

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Розробка дизайну фірмового стилю гончарної майстерні «Magic ceramics»

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БДг3-20

Новікова А.С

Науковий керівник д. філос. наук, проф.

Колісник О.В.

Рецензент к. іст. н., доц. Подлевський С.В.

Київ 2024

АНОТАЦІЯ

Новікова А.С. Розробка фірмового стилю гончарної майстерні «Magic ceramics». Рукопис.

Кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

У кваліфікаційній роботі представлені результати дослідження розробки фірмового стилю для гончарної майстерні "Magic ceramics". Проведено аналіз актуальності розробки фірмового стилю та досліджено творчу концепцію ідеї для створення дизайн-проєкту. Досліджено особливості зарубіжних фірмових стилів гончарних майстерень. Розроблено дизайн-проєкт фірмового стилю, до якого входить розробка ескізного ряду, серії пакування та обрання програмного забезпечення для реалізації проєкту.

Виявлено, що розробка фірмового стилю має велике значення для підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку, формування унікального обличчя та привабливості бренду перед споживачами. Створення унікального й пізнаваного фірмового стилю, який зможе слугувати як візитною картою самої майстерні й виробів так й збільшити продажі шляхом візуального приваблення пакуванням та сучасних ідей дизайну, що можуть стати чудовим подарунком чи декорацією. Отримані результати дослідження на пряму вплинули на створення візуального стилю та зразку.

Ключові слова: *фірмовий стиль; дизайн; концепція; розробка; фірмові стилі; інновації в дизайні; мудборд.*

SUMMARY

Novikova A.S. Development of the Corporate Identity for the Pottery Workshop "Magic Ceramics". Manuscript.

Qualifying work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2024.

The qualification work presents the results of research on developing the corporate identity for the pottery workshop "Magic Ceramics". The study includes an analysis of the relevance of corporate identity development and an exploration of the creative concept and ideas for the design project. The features of foreign corporate identities of pottery workshops were also examined. A design project for the corporate identity was developed, which includes the creation of a series of sketches, packaging designs, and the selection of software for project implementation.

It was found that developing a corporate identity is crucial for enhancing the company's market competitiveness, forming a unique image, and increasing brand appeal to consumers. Creating a unique and recognizable corporate identity can serve as a business card for the workshop and its products, boost sales through visually appealing packaging, and incorporate modern design ideas, making the products excellent gifts or decorations. The research results directly influenced the creation of the visual style and samples.

Key words: corporate identity; design; concept; development; corporate styles; innovations in design; mood board.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ	9
1.1 Особливості фірмового стилю творчих майстерень.....	9
1.2 Аналіз фірмових стилів українських майстерень кераміки.....	13
1.3 Дослідження зарубіжних фірмових стилів гончарних майстерень.....	16
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНИЙ	21
2.1 Розробка ескізного ряду дизайн-проєкту фірмового стилю.....	21
2.2 Розробка серії концептів конструктивів пакування.....	26
2.3 Концепт дизайну пакування.....	34
Висновки до розділу 2.....	37
РОЗДІЛ 3 ПРОЄКТНИЙ	40
3.1 Аналіз творчої концепції та ідеї для створення дизайн-проєкту.....	40
3.2 Вибір програмного забезпечення для реалізації дизайн-проєкту.....	43
3.3 Розробка пакування та фірмового стилю проєкту.....	47
3.4 Виготовлення в матеріалі виробів дизайн-проєкту фірмового стилю компанії «Magic ceramics».....	52
Висновки до розділу 3	59
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63
ДОДАТКИ	68

ВСТУП

Актуальність теми. Гончарні майстерні та їх продукція завжди цінувалася за красу, практичність та зв'язок з глибинними традиціями. Сьогодні, коли люди все більше цінують автентичність та ручну роботу, гончарні майстерні мають чудову можливість не лише зберегти свої традиції, але й оновити свій образ та залучити нову аудиторію.

Створення фірмового стилю для гончарної майстерні стає необхідним інструментом для диференціації бренду, підвищення його впізнаваності та формування емоційного зв'язку з клієнтами. Крім того, наявність цілісного і послідовного бренду є важливим для успішної онлайн-присутності та комунікації у цифровому просторі. Завдяки фірмовому стилю "Magic Ceramics" зможе ефективно конкурувати на ринку, залучати нових споживачів і зміцнювати свої позиції.

Мета дослідження – створення фірмового стилю гончарної майстерні через ребрендинг компанії.

Завдання дослідження:

- з'ясувати основні етапи створення фірмового стилю гончарної майстерні;
- створення пакування та макетування для гончарної майстерні;
- адаптація фірмових кольорів під різні матеріали;
- трансформувати концепцію логотипу у цілісний візуальний образ.

Об'єкт дослідження є процес дизайн-проектування фірмового стилю.

Предметом дослідження є розробка фірмового стилю та пакувальної продукції для гончарної майстерні "Magic Ceramics".

Методи дослідження Теоретична та методологічна основа дослідження ґрунтується на системному підході до створення фірмового стилю. У рамках теоретичного аналізу використано різноманітні методи, такі як системно-структурний, морфологічний та композиційно-конструктивний аналіз. Для створення графічних матеріалів застосовано програмне забезпечення Adobe Photoshop, Adobe Illustrator.

Елементи наукової новизни одержаних результатів розроблення проектування елементів фірмового стилю та пакування-для гончарної майстерні

Практичне значення одержаних результатів Розроблено фірмовий стиль для гончарної майстерні, який дотримується усіх сучасних тенденцій і особливостей логотипів, кольорів, шрифтів. Також розроблено серію універсальної пакувальної продукції для декоративних керамічних виробів та посуду. Яка не тільки захищає продукцію від пошкодження, а й демонструє красу керамічних виробів.

Апробація результатів дослідження Результатом проходження теоретичної та практичної апробацій є участь у XV Міжнародній науково-практичній конференції «Innovative technologies in the field of human services» (15 квітня 2024, Стокгольм, Швеція)

Структура та обсяг роботи. Дипломна кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (50 найменувань) та додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи проєкту становить 62 сторінки комп'ютерного тексту (без додатків). Додатків 4ст, 5 рис.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ

1.1. Особливості фірмового стилю творчих майстерень

Фірмовий стиль творчих майстерень, зокрема гончарних, відрізняється своєю специфікою та має власні унікальні риси, які важливо враховувати під час його розробки. Фірмовий стиль – це не просто набір візуальних елементів, а цілісна система, що створює уявлення про бренд, його унікальність та цінності (Рис.1.1).

Особливості фірмового стилю сучасних творчих майстерень включають ряд ключових елементів, які допомагають створити унікальний і запам'ятовуваний образ.

Сучасні майстерні прагнуть до створення унікального стилю, який відображатиме їх філософію та підхід до ремесла. Це може виражатися через особливий дизайн логотипу, використання певної кольорової гами, характерні шрифти та загальний візуальний стиль.



Рис. 1.1. Логотип з нотою та музичним інструментом для музичної майстерні

Індивідуальність є ключовим елементом фірмового стилю сучасних творчих майстерень, оскільки вона дозволяє виділитися на тлі конкурентів і створити

впізнаваний образ. Унікальний дизайн логотипу є візуальним символом бренду, який повинен бути легко впізнаваним і відображати характер майстерні. Часто логотипи творчих майстерень включають елементи, пов'язані з їх діяльністю, наприклад, інструменти, матеріали або символи, які асоціюються з конкретним видом мистецтва.

