

SCI-CONF.COM.UA

SCIENTIFIC RESEARCH IN THE MODERN WORLD



**PROCEEDINGS OF VIII INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
JUNE 1-3, 2023**

**TORONTO
2023**

SCIENTIFIC RESEARCH IN THE MODERN WORLD

Proceedings of VIII International Scientific and Practical Conference

Toronto, Canada

1-3 June 2023

Toronto, Canada

2023

UDC 001.1

The 8th International scientific and practical conference “Scientific research in the modern world” (June 1-3, 2023) Perfect Publishing, Toronto, Canada. 2023. 639 p.

ISBN 978-1-4879-3795-9

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Scientific research in the modern world. Proceedings of the 8th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Toronto, Canada. 2023. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/viii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-scientific-research-in-the-modern-world-1-3-06-2023-toronto-kanada-arhiv/>.

Editor

Komarytsky M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: toronto@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua/>

©2023 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2023 Perfect Publishing ®

©2023 Authors of the articles

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

64. *Дубровіна О. В., Борисова З. О., Дубровіна Е. А.* 397
НАПРЯМИ ДО ШЛЯХІВ ВИРІШЕННЯ СІМЕЙНИХ
КОНФЛІКТІВ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ В УКРАЇНІ
65. *Ригель Ю. М., Посацький О. В.* 405
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ АДАПТАЦІЇ В
ПЕРІОД ПЕРЕЖИВАННЯ ЖИТТЄВИХ КРИЗ ЯК ОСОБИСТІСНА
ЯКІСТЬ
66. *Скаковська А. В.* 409
РЕЗУЛЬТАТИ БЕСІДИ ВИВЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СТРАХІВ
У ДІТЕЙ З ОНКОГЕМАТОЛОГІЧНИМИ ЗАХВОРЮВАННЯМИ

ART

67. *Олександрівська А. О., Слітюк О. О.* 413
РОЗРОБКА ЛОГОТИПУ ДЛЯ КОСМЕТИЧНОГО БРЕНДУ

HISTORICAL SCIENCES

68. *Чернуха О. В., Шевченко Д. Ю.* 418
МАЛИХІН АНАТОЛІЙ ВІТАЛІЙОВИЧ. ЙОГО ЖИТТЄВИЙ
ШЛЯХ ТА ДОСЯГНЕННЯ

CULTUROLOGY

69. *Шаглі Г. І.* 422
ГОСТИННІСТЬ ТА СТОЛОВИЙ ЕТИКЕТ ТУРЕЦЬКОГО
НАРОДУ

POLITICAL SCIENCES

70. *Shagli G. I., Nasikivska V. M.* 426
THE RELEVANCE OF MACHIAVELLI'S IDEAS IN
CONTEMPORARY POLITICS AND INTERNATIONAL
RELATIONS

PHILOLOGICAL SCIENCES

71. *Андрєєва О. Ю.* 431
ОСНОВНІ АСПЕКТИ МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО
ПРОСТОРУ
72. *Гончарук В. А.* 436
КОЛЬОРИСТИКА ПОЕЗІЙ МИХАЙЛА ДРАЙ-ХМАРИ
73. *Городиловська М. Т.* 443
ЖАНРОВА ПАЛІТРА АМЕРИКАНСЬКОГО ЗАКОНОДАВЧОГО
ДИСКУРСУ
74. *Назарець В. М., Миронюк В. М., Саркісова І. А.* 446
ХУДОЖНІ КОНТЕКСТИ РЕЦЕПЦІЇ ОБРАЗУ Т. ШЕВЧЕНКА В
УКРАЇНСЬКІЙ ЛІРИЦІ ХІХ – ХХ СТ.: СУБ'ЄКТНО-
КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

ART

УДК 769.91

РОЗРОБКА ЛОГОТИПУ ДЛЯ КОСМЕТИЧНОГО БРЕНДУ

Олександрівська Аліна Олександрівна,
студентка

Слітюк Олена Олександрівна,
к.т.н., доцент, доцент кафедри мультимедійного дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна

Анотація. В роботі представлені дослідження, пов'язані з розробкою рекомендації щодо створення логотипу для бізнесу. Розглянуто логотип в дизайні як спосіб візуалізації інформації; визначено основні характеристики впливу лого при створенні бізнесу; досліджено та проаналізовано технічні особливості проектування логотипу, розроблено та реалізовано проєкт для косметичного бізнесу.

Ключові слова: логотип, дизайн, ескізи, бізнес, косметика, продукт.

Сьогодні розробка логотипу є невід'ємною частиною успішного бізнесу. У сучасному світі, наповненого різними брендами, фірмами, важливо і необхідно мати свій, унікальний стиль, який буде відрізнятися від інших [1].

Логотип асоціюється у аудиторії з брендом компанії, бізнесу. Він має величезне значення і вплив на формування бренду. Це не просто зображення, сукупність графічних елементів, а символ що тісно пов'язаний зі свідомістю клієнтів. Цей візуальний об'єкт допомагає скласти перше враження про компанію у клієнта. Через те що бренд не має свого логотипу, у людей можуть з'являтися побоювання щодо якості продукції, послуг які надає компанія. Тому з самого початку створення власнику треба думати над візуальною оболонкою,

щоб потім не втрачати гроші і клієнтів. Логотип не тільки є візуальною візитною карткою, але й являє собою форму захисту прав власності. Тобто якщо знак зареєстрований як знак вашої компанії, то при незаконному користуванні або запозиченні можна притягнути до відповідальності недобросовісних компаній, фізичних осіб [2].

Для просування бренду, лого, насправді гарний інструмент. Адже він являється складовою фірмового стилю. Фірмовий стиль являє собою комплекс різноманітних інструментів, добіркою візуальних засобів, інформаційних та графічних елементів, які роблять бренд впізнаваним [3]. Фірмовий стиль є ключовим елементом для створення іміджу компанії або бренду, формує особистість і свідомість. Професійний брендинг фірми виділяється з поміж усіх інших конкурентів, привертає увагу потенційних клієнтів. Зазвичай основними складовими фірмового стилю є: логотип, візитівка, буклет, конверт, упаковка для товарів.

Важливо аби лого в собі містило інформацію про ідентифікацію свого ж бренду. Ідентичність це те, як компанія визначає свій бренд. Вкладені сенси, яку має місію, які цінності та пріоритети. Як виражає способи презентації, комунікації як в середині компанії, так і зовні. Усвідомлене й цілеспрямоване формування ідентичності бренду дозволить управляти тим, як він сприйматиметься. Але як бренду визначити свою ідентичність?

1. Потрібно визначити те що чіпляє споживача, що потрібно йому і що важливо для його.

2. Визначити цільову аудиторію, тобто клієнтів; їх вік, стать, соціальне положення, захоплення, релігія, філософія життя.

3. Визначити раціональні переваги бренду. Функції які виконує бренд та чим відрізняється від конкурентів.

4. Визначити емоційні переваги бренду.

В роботі представлені дослідження пов'язані з розробкою логотипу для бренду «Красна». Це українська компанія яка займається створенням доглядової косметики з природних компонентів.

Основними складовими філософії бренду є:

1. Природність яка відзначається в складі самої продукції та відношення компанії в цілому до навколишнього середовища.

2. Українське. Продукція створена в Україні та з українських рослин, що підкреслює нашу різноманітність та красу.

3. Психологічний підтекст який полягає в тому, що сама концепція природності переносилася не тільки на бренд, а й на клієнтів. Сама назва є посилом для людей які користуються косметикою, аби кожен розумів що від природи красивий по своєму.

Послідовність роботи дизайнера полягає в виконанні певного чіткого плану, аби мати на фіналі потрібний результат роботи.

На початку дизайнер зустрічається з клієнтом аби обговорити все що стосується створення проєкту. Дизайнером пропонується заповнити бриф клієнтом. Бриф це своєрідна анкета в якій описано основна інформація щодо компанії. Назва, телефон, сфера діяльності та напрямок бізнесу, місцезнаходження, цільова аудиторія, особливості роботи, терміни реалізації проєкту, бюджет, опис або приклад існуючих компаній які подобаються власнику бізнесу. Завдяки заповненому брифу дизайнеру легше орієнтуватися на смак клієнта і те, чого він хоче він загальної роботи з дизайнером.

Наступним етапом є вже самостійна робота дизайнера, яка полягає в пошуку візуальної складової лого. Дизайнер видивляється ідеї в конкурентів і записує або замальовує примітки собі, звертає увагу на сучасні тренди в дизайні.

Основними складовими для створення вдалого логотипу є простота в запам'ятовуванні, читабельним, мінімалістичним, унікальним.

Маючи концепцію бренду наступним етапом роботи є розробка ескізів. Для початку дизайнер замальовує основні елементи на папері або в графічному редакторі, та розробляє комбінації логотипу. Підбирається шрифт до назви фірми. Він передає стилістику того що це сучасна косметика але з урахуванням українських інгредієнтів, місця створення, символізму. Для початку

підбирається декілька шрифтів, а потім обирається один. Підбравши шрифт, пробуються варіанти розміщення калини, як символу краси, природності. Ці швидкі ескізи сприяють розумінню композиції майбутнього знаку (рис.1). При розробці було необхідно врахувати вимоги до композиції логотипу: дотримання кількісної міри; композиційна врівноваженість; дотримання стилістичної єдності композиційних елементів; внутрішній масштаб; відтворюваність: мінімум дрібних деталей, що зливаються при поліграфічному або будь-якому іншому відтворенні; цілісність внутрішньої структури; оригінальність композиційного рішення [3].

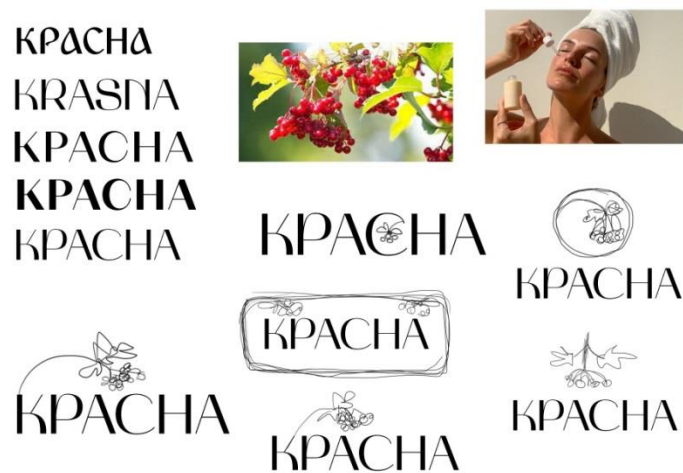


Рис. 1. Варіанти ескізів

В результаті обрано один варіант, який буде гарно видно на різного розміру площинах, об'єктах. Калина і шрифт пропорційно підібрані, розміщені. Обравши остаточний знак, для презентації розміщуємо чорний на білому і білий на чорному (рис. 2).



Рис. 2. Фінальний варіант логотипу

Висновки. В роботі представленні дослідження пов'язані з розробкою логотипу для малого бізнесу. Проаналізовано практичні аспекти під час створення проєкту, визначено суть і цінність логотипу для бізнесу, його ідентифікація. Важливість взаємодії клієнта та дизайнера в роботі. На прикладі косметичного бренду показано процес роботи дизайнера над заданою тематикою від клієнта.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Романюк О.Н. Веб-дизайн і комп'ютерна графіка. Навчальний посібник/ О.Н. Романюк, Д.І. Кательніков, О.П. Косовець. – Вінниця: ВНТУ, 2007. – 147с.

2. Слітюк О.О. Особливості розробки фірмового стилю для спортивних компаній / Чернявський Б., Слітюк О., Хиневич Р., Жайворон В. // Збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну», м. Київ, 27 квітня 2022 року. – Київ: КНУТД, 2022, Том 1. С.225-228.

3. Слітюк О.О. Особливості розробки логотипу / Л.В. Висоцька, О.О. Слітюк // Technologies and strategies for the implementation of scientific achievements: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the II International Scientific and Theoretical Conference, November 18, 2022. Stockholm, Kingdom of Sweden: European Scientific Platform II Pp. 235-237.