити потреби нашого постійно змінюваного суспільства [1,18].

Метою дипломного проєктування – розробка концепції з детальним процесом додрукарської підготовки для рекламної продукції, завдяки якій компанію будуть пізнавати нові споживачі, а старі відвідувачі змогли б дізнаватися про новітні технології, запроваджені салоном і ціни на вже існуючі послуги.

Завданням проєкту є детальна розробка дизайну для рекламної продукції; визначення пріоритетних параметрів на основі діаграми Парето; проєктування технологічного процесу створення продукції із вибором програмного та апаратного забезпечення; проєктування часткового технологічного процесу розробки додрукарської підготовки. Дипломний проєкт виконано на замовлення від приватної організації "AURA beauty lounge".

1. АНАЛІЗ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДЛЯ ПРОЄКТУВАННЯ

1.1 Аналіз технологій та тенденцій у створенні друкованої продукції

Новостворена айдентика для будь-якого поліграфічного виробу першочергово виконується з розробки макету, який поєднує в собі інформаційне наповнення, корпоративну ліврею та оригінальні ідеї в дизайні.

Залежно від кінцевого тиражу буклету чи листівки, матеріалів, які будуть використані, та цільової аудиторії розробляється концепція дизайну.

Ескізи майбутньої продукції показують, як поєднати стиль, фотографії, текст, матеріали та кольорову гаму, а також розташування інформації на вільному просторі.

Головний принцип хорошого дизайну - баланс між формою та змістом. Яскравий дизайн не повинен заважати сприйняттю інформації. Компанії, що займаються рекламним дизайном, дотримуються цього принципу, щоб забезпечити правильний вибір формату, розміру, кількості зображень та кольорової гами майбутнього рекламного матеріалу[2].

Для виконання даної роботи буде розроблено рекламний дизайн. Це поняття несе в собі поєднання маркетингу, психології, творчості та дизайну, що вкрай важливо при розробці візуальних рекламних носіїв.

Якщо дизайн це просто створення красивої картинки, то дизайн реклами це створення красивої картинки, яка приносить гроші своєму власнику. Щоб реклама працювала і «приводила до угоди», вона має бути заснована на ідеї, яка не тільки приваблює дизайнера та клієнта, але, перш за все, впливає на клієнтів. Більше того, вона має впливати на клієнта відповідно до ідеї та плану. Оскільки пошук ідей професіонала не залежить від випадкових факторів, дизайнер має ретельно продумати концепцію готового продукту в майбутньому [3].

Креативні, якісні дизайнерські ходи можуть не тільки підкреслити всі переваги продукту, описані в тексті, але дизайн в сучасній рекламі може допомогти замінити текст в цілому і уникнути агресивності в сприйнятті реклами громадськістю. Багато хто дивується, як дизайнерські знахідки можуть замінити традиційну подачу інформації. У світі реклами всі знають, що інформація

впливає на думки та емоції. Текст впливає на думки покупця, зображення впливають на емоції та викликають позитивні реакції щодо іміджу бренду, таким чином збільшуючи продажі та формуючи лояльність.

Професійний дизайн реклами- це ефективний і потужний двигун комерції.

Слід зазначити, що технологія виробництва рекламних виробів складається з кількох стадій:

-Перша стадія – підготовча, включає: аналіз та оцінку всіх проявів рекламних засобів, вивчення рекламної продукції суперників по бізнесу, партнерів і дилерів, вивчення функцій рекламних об'єктів, основних технологій виробництва, аналіз структури збуту та особливостей базових цільових клієнтських груп, яким адресовані ці вироби.

-Друга стадія – маркетингове вивчення, включає: формування специфіки рекламного виробу, вибір цільової публіки, освіту маркетингових завдань, які мають досягатися рекламною продукцією, розробку будови продукції реклами.

-Третя стадія – створення рекламного виробу, включає: розробку інформаційної частини рекламного продукту, структурування написаного тексту.

-Четверта стадія – оформлення, включає: декор рекламного виробу, верстка друкованого тексту, утворення електронного макета, коригування оригіналу продукту.

-П'ята стадія – створення, включає: визначення друку, розташування замовлення в конкретній друкарні, підгон оригіналу-макета під стандарти друкарні.

Сучасні технології виробництва рекламного продукту спрямовані у бік оптимізації виробних процесів, зменшення собівартості підсумкового продукту, його безпеки та економічності.

Величезну роль відіграють на рекламному ринковому майданчику технології цифрового друку та медіа. За останні кілька років широкоформатний друк збільшив просування, набув нових способів створення, що на докорінно внесло зміни в методи розповсюдження інформації та картинок на полотно.

Наразі будь-яку інформацію можна надрукувати практично на всі матеріали, що надає можливість використовувати найоригінальніші розробки дизайнерів та

оформлювачів реклами.

Величезне значення має розвиток джерел освітлення. За допомогою введення на рекламний ринковий майданчик світлодіодного підсвічування можна виробляти тонкі постери, щити, вивіски, що світяться, підсвічувати зсередини невеликі деталі, і економити на електриці та сервісному забезпеченні світлового обладнання. У перспективі рекламну продукцію оснащуватимуть за допомогою нових джерел світла. Рекламна інформація, картинки зможуть переглядатися завдяки електронному чорнилу.

Стануть популярними інтерактивні рекламні бази, які забезпечать клієнту майже миттєво отримувати всі необхідні відомості про продукцію. Привертатимуть увагу в магазинах голографічні вироби та спеціалізовані звукові повідомлення. Незважаючи на етапи розвитку людства, на нові технології виробництва рекламної продукції, ще протягом багатьох років людей оточуватимуть вивіски, щити, розтяжки та інші предмети зовнішньої реклами, які будуть актуальними завжди[19].

Рекламна статистика показує, що хороші ілюстрації надовго запам'ятовуються, а художній дизайн збільшує кількість переглядів реклами до 50%. Причиною цього є те, що зображення збагачують наші емоції. Зображення допомагають людям ідентифікувати рекламу на основі її цікавості та корисності. Якщо людина зацікавлена в русі зображення, вона обов'язково прочитає інформацію, що міститься в ньому. Іншими словами, дизайн-це частина креативної реклами, яка відіграє важливу роль у її реалізації[4].

Наразі багато підприємців користується послугами дизайнерів та маркетологів та створення тої концепції, яка могла б потенційно залучити клієнтів. Це можна пов'язати із тим, що конкуренція серед компаній зараз дуже велика.

З ХХІ століття індустрія краси почала стрімко розвиватись, тому реклама для салону краси, власне як і для будь-якого іншого виду бізнесу надзвичайно важлива [5].

1.2 Оцінка та вибір пріоритетних параметрів для продукції (продукту), що проектується

В межах цього підпункту було оцінено пріоритетні параметри для майбутнього рекламного комплексу. Для цього було сформовано перелік параметрів для подальшого оцінювання та визначення пріоритетних параметрів продукції, що проектується:

- 1)Якість(Я). При друкуванні дуже важливо, аби доцільно відтворилася якість усіх наявних елементів для того, аби можливо було відрізнити читабельність, кольори.
- 2)Інформативність(І). Для тематики дуже важливо, аби серед усіх компаній можливо було б відрізнити саме ту, для якої розробляється фірмовий комплект.
- 3)Оригінальність дизайну(ОД). Оригінальність також важливий показник для розробки дизайну. Саме оригінальність допомагає запам'ятати ідею.
- 4)Читабельність(Ч).
- 5)Собівартість(С). Собівартість має бути включена, оскільки якщо продукція не потребує використання високоякісних технологій, то варто доцільно розпланувати бюджет компанії. Якщо все ж потребує – то варто на це зважати і також планувати бюджет.

Для наочного представлення результатів було розроблено Таблицю 1.1, а також діаграму Парето.

Таблиця 1.1 – Підсумкова таблиця результатів оцінок експертів

X_i	X_j (Я)	X_j (І)	X_j (ОД)	X_j (Ч)	X_j (С)	$\sum a_j$	Вага параметру
(Я)	5	6,5	7,5	1,5	5,5	26	0,216
(І)	3,5	5	6,5	6,5	4,5	26	0,216
(ОД)	2,5	3,5	5	4,5	3,5	19	0,158

Кінець Таблиці 1.1

X_i	X_j (Я)	X_j (І)	X_j (ОД)	X_j (Ч)	X_j (С)	Σa_j	Вага парамет ру
(Ч)	3,5	3,5	5,5	5	5,5	23	0,191
(С)	4,5	5,5	6,5	4,5	5	26	0,216
Σa_j						120	1

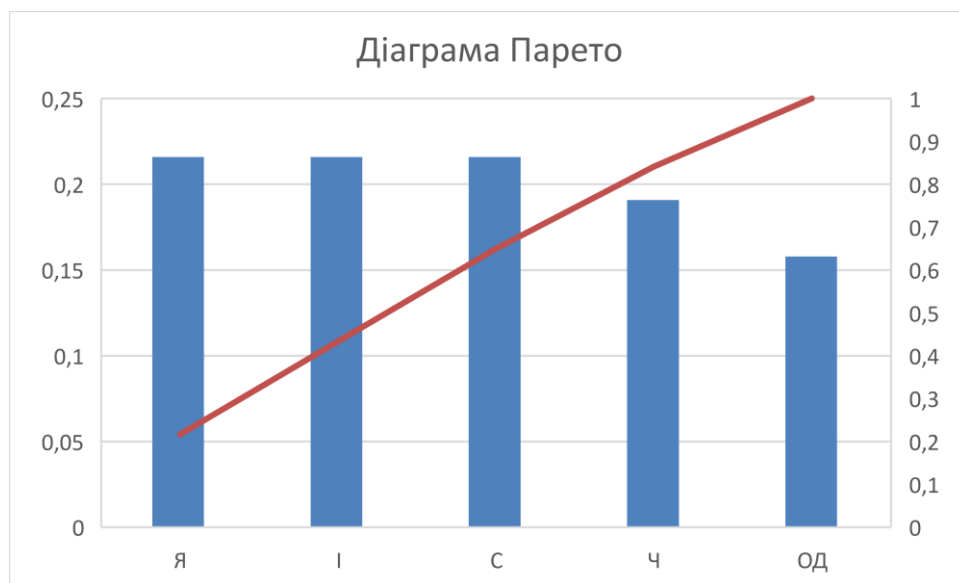


Рисунок 1.1 – Діаграма Парето для оцінки пріоритетності параметрів: якість(Я), інформативність(І), оригінальність дизайну (ОД), читабельність(Ч), собівартість(С)

З діаграми можна зробити висновок, що найпріоритетнішими для експертів виявилися якість, інформативність та собівартість продукції.

1.3 Характеристики продукції (продукту), що проєктується

Рекламний комплект із фірмовим стилем створюється задля надання обраним видам продукції корпоративної символіки. Для виконання завдання було проаналізовано структуру та концепцію майбутньої продукції. Найпопулярнішим і найефективнішим способом залучення клієнтів і пошуку конкретних цілей є листівки, брошури та інша рекламна література. Листівки дозволяють швидко і лаконічно заявити про компанію і надати чітку інформацію про компанію, рекламований товар або послугу, залучаючи таким чином більше клієнтів.

Цей вид друкованої продукції характеризується низькою вартістю і високою ефективністю. Добре продумані та якісно виготовлені листівки здатні справити гарне враження на споживачів [6]. Саме тому для виконання завдання на дипломну роботу було вирішено розробити концепт для листівки, яка буде описувати новітні технології, що запроваджені в салоні краси і прайс-лист, де будуть вказані ціни на вже існуючі послуги. Таким чином можна буде залучати нових клієнтів і сповіщати про зміни вже існуючих.

Наступним кроком було проаналізовано структуру та наповнення майбутньої продукції. В рамках вибору було взято за основу зазначені вище параметри з діаграми Парето.

Під час аналізу структури було ґрунтовно досліджено наявні варіанти вже існуючих листівок та прайс-листів для салону краси. Варто зазначити, що кожна з продукцій містила в собі цифрові фотографії, текст із зазначеними послугами та наявними процедурами, лого та короткі описи із місцем знаходження салону, сторінки із сайтами та аккаунти в соціальних мережах. В кожній з компаній був власний фірмовий стиль, який вирізняв салон серед інших. 2 з 5 проаналізованих компаній містили власні колірні особливості, окрім логотипу, а 3 інші також містили і власний шрифт. Тож, під час створення листівки та прайс-листа буде створена концепція такого ж плану із усією важливою інформацією від замовника, створене лого та враховані колірні особливості під цільову аудиторію. Увесь рекламний комплект буде мати формат А4, а зберігатись для

подальшого друку у форматі PDF. Цей формат не займає багато пам'яті на комп'ютері, тому є дуже зручним для використання [20].

Останнім завданням в межах цього розділу було проведення аналізу для вхідних файлів. Для друку файлів існують певні вимоги. В різних друкарнях можуть бути свої власні вимоги для макетів, але можна виділити основні, такі як максимальні формати паперу та SRA3, припуски 5 мм для текстового та графічного оформлень, розмір задрукованого поля 320*438 мм та мітки для обрізу 2 мм. Формати для векторної графіки можуть бути або -.eps, або -.ctai, а для растрової графіки - .tiff, - .eps, - .psd. Продукції, що містить багато сторінок приймається або в форматі -.indd, або в форматі -.pdf [21].

Наразі найрозповсюдженішою темою для обговорення для тих, хто створює різнокольорову поліграфічну продукцію або оброблює графічну інформацію, є невміння правильно передати колір на зображеннях.

Метою створення колірної обробки цифрових фотографій є друк кольорових оригіналів з високою якістю, яка, наскільки це дозволяє обробка, наближена до оригіналу.

Більшість продукції, яку надсилають в друкарні - це саме чотирьох і більше колірні оригінали. Вони відіграють велику роль у структурі будь-якої поліграфічної продукції, особливо рекламних друкованих виробів. Їхнє перетворення потребує спеціальних дій, які мають на меті грамотно їх відтворити. На жаль, вони не лишаються непомітними і виникають спотворення, які залишають свій слід на більшості властивостях отриманої графічної інформації[22].

Оскільки спотворення кольорів зазвичай визначається комбінацією поділу та спотворення відтінків сірого, корекції відтінків сірого та поділу часто застосовуються одночасно. Метою корекції відтінків сірого є зміна градації зображень із розділенням кольорів для забезпечення їх балансу, а метою корекції поділу кольорів є усунення спотворень, викликаних недосконалістю пігментів і фільтрів.

При заданні якісної характеристики кольору використовуються три його суб'єктивні властивості: тон, насиченість і експозиція. Найважливіша властивість кольору — відтінок — у свідомості людини асоціюється з певною зміною забарвлення того чи іншого предмета. Насиченість представляє ступінь і рівень використання відтінку. Він в людини пов'язаний з кількістю барвників або пігментів. Ахроматичні тони вважаються такими, що не мають насиченості та відрізняються лише на фотографіях.

Загалом, корекцію можна внести кількома способами:

- ручна (форма ручної ретуші фото) - найбільш трудомістка і неточна;
- фотографічно – маскування;
- електронним способом (аналоговим або цифровим).

Взагалі в корекції кольору лежить в основі методи зовнішнього маскування, які мають безпосередній вплив на градаційні характеристики фотографії.

В принципі, всі методи зовнішнього маскування для виявлення на поліграфі можна розділити на: прямі методи та непрямі методи.

При прямому способі маска поєднується з вихідною маскою.

У непрямому випадку маскувальне зображення виправляє негатив кольороподілу.

Один набір методів передбачає використання складних багатостадійних процесів. Необхідність такої корекції спричинила зміна адитивності щільності в процесі друку, яка зумовлена не надто високою прозорістю кольору та наскільки поглинає папір. Здебільшого це робиться за координатами певного кольору, наприклад, зеленого або кольору людської шкіри[22].

Для того аби вирізнити цільову аудиторію салону було проведено аналіз. Аналіз та сегментування ЦА – запорука стабільної та успішної роботи бізнесу в умовах високої конкуренції. Без грамотного підходу до вивчення свого клієнта великий ризик додаткових витрат, які не дають очікуваного результату.

Розбираючись у питаннях визначення цільової аудиторії важливо знати такі поняття, як портрет потенційного клієнта. Принцип наступний: цільова

аудиторія (ЦА) сегментується, із сегментів складається портрет ідеального клієнта.

Перше, на що впливає опис та вибір сегмента ЦА – це концепція салону краси. Те, яка ідея буде покладена в основу роботи та просування салону. Завдяки замовнику було визначено, що салон краси займається технологіями депіляції, а також продає свої послуги у сфері косметології. Таким чином, виділено віковий сегмент потенційних клієнтів.

Основна цільова аудиторія – жінки від 28 років. Така продукція буде використовуватися в студії салону. Саме завдяки цій продукції споживач зможе дізнатися про усі наявні процедури, зрозуміти, чи хоче він відвідувати салон, чи все його влаштовує.

Термін використання – не довговічний. Оскільки можуть змінюватися послуги, тому інформація втратить свою актуальність.

Для колірної палітри загалом застосовуються кольори дизайну студії салону або ж створюється підбір під цільову аудиторію, якщо студії досі немає. З огляду на варіанти, що підглядали аналізу можна сказати, що вибір стилю з погляду його колірного виконання мав безпосередню залежність від цільової аудиторії, її вікової категорії, роду занять, переваг і інтересів. Отже, перед тим як остаточно обрати колірне рішення, було детально вивчено потенційного клієнта[26].

До підбору шрифтового оформлення рекламних продуктів було залучено літературу, що визначала доцільність того чи іншого шрифту. Для з'ясування було обрано шрифт із засічками і шрифт без засічок. Під час проведення аналізу було визначено, що шрифти із засічками корисні для довгих текстів. Не дивлячись на те, що раніше вважалося, що засічки заважають сприймати тексти, сучасні дослідження довели, що вони навпаки скеровують погляд читачів[25]. Більш того, треба зазначити, що шрифти із засічками підкреслюють вишуканість та елегантність, які є важливими показниками для салону краси. Саме тому в межах виконання дипломної роботи обрано цей вид шрифтів.

Наступним кроком у виконанні курсової роботи була розробка таблиці із показниками майбутнього проєкту.

Таблиця 1.2 – Характеристики майбутнього проєкту

Характеристика	Показник
Тип продукції	Прайс-лист, листівка та флаєр.
За змістом і функціональним призначенням	Для дозвілля.
За форматом	Середні
За фарбовістю	Чотирифарбові
За конструкцією	Сфальцьований прайс-лист і несфальцьовані листівка та флаєр.

Висновки до першого розділу:

- 1) Проаналізовано технології і тенденції у розвитку друкованої продукції.
- 2) Проведено аналіз щодо сучасних технологій виготовлення фірмового комплексу рекламної продукції.
- 3) Проведено аналіз цільової аудиторії, структури та концепції наповнення фірмового комплексу рекламної продукції, вимог до вхідних файлів, методик коригування колірних характеристик цифрових фотографій, підбору шрифтового та колірного оформлення для компонування айдентики комплексу рекламної продукції.
- 4) Оцінено та обрано пріоритетні параметри для продукції, що проєктується.

2. РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ТА КОНСТРУКЦІЇ ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Перед початком розроблення структури та наповнення було проаналізовано надану інформацію з минулого розділу для майбутньої продукції. В рамках вибору було взято за основу зазначені вище параметри з діаграми Парето. Увесь рекламний комплект буде мати формат А4, а зберігатись для подальшого друку у форматі PDF. Цей формат не займає багато пам'яті на комп'ютері, тому є дуже зручним для використання [20]. В межах створення рекламної продукції було розроблено бриф у вигляді гугл-форми, який би демонстрував відповіді замовника, на які можна посилатись при створенні комплекту та мудборди, які б демонстрували вибір шрифтів та колірного оформлення.

Тому першим кроком у виконанні було саме розробка технічного завдання. Для цього були складені певні питання, які допомогли б розробити ту рекламну продукцію, яка б найбільше підійшла замовнику:

- 1) Назва компанії
- 2) Чим займається компанія?
- 3) Цільова аудиторія
- 4) Вкажіть своїх конкурентів (якщо знаєте)
- 5) Чим Ви відрізняєтесь від своїх конкурентів?
- 6) Які задачі Ви б хотіли вирішити за допомогою дизайну?
- 7) Який стиль має містити дизайн?
- 8) Чи є важливі моменти, які б Ви хотіли врахувати в дизайн? Якщо так, то які?
- 9) В якому форматі мають бути фінальні макети?
- 10) Вкажіть текст, який має бути на макетах
- 11) Наведіть список носіїв, для яких буде використано дизайн.
- 12) Вкажіть точний розмір носіїв
- 13) На яку дату мають бути зроблені макети?

Після проаналізованих відповідей, що були надані замовником, було створено мудборди, які б демонстрували вибір на основі всіх вищезазначених характеристик.

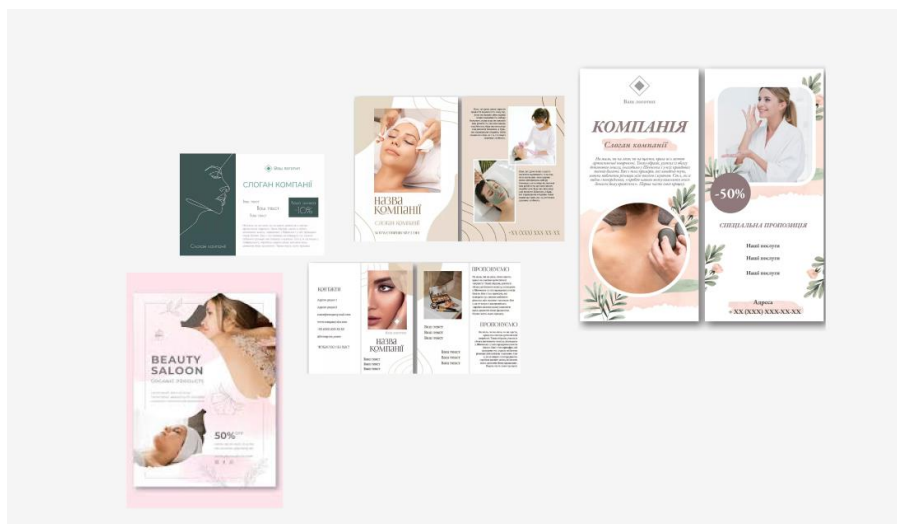


Рисунок 2.1 – Мудборд на створення вищезазначеного рекламного комплексу



Рисунок 2.2 – Мудборд на створення логотипу на рекламну продукцію

Листівка буде повністю вміщати необхідну інформацію по одній стороні. На ній буде логотип салону, фотографія, інформація про послуги, що надаються,

нова послуга, що з'явилась, а також місце знаходження салону, номер телефону та посилання на соціальні мережі. Друга продукція, що розробляється, а саме прайс-лист містить інформацію на трьох сторінках, складатиметься він як буклет. На ньому наявні ціни на існуючі послуги, місце знаходження салону, номер телефону та посилання на соціальні мережі, лого, а також фотографія. Третя продукція, а саме флаер, розробляється для реклами нової пропозиції з салону, він міститиме в собі фотографію послуги, а також назву пропозиції, місце знаходження і контактні дані студії. Кількість сторінок невелика, а наданої інформації достатньо, тобто 2/3 пріоритетних параметрів, що були зазначені вже виконані, саме завдяки конструктивному рішення.

Кольорове оформлення продукції має відповідати певним умовам. В фірмовому стилі дуже важливо орієнтуватися саме на цінності компанії, цільову аудиторію та сприйняття кольорів. Таким чином було використано бордовий, золотий та білий колір. Саме ці кольори підкреслювали вишуканість, жіночність клієнток, а також вирізняли б салон серед інших. Також було враховано те, що сама студія має дизайн в таких кольорах.

В якості шрифтового оформлення було обрано шрифт із засічками, а саме Monterchi Serif. Шрифтові пари із засічками мають серйозний і традиційний характер [23]. Даний шрифт ідеально підходить для брендування проектів або як текстове оформлення для фону в дизайні, а також передає потрібну для дизайну елегантність, що є дуже важливою характеристикою для цільової аудиторії [24].

Monterchi-Serif-Thin-trial.ttf

Monterchi Serif

Monterchi-Serif-Book-trial.ttf

Monterchi Serif

Monterchi-Serif-Extrabold-trial.ttf

Monterchi Serif

Рисунок 2.3 – Обране шрифтове оформлення Monterchi Serif



Рисунок 2.4 – Обране колірне оформлення майбутньої рекламної продукції

Нижче продемонстровано розроблені структури та їхні наповнення із зазначенням розмірів.

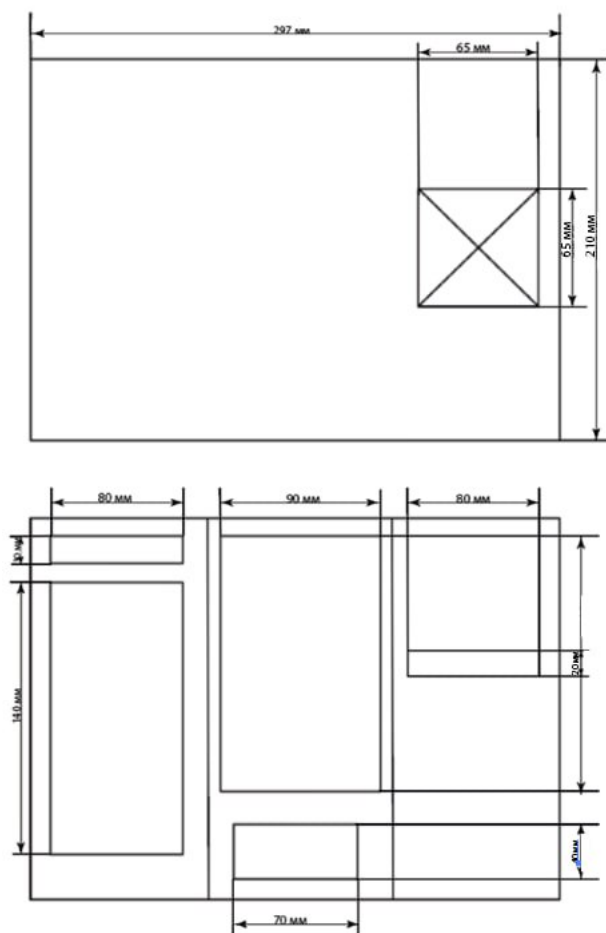


Рисунок 2.5 – Структура першого варіанту прайс-листа із зазначенням цін на існуючі процедури

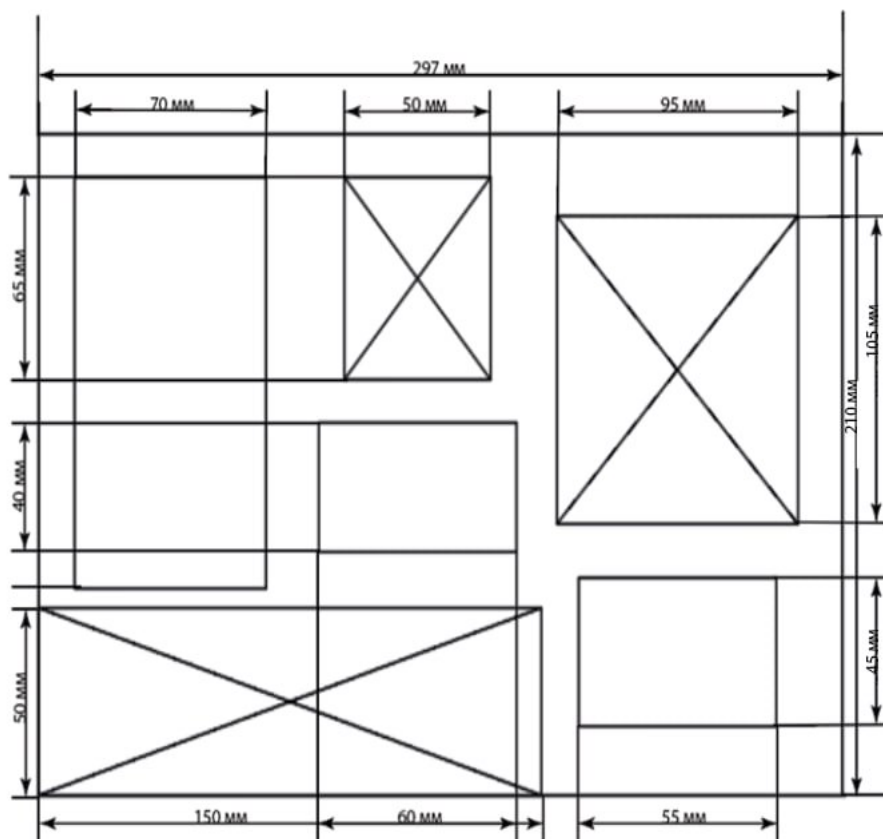


Рисунок 2.6 – Структура першої рекламної листівки із зазначенням нової технології

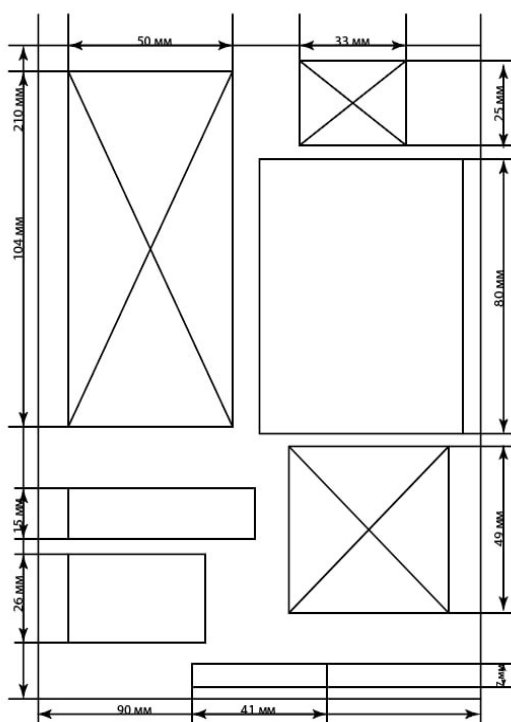


Рисунок 2.7 – Структура першого варіанту флаєра з новою послугою



Рисунок 2.8 – Макет першого варіанту прайс-листа із зазначенням цін на існуючі процедури(зовнішній бік)

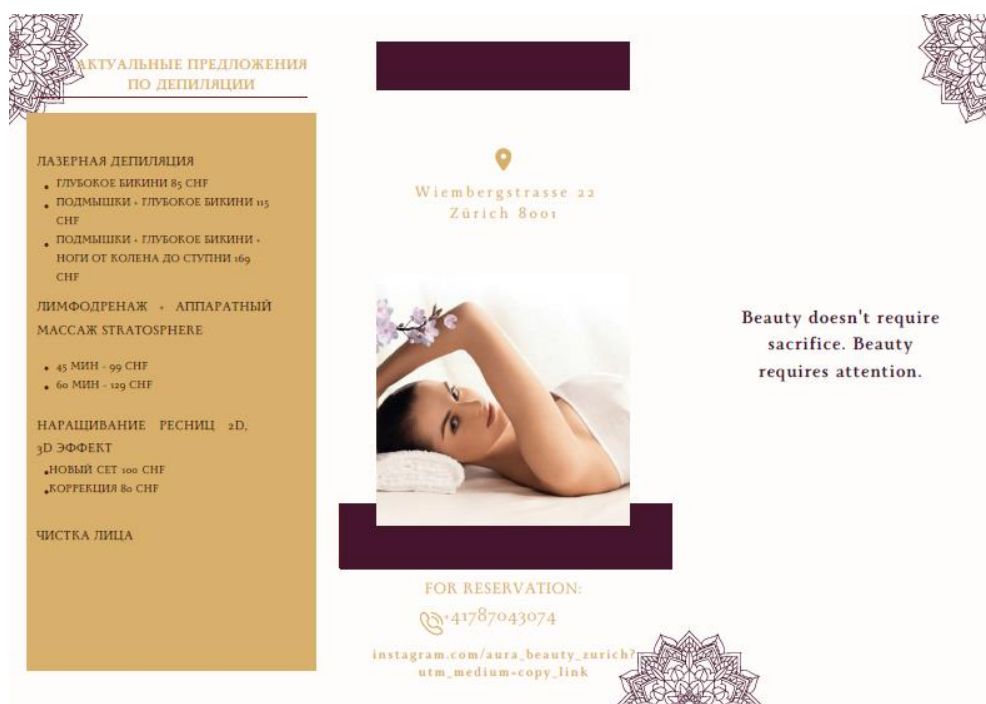


Рисунок 2.9 – Макет першого варіанту прайс-листа із зазначенням цін на існуючі процедури(внутрішній бік)



Рисунок 2.10 – Макет першої рекламної листівки із зазначенням нової технології

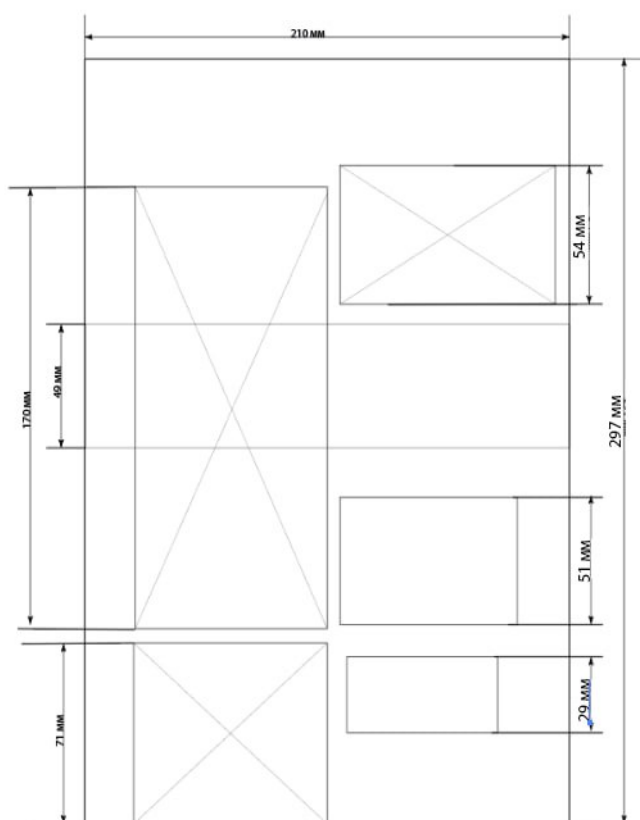


Рисунок 2.11 – Структура другої рекламної листівки із зазначенням нової технології



Рисунок 2.12– Макет другої рекламної листівки із зазначенням нової технології

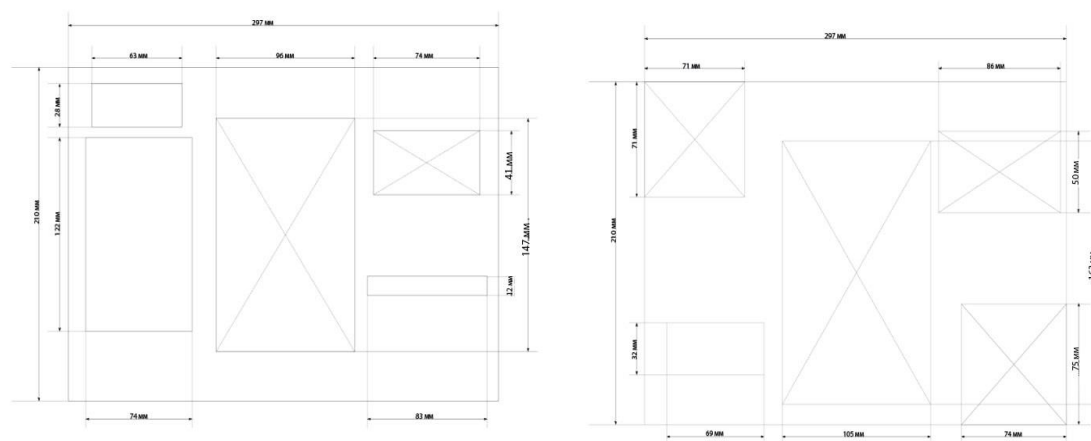


Рисунок 2.13 – Структура другого варіанту прайс-листа із зазначенням цін на існуючі процедури

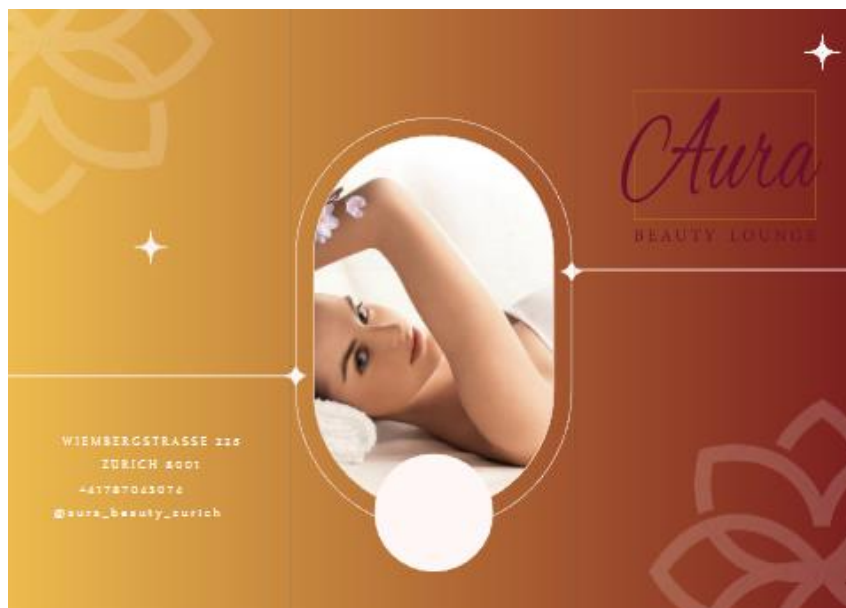


Рисунок 2.14 – Макет другого варіанту прайс-листа із зазначенням цін на існуючі процедури(зовнішній бік)



Рисунок 2.15 – Макет першого варіанту прайс-листа із зазначенням цін на існуючі процедури(внутрішній бік)

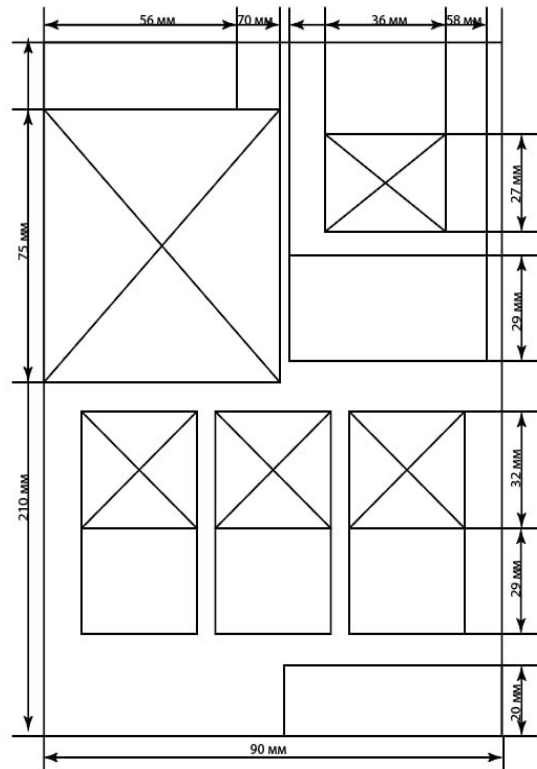


Рисунок 2.16 – Структура другого варіанту флаєра з новою послугою



Рисунок 2.17 – Макет другого варіанту флаєра з новою послугою

Після наданих варіантів оформлення та концепції було обрано перший варіант друкованого рекламного комплексу.

Висновки до другого розділу:

- 1) Розроблено декілька варіантів концепції рекламної друкованої продукції.
- 2) Розроблено декілька варіантів конструкції рекламної друкованої продукції.
- 3) Створено готові макети комплектів на вибір для замовника.
- 4) Оцінено та обрано найкращий з наданих варіантів.

3. ПРОЕКТУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ

3.1 Обґрунтування технологічного процесу

Після зазначення в другому розділі конструкції необхідно було запроєктувати комплексний технологічний процес. Проаналізувавши конструкцію, було обрано операцію фальцювання для технологічного процесу. Фальцювання є додатковою поліграфічною послугою, яка дозволяє згинати або складати надруковані аркуші готового продукту [13]. До основних видів фальцювання відносяться:

- Взаємно перпендикулярне фальцювання — вид фальцювання, за якого кожен наступний згин перпендикулярний попередньому.
- Паралельне фальцювання – вид фальцювання, за якого всі згини паралельні один одному.
- Комбіноване фальцювання – вид фальцювання в якому присутнє як взаємно перпендикулярне, так і паралельне фальцювання[26].

Для виконання завдання на дипломну роботу, а саме для розробки прайс-листа буде виконане паралельне фальцювання.

При виборі друку потрібно звертати увагу на якість та економічну складову, обрано три види друку для порівняння та вибору найкращого з них. Варто відзначити, що для подібної продукції з невеликим тиражем краще обрати саме цифровий спосіб друку. Найбільшим плюсом цифрового друку є можливість виготовити одиничний або короткий тираж, широкий вибір матеріалів для друку і продуктів, точна передача кольору від екземпляра до екземпляра. Для виконання поставленої задачі, було обрано цифровий метод друку, на підставі того, що цей метод є найшвидшим, з відмінними характеристиками зображення[27].

Наступним кроком у виконанні розділу було з'ясовано яким методом цифрового способу друку відтворити рекламний комплект. Для цього було створено ланцюг за системою «чорна скринька», який дозволив би порівняти види між собою та обрати доцільний технологічний процес, а надалі пелюсткову діаграму для вибору обладнання під спосіб друку.



Рисунок 3.1 - Система «чорна скринька» для вибору технологічного процесу

Пояснення до рисунку 3.1: I, I1 — інформація, що вводиться (I) та виводиться (I1) системою, метод та вигляд її подання; E, E1 — енергія, яка необхідна для здійснення процесу (E) та втрачена (E1); M, M1 — матеріали до переробки (M) та після (M1) здійснення технологічного процесу; T1.1...Tn — варіанти технологічного процесу; У1.1...Un — варіанти використання устаткування (обладнання); М1.1...Mn — витратні поліграфічні матеріали; Р1.1...Pn — технологічні режими.

Варіанти технологічного процесу: T1 – цифровий лазерний спосіб друку; T2 – цифровий електрофотографічний спосіб друку; T3 – цифровий струменевий спосіб друку, T4 – цифровий рулонний спосіб друку.

Необхідне устаткування: У1 – струминний принтер Epson EcoTank L5290; У2 – лазерний принтер HP Color Laser 150nw; У3 – електрофотографічна машина HP Indigo V12; У4 – рулонна машина Xeikon 9600;

Витратні поліграфічні матеріали: М1 – глянцева папір; М2 – папір для електрофотографічного друку марки А, М3 – фотопапір.

Технологічні режими: Р1 – швидкість друку 35 відб./хв.; Р2 - швидкість друку 40 відб./хв.; Р3 - швидкість друку 42 відб./хв, Р4 – 25 відб. /хв.

Було складено наступні ланцюги:

1) T1 – У2 – М2 – Р4;

- 2) T2 –У3 – М2 – Р3;
- 3) T1 –У2 – М2 – Р2;
- 4) T3 –У1 – М1 – Р1;
- 5) T4 –У4 – М3 – Р2.

Обрано 2 варіант реалізації технологічного процесу T2 –У3 – М2 – Р3, який складається з наступних технологічних операцій: цифровий електрофотографічний друк на електрофотографічному обладнанні з використанням паперу для електрофотографії марки А. Наразі майже всю свою увагу виробники зосереджують на струменевих принтерах, а нові пристрої, що друкують за технологією електрофотографії, не здобувають такого ж визнання. Однак в 2022 році стався справжній прорив в запусках устаткування для цієї технології. Цей метод підходить для друку продукції, що розроблятиметься, а також є досить сучасним в порівнянні із іншими.

3.2 Принципи обґрунтування технологічного процесу випуску друкованої продукції

Наступним кроком було обрано необхідне для виконання процесу обладнання для цифрового друку і порівняно його за допомогою пелюсткової діаграми.

Для цього було проаналізовано характеристики обладнання на ринку і обрано наступні машини для цифрового друку електрофотографічного методу:

- 1) HP Indigo 200K
- 2) Canon LBP252dw
- 3) Oсе 7055

Для відтворення пелюсткової діаграми було обрано наступні параметри: роздільна здатність, швидкість друку, максимальна щільність матеріалу, максимальний формат паперу, габарити машини.

Було створено таблиці з параметрами та показниками кожної машини, а також порівняльну таблицю, яка б ілюструвала параметри, найкращий з яких оцінено в 10, найгірший в 0.

Для того аби оцінити, яке обладнання найкраще підходить для відтворення продукції було створено таблицю, яка порівнює показники для доцільного відтворення пелюсткової діаграми.

Таблиця 3.1 – Порівняння показників вибору обладнання для пелюсткової діаграми [14, 15, 16]

Показник	Назва		
	HP Indigo 200K	Canon LBP252dw	Oсе 7055
РЗ, dpi	1600x1600	600x600	1200x1200

Кінець Таблиці 3.1

Показник	Назва		
	HP Indigo 200K	Canon LBP252dw	Oce 7055
Швидкість друку	56 стр/хв	23 стр/хв	23 стр/хв
Максимальна щільність паперу	350 г/м ²	60–89 г/м ²	350 г/м ²
Максимальний формат паперу	762x762 мм	210x297 мм	Від 210x279 до 1000x3000 мм
Габарити	5443x2298x2104мм	1714x1372x777мм	1350 x 650 x 1200 мм

Таблиця 3.2 – Порівняння показників для пелюсткової діаграми за десятибальною системою

Показник	Назва		
	HP Indigo 200K	Canon LBP252dw	Oce 7055
Максимальна роздільна здатність, dpi	10	3	7
Швидкість друку	10	6	6
Максимальна щільність паперу	10	6	10
Максимальний формат паперу	8	5	10
Габарити	5	7	10

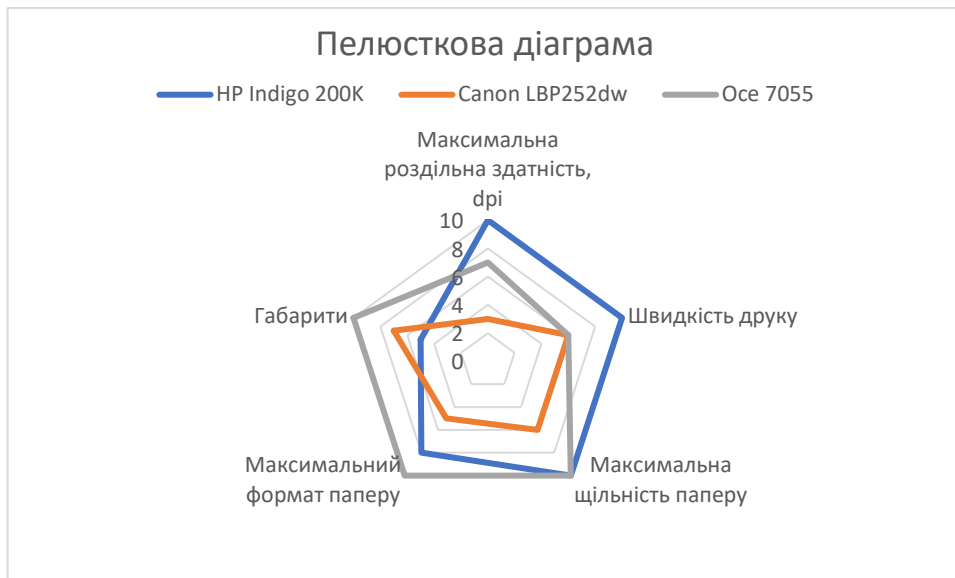


Рисунок 3.2 – Порівняльна діаграма обладнання для цифрового друку електрофотографічного методу

З діаграми видно, що найкращим рішенням є HP Indigo 200K, тому було прийнято рішення обрати саме цю машину. HP Indigo 200K друкує на матеріалах шириною до 762 мм зі швидкістю до 56 м/хв. – це на 30% більше, ніж у попередньої моделі HP Indigo 25K. При цьому виробник стверджує, що новинка загалом забезпечує на 45% більшу продуктивність у порівнянні з попередницею[28]. HP Indigo 200K працює з новою технологічною платформою LERx. Саме тому цю машину можна назвати конкурентом для струменевих, флексографічних та гібридних друкарських машин.

Новостворена технологічна платформа повністю розкриває сильні боки технології рідинної електрофотографії. Під час формування зображення в звичайній "класичній" технології LEP працює лише один блок, то при LERx працюють одночасно шість блоків, чим набагато підвищує ефективність і оперативність до «аналогового» рівня. Варто зазначити, що при цьому зберігаються всі переваги цифрового друку, що є дуже важливим фактором. Підсумовуючи, саме LERx дозволяє друкувати значно більші накладки, ніж були до впровадження цієї технології із вигодою для друкарень. Основні переваги LERx:

-швидкість друку замовлення передбачувана, недивлячись на те наскільки складною є графічна інформація;

-можливість друку до дванадцяти фарб;

-зміна фарб можна в будь-який момент;

-можливість отримання будь-якого поєднання кольорів;

-чудова чіткість відбитків, роздільна здатність до 1600dpi.

Зараз у виробників існує думка, що стрімкий попит на використання струменевого друку не зупинить вкладання грошей спонсорами в технологію електрофотографії. Ба більше, багато компаній все ж вкладається і в тонерні, і в струменеві технології, та існують певні прогнозування з приводу того, що у цій сфері є можливості для зростання[29].

В межах виконання розділу створено пелюсткову діаграму для оцінки моніторів. Було обрано деякі марки за характеристиками і таким чином створено пелюсткову діаграму.

Таблиця 3.3 – Порівняння показників вибору моніторів для пелюсткової діаграми [30, 31, 32]

Показник	Назва		
	Samsung Curved C27R500	Dell P2722H	LG 24MP400-B
Діагональ дисплея	27"	27"	23.8"
Частота оновлення	60 Гц	60 Гц	75 Гц
Яскравість дисплея	250 кд/м ²	300 кд/м ²	250 кд/м ²
Час реакції матриці	4 мс	5 мс	5 мс
Максимальна роздільна здатність	1920x1080 (FullHD)	1920x1080 (FullHD)	1920x1080 (FullHD)

Таблиця 3.4 – Порівняння показників вибору моніторів для пелюсткової діаграми за десятибальною системою

Показник	Назва		
	Samsung Curved C27R500	Dell P2722H	LG 24MP400-B
Діагональ дисплея	10	10	7
Частота оновлення	7	7	10
Яскравість дисплея	8	10	8
Час реакції матриці	8	10	10
Максимальна роздільна здатність дисплея	10	10	10

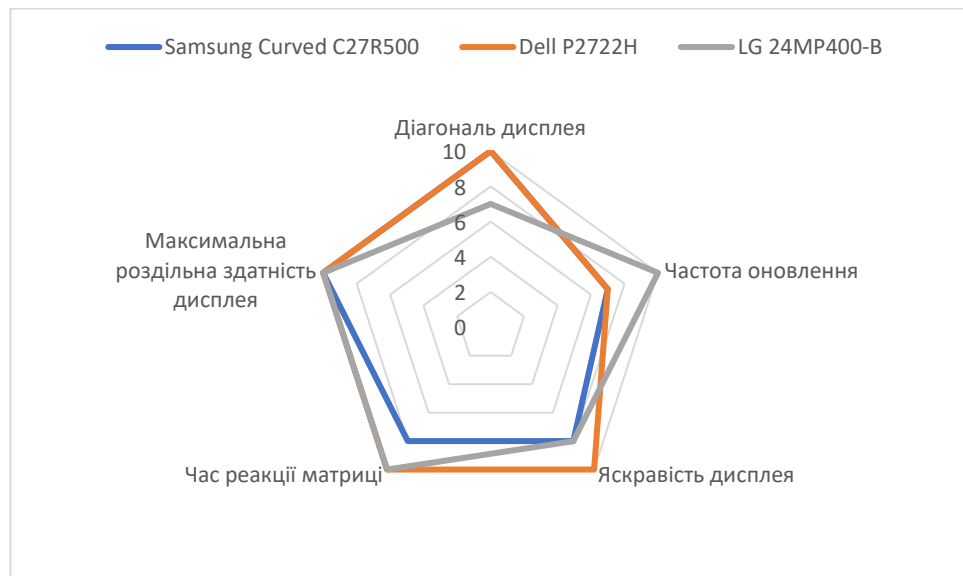


Рисунок 3.3 – Пелюсткова діаграма вибору монітору

З діаграми видно, що найкращим є монітор Dell, тому його буде обрано для відтворення подальшої роботи.

Надалі було розроблено загальну технологічну блок-схему створення рекламного комплексу. Для друку листівки не буде використовуватися операція фальцювання, а для прайс-листа доцільне використання цієї операції, тому в схемі наявна додаткова(опціональна) операція.

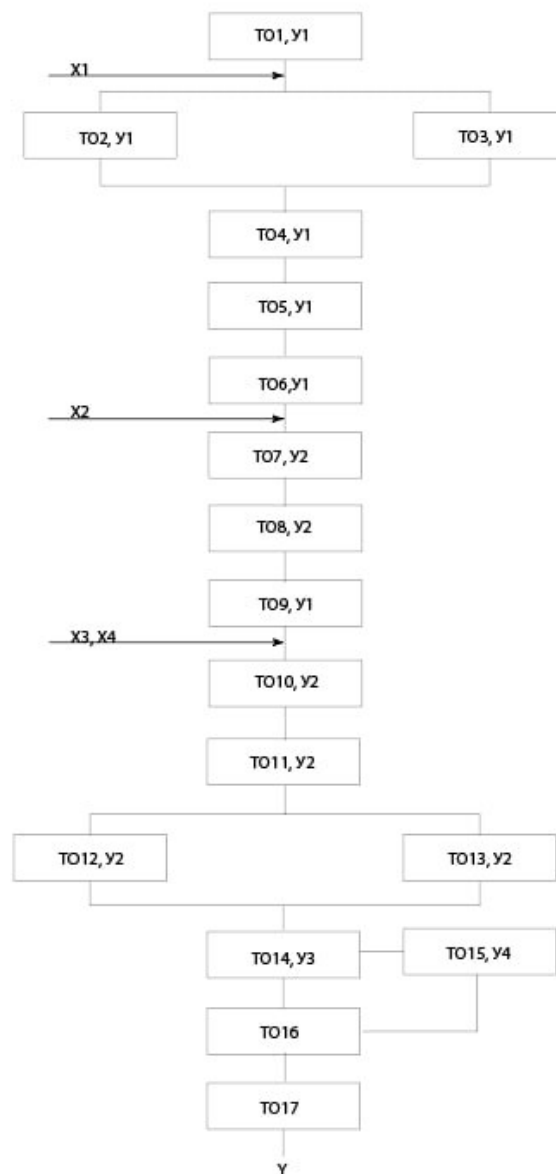


Рисунок 3.4 – Загальна блок-схема створення листівки, флаєра та прайс-листа

Пояснення до Рисунку 3.4: TO1 – створення загальної ідеї майбутнього комплексу на основі аналізу ТЗ і ЦА; TO2 – завантаження графічної інформації у ПЗ Affinity Designer; TO3 – створення дизайну; TO4 – екранна кольоропроба;

TO5 – корекція недоліків; TO6 – розкладка на аркуші; TO7 – цифрова кольоропроба; TO8 – корекція недоліків; TO9 – растровання; TO10 – підготовка обраного обладнання для друку; TO11 – друк пробних відбитків; TO12 – друк продукції; TO13 – контроль відбитків під час друку; TO14 – обрізка продукції; TO15 – фальцювання; TO16 – поопераційний контроль; TO17 – пакування продукції.

У1 – ПК з доступом до інтернету; У2 – цифрова електрофотографічна друкарська машина HP Indigo 200K; У3 – машина для обрізки Honor-A4-4; У4 – фальцмашина Horizon AFC-744АКТ.

Х1 – ідея створення продукції; Х2 – системи для кольоропроби; Х3 – глянцева папір; Х4 – тонер.

Останнім кроком у виконанні було порівняно три програми: CorelDraw, Crello та Affinity Designer. За допомогою них можливо відтворити необхідний для роботи фірмовий стиль у комплектів [17].

Створена айдентика може багато продемонструвати споживачам з приводу напрямку компанії, для якої розроблявся фірмовий стиль, продукту, який компанія надає, а також послуги, які вона пропонує. Завдяки грамотно створеному дизайну можна ефективно прорекламувати ту чи іншу інформацію. Для того аби створити айдентику використовуються спеціальні програмні забезпечення. Шляхом доречно підібраної програми можливо створювати фактично будь-яку поліграфічну продукцію [33].

Для дизайну елементів ідентифікації актуальним Adobe Illustrator, Crello та Affinity Designer, яке створює цікаву графічну інформацію [34].

Одним із найпопулярніших для створення векторної графіки при формуванні фірмового стилю є програмне забезпечення Affinity Designer. Цей додаток відзначається високою швидкістю роботи, максимальною гнучкістю та зручним оформленням функцій професійного рівня. З основних принципів цієї програми варто виділити такі як підтримка сучасних форматів файлів, можливість спільного редагування векторних та растрових зображень в одному

документі із збереженням векторної інформації.

Adobe Illustrator є універсальним програмним забезпеченням для векторного графічного дизайну, що допоможе створювати графічні дизайни, логотипи та багато інших простих та складних творчих проєктів для бізнесу, застосовувати спецефекти. Основні функції цієї програми дозволяють користувачу працювати із файлами різних форматів, таких як EPS, FXG, PSD, DWG, SWF, SVG, TIFF, JPEG, PDF, DXF, GI. Користувач може створювати зразки графічних елементів і зберігати їх як символи при створенні високоякісної web-графіки як векторної, так і растрової.

Менш відомим є програмне забезпечення Crello для створення графіки, плакатів та рекламних банерів, а також оформлення акаунтів у соціальних мережах. Платформа функціонує в Інтернеті, тому доступна з будь-якої операційної системи для ПК, хоча не працює на мобільних пристроях, але з переваг варто відмітити високу кількість шаблонів. Crello в першу чергу буде корисним тим, хто працює з друкованою продукцією, але не має спеціальних навичок графічного дизайну або не може дозволити собі скористатися послугами професіонала. У налаштуваннях Crello достатньо створити кілька заготовок, що легко змінюються, щоб можна було легко адаптувати ці шаблони під різні завдання і платформи для підтримки єдиного фірмового стилю компанії у всіх комунікаціях [35].

Для відтворення операцій, що будуть відбуватися під час розробки продукції буде використана циклограма. Саме завдяки відтворенню циклограми можна побачити, скільки часу буде витрачено на виконання технічного завдання по рекламному комплекту.

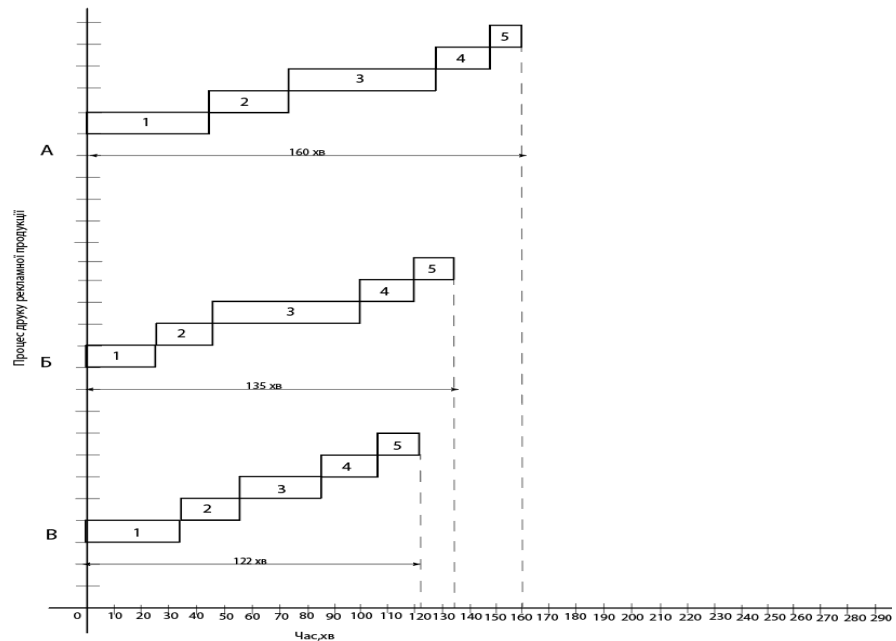


Рисунок 3.5 – Циклограма операцій необхідних для створення рекламного комплекту: А – CorelDraw, Б – Crello, В – Affinity Designer

Пояснення до Рисунок 3.5:

А – CorelDraw;

Б – Crello;

В – Affinity Designer;

1 – вибір основи для макетів (Crello); створення основи для макету (CorelDraw, Affinity Designer));

2 – завантаження графічної та текстової інформації;

3 – обробка графічної інформації;

4 – створення повноцінних комплектів (готових макетів), що придатні для друку;

5 – експорт макетів у форматі PDF;

Далі було розраховано наступні параметри:

Коефіцієнт технологічності системи:

$$K_{\text{тех}} \text{А} = \frac{160}{1 \times 160} = 1$$

$$K_{\text{тех}} \text{Б} = \frac{135}{1 \times 135} = 1$$

$$K_{\text{тех}} \text{В} = \frac{122}{1 \times 122} = 1$$

Рівень комп'ютеризації:

$$A : \frac{5}{5} = 1$$

$$B : \frac{5}{5} = 1$$

$$B : \frac{5}{5} = 1$$

Рівень автоматизації:

$$A : \frac{2}{5} = 0,4$$

$$B : \frac{2}{5} = 0,4$$

$$B : \frac{2}{5} = 0,4$$

З цього можна зробити висновок, що доцільніше обрати Affinity Designer, оскільки ця програма дозволяє прискорити розробку процесу створення макетів для рекламного комплекту із застосуванням фірмового стилю. Ця програма має безліч переваг, але варто відзначити найголовніші швидкість, легкість, можливість використання широкого спектру інструментів.

Висновки до третього розділу:

- 1) Обрано спосіб друку для створення рекламного комплекту.
- 2) Розроблено дві пелюсткові діаграми вибору обладнання та монітору.
- 3) Обґрунтовано вибір необхідного забезпечення.
- 4) Описано обрану технологію друку та зроблено огляд на обране сучасне обладнання.

4. ДЕТАЛЬНЕ ПРОЕКТУВАННЯ ЧАСТКОВОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ.

У межах виконання четвертого розділу дипломного проєкту було розроблено алгоритм додрукарського процесу для рекламного комплексу та маршрутну-технологічну карту. Для цього було детально проаналізовано необхідні процеси та описано їх контроль, необхідне устаткування та технологічні режими із витраченим часом на кожну з операцій у маршрутну-технологічній карті.

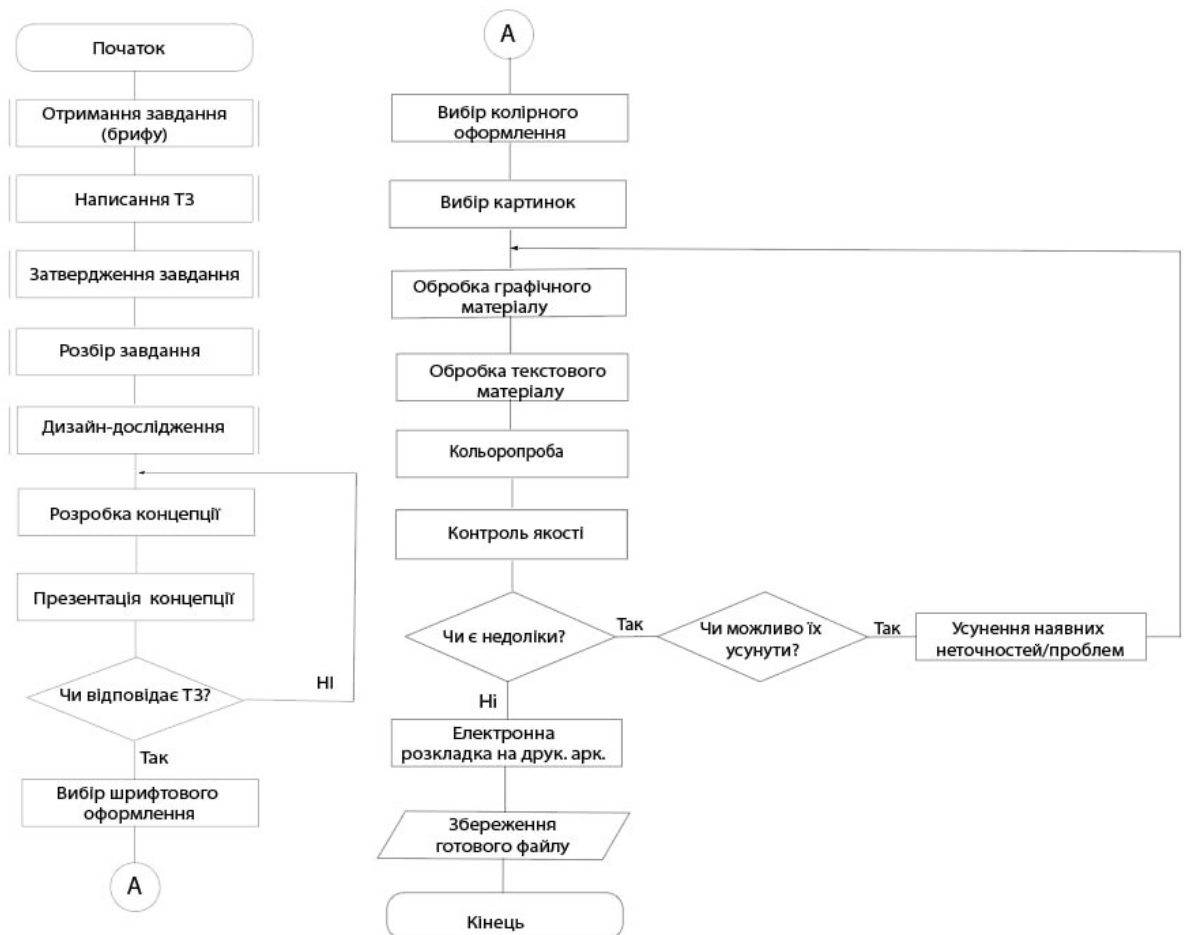


Рисунок 4.1 – Алгоритм детального процесу

Таблиця 4.1 – Маршрутно-технологічна карта додрукарської підготовки

№ п/п	Назва технологічної операції	Необхідне устаткування і приладдя	Витратні матеріали	Тех. режими та програмне за-ня	Допуски та засоби контролю	Технологічні розрахунки
1	Підготовчі операції(отримання завдання, написання ТЗ, затвердження завдання, розбір завдання, дизайн-дослідження)	Dell P2722H, Display27", Windows8 Professional	-	-	-	45 хв
2	Розробка концепції	Dell P2722H, Display27", Windows8 Professional	-	Affinity Designer	-	30 хв
3	Презентація концепції	Dell P2722H, Display27", Windows8 Professional	-	Affinity Designer	-	15 хв
4	Вибір шрифтового та колірного оформлення	Dell P2722H, Display27", Windows8 Professional	-	Affinity Designer	-	20 хв
5	Вибір картинок	Dell P2722H, Display27", Windows8 Professional	-	З мережі Інтернет	Для картинок важлива чіткість, достатній рівень контрасту, насиченість та яскравість.	15 хв
6	Обробка графічного матеріалу	Dell P2722H, Display27"	SSD пам'ять, 250 ГБ	Adobe Photoshop	Візуальний контроль, РЗ більше 300 dpi	40 хв
7	Обробка текстової інформації	Dell P2722H, Display27", Windows8 Professional	SSD пам'ять, 250 ГБ	-	Візуальний контроль, контроль за допомогою ПЗ.	20 хв

Кінець Таблиці 4.1

№ п/п	Найменування технологічної операції	Устаткування	Витратні матеріали	Тех. режими та програмне за-ня	Допуски та засоби контролю	Технологічні розрахунки
8	Кольоропроба	Dell P2722H, Display27», Windows8 Professional , HP Indigo 200K	SSD пам'ять, 250 ГБ, папір, фарба	Залежить від рівня складності роботи та кваліфікації оператора.	Кольоропроба містить спеціальні шкали, за якими можна проводити певні виміри, та має бути перевірена спектрофотометром, перш ніж використовуватися.	12,6 хв
9	Електронна розкладка на друкованому аркуші	Dell P2722H, Display27», Windows8 Professional	SSD пам'ять, 250 ГБ	Залежить від рівня складності роботи та кваліфікації оператора.	Розкладка проводиться з вильотами 2 мм з кожного боку виробу. Відстань між мітками різку має становити 4 мм. Відступ від лінії різку до початку мітки 2 мм, довжина міток 2 мм, візуальний контроль.	10 хв
10	Завантаження готового до друку файлу	Dell P2722H, Display27», Windows8 Professional	SSD пам'ять, 250 ГБ	-	-	5 хв

Висновки до четвертого розділу:

- 1) Розроблено алгоритм детального процесу додрукарського процесу.
- 2) Створено маршрутно-технологічну карту додрукарських операцій.
- 3) Обґрунтовано вибір програмного забезпечення.
- 4) Зроблено циклограму операцій необхідних для створення рекламного комплексу.

5. ПРОЄКТУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЛЬНИЦІ.

Для дипломного проєкту було створено інформаційного наповнення продукцію: прайс-лист у вигляді буклету та листівку для того, аби користувачі змогли дізнатись про нову послугу, а також ціни на вже існуючі послуги. Такі види поліграфічної продукції вважаються одними з найпопулярніших серед друкованих виробів.

Рекламна листівка, флаєр та прайс-лист – це продукції, завдяки якій інформують споживачів про певні новинки, сфера якої потребує реклами, а також про ціни на вже існуючі продукти/технології. Такі вироби можуть бути чудовим інструментом для просування послуг. Основна мета створення продукції – зацікавлення та залучення уваги потенційних клієнтів. Варто відзначити, що задля того, аби створити дійсно цікаву для користувачів рекламну продукцію необхідно розуміти ціль створення поліграфічних виробів, з'ясувати цільову аудиторію, розробити привабливий та зрозумілий дизайн і насамперед виділити основну інформацію.

Обрана продукція різниться між собою функціями. Для листівки з флаєром основними функціями є підсилення свідомості про бренд, привертання уваги та залучення клієнтів. Для прайс-листа головною функцією є чітко вказані ціни, а також стимулювання продажі, якщо прайс-лист містить спеціальні пропозиції, знижки.

Характер інформації, що міститься в таких виробках може бути різним. Але треба зазначити, що незалежно від галузі, для якої створюється комплект є інформація, що є спільною для всіх, а саме: фотографії, які візуально демонструють продукт, текст, що показує переваги та особливості наданої послуги. Надання контактних даних та заохочення вжити певні дії, такі як покупка або відвідування. У випадку з прайс-листом вказується назва та опис продукту або послуги, опції та варіанти послуг, якщо такі існують, ціна, контактна інформація та логотип з брендингом для кращої пізнаваності.

Виходячи з проведеного аналізу з попередніх розділів було наведено вимоги до складу обладнання для виконання поставленого завдання. Оскільки

розробляється відділ додрукарської підготовки, то запроєктується три робочих станції, а саме станція з обробки текстового матеріалу, робоча станція з обробки графічного матеріалу та робоча станція з верстки. Необхідне обладнання для такого відділу є монітор, з процесором та оперативною пам'яттю, а також клавіатура та миша. Робочі станції визначаються нормами з для робочого місця з охорони праці. Було визначено, що норма робочого стола на робочій станції – 70*100 см. Ці габарити використовуватимуться для створення плану відділу з додрукарської підготовки.

Наступним пунктом було розраховано час на виконання операцій з додрукарського друку та завантаження робочих станцій.

Таблиця 5.1 – Функції елементів системи та час на виконання процесів

Основне обладнання(РС)	Функції	Операції		Виробниче завантаження					Додаткове обладнання	Примітка	
				обл од.	гру па скл ад- нос ті	норм а часу на обл. од., хв	к- сть обл. од.	час на виконання операції, хв			
Системний блок Асег та монітор Dell	Корегувати недоліки тексту, вносити правки підготувати зображення, створити готову до друку продукцію	основні	Обробка текстової інформації	1500 зн.	1	8,36	4	50160	-	-	
			Обробка графічної інформації	220 см ²	3	23,1	3	15246			
			Верстка	1 полоса	3	30	8	240			
			підготовчі		-	-	-	-	-		
			додаткові (сервісні)		-	-	-	-	-		
					Всього					65646	

В межах виконання 5 розділу було складено розгорнуте промислове завдання, яке б розкривало обрану тематику. Для цього було створено таблицю із усіма необхідними параметрами, які стосуються рекламної друкованої продукції.

Таблиця 5.2 – Розгорнуте промислове завдання

№	Тип видання	Формат і частка аркуша	К-ть назв	Середній обсяг о.в.а	Ілюстративність,%	К-ть сторінок у виданні
1.	Листівка	210*297	3	0,03	75	1
2.	Буклет	210*297/3	3	0,12	80	3
3.	Флаєр	90*210	3	0,01	75	1

Для даних станцій визначено кількість устаткування. Для розрахунку взято 8-годинний робочий день для працівників та ефективний фонд часу 1800 годин на рік.

Останнім пунктом у виконанні було розроблено план для додрукарського відділу створення рекламного комплекту друкованої продукції. Усі відстані були підібрані згідно документації, а обладнання займає площу за своїми габаритами. План відділу продемонстровано на Рисунку 5.1.

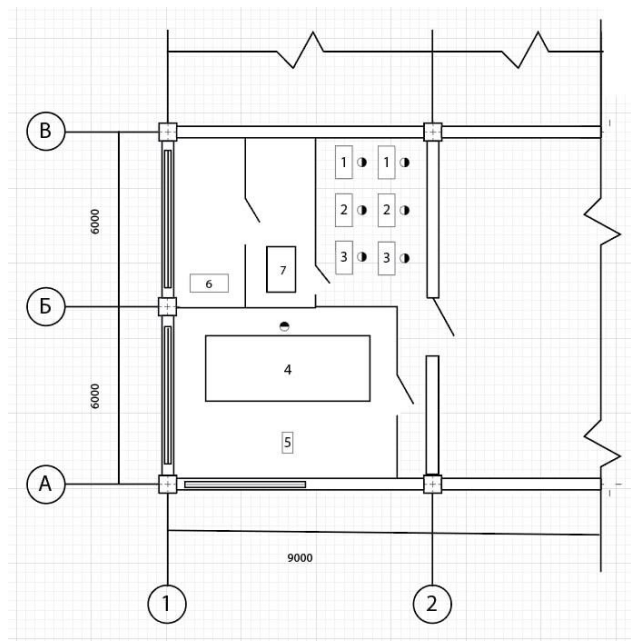


Рисунок 5.1 – План створеного відділу із додрукарської підготовки

Пояснення до Рисунку 5.1:

- 1 – Робоча станція обробки текстової інформації
- 2 – Робоча станція обробки графічної інформації
- 3 – Робоча станція верстки
- 4 – Друкарська машина для цифрової кольоропроби
- 5 – Системи для кольоропроби
- 6 – Шафа для зберігання матеріалів
- 7 – Шафа для зберігання речей

Висновки до п'ятого розділу

1. Створено промислове завдання для виконання розділу.
2. Розраховано кількість часу на виконання виробничих завдань.
3. Розраховано кількість необхідного устаткування.
4. Розраховано чисельність працюючих.
5. Розроблено план відділу із додрукарської підготовки згідно документацій.

ВИСНОВОК

В межах виконання дипломного проєкту було створено друкований рекламний комплект у вигляді листівки, флаєра та прайс-листа. Для цього було надано замовнику технічне завдання-бриф, завдяки якому можливо було б зрозуміти, що саме потрібно. Надалі розроблено дошку натхнення, де було виокремлено ті стильові особливості, які слугували допомогою при розробці продукції. Наступним пунктом було створено діаграму Парето, завдяки якій було визначено ті пункти, які є важливими у сприйнятті користувачем того чи іншого поліграфічного виробу.

Під час виконання другого розділу було розроблено декілька конструкційних та дизайнерських варіантів, з яких замовник мав би обрати по одному виду продукції. Кожен з виробів був розроблений на основі наданих відповідей.

В третьому розділі обирались програмне та апаратне забезпечення, а також метод способу друку. Для того аби обрати метод друку було використано систему «Чорна скринька». Для вибору друкарської машини та монітору було використано пелюсткову діаграму, на якій було чітко видно яку саме машину та який саме монітор краще обрати. Для програмного забезпечення було розроблено циклограму операцій необхідних для створення рекламного комплексу, в якій зазначався час, який би витрачався на створення рекламного комплексу в тому чи іншому додатку. Також в межах цього розділу було продемонстровано технологічну блок-схему, необхідну для розробки поліграфічної продукції.

Під час виконання четвертого розділу було створено алгоритм детального процесу і маршрутну-технологічну карту з необхідними операціями для додрукарського процесу.

У п'ятому розділі було проаналізовано поліграфічну продукцію, що було обрана для виконання. Наступним кроком у виконанні було розраховано час на необхідні основні операції, кількість облікових одиниць для того, аби зробити розгорнуте промислове завдання, на основі якого вже можна було б створити

план-креслення з відділу додрукарської підготовки. Створений план був останнім пунктом у виконанні дипломного проектування. Його було розроблено відповідно до ЄСКД та всіх вимог.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дизайн. URL: <https://vpm.rv.ua/uk/poslugi/dyzaun> (дата звернення: 30.03.2023).
2. Рекламна продукція: види, виготовлення, розробка, обладнання. URL: https://aboutmarketing.info/klasychnareklama/reklamnaproduktsiya/#Rozrobka_i_stvorena_dizajnu_reklamnoi_produkcii (дата звернення: 01.04.2023).
3. Графічний дизайн та створення фірмового стилю. URL: <https://leosvit.com/srv/design> (дата звернення: 03.04.2023).
4. Роль та місце дизайну у рекламному креативі. URL: <https://student.zoomru.ru/adv/rol-ta-msce-dizajnuu/229423.1803614.s2.html> (дата звернення: 03.04.2023).
5. Реклама салону краси або як створити власний бренд. URL: https://ukrsalon.com.ua/blogs/cat_dlya-rukovoditeley-salonov/reklama-salona-krasoty-ili-kak-sozdat-sobstvennyu-brend?lang=ua (дата звернення: 03.04.2023).
6. Листівка. URL: <https://www.positivprint.com.ua/lystivka/> (дата звернення: 03.04.2023).
7. Що таке файли PDF і які переваги вони пропонують?. URL: <https://www.formacionyestudios.com/uk/щотакеPDFфайли.html> (дата звернення: 14.04.2023).
8. З чим асоціюються різні кольори?. URL: <https://psiukrearth.ru/vidpovidi-na-zaripannja/10406-z-chim-asociujutsja-rizni-kolori.html> (дата звернення: 14.04.2023).
9. Що означає бордовий колір в психології?. URL: <https://publish.com.ua/suspilstvo/shcho-oznachae-bordovij-kolir-v-psikhologii.html> (дата звернення: 18.04.2023).
10. Що означає золотий колір в психології?. URL: <https://freestyle.in.ua/psixologiya-koloru-simvolika-koloru-kolir-ta-xarakter-kolir-ta-pracezdatnist/> (дата звернення: 18.04.2023).

- 11.Шрифт Monterchi Serif Regular. URL: <https://uk.maisfontes.com/monterchi-serif-regular.font> (дата звернення: 21.04.2023).
- 12.Що таке шрифт із засічками і де його використовують? URL: <https://www.creativosonline.org/uk/%25D1%2582%25D0%25B8%25D0%25BF%25D0%25BE%25D0%25B3%25D1%2580%25D0%25B0%25D1%2584%25D1%2596%25D0%25B.html> (дата звернення: 21.04.2023).
- 13.Бігування і фальцювання. URL: <https://spektr-druk.com.ua/service/post-print/bigovka-falcovka> (дата звернення: 24.04.2023).
- 14.ОСЕ. URL: <https://copyteh.com.ua/ua/p432101542-ose-7055-analogovyj.html> (дата звернення: 01.05.2023).
- 15.HP Indigo. URL: <https://copyteh.com.ua/ua/p432101542-ose-7055-analogovyj.html> (дата звернення: 01.05.2023).
- 16.Цифровая печатная машина Canon ImagePRESS C710. URL: https://oip.manual.canon/USRMA-0800-zz-SS-ruRU/contents/SS253_appendix_187machinespecifications.html-pechatnaya-mashina-canon-imagepress-c910/ (дата звернення: 01.05.2023).
- 17.Affinity Designer против Illustrator: когда и зачем использовать каждый инструмент? URL: <https://themewp.inform.click/affinity-designer-protiv-illustrator-kogda-i-zachem-ispolzovat-kazhdyj-instrument/> (дата звернення: 03.05.2023).
- 18.Додрукарська підготовка | Друкарня ВМВ. URL: <http://vmv.odessa.ua/onas/dopечатnaya-podgotovka/> (дата звернення: 08.04.2023).
- 19.Современные технологии производства рекламного продукта. URL: <https://www.reklama-expo.ru/ru/articles/sovremennye-tekhnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta/> (дата звернення: 05.05.2023).
- 20.Файли в форматі PDF. URL: <https://www.formacionyestudios.com/uk/%D1%89%D0%BE%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B5PDF%D1%84%D0%B0%D0%B9%D0%BB%D0%B8.html> (дата звернення: 05.05.2023).
- 21.Вимоги до макетів для друку поліграфічної продукції. URL:

- lv.com.ua/requirements/requirements_digital/(дата звернення: 20.04.2023).
- 22.Методи колірної корекції зображень - Видавнича справа та поліграфія.
URL: http://8ref.com/6/referat_65836.html (дата звернення: 20.04.2023).
- 23.Завантажити шрифт Monterchi Serif Regular. URL:
<https://uk.maisfontes.com/monterchi-serif-regular.font> (дата звернення: 21.04.2023).
- 24.Шрифти із засічками. URL:
<https://www.creativosonline.org/uk/%25D1%2582%25D0%25B8%25D0%25BF%25D0%25BE%25D0%25B3%25D1%2580%25D0%25B0%25D1%2584%25D1%2596%25D0%25B.html> (дата звернення: 21.04.2023).
- 25.Як обрати шрифт і чому деякі відлякують нас. URL:
<https://www.arthuss.com.ua/books-blog/190305#:~:text=%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B7%D1%96%20%D1%82%D0%B0%20%D1%96%D0%BD%D1%88%D1%96.-%D0%A8%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%D0%B8%20%D1%96%D0%B7%20%D0%B7%D0%B0%D1%81%D1%96%D1%87%D0%BA%D>
(дата звернення: 26.04.2023).
- 26.Купити обладнання для фальцювання, за низькою ціною. URL:
<https://lbsua.com/ua/g1686195-faltsovki> (дата звернення: 02.05.2023).
- 27.Цифровий друк: переваги і особливості виду друку. URL:
<https://vesnaph.com/ua/blog/czifrovij-druk-u-poligrafii> (дата звернення: 02.05.2023).
- 28.HP Indigo 200K Digital Press. URL: <https://printdaily.ru/upakovka-i-etiketka/hp-vypustila-novuyu-cpm-hp-indigo-200k-prednaznachennuyu-dlya-rechati> (дата звернення: 03.05.2023).
- 29.2022: основні події в царині цифрового друку. URL:
<https://printus.com.ua/article/read/6411> (дата звернення: 03.05.2023).
- 30.Монитор 27" Samsung Curved C27R500 Dark Silver (LC27R500FHIXCI).
URL:https://hard.rozetka.com.ua/samsung_lc27r500fhixci/p88769283/?gclid=Cj0KCQjw0tKiBhC6ARIsAAOXutkVYci2OBKw5FVRXwueKJz8oGbcBRk

XrILmiaBKgTMQpATQx9eC5IcaAg2FEALw_wcB (дата звернення: 05.05.2023).

31.Монитор 27" Dell P2722H (210-AZYZ). URL: https://hard.rozetka.com.ua/dell_210_azyz/p308928518/?gclid=Cj0KCQjw0tKiBhC6ARIsAAOXutmnnvolFKg5tHT-utmuW-NHgZSz7S8OLaaG_b1r2hK0UZX1YSOhBUcaAq_uEALw_wcB(дата звернення: 05.05.2023).

32.Монитор 23.8" LG 24MP400-B. URL: https://hard.rozetka.com.ua/lg_24mp400_b/p313675246/ (дата звернення: 05.05.2023).

33.Розробка фірмового стилю. URL: <http://4ua.co.ua/marketing.html>(дата звернення: 10.05.2023).

34.Рекламне агентство Delta Design. Реклама та дизайн в Україні, розробка фірмового стилю. URL: <https://deltadesign.com.ua>(дата звернення: 10.05.2023).

35.Affinity Designer vs Adobe Illustrator. URL: <https://gpnarpratica.com.br/ru/affinity-illustrator> (дата звернення: 10.05.2023).

36. Орпер М.О. Значення фірмового стилю як ідентифікації компанії та аналіз програм для його створення / Сучасні інформаційні системи та технології в цифровому суспільстві : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 - 14 квітня 2023 р. : тези доповідей. – Харків : ХНЕУ ім. Семена Кузнеця, 2023. – 87 с.

ДОДАТОК А

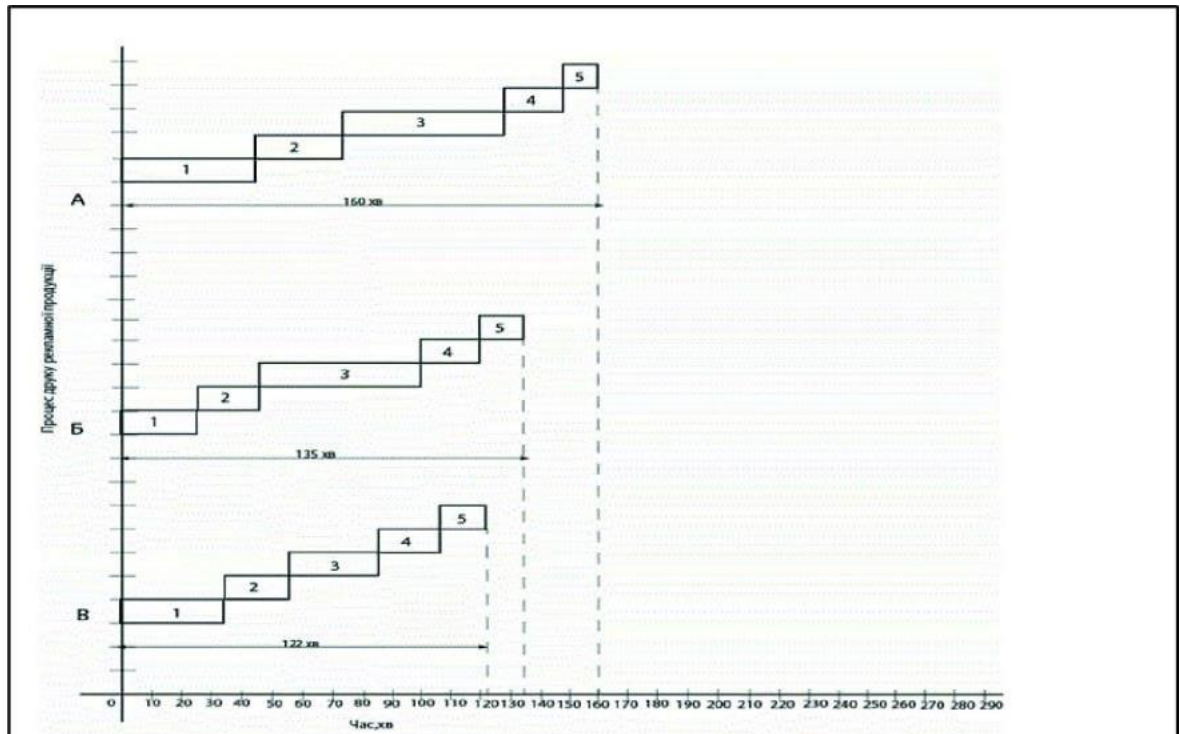


Рисунок 1 – Циклограма операцій необхідних для створення рекламного комплексу: А – CorelDraw, Б – Crello, В – Affinity Designer

Пояснення до Рисунок 1:

- А – CorelDraw;
- Б – Crello;
- В – Affinity Designer;
- 1 – вибір основи для макетів (Crello); створення основи для макету (CorelDraw, Affinity Designer);
- 2 – завантаження графічної та текстової інформації;
- 3 – обробка графічної інформації;
- 4 – створення повноцінних комплектів (готових макетів), що придатні для друку;
- 5 – експорт макетів у форматі PDF-файл

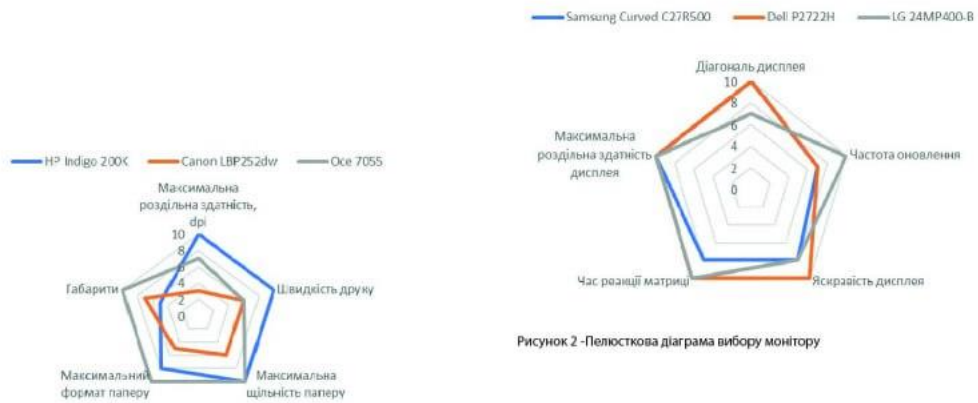


Рисунок 2 -Радіальна діаграма вибору монітору

Рисунок 3 -Радіальна діаграма вибору цифрової друкарської машини

				Комплексу рекламної друкарської продукції для салону краси з детальним розробленим процесом розробки макетів		
Дата:	№ документа:	Розробив:	Відомо:	Підприємство:	Дата:	Версія:
15.05.2024	001	Степан М. О.		Підприємство:	15.05.2024	1.1
Ліцензія:	№ документа:	Відомо:		Підприємство:	Дата:	Версія:
М. місце:	М. місце:	М. місце:		М. місце:	Дата:	Версія:
Київ:	Київ:	Київ:		Київ:	15.05.2024	1.1

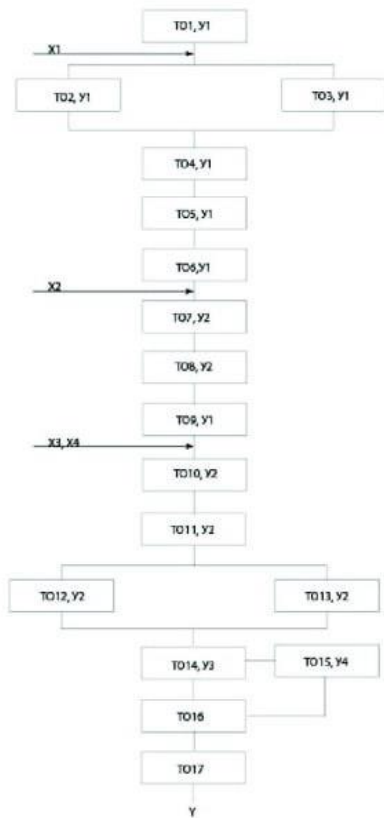


Рисунок 1 – Загальна блок-схема створення листівки, флієра та прайс-листа

Пояснення до Рисунок 1: TO1 – створення загальної ідеї майбутнього комплексу на основі аналізу ТЗ і ЦА;
 TO2 – завантаження графічної інформації у ГЗ Affinity Designer;
 TO3 – створення дизайну;
 TO4 – екранна кольоропроба;
 TO5 – корекція недоліків;
 TO6 – розкладка на аркуші;
 TO7 – цифрова кольоропроба;
 TO8 – корекція недоліків;
 TO9 – растрування;
 TO10 – підготовка обраного обладнання для друку;
 TO11 – друк пробних відбитків;
 TO12 – друк продукції;
 TO13 – контроль відбитків під час друку;
 TO14 – обрізка продукції;
 TO15 – фальцювання;
 TO16 – поопераційний контроль;
 TO17 – пакування продукції.
 Y1 – ПК з доступом до інтернету; Y2 – цифрова електрофотографічна друкарська машина HP Indigo 500;
 Y3 – машина для обрізки Honor A4-4; Y4 – фальцмашина Horizon AFC-744AKT.
 X1 – ідея створення продукції; X2 – системи для кольоропроби; X3 – глянцевий папір; X4 – тонер.

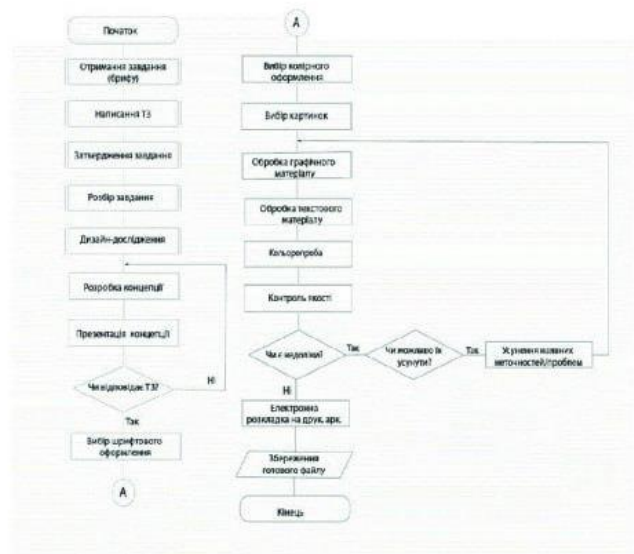


Рисунок 2 – Алгоритм детального процесу

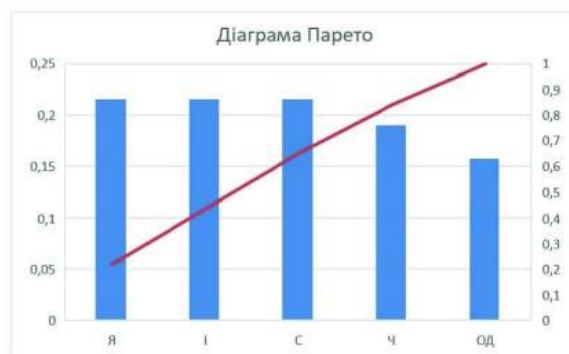


Рисунок 3 – Діаграма Парето

Контроль розробки друкованої продукції для салону краси з детальним розробленим процесом розробки/виробництва						Дат.	Місяц	Висновки
Дат.	Дат.	№ докум.	Підпис	Дата	Генеральна блок-схема, розробка Парето алгоритм детального процесу			1:1
Створ.		Степан В. О.						
Перев.		Кисель Р. А.						
Т. вимог								
Вимог								
Н. вимог								
Висновки		Павел О.О.			МТУ м. Івано Сіверинцево			

ДОДАТОК Б

Тези доповідей з Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні інформаційні системи та технології в цифровому суспільстві», 13 - 14 квітня 2023 р.

УДК 338.233.79

Міла Орпер, Розалія Хохлова, Олена Шульженко

morhth@gmail.com, r_stepanets@ukr.net, helenash@ukr.net

Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського, Київ

ЗНАЧЕННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ЯК ІДЕНТИФІКАЦІЇ КОМПАНІЇ ТА АНАЛІЗ ПРОГРАМ ДЛЯ ЙОГО СТВОРЕННЯ

Актуальність дослідження. Фірмовий стиль є одним з найважливіших аспектів будь-якої компанії. Корпоративна символіка може багато розповісти користувачам про компанію, про напрямок, продукт, що створюється. Наявність якісної та цікавої рекламної поліграфії може підвищити ефективність реклами в разі. Для того аби створити корпоративну ідентифікацію використовуються спеціальні програмні забезпечення. Шляхом доречно підбраної програми можливо створювати фактично будь-які друковані чи веб-проекти, які можна собі уявити. Для проектів друку, зазвичай, потрібна обробка текстів, макет сторінки та графічні програми [1].

Отже, метою роботи є аналіз актуальних програм для створення фірмового стилю компанії.

Подання основного матеріалу. Для відтворення фірмового стилю необхідне ретельне продумування ідеї майбутнього бренду. Для дизайну елементів ідентифікації актуальним є використання ілюстраційного програмного забезпечення як Adobe Illustrator, Crello та Affinity Designer, яке створює масштабовану векторну графіку [2]. Завдяки аналізу кожного додатку створено пелюсткову діаграму (див. рис. 1).



Рис.1 – Діаграма порівняння програм для створення фірмового стилю

Одним із найпопулярніших для створення векторної графіки при формуванні фірмового стилю є програмне забезпечення Affinity Designer. Основними перевагами цієї програми є висока швидкість роботи, максимальна гнучкість та зручне оформлення функцій професійного рівня. З основних принципів цієї програми варто виділити такі як підтримка сучасних форматів файлів, можливість спільного редагування векторних та растрових зображень в одному документі із збереженням векторної інформації.

Adobe Illustrator є універсальним програмним забезпеченням для векторного графічного дизайну, що допоможе створювати графічні дизайни, логотипи та багато інших простих та складних творчих проектів для бізнесу, застосовувати спецефекти. Основні функції цієї програми дозволяють користувачу працювати із файлами різних форматів, таких як EPS, FXG, PSD, DWG, SWF, SVG, TIFF, JPEG, PDF, DXF, GI. Користувач може створювати зразки графічних елементів і зберігати їх як символи при створенні високоякісної web-графіки як векторної, так і растрової.

Менш відомим є програмне забезпечення Crello для створення графіки, плакатів та рекламних банерів, а також оформлення акаунтів у соціальних мережах. Платформа функціонує в Інтернеті, тому доступна з будь-якої операційної системи для ПК, хоча не працює на мобільних пристроях, але з переваг варто відмітити високу кількість шаблонів. Crello в першу чергу буде корисним тим, хто працює з друкованою продукцією, але не має спеціальних навичок графічного дизайну або не може дозволити собі скористатися послугами професіонала. У профілі Crello достатньо створити кілька заготовок, що легко змінюються, щоб можна було легко адаптувати ці шаблони під різні завдання і платформи для підтримки єдиного фірмового стилю компанії у всіх комунікаціях [3].

Висновки. Для надання фірмі або ж бренду оригінальності використовують спеціальні програми, які допомагають дизайнерам створити ту концепцію, яка б відрізняла обрану компанію серед інших. Для обрання доцільної програми було проведено аналіз відомих та маловідомих програмних забезпечень і визначено, що найкращим варіантом для створення дизайну із фірмовим стилем Crello, оскільки цей додаток займає більшу площу на діаграмі. Це забезпечення володіє найважливішими для дизайнерів якостями, такими як швидкість, легкість, доступність великої кількості інструментів, а також наявність шаблонів.

Список літератури

1. Розробка фірмового стилю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://4ua.co.ua/marketing.html>
2. Розробка фірмового стилю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://deltadesign.com.ua>
3. Affinity Designer vs Adobe Illustrator. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gpnapratca.com/be/ru/affinity-illustrator>

Тези доповідей XXII Міжнародна науково-практична онлайн конференція здобувачів вищої освіти та молодих учених "Наука та техніка XXI ст., 10 листопада 2021 року

GENERAL TIPS FOR WEB-DESIGN

Tetiana Klimovich, Mila Oreper

Educational and Research Institute of Publishing and Printing, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Key words: web-design, composition, visualization, combination of style, graphic design

Introduction. Today our life can not be imagined without Internet resources and Internet resources can not be imagined without design. Almost any product, publication, the project is not released without prior stylistic processing. For spreading and popularity, a designer should not forget about the aesthetic combination of all elements and the convenience of using, such as navigation. A real designer must combine in his work skills in style of composition, functionality, as well as knowledge of culture and art.

Objectives. The object of this study is the general advice on the combination of all key points when working with one of the main design areas – web design, based on three articles where various components are considered.

Methods. Scrolling any site, each of us wants to see some pleasant pictures, get some aesthetic pleasure and the purpose of most sites is a large audience, what means that every element must be thoughtfully appropriate. Designers always seek harmony when placing items (text, image, video), color gamma and navigation elements (Poydina & Savchenko, 2018, p. 169). Every project should look holistic, as well as all pages and blocks, as well as separate subdivisions. All blocks should always interact with each other and even complement each other. For example, for the decoding of visual information, the figurative forms are used by associativity and artistic thinking. It is worth thinking about visual harmony of the entire composition and for this it is better to use proportionality. This property is still supported by the functionality of the scale. Makhova and Groschkova (2017) noted that “With a large number of information, it is better to allocate specific elements of the text by increasing the key, colors, drawing changes, emphasizing or even changing the font, but it all needs a competent combination. The style must be the only way to interact with other page elements (photos, frames, blocks, animation)” (p. 692). It is worth saying that the properties of the compositions are relative to each other. Some changes in objects lead to a change other elements that creates static or dynamics of compositions. The creation of projects also requires skills in working with the mechanism of construction and modeling of grids, knowledge of interaction of users with the interface, analysis of competitors and the notion of the style of modern design. A designer must constantly develop in many spheres, because all technologies and trends go ahead with an incredible speed. The main element in communicative design is Infographics. It includes the organization a wealth of information, emphasis on important moments, representing the design of the subject, as well as visual confirmation. It can be a static and dynamic infographic. For now the second option is very popular, but the first one is also not forgotten, because it is basic. Using of animation graphics gives the effect of dynamism and visual accent.

Results. So, the Internet is the biggest value of many people, it is their culture and addiction. Web design has an enormous impact on our lives, because thinking, views, tastes are changing. A good design is like pleasure for our eyes and souls. For the development of visual culture it is necessary to constantly develop, be interested in various images, create something new, you need to generate ideas and embody them. There is even a general fact, that design projects have a positive effect on people, their level of development. Each designer should know the rule of compositions and be able to combine them. A stylistic solution must always combine fonts, forms that were mentioned above and color gamut. Iakutova and Petrova (2013) found that “The font can perform not only an information function as every person may consider. It can be an element of design. In these cases, it should not be forgotten that the text should still be readable and comfortable for the audience” (p. 273). For readability, you need to

be readable and comfortable for the audience” (p. 273). For readability, you need to combine certain parameters: headset, cap, background color and text, size fields, blocks and interlinks. The color is more likely to be selected, depending on the purpose of sites, subjects, as well as the number of text. A great addition will be knowledge of the general color theory. The text as an element of concentration may not meet the basic requirements, more often it is complete opposite, because it has a different goal. It is

52

Science and Technology of the XXI century

worth learning a lot of spheres in order to become a good worker in this direction. Each element has its own purpose – correctly selected font contributes to the improvement of the site, as well as greater interest in this project. Properly selected color will give better psychological perception. A competent location of items will make a great interest for users. Convenient navigation will leave positive emotions and inspire to return again and again to the site and the unity of one style will make the site better. So, a designer must combine a lot of skills in his project for a good result.

References.

Iakutova, O.M., & Petrova, O.A. (2013). Shrift kak element dizayna veb sayta. [Font as an element of web design.] *Komp'yuternye I informacionnye nauki*, 2(9), 273-274.

Makhova, A.I., & Groschkova, A.A. (2017). Svoystva kompozitsii v graficheskom dizayne. [Properties of composition in graphic design]. *Reshetnevskiy chteniya*, 2, 692.

Poydina, T.V., & Savechenko, Y.V. (2018). Veb dizayn v professionalnoy culture sovremennogo dizayna. [Web design in professional culture of modern design.] *Uchenye zapiski*, 3(17), 169-170.

Тези доповідей XXIII Міжнародної науково-практичної онлайн конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених “НАУКА ТА ТЕХНІКА XXI СТОЛІТТЯ”, 15 грудня 2022 року

ACTUAL PRINTING METHODS ON TEXTILES

Tetiana Klimovich, Mila Oreper

Educational and Scientific Institute for Publishing and Printing, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Keywords: textile products, modern printing, printing on fabric, stencil, thermal transfer, sublimation, direct printing.

Introduction. For today in the life of any person there is at least one textile product with a print. But what about people, even animals, could have this type of things. A good design solution helps to make the product popular and desirable, and also adds a certain uniqueness. But we must remember that the design is only part of the entire process of creation.

Much attention should be paid to the technological process of printing. The choice of printing method has its own characteristics, which depend on certain factors. The modern world doesn't stand still, but is increasingly developing to create new technologies, with the help of which they translate the desired ideas into reality.

Objectives. The main purpose of this study is to briefly and clearly understand the advantages, disadvantages and features of printing on textiles, on the main analysis, which included a review of literature, typography possibilities and visual results.

Methods. Printing on textiles includes a diverse range, it can be any clothing, accessories, decor items, bed linen, furniture products that a person wants. But each product has its own characteristics, requirements in use, terms and copies of execution, as well as wishes for graphic design. Murtazina (2012) found that "The screen printing method is very famous in printing, because it is already time-tested and has wide applications. It is the receipt of printed prints by pressing the printing ink with a squeegee through a screen printing plate. It is relevant for large draws, it is not a quick

process, because it requires painstaking pre-press and thanks to it it will not be able to get a photographic quality design.” (p.75). The peculiarity is that this method is suitable for printing on any textile surface, which makes it common. It is noted for its quality, durability, stability, as well as the bulge of images. Due to the constant updating of opportunities, more and more there are additional effects (varieties of special paints) for the implementation of ideas. Garifullina (2014) noted that “Sublimation is also a common method of printing, but it is for printing synthetic fabrics (more than 50% content). Has a certain advantage in stability, to moisture, chemical action, different temperature (does not burn out in the sun).” (p. 73). The process of this method is quite environmentally friendly, which has its advantages. First, the desired image is transferred to a special paper, in the future there is an overlay of the paper on the site or the whole product, loaded into a thermal press and by heating the transfer of paint to the fabric. Already in this method you can get a picture of photographic quality, full-color. It is also possible to double-sided printing. But it is worth noting that printing occurs only on white or light surfaces. Thermal transfer printing allows you to make an order even for one product and has no restrictions on color and detail. This process is also carried out by printing a design solution on paper or film, and then transferred to the fabric by the heating component of the thermal press. This technology is suitable for natural fabrics, as well as certain categories of synthetics, but light surfaces. In this process, you need to control 3 main parameters – pressure, temperature and process time. This printing method develops and creates new technologies based on different inks and adhesives. And the last way, which today is becoming more and more popular – direct printing on textiles or digital. From the name it is clear that the printing is directly already at choice, that is, there are no additional components, except for the printer. Despite the simplicity of execution, there are a number of features that need to be paid attention to – the choice of ink, control of the printing process, cutting the fabric in certain cases. The stability indicators are very high, but they are inferior to screen printing (Romanova, Gabbasov, 2013, p. 170). Very high quality, detailed images are obtained, which can not fail to impress and even on any fabric. A small feature – through coloring, which is inherent in not every way. It is impossible to achieve unusual effects and the cost is not small, but it is justified by durability and quality.

Results. It was considered structured and clearly possible modern methods of printing on textiles – stencil, sublimation, transfer and direct or digital. The basic knowledge which should be taken into account when we need to choose depending on the idea and the desired final result is briefly presented.

Conclusion. Printing is developing and developing in the field of printing not only paper products every year. This gives it the opportunity not to lose its relevance and popularity. People come up with new interesting ideas and want to translate them into reality with the help of different technologies. It can be the improvement of existing methods or the development of something completely new based on innovative capabilities. It must and will be in demand. Textile products will always be present in our lives, and the opportunity to make them special, unique, eco-friendly and comfortable will always keep up with the present.

References:

- Garifullina, G. A. (2014). Metody pechati po materialam iz khlopkovykh I sinteticheskikh volokon. [Methods for printing on cotton and synthetic fibers]. *Vestnik technologicheskogo universiteta*, 73.
- Murtazina, S.A. (2012). Izgotovleniye pechatnykh risunkov na polimernykh tkanyakh metodom sublimatsionnoy pechati. [Production of printed patterns on polymer fabrics by sublimation printing]. *Vestnik technologicheskogo universiteta*, 75.
- Romanova, I. V. & Gabbasov, R. A. (2013). Obzor sovremennykh tekhnologiy naneseniya izobrazheniya na tkanevyeye materialy iz prirodnykh I sinteticheskikh polimerov. [Review of modern technologies for applying images to fabric materials from natural and synthetic fibers]. *Vestnik technologicheskogo universiteta*, 170.

ДОДАТОК В



Aura
BEAUTY LOUNGE

**ПРОПОНУЄМО
АНТИЦЕЛЮЛІТНИЙ
МАСАЖ НА
ІННОВАЦІЙНОМУ
АПАРАТІ STRATOSPHERE**

За допомогою масажу Stratosphere можливе вирішення таких проблем:

- ЦЕЛЮЛІТ;
- НЕБАЖАНІ ОБ'ЄМИ;
- БАЖАННЯ ПРИЙТИ У ФОРМУ ПІСЛЯ ПОЛОГІВ;
- ЗАЙВА ВАГА;
- ОБВИСЛА ШКІРА ПІСЛЯ СХУДНЕННЯ;
- ЛОКАЛЬНІ ЖИРОВІ ВІДКЛАДЕННЯ;
- ВЕНОЗНИЙ ЗАСТІЙ;
- ЗНИЖЕННЯ ТОНУСУ М'ЯЗІВ;
- ЗАСТІЙ ЛІМФИ (НАБРЯКЛІСТЬ);
- ДРЯЛІСТЬ ШКІРИ НА ЖИВОТІ, СТЕГНАХ, РУКАХ, СІДНИЦЯХ



99 CHF - 45 хв
89 CHF замість 99 CHF (абонемент на 5 разів)
85 CHF замість 99 CHF (абонемент на 10 разів)

ДЛЯ ЗАПИСУ:

+41787043074

AURA_BEAUTY_ZURICH

Weinbergstrasse 22, 8001 Zürich

А ТИ ГОТОВА ДО ЛІТА?



Aura
BEAUTY LOUNGE

WIR BIETEN EINE ANTI-CELLULITE-MASSAGE MIT DEM INNOVATIVEN STRATOSPHERE-GERÄT AN

Mit Hilfe der Stratosphärenmassage können folgende Probleme gelöst werden:

- CELLULITE;
- UNERWÜNSCHTE VOLUMES;
- DER WUNSCH, NACH DER GEBURT IN FORM ZU KOMMEN;
- ÜBERGEWICHT;
- SCHLAFTE HAUT NACH GEWICHTSVERLUST;
- LOKALE FETTDEPOTS;
- VENÖSE STAUUNG;
- ABNAHME DES MUSKELTONUS;
- LYMPHSTAGNATION (SCHWELLUNG);
- SCHLAFTE HAUT AN BAUCH, OBERSCHENKELN, ARMEN, GESÄSS



99 CHF - 45 Min
89 CHF statt 99 CHF (5-maliges Abo)
85 CHF statt 99 CHF (10er-Abo)

AUFNEHMEN:

+41787043074

AURA_BEAUTY_ZURICH

Weinbergstrasse 22, 8001 Zürich



SIND SIE BEREIT FÜR DEN SOMMER?

АКТУАЛЬНІ ПРОПОЗИЦІЇ З ДЕПІЛЯЦІЇ

- Гоління бритві - 5, CHF
- Поща - гоління бритві - 10, CHF
- Поща - гоління бритві - з милом для волосся до ступні - 10, CHF
- Поща 45 CHF
- Збривання губи 3, CHF
- Шугаринг 3, CHF
- Руки з милом з милом 10, CHF
- Спини 10, CHF
- Спини 20, CHF
- Живі 10, CHF
- Поща гоління з милом 10, CHF
- Поща гоління до ступні 10, CHF
- Поща гоління з милом бритві 10, CHF
- Поща, бритві з милом з милом бритві 10, CHF
- Поща, бритві з милом з милом бритві, з милом до ступні 10, CHF



СУЧАСНА МЕТОДИКА ГІБРИДНОГО ЛАЗЕРА MPL 4G (КСЕНОН + ІЧ).

Безболісний спосіб холодний, не вимагає гелю.





Wiembergstrasse 22
Zürich 8001
+41787043074
[instagram.com/aura_beauty_zurich?utm_medium=copy_link](https://www.instagram.com/aura_beauty_zurich?utm_medium=copy_link)

AKTUELLE DEPILATIONSANGEBOTE

- Elektrische Rasier - 5, CHF
- Achseln - Rasier Rasier - 10, CHF
- Achseln - Rasier Rasier - Rasier von Kopf bis zum Fuß - 10, CHF
- Achseln 45 CHF
- Oberlippen 3, CHF
- Kinn 3, CHF
- Arme von Ellenbogen abwärts 10, CHF
- Zurück 10, CHF
- Rücken 20, CHF
- Hüften 10, CHF
- Rasier 10, CHF
- Rasier komplett 10, CHF
- Rasier von Kopf bis zum Fuß 10, CHF
- Rasier von Kopf bis zum Fuß 10, CHF
- Achseln, Rücken von Kopf bis zum Fuß 10, CHF
- Achseln, Rücken von Kopf bis zum Fuß, Rasier von Kopf bis zum Fuß 10, CHF



MODERNE METHODIK MPL 4G HYBRIDLASER (XENON + IR).

Die schmerzlose Methode ist kalt und erfordert kein Gel.





Wiembergstrasse 22
Zürich 8001
+41787043074
[instagram.com/aura_beauty_zurich?utm_medium=copy_link](https://www.instagram.com/aura_beauty_zurich?utm_medium=copy_link)

АКТУАЛЬНІ ПРОПОЗИЦІЇ З ДЕПІЛЯЦІЇ

ЛАЗЕРНА ДЕПІЛЯЦІЯ

- ГЛИБОКЕ БІКІНІ 85 CHF ПОДМИШКИ -
- ГЛИБОКЕ БІКІНІ 115 CHF ПОДМИШКИ - ГЛИБОКЕ БІКІНІ - НОП
- ВІД КОЛЕНА ДО СТУПНІ 169 CHF

ЛІМФОДРЕНАЖ - АПАРАТНИЙ МАСАЖ STRATOSPHERE

- 45 ХВ - 99 CHF
- 60 ХВ - 129 CHF

НАРОЩУВАННЯ ВІЙ 2D, 3D ЕФЕКТ

- НОВИЙ СЕТ 100 CHF
- КОРЕКЦІЯ 80 CHF

ЧИСТКА ОБЛИЧЧЯ

**Wiembergstrasse 22
Zürich 8001**



Краса не потребує жертв. Краса потребує уваги.

ДЛЯ ЗАПИСУ:

+41787043074

[instagram.com/aura_beauty_zurich?utm_medium=copy_link](https://www.instagram.com/aura_beauty_zurich?utm_medium=copy_link)

AKTUELLE DEPILATIONSANGEBOTE

LASER DEPILATION

- TIEFE HOSE 85 CHF ACHSELHOSE -
- TIEFE HOSE 115 CHF Achselhöhle - tiefer Bikini - Beine vom Knie bis zu den Füßen 169 CHF

LYMPHODRAINAGE - HARDWARE-MASSAGE STRATOSPHERE


- 45 MIN - CHF 99
- 60 MIN - CHF 129

WIMPERNVERLÄNGERUNG 2D, 3D-EFFEKT

- NEUES SET CHF 100
- KORREKTUR CHF 80

GESICHTSREINIGUNG

**Wiembergstrasse 22
Zürich 8001**



Schönheit erfordert keine Opfer. Schönheit erfordert Aufmerksamkeit.

Aufnehmen:

+41787043074

[instagram.com/aura_beauty_zurich?utm_medium=copy_link](https://www.instagram.com/aura_beauty_zurich?utm_medium=copy_link)