Вибір кольорів грає важливу роль у формуванні візуальної ідентичності [2,19]. Кольори повинні гармоніювати між собою та відображати настрій і стиль майстерні. Наприклад, пастельні тони можуть підкреслювати ніжність і витонченість, а яскраві та насичені кольори – енергію і креативність.

Використання унікальних шрифтів може зробити візуальний стиль більш виразним [39]. Шрифти повинні бути читабельними, але водночас відображати індивідуальний характер бренду. Вони можуть бути рукописними, художньо оформленими або створеними спеціально для майстерні. (Рис.1.2)



Рис.1.2 Сучасний шрифт для інноваційної та креативної майстерні

Індивідуальність також виражається через концепцію та філософію майстерні [1, 6]. Це можуть бути особливі підходи до створення продукції, екологічна відповідальність, соціальні ініціативи або інші унікальні риси, які відрізняють майстерню від інших. У творчих майстернях часто використовують

персоналізований підхід, враховуючи побажання та потреби кожного клієнта. Це допомагає створити особливу атмосферу довіри і взаєморозуміння, що також є частиною індивідуального стилю.

Часто продукція творчих майстерень виготовляється в обмежених кількостях або на замовлення, що підкреслює її унікальність і ексклюзивність. Кожен виріб може мати свої особливості, які роблять його неповторним.

Всі проаналізованих елементи сприяють формуванню індивідуального образу [18] творчої майстерні, який приваблює клієнтів і робить бренд впізнаваним та запам'ятовуваним.

Важливим аспектом фірмового стилю сучасних творчих майстерень є гнучкість, вона забезпечує можливість його адаптації до різних медіа та контекстів [28, 35]. Це дозволяє бренду залишатися впізнаваним і послідовним незалежно від середовища, в якому він представлений.

Використання модульного підходу в дизайні дозволяє легко адаптувати елементи фірмового стилю під різні формати та розміри. Це включає можливість змінювати компоненти логотипу, шрифтів і кольорових схем без втрати цілісності бренду.

Кольорова гама повинна бути обрана так, щоб вона виглядала добре як у друкованих матеріалах, так і на цифрових платформах. Це включає адаптацію кольорів для різних фонових кольорів і умов освітлення.

Логотипи можуть мати декілька варіантів для використання у різних контекстах, наприклад, горизонтальні та вертикальні версії, спрощені монохромні варіанти для друку та складніші кольорові версії для цифрових медіа [15].

Використання шрифтів, які добре відображаються як в друкованих матеріалах, так і на екранах різних пристроїв, включаючи мобільні телефони та планшети. Це включає вибір веб-шрифтів для онлайн-присутності.

Дизайни повинні легко адаптуватися під різні формати реклами, пакування, сувенірної продукції та інших матеріалів. Це включає можливість масштабування елементів без втрати якості та читабельності. Фірмовий стиль повинен включати елементи, які добре виглядають і функціонують у відео, анімації та інтерактивних

медіа [25,44]. Це дозволяє бренду ефективно комунікувати з аудиторією через різні канали.

Стиль повинен бути створений таким чином, щоб його можна було легко інтегрувати з іншими брендами та проектами у випадку спільних заходів або партнерств. Це включає створення гнучких правил використання, які дозволяють зберігати ідентичність бренду, але водночас гармонійно поєднуватися з іншими елементами.

Гнучкість фірмового стилю дозволяє творчій майстерні бути послідовною і впізнаваною в різних умовах, забезпечуючи ефективну комунікацію з аудиторією та збереження цілісного образу бренду незалежно від контексту.

Декларування цінностей є важливим аспектом фірмового стилю [6, 25, 40] сучасних творчих майстерень. Це допомагає клієнтам та партнерам зрозуміти основні принципи та ідеї, що лежать в основі діяльності майстерні. Візуальні елементи, такі як логотип, кольорова гама, шрифти та графічні елементи, повинні відображати основні цінності бренду. Наприклад, екологічно орієнтовані майстерні можуть використовувати натуральні кольори, такі як зелені та коричневі відтінки, а також зображення природних мотивів. Короткі і влучні слогани можуть ефективно передавати ключові цінності та ідеї бренду. Вони повинні бути простими, зрозумілими і відповідати загальному тону комунікації майстерні. Рекламні та інформаційні матеріали, такі як брошури, каталоги, веб-сайти та соціальні мережі, повинні містити чіткі меседжі, що відображають цінності майстерні. Це можуть бути розповіді про історію бренду [12, 13], процеси створення продуктів, соціальні ініціативи або екологічні проекти. Тон і стиль комунікації повинні відповідати цінностям бренду. Наприклад, якщо майстерня акцентує увагу на інноваціях та сучасності, комунікація може бути більш динамічною та сміливою. Якщо ж основні цінності – традиції та майстерність, тон може бути більш спокійним та виваженим. Використання відгуків задоволених клієнтів та партнерів може бути ефективним способом комунікації цінностей. Відгуки, що підкреслюють високу якість, надійність або соціальну відповідальність, допоможуть зміцнити образ бренду в очах нових

клієнтів. Підтримка соціальних та екологічних ініціатив може бути важливою частиною фірмового стилю. Інформація про такі проекти повинна бути доступною і добре представленою у всіх комунікаційних матеріалах, підкреслюючи зобов'язання бренду перед суспільством і природою. Як продукція представлена на ринку, також відіграє роль у спілкуванні цінностей. Упаковка, етикетки, виставкові стенди та навіть спосіб доставки можуть відображати турботу про якість, екологічність, інновації або інші ключові цінності майстерні.

Ефективне спілкування цінностей через фірмовий стиль допомагає створити емоційний зв'язок з аудиторією, підвищити рівень довіри до бренду та сприяти довготривалим відносинам з клієнтами [48].

1.2. Аналіз фірмових стилів українських майстерень кераміки

Було проведено аналіз сучасного ринку кераміки на якому спостерігаються різноманітні тенденції, які визначають зміни в попиті та споживчих уподобаннях. Однією з ключових тенденцій є зростання популярності ручної роботи та унікальних виробів, які відображають індивідуальність та особистість власника. Люди все більше цінують автентичність та ручний труд, що призводить до зростання популярності гончарних виробів.

Однак, разом із збільшенням інтересу до ручної роботи також зростає конкуренція на ринку. Гончарні майстерні повинні бути здатні виокремитися серед інших брендів, щоб привернути увагу клієнтів. Це ставить перед дизайнерами завдання розробити фірмовий стиль, який буде відповідати сучасним тенденціям та вражати своєю оригінальністю.

Аналіз сучасного стану ринку кераміки важливий для розуміння тенденцій, викликів та можливостей, з якими стикаються дизайнери при розробці фірмового стилю.

Для досягнення вдалої розробки фірмового стилю було проведено аналіз різних дизайнів гончарних майстерень [23, 41]. Один з найбільш вдалих дизайнів гончарних майстерень в Україні є Творча майстерня “ЯР” [22] та "Glinyanik".

Відмінним прикладом сучасної української майстерні, яка поєднує традиційні ремесла з сучасними підходами до творчості. Ось декілька ключових аспектів фірмового стилю майстерні “ЯР”: Традиційність та інноваційність: Майстерня “ЯР” відзначається своїм глибоким корінням в українських традиціях, особливо в гончарстві, але також відкрита до нових ідей та технік. Сімейні цінності: Це сімейний бізнес, заснований на любові до українських традицій, що відображається в їхньому підході до навчання та майстер-класів. Відкритість для всіх: Майстерня пропонує заняття для людей різного віку та рівня навичок, підкреслюючи ідею, що мистецтво має бути доступним кожному. Різноманітність послуг: Вони пропонують широкий спектр майстер-класів, включаючи гончарство, мозаїку, ткацтво, ліногравюру та писанкарство, що демонструє їхню багатогранність. Індивідуальний підхід: Майстерня “ЯР” надає можливість індивідуальних та групових занять, що дозволяє кожному відвідувачу знайти щось для себе. Фірмовий стиль майстерні “ЯР” відображає їхню пристрасть до ремесла та бажання поділитися цією пристрастю з іншими. Він також підкреслює їхню відданість збереженню культурної спадщини, одночасно просуваючи її в сучасний контекст. Це створює сильний візуальний та емоційний зв’язок з клієнтами, що є ключовим для успіху в сфері творчих послуг.

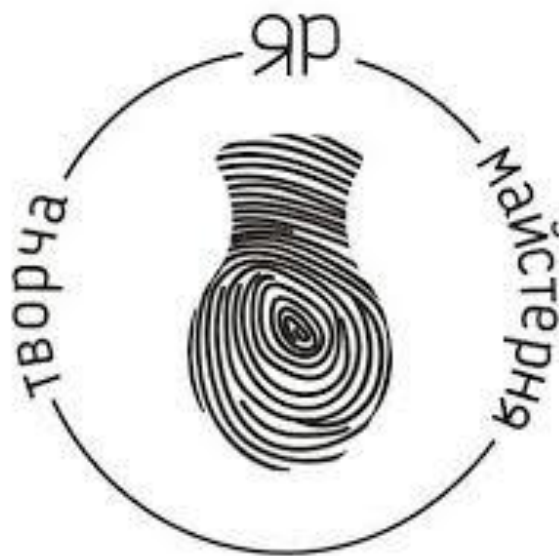


Рис.1.3 Логотип майстерні “ЯР”

В розробці логотипу "Glinyanik" зображується простота та лаконічність, в основі логотипу закладено колесо гончара, яке є символом гончарного ремесла. Для даного дизайну було використано сині та коричневі кольори підкреслюють зв'язок з глиною та землею. Це традиційні кольори, які асоціюються з природою та автентичністю. Також однозначно вдалим було обрати простий та чіткий шрифт для більшої читабельності. (Рис.1.3)

Перевагою даного фірмового стилю є унікальність та оригінальність. Колесо гончара стилізовано під український народний орнамент, що робить логотип унікальним та оригінальним. Доцільним є використання синього та коричневого кольорів у нестандартній комбінації також робить логотип впізнаваним. Шрифт логотипу має український колорит, що підкреслює зв'язок майстерні з українською культурою.

Слід зазначити, що дуже важливим аспектом є емоційна зарядженість. Логотип викликає відчуття автентичності та зв'язку з традиціями. Використання синього та коричневого кольорів створює відчуття спокою та гармонії. Шрифт логотипу має дружелюбний та приємний для ока дизайн.

В цілому, логотип та стиль "Glinyanik" є вдалим прикладами візуальної ідентичності гончарної майстерні. Вони прості, лаконічні, оригінальні, емоційно заряджені та відповідають цільовій аудиторії. Це робить "Glinyanik" впізнаваним та запам'ятовується брендом, який викликає довіру та лояльність у своїх клієнтів.

Проаналізувавши більшість зарубіжних дизайнів один з найбільш вдалих гончарних майстерень є "Ceramics by Sarah" (США). Логотип та стиль гончарної майстерні має ряд характеристик, які роблять його елегантним та впізнаваним.

Основним в розробці цього лаконічного фірмового стилю є логотип який зображує глиняний глечик, що являє собою найпоширеніший гончарний виріб. Це простий, але впізнаваний образ, який не потребує пояснень.

Використання зеленого та коричневого кольорів підкреслює зв'язок з природою. Це традиційні кольори, які асоціюються з гармонією та свіжістю. Шрифт простий та елегантний, що робить логотип читабельним.

Глиняний глечик стилізований під сучасний дизайн, що робить логотип

унікальним та оригінальним. Використання зеленого та коричневого кольорів у нестандартній комбінації також робить логотип впізнаваним. Шрифт логотипу має сучасний та динамічний дизайн, що підкреслює творчий підхід до гончарства.

Дана концепція логотипу викликає відчуття елегантності та вишуканості. Використані дуже вдалі кольори які створили відчуття спокою та гармонії.

В цілому, логотип та стиль "Ceramics by Sarah" є вдалими прикладами візуальної ідентичності гончарної майстерні.

В аналізі сучасного стану гончарних майстерень було розглянуто кілька прикладів успішних брендів, таких як "Glinyanik" та "Ceramics by Sarah". Обидва логотипи відзначаються своєю унікальністю та ефективністю у передачі візуальної ідентичності. Вони вражають своєю простотою та символічністю, яка здатна викликати емоційний відгук у споживачів. Однак, для того щоб зрозуміти повну картину та відобразити ситуацію на ринку більш повно, важливо розглянути такі аспекти як інновації та технології.

З появою нових технологій та інновацій у виробництві кераміки відкриваються нові можливості для гончарних майстерень. Використання сучасних методів обробки матеріалів, а також цифрові технології дозволяють збільшити продуктивність та якість виробництва, що є ключовим чинником у конкурентній боротьбі.

Одним з ключових аспектів технологічного прогресу бренду Kwambio є використання цифрових технологій у виробництві. Наприклад, комп'ютерне моделювання та 3D-друк дозволяють створювати складні та унікальні форми без значних витрат на ручну працю. Це сприяє підвищенню ефективності виробництва та розширенню можливостей для креативності та індивідуальних замовлень.

1.3. Дослідження зарубіжних фірмових стилів гончарних майстерень

Гармонійне поєднання традицій та сучасності, творчий підхід та шанобливе

ставлення до спадщини роблять гончарні майстерні унікальними та цікавими для відвідувачів.

Гончарство в Україні має багатовікову історію, яка сягає часів неоліту. За цей час воно не лише стало важливою частиною матеріальної культури, але й розвинуло унікальну естетику та дизайн. З часом дизайн українського гончарства еволюціонував, зазнаючи впливів інших культур. В 17-18 століттях на українське гончарство вплинула мода на західноєвропейський посуд. Це призвело до появи нових форм та декорів, таких як фаянс та майоліка. В 19 столітті українське гончарство почало занепадати через розвиток масового виробництва посуду. Однак традиції гончарства не були втрачені, і багато майстрів продовжували творити в традиційному стилі.

В 20 столітті українське гончарство пережило відродження. Це було пов'язано з інтересом до народного мистецтва та прагненням зберегти культурну спадщину. Багато нових майстрів почали вивчати традиційні техніки гончарства та створювати нові роботи, поєднуючи традиційні форми та декори з сучасними дизайнерськими рішеннями. Сьогодні українське гончарство є не лише ремеслом, але й видом мистецтва. Одним з важливих аспектів сучасного українського гончарства є створення фірмового стилю майстерень. Цей процес включає в себе розробку логотипів, вибір кольорової гами, шрифтів, а також дизайн пакування, яке не тільки забезпечує безпеку продукції, але й підкреслює її унікальність і культурну цінність. Фірмовий стиль відіграє ключову роль у формуванні бренду, роблячи його впізнаваним та привабливим для споживачів.

Фірмовий стиль та культура гончарної майстерні в Україні тісно переплітаються роблячи їх унікальними та цікавими для відвідувачів. Використання автентичних українських орнаментів та символів, таких як геометричні візерунки, рослинні мотиви, зображення тварин, не лише підкреслюють зв'язок з українською культурою, але й наповнює простір глибиною та сенсом. Окрім естетичної функції, ці елементи мають практичне значення такі як використання геометричних візерунків для створення оберегів, та зображення тварин які символізують різні якості та чесноти.

Поєднання традиційного та сучасного у фірмовому стилі та культурі гончарних майстерень робить їх цікавими не лише для українців, але й для іноземних гостей, що дає можливість познайомити з українською культурою та ремеслом.

Важливим аспектом у розвитку дизайну є вивчення зарубіжних фірмових стилів гончарних майстерень. Різноманітність культурних та традиційних особливостей у кожній країні відкриває широкий простір для відкриття нових ідей, методів та стилів у гончарному мистецтві.

Шляхом вивчення зарубіжних фірмових стилів, дизайнери здобувають нові знання про різноманітні техніки виготовлення, використання кольорів, форм та текстур у керамічному мистецтві. Натхнення з інших культур допомагає розширити свій творчий горизонт та створити щось унікальне та оригінальне. В багатьох культурах світу кожна країна має свої унікальні традиції та стилі. Наприклад Японське гончарство [7] відоме своєю простотою, елегантністю та функціональністю. Багато японських гончарів використовують традиційні техніки, такі як раку, що передбачає випал виробів у дров'яній печі. Фірмові стилі японських гончарних майстерень часто мінімалістичні, з акцентом на природні матеріали та форми. (Рис.1.4)



Рис.1.4 Японське гончарство

Мексиканське гончарство[14] відоме своїми яскравими кольорами, візерунками та орнаментами. Багато мексиканських гончарів використовують глину, яка має природний червоний або коричневий колір. Фірмові стилі мексиканських гончарних майстерень часто святкові та барвисті, з акцентом на традиційні мотиви.

Італійське гончарство [8] відоме своїми елегантними формами, вишуканими декорами та використанням глазурі. Багато італійських гончарів використовують традиційні техніки, такі як майоліка, що передбачає нанесення на глину глазурі з оксидами металів. Фірмові стилі італійських гончарних майстерень часто вишукані та витончені, з акцентом на високу якість та майстерність.

Корейське гончарство відоме своїми простими формами, гладкими поверхнями та використанням натуральних матеріалів. Багато корейських гончарів використовують глину, яка має природний сірий або коричневий колір. Фірмові стилі корейських гончарних майстерень часто мінімалістичні та функціональні, з акцентом на зв'язок з природою. Оригінальністю відрізняється китайське гончарство і кераміка [9]

Перуанське гончарство відоме своїми яскравими кольорами, геометричними візерунками та використанням традиційних форм. Багато перуанських гончарів використовують глину, яка має природний червоний або коричневий колір. Фірмові стилі перуанських гончарних майстерень часто святкові та барвисті, з акцентом на традиційні мотиви.

Усі ці різноманітність стилів і технік гончарного мистецтва різних країн свідчить про багатство та креативність глобальної культурної спадщини. Вивчення та використання цих різноманітних естетичних підходів може стати джерелом натхнення для гончарів та дизайнерів у всьому світі, сприяючи розвитку та розширенню галузі гончарства.

Висновки до розділу 1

1. Проведено аналіз актуальності фірмового стилю який є важливим елементом для будь-якого бренду, оскільки він допомагає створити унікальний образ компанії, який легко запам'ятовується та виділяється на тлі конкурентів. У сучасному насиченому ринку товари та послуги потребують чіткого та послідовного візуального представлення для привернення уваги споживачів.

2. Досліджено аналіз розробки творчої концепції та ідеї для створення дизайн-проєкту фірмового стилю гончарної майстерні "Magic Ceramics", який базується на символізмі глечиків та природних кольорах, які підкреслюють зв'язок з традиційним ремеслом та ручною працею. Використання таких елементів, як піч у формі букв, додає унікальності та підкреслює важливість традиційних методів у сучасному виконанні.

3. Проаналізовано зарубіжні фірмові стилі гончарних майстерень, що успішно використовують природні матеріали, традиційні мотиви та інноваційні рішення у своєму дизайні. Вони прагнуть зберегти свою ідентичність та автентичність, забезпечуючи високу якість продукції та візуальну привабливість.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНИЙ

2.1 Розробка ескізного ряду дизайн-проекту фірмового стилю

Розробка ескізного ряду дизайн-проекту фірмового стилю "Magic Ceramics" включає кілька важливих етапів [18]: створення логотипу, вибір колірної палітри, розробка графічних елементів, шрифтів та розробка серії дизайн упаковки. Унікальність та послідовність цих елементів допомагають створити впізнаваний образ бренду, що виділятиметься на ринку кераміки.

При створенні концепції логотипу були використані ідеї динамічних глечиків, букв у вигляді печі та руки майстра які виготовляють глечик. Включення глечиків у дизайн фірмового стилю гончарної майстерні підкреслює зв'язок з українськими традиціями. Це нагадує про багатовікову історію гончарного мистецтва в Україні і підкреслює майстерність та автентичність виробів.



Рис.2.1 Натхнення роботою майстра

Глечики здавна використовувалися в українських господарствах для зберігання і подачі води, молока, квасу, та інших рідин. Вони були важливою частиною повсякденного життя, служили і для побутових потреб, і для ритуальних цілей. Ця багатофункціональність та символічне значення глечиків роблять їх центральним елементом в українській культурі та гончарному ремеслі.

Глечики також є важливим елементом українського народного мистецтва. (Рис.2.1) Їх декорували різними орнаментами та візерунками, що відображали місцеві традиції та культуру. Ці візерунки мали не тільки естетичне значення, але й магічну та символічну функцію, захищаючи від злих сил та приносячи удачу.

Сучасні гончарі експериментують з формами та декором глечиків, створюючи нові, інноваційні дизайни, що поєднують традиційні елементи з сучасними тенденціями. Це дозволяє зберігати живу традицію гончарства, роблячи її актуальною для нових поколінь. Глечики, як символ української культури та гончарного ремесла, часто використовуються в дизайні логотипів та фірмового стилю. Вони додають автентичності та підкреслюють зв'язок з традиціями. Наприклад, динамічні глечики в логотипі можуть символізувати рух і розвиток, а руки майстра, що виготовляють глечик, підкреслюють ручну працю та майстерність.

Використання літер у формі печі для логотипу гончарної майстерні цікаве та ефективне рішення. Літери у вигляді печі підкреслюють важливість випалювання глини, символізуючи тепло, вогонь та творчість. Піч асоціюється з вогнем, який є невід'ємною частиною процесу випалювання глини, символізуючи творчу силу, трансформацію та перетворення матеріалу на витвір мистецтва. Піч - це місце, де народжується кераміка. Символіка печі допомагає створити образ гончарної майстерні як місця, де народжується краса та творчість.

Включення рук майстра надає логотипу Логотип "Magic Ceramics" має особливу символіку, яка підкреслює суть і філософію гончарної майстерні. Основним елементом цього логотипу є зображення рук майстра, що формують глечик. Це зображення не лише символізує процес створення керамічних виробів, але й надає глибокого сенсу бренду, який акцентує увагу на ручній роботі, майстерності та творчості.

Руки майстра на глечику символізують зв'язок між ремісником і його творінням, що додає логотипу особливої інтимності та тепла. Вони відображають кропітку працю та увагу до деталей, які вкладаються в кожен виріб. Цей образ також підкреслює унікальність кожного глечика, створеного вручну, на відміну

від масового виробництва.

Крім того, такий дизайн логотипу викликає довіру і впевненість у якості продукції. Споживачі асоціюють руки майстра з турботою, ручною роботою та високими стандартами якості. Це сприяє формуванню позитивного іміджу бренду і його сприйняття як виробника автентичних і якісних керамічних виробів.

Зображення рук, що формують глечик, також створює візуальний образ творчого процесу. Відчуття руху і динаміки, передане через цей елемент, підкреслює не лише традиційність, але й інноваційний підхід майстерні до гончарного ремесла. Це допомагає бренду "Magic Ceramics" виділитися на ринку і залучати сучасних споживачів, які цінують поєднання традиційних технік і сучасного дизайну.

Символіка глечиків, букв у вигляді печі та рук майстра створюють багатогранний та глибоко символічний логотип, який відображає суть гончарного ремесла та його важливість у культурному контексті. Поєднання традиційних елементів з сучасними графічними рішеннями створює унікальний стиль, який виглядає актуально та привабливо для сучасної аудиторії.

При створенні усіх елементів дизайну використовувалося правило золотого січення для не перевантаження та більш легкого сприйняття логотипа.

Правило золотого січення, або золотого перетину, є математичним і естетичним принципом, який знаходить широке застосування в різних галузях мистецтва, дизайну, архітектури та природи. Це співвідношення, приблизно рівне 1.618, яке часто використовується для створення гармонійних і збалансованих композицій.

Використання золотого січення в дизайні використовується для визначення розташування ключових елементів у композиції, що допомагає створити естетично привабливі і гармонійні дизайни. Це може бути застосовано до макетів сторінок, фотографій, картин та інших візуальних робіт. (Рис.2.2)

Багато відомих логотипів використовують золотий перетин для розміщення елементів або визначення їх пропорцій, що додає їм баланс і привабливість.

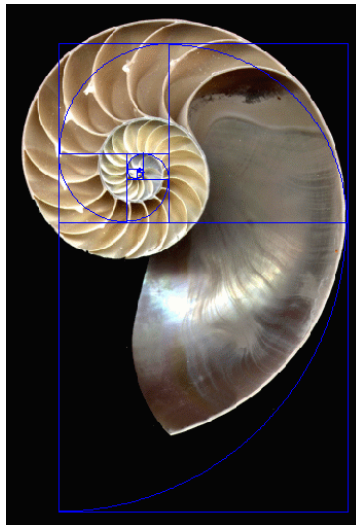


Рис.2.2 Правило золотого січення

Використання шрифтів у дизайні логотипу є ключовим елементом у дизайні, оскільки вони не лише передають текстову інформацію, але й формують загальне враження від бренду [38, 39]. Шрифти можуть впливати на те, як споживачі сприймають бренд. Вибір шрифту з серйозними, строгими лініями підкреслює професійність і надійність. Дружній і м'який шрифт створює відчуття доступності та тепла, що важливо для бренду, який цінує ручну роботу і творчість. У фірмовому стилі логотипу "Magic Ceramics" були використані шрифтів із дружнім мотивом, це має велике значення, оскільки такі шрифти створюють тепле, доступне і привабливе враження від бренду. У контексті гончарної майстерні "Magic Ceramics" вибір дружніх шрифтів допомагає підкреслити автентичність, затишок і творчий підхід до роботи.

Для розробки фірмового стилю гончарної майстерні "Magic Ceramics" було вирішено використати кольори, максимально наближені до природних відтінків керамічних виробів. Цей вибір був здійснений шляхом ретельного дослідження з використанням спектрофотометрії зразків кераміки. Спектрофотометрія є точним науковим методом, який дозволяє вимірювати інтенсивність кольорів і їх відтінків [10, 11]. Застосування цього методу для аналізу керамічних виробів дозволило визначити найпоширеніші та найпривабливіші кольори, які асоціюються з ручною роботою та природними матеріалами.

Теракотовий колір асоціюється з традиційним гончарним мистецтвом, оскільки він нагадує колір глини після випалювання. Він символізує тепло, затишок і зв'язок з природою. Цей колір використаний у логотипі, на упаковці, підкреслюючи її автентичність і традиційність.

Бежевий колір символізує простоту, елегантність і натуральність. Він створює відчуття спокою і стабільності. Бежевий використовуватися як фоновий колір, забезпечуючи гармонійний і привабливий вигляд.

Коричневий колір асоціюється з землею і природними матеріалами, що підкреслює екологічність та природність бренду. Застосування: Коричневий колір може бути використаний у деталях логотипу, декоративних елементах упаковки та в оформленні вітрин, надаючи їм відчуття глибини і текстури.

Зелений колір асоціюється з природою, зростанням і відродженням. Відтінки зеленого також можуть символізувати екологічність, гармонію і здоров'я. Зелений колір використовувати для акцентів у дизайні, таких як іконки, декоративні елементи та деталі упаковки. Світліші відтінки зеленого створюють відчуття свіжості і новизни, тоді як темніші відтінки надають солідності та глибини.

Ретельно підібрані кольори, що були визначені шляхом спектрофотометрії, відіграють ключову роль у створенні фірмового стилю "Magic Ceramics" (Рис.2.3).



Рис.2.3 Спектрофотометричні заміри

Вони допомагають передати основні цінності бренду, такі як традиційність, натуральність і творчість, забезпечуючи впізнаваність і привабливість майстерні на ринку. Використання таких кольорів сприяє створенню емоційного зв'язку з клієнтами, що є важливим для успіху бренду

2.2 Розробка серії концептів конструктивів пакування

Розробка серії концептів конструктивів пакування для "Magic Ceramics" дозволяє створити цілісний образ бренду, який підкреслює його екологічність, традиційність та естетичність [3]. Використання різноманітних матеріалів та конструкцій забезпечує надійний захист продукції, а також зручність для споживачів. Кожен концепт пакування сприяє створенню унікального та привабливого образу гончарної майстерні, що виділяє її на ринку та привертає увагу клієнтів.

Пакування є важливою складовою фірмового стилю і маркетингової стратегії будь-якої компанії, особливо для майстерень, які виробляють керамічні вироби [4, 5, 16]. Для гончарної майстерні "Magic Ceramics" основні вимоги до пакування включають захист продукції, екологічність, естетику та впізнаваність, а також функціональність. Кожен із цих аспектів відіграє ключову роль у створенні цілісного образу бренду та забезпеченні високої якості обслуговування клієнтів.

Першочерговим завданням пакування є забезпечення надійного захисту керамічних виробів від механічних пошкоджень під час транспортування та зберігання. Кераміка є досить тендітним матеріалом, тому упаковка повинна бути розроблена таким чином, щоб максимально мінімізувати ризик тріщин, сколів або інших пошкоджень.

Пакування виконує важливу роль в ідентифікації продукту, бренду [3] та просуванні товарів [21]. Воно повинно бути розроблено так, щоб легко впізнаватися серед конкурентів і відображати сутність бренду. Дизайн пакування, включаючи логотип, кольорову гаму, шрифти та візуальні елементи, повинен бути узгодженим з фірмовим стилем бренду. Наприклад, для гончарної майстерні

"Glinyanik" пакування може містити елементи українського народного орнаменту та традиційні кольори, що підкреслює автентичність та зв'язок з українською культурою.

Пакування також служить джерелом інформації для споживача [24, 43]. Воно повинно містити всю необхідну інформацію про продукт, включаючи назву, склад, інструкції з використання, дату виготовлення та термін придатності. Крім того, на пакуванні можуть бути розміщені додаткові дані, такі як сертифікати якості, екологічні маркування та інші. Це допомагає споживачам зробити усвідомлений вибір та підвищує довіру до бренду.

Одним з важливих аспектів пакування є його зручність та функціональність [31, 37]. Воно повинно бути легким у використанні, відкритті та зберіганні. Форма і розмір пакування повинні відповідати продукту, забезпечуючи максимальну зручність для споживача [17, 20].. Наприклад, пакування для керамічних виробів може мати спеціальні вставки чи прокладки, що фіксують продукт та запобігають його переміщенню всередині коробки.

Естетичний вигляд пакування має велике значення для залучення уваги споживачів. Пакування повинно бути привабливим, оригінальним та відповідати сучасним тенденціям дизайну. Воно повинно створювати позитивне враження про продукт та бренд. Наприклад, використання якісних матеріалів, оригінальних візерунків та стильних шрифтів може зробити пакування більш привабливим для споживачів [33].

Сьогодні екологічні аспекти стають все більш важливими для споживачів. Пакування повинно бути розроблено з урахуванням екологічних вимог, використовуючи екологічно чисті та безпечні матеріали. Це не лише сприяє збереженню навколишнього середовища, але й покращує імідж бренду. Споживачі все частіше віддають перевагу продуктам з екологічно безпечним пакуванням, тому важливо враховувати цей аспект при розробці серії пакування.

Під час розробки серії упакування для гончарної майстерні було проаналізовано різні види пакувальної продукції з метою обрати оптимальну конструкцію. Для цього було проведено дослідження, в якому враховувалися як

плюси, так і мінуси кожного виду упаковки.

Картонні коробки є одним з найпоширеніших видів пакування для керамічних виробів. Вони використовуються для зберігання та транспортування різних предметів – від дрібних сувенірів до великих декоративних елементів. Головна мета таких коробок – забезпечити збереження крихких виробів від механічних пошкоджень та зовнішніх впливів під час перевезення та зберігання.

Перевага картонних коробок в тому, що вони забезпечують надійний захист керамічних виробів під час транспортування. Завдяки міцності та структурній цілісності картону, такі коробки можуть витримувати значні механічні навантаження, запобігаючи пошкодженням кераміки. Це особливо важливо для виробів, які транспортуються на великі відстані або зберігаються в умовах, де можливі фізичні впливи. Додатково, внутрішні амортизуючі вставки ще більше підвищують захисні властивості картонних коробок.

Однією з головних переваг картонних коробок є їх екологічність [27]. Картон легко піддається переробці, що дозволяє зменшити кількість відходів і зберегти навколишнє середовище. Крім того, картонні коробки можуть бути виготовлені з переробленого паперу, що ще більше знижує екологічний вплив виробництва пакування. Використання біорозкладних матеріалів у виробництві коробок також сприяє зниженню негативного впливу на природу. (Рис.2.4)

Недоліки картонних коробок їх чутливість до вологи. Картон може пошкоджуватися під впливом води, що призводить до втрати міцності і захисних властивостей. Це може бути серйозною проблемою під час транспортування в умовах високої вологості або зберігання у вологих приміщеннях. Для вирішення цієї проблеми можна використовувати водовідштовхувальні покриття або додаткові внутрішні пакування, що захищають вироби від вологи.

Ще один недолік картонних коробок – їх обмежена естетичність. Хоча картонні коробки можуть бути функціональними і надійними, вони можуть виглядати простими і не привертати увагу. Це може бути недоліком, якщо пакування має відігравати важливу роль у презентації виробу та створенні першого враження. Однак цей недолік можна частково компенсувати

використанням якісного друку, декоративних елементів та креативного дизайну.

Використання картонних коробок у фірмовому стилі. Для створення привабливого та впізнаваного пакування можна використовувати різні методи брендування картонних коробок. Наприклад, нанесення логотипу компанії, використання фірмових кольорів та шрифтів, а також додавання декоративних елементів, які підкреслюють унікальність бренду. Використання якісного друку та різноманітних технік нанесення зображень дозволяє створювати пакування, яке не лише захищає виріб, але й приваблює увагу споживачів. Для підвищення естетичної привабливості картонних коробок можна використовувати різноманітні декоративні елементи. Це можуть бути кольорові стрічки, наклейки, тиснення, а також віконця з прозорого пластику, через які можна побачити виріб всередині. Використання таких елементів допомагає створити цікаве та привабливе пакування, яке привертає увагу і виділяється на фоні інших товарів. Окрім захисних властивостей та естетичної привабливості, картонні коробки повинні бути функціональними і зручними у використанні. Це включає в себе легкість відкривання та закривання, можливість повторного використання та легкість утилізації.

Для забезпечення зручності споживачів картонні коробки повинні бути легкими для відкривання та закривання. Це особливо важливо для керамічних виробів, які можуть бути тендітними і вимагати обережного поводження. Використання спеціальних конструкцій, таких як магнітні замки або зручні застібки, може значно покращити користувацький досвід.

Сучасні споживачі все більше цінують екологічність і функціональність пакування [34, 42]. Картонні коробки можуть бути використані повторно для зберігання інших предметів або як подарункові упаковки. Це підвищує цінність пакування і робить його більш привабливим для споживачів. Після використання картонні коробки повинні бути легко утилізовані. Картон є одним з найбільш перероблюваних матеріалів, що робить його екологічно безпечним. Легкість утилізації картонних коробок дозволяє зменшити негативний вплив на навколишнє середовище і сприяє сталому розвитку.



Рис.2.4 Картонне упакування

Розглянемо кілька актуальних ідей сучасного пакування [29, 30, 46, 47]. Пакування з вікном це ідеальне з'єднання привабливості та функціональності. Пакування з вікном відіграє важливу роль у презентації продукції, яка може бути показана на вітринах магазинів або подарункових комплектах. Цей вид упаковки має свої переваги та недоліки, проте його популярність пояснюється здатністю стимулювати продажі завдяки привабливому зовнішньому вигляду та можливості покупців побачити продукт перед покупкою. Давайте розглянемо детальніше переваги та недоліки пакування з вікном та способи їх вирішення. (Рис.2.5)

Головна перевага пакування з вікном є його прозорість. Споживачі можуть легко побачити вміст упаковки, що значно спрощує їх вибір. Це особливо важливо для продуктів, де зовнішній вигляд грає важливу роль у рішенні про покупку, таких як кондитерські вироби, косметика або подарункові набори. Споживачі можуть переконатися у якості продукту перед покупкою, що стимулює їхній інтерес та довіру до бренду.

Пакування з вікном має естетичний вигляд, який привертає увагу покупців. Вікно додає упаковці певну елегантність та оригінальність, що робить продукт більш привабливим на полицях магазинів. Естетичний дизайн може бути ключовим фактором у вирішенні споживчого вибору, оскільки перше враження від продукту грає велику роль у процесі покупки.

Недоліки пакування з вікном полягає в його зниженій міцності. Вікно може стати точкою слабкості, особливо при транспортуванні або в магазинних умовах.

Розробники упаковки постійно шукають способи покращити міцність пакування з вікном, використовуючи більш міцні матеріали для виготовлення вікон або посилюючи конструкцію коробки.

Одним з рішень цієї проблеми є застосування спеціальних захисних плівок або покриттів, які забезпечують додаткову міцність вікна. Також можна використовувати спеціальні форми вирізів або внутрішні підкладки, які забезпечують захист вікна від механічних пошкоджень. Крім того, посилення конструкції коробки, зокрема ребра підтримки та додаткові вкладиші, може зробити пакування більш міцним і надійним. Ще однією проблемою пакування з вікном є його чутливість до забруднень. Пил та бруд можуть потрапляти через вікно, що може негативно позначитися на зовнішньому вигляді продукту та його презентації. Для запобігання цій проблемі розробники використовують спеціальні плівки або покриття, які захищають вікно від забруднень. Також можна використовувати додаткові захисні упаковки, такі як плівка або пакет, які встановлюються під час транспортування та зберігання продукції.

Пакування з вікном є ефективним інструментом для презентації та просування продукції, який поєднує в собі привабливий зовнішній вигляд з функціональністю та практичністю (Рис. 2.5.).



Рис.2.5 Пакування з вікном

Воно дозволяє споживачам переглянути продукт перед покупкою, що стимулює їхній інтерес та довіру до бренду. Проте, важливо також враховувати

його недоліки, такі як знижена міцність та чутливість до забруднень, і шукати способи їх вирішення через інновації та технологічні вдосконалення.

У сучасному світі, де екологічність та захист навколишнього середовища набувають все більшого значення, виникає потреба у нових підходах до пакування. Циліндрична туба - це один з таких інноваційних концептів, який поєднує в собі екологічно чисті матеріали, надійний захист та привабливий дизайн. Давайте розглянемо детальніше, як ця туба може стати важливим елементом упаковки для керамічних виробів. (Рис.2.6)

Першою особливістю циліндричної туби є використання екологічно чистих матеріалів. Перероблений картон та біорозкладний пластик - це матеріали, які дозволяють зменшити негативний вплив на довкілля та зменшити кількість відходів. Використання цих матеріалів у пакуванні підкреслює відповідальний підхід до виробництва та сприяє створенню більш сталого бізнесу.

Циліндрична форма туби надає додаткового захисту для тендітних керамічних виробів. У порівнянні з традиційними коробками або контейнерами, ця форма пакування дозволяє рівномірно розподілити тиск під час транспортування та зберігання, що запобігає пошкодженню виробів. Крім того, кришка з щільним приляганням допомагає утримувати вміст туби на місці, запобігаючи випаданню чи розливанню під час перевезення.

Один з ключових елементів успішного пакування - це його структурний дизайн [29]. Циліндрична туба має можливість бути оформлена відповідно до фірмових кольорів та текстур майстерні. Зовнішня сторона туби може бути декорована логотипом або емблемою, що дозволяє підсилити брендовий ідентифікатор та зробити упаковку більш впізнаваною для споживачів. Такий дизайн не лише привертає увагу, але й підсилює враження від продукції та створює позитивний емоційний зв'язок з брендом.

Однією з переваг циліндричної туби є її універсальність в застосуванні. Вона може використовуватися для різних типів керамічних виробів, від посуду до декоративних предметів. Така універсальність робить цю тубу важливим інструментом для виробників кераміки, які шукають ефективне та надійне

пакування для своєї продукції.



Рис.2.6 Циліндричне пакування

В умовах сучасного світу, де екологічна свідомість набуває все більшого значення, зростає попит на продукти та упаковку, що відображають цю тенденцію. Екологічний мішечок є ідеальним прикладом такого продукту. Він поєднує в собі використання натуральних матеріалів, зручність у використанні та можливість створення привабливого дизайну, що підкреслює відповідальність бренду перед навколишнім середовищем. У цій розповіді ми детально розглянемо всі аспекти екологічного мішечка, його переваги, можливості використання, а також вплив на споживачів і виробників.

Основою екологічного мішечка є натуральні тканини, такі як льон та бавовна. Ці матеріали мають декілька важливих переваг: Льон є одним з найдавніших натуральних волокон, що використовуються людиною. Він відомий своєю міцністю та довговічністю. Льняні тканини мають високу стійкість до зносу, що робить їх ідеальним вибором для виготовлення упаковки. Крім того, льон має природні антибактеріальні властивості, що забезпечує додатковий захист для вмісту мішечка. Виробництво льону також є екологічно чистим процесом, оскільки він потребує менше води та пестицидів порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами.

Екологічний мішечок - це більше, ніж просто упаковка. Це символ відповідальності перед природою, турботи про споживачів та прагнення до сталого розвитку. Використання натуральних матеріалів, таких як льон та бавовна, забезпечує екологічність та безпечність, а продумані конструкційні особливості роблять мішечок зручним та практичним у використанні.

Вибір пакування для керамічних виробів майстерні "Magic Ceramics" має базуватися на балансі між захистом продукції, екологічністю, естетичністю та функціональністю. Комбіноване використання гофрованого картону, пінопластових вставок, бульбашкової плівки та натуральних тканин забезпечить надійний захист виробів, підкреслить екологічність та естетичність бренду, а також забезпечить зручність для споживачів. Такий підхід дозволить створити цілісний і привабливий образ бренду, який виділяє "Magic Ceramics" на ринку та привертає увагу клієнтів.

2.3 Концепт дизайнів на обрані конструктиви пакування

Розробка фірмового стилю і конструктивів пакування для гончарної майстерні "Magic Ceramics" включає кілька ключових етапів, серед яких створення мокапів (mockups) та визначення оптимальних конструктивних рішень. Основна мета — створити впізнаваний, естетично привабливий та функціональний дизайн упаковки, що буде відповідати духу майстерні та привертати увагу споживачів.

Мокапи — це реалістичні візуалізації кінцевого продукту, які допомагають краще уявити, як виглядатиме упаковка в реальному житті. Вони служать важливим інструментом для перевірки дизайну перед масовим виробництвом. Мокапи дозволяють дизайнерам додавати персональні елементи, такі як логотипи, шрифти та кольори бренду, щоб створити унікальний та впізнаваний дизайн упаковки. Можна створювати мокапи для різних типів упаковки, таких як коробки, пакети, пляшки та етикетки, щоб дослідити найкращий формат для продукту. Можна додавати реалістичні деталі, такі як текстури, тіні та освітлення,

щоб зробити мокапи ще більш правдоподібними. Створення мокапів включає використання спеціалізованих програм для створення 3D-моделей упаковки, застосування логотипу, текстур та інших елементів фірмового стилю на 3D-моделі, створення високоякісних зображень, які демонструють кінцевий вигляд упаковки з усіх боків. (Рис.2.7)



Рис.2.7 Мокапи

Конструктиви упаковки - це фізичні шаблони, які використовуються для виготовлення упаковки [45]. Вони зазвичай виготовляються з картону або гофрокартону і вирізаються за певною формою. Конструктиви упаковки повинні бути розроблені таким чином, щоб вони були міцні, функціональні, естетично привабливі.

При розробці конструктивів пакування було обрано декілька різних видів конструкцій такі як мішечок, упаковка з вікном, картонна коробка та паперові пакети. Кожен вид пакування розроблений під певні потреби.

Екологічний мішечок розроблений для зберігання дрібних керамічних виробів. Був виготовлений з натуральної тканини, льон. Цей матеріал забезпечує високу міцність, довговічність та екологічну відповідальність. Основними конструктивними елементами мішечка є шнурок для затягування, який забезпечує зручне відкривання та закривання, а також внутрішні відділення або прокладки з тканини, які допомагають організувати простір всередині мішечка

та захистити тендітні предмети.

Дизайн мішечка включає нанесення логотипу та інших елементів фірмового стилю на поверхні. Використання натуральних кольорів та текстур підкреслюючи екологічність бренду. Такий мішечок привабливий для споживачів, які цінують природність та екологічність.

Упаковка з вікном розроблена для демонстрації виробів на вітрині. Вироблена з картону, який забезпечує міцність та стійкість до зовнішніх впливів. Прозоре вікно виготовлене з пластику, що дозволяє споживачам бачити вміст упаковки. Ця конструкція забезпечує одночасно захист продукту та можливість його демонстрації.

Зовнішній вигляд упаковки з вікном оформлений у фірмових кольорах та містити логотип компанії, що підвищує впізнаваність бренду. Вікно дозволяє покупцям побачити товар, що стимулює покупку та підкреслює якість продукту.

Коробка оформлена у природних відтінках, таких як теракотовий, бежевий та коричневий, з логотипом "Magic Ceramics" на фронтальній стороні.

Прозоре пластикове вікно дозволяє споживачам бачити виріб всередині, підкреслюючи його якість і унікальність. Вікно має прямокутну форму, обрамлену декоративними елементами керамічних виробів.

Внутрішні фіксатори та підкладки забезпечують надійне кріплення керамічних виробів, запобігаючи їх пошкодженню під час транспортування.

Картонна коробка розроблена як надійне пакування, яке забезпечує безпеку керамічних виробів під час транспортування. Вона має міцну структуру, яка витримує навантаження та захищає вміст від механічних пошкоджень.

Зовнішня сторона картонної коробки оформлена у фірмових кольорах та містити логотип компанії, що підвищує впізнаваність бренду. Використано друковані елементи для створення привабливого вигляду упаковки.

Картонна коробка підходить для пакування великих та тендітних керамічних виробів, таких як вази, тарілки або статуетки. Вона забезпечує

надійний захист під час транспортування та може бути використана для відправлення товарів поштою або кур'єрською службою.

Паперові пакети виготовлені з міцного крафтового паперу, який є екологічно чистим та легко піддається переробці. Використання такого матеріалу підкреслює екологічність бренду та відповідальність перед природою.

Паперові пакети оформлені у природних кольорах та містять логотип "Magic Ceramics". Використання простих і елегантних графічних елементів створює сучасний та привабливий вигляд. Декоративні зображення керамічних виробів та майстерень додають автентичності.

Паперові пакети підходять для пакування дрібних та середніх за розміром керамічних виробів, таких як чашки, тарілки, сувеніри. Вони ідеально підходять для роздрібного продажу та можуть використовуватися як подарункове пакування.

Висновки до розділу 2

1. Розробка ескізного ряду дизайн-проєкту фірмового стилю для гончарної майстерні "Magic Ceramics" дозволила створити візуальну основу для бренду, яка відображає його унікальність та цінності. В результаті було визначено ключові елементи фірмового стилю, такі як логотип, кольорова гама, типографія та графічні елементи.

Логотип, розроблений у формі рук майстра, які формують глечик, символізує творчий процес і майстерність, підкреслюючи автентичність та зв'язок з традиціями. Використання природних відтінків, таких як теракотовий, бежевий, коричневий, сірий та зелений, допомагає створити гармонійний та природний образ бренду, який легко запам'ятовується та викликає позитивні емоції у споживачів.

2. При розробці серії пакування було враховано різні потреби та вимоги до упаковки керамічних виробів. Було розроблено декілька видів конструкцій

пакування, серед яких: Екологічний мішечок – призначений для зберігання дрібних керамічних виробів, виготовлений з натуральної тканини, льону. Цей мішечок підкреслює екологічність бренду та забезпечує високий рівень захисту і зручність використання. Упаковка з вікном – розроблена для демонстрації виробів на вітрині. Використання прозорого вікна дозволяє споживачам бачити продукт, що підвищує їх зацікавленість та довіру. Картонна коробка – забезпечує надійний захист керамічних виробів під час транспортування. Використання міцного картону та внутрішніх фіксаторів гарантує безпеку виробів.

Кожен вид пакування був розроблений з урахуванням естетичних вимог та функціональності, забезпечуючи одночасно захист та привабливий зовнішній вигляд.

3. Розробка дизайну для обраних зразків пакування включала створення візуально привабливих та функціональних рішень, які відповідають загальному фірмовому стилю "Magic Ceramics". Кожен вид пакування був оформлений у фірмових кольорах та містив логотип компанії, що підвищує впізнаваність бренду.

Екологічний мішечок був оформлений з використанням натуральних кольорів та текстур, що підкреслюють екологічність бренду. Логотип та інші елементи фірмового стилю були нанесені на поверхню мішечка, що робить його привабливим для споживачів, які цінують природність та екологічність.

Упаковка з вікном мала прозоре пластикове вікно, яке дозволяє споживачам бачити виріб всередині, підкреслюючи його якість і унікальність. Вікно було обрамлене декоративними елементами керамічних виробів, що додає пакуванню естетичної привабливості.

Картонна коробка була оформлена у природних відтінках, таких як теракотовий, бежевий та коричневий, з логотипом "Magic Ceramics" на фронтальній стороні. Використання внутрішніх фіксаторів та підкладок забезпечувало надійне кріплення керамічних виробів, запобігаючи їх пошкодженню під час транспортування.

Розробка дизайн-проекту фірмового стилю для гончарної майстерні "Magic

Ceramics" включала детальний аналіз та розробку візуальних елементів, які підкреслюють унікальність бренду та його зв'язок з традиціями. Було створено серію концептів пакування, які забезпечують надійний захист виробів, зручність використання та високу естетичну привабливість. Використання натуральних матеріалів та екологічних рішень підкреслює відповідальність бренду перед природою, що сприяє позитивному сприйняттю компанії споживачами.

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНИЙ

3.1 Аналіз творчої концепції та ідеї для створення дизайн-проєкту

Створення унікального фірмового стилю для гончарної майстерні "Magic ceramics" потребує ретельного аналізу творчої концепції та ідеї, які ляжуть в основу дизайн-проєкту. Логотип гончарної майстерні - це подорож крізь час, що веде до коріння гончарного ремесла та традицій.

В основу логотипу закладений символізм глечиків адже це один із найдавніших і найпоширеніших видів гончарних виробів. Він використовувався протягом тисячоліть в дизайні.

Глечики в логотипі не є просто статичними зображеннями. Вони динамічно переплітаються, створюючи відчуття руху та розвитку. Використання глечиків як символу підкреслює не лише традиційність, але й інноваційний підхід майстерні до гончарного ремесла.

Слід зазначити, що колір важливий для створення фірмового стилю, оскільки він викликає певні асоціації. Однозначно варто використовувати природні та земляні тони, які асоціюються з матеріалами, що використовуються в гончарстві, такими як глина. Це може включати відтінки бежевого, коричневого, теракотового та інших відтінків, які нагадують про землю та природу. Таке поєднання кольорів відображатиме природний характер та натуральність майстерні, підкреслюючи зв'язок з природою та ремеслом. Такий вибір кольорів підкреслює природний характер та екологічність майстерні "Magic Ceramics", надаючи їй унікального образу, який відрізняє її від інших гончарних майстерень. (Рис.3.1)

Порівнюючи дизайни гончарних майстерень, можна відзначити, що фірмовий стиль "Magic Ceramics" підкреслює глиняну основу гончарного мистецтва та передає важливість натуральних матеріалів у творчому процесі. У порівнянні з більш сучасними або абстрактними дизайнами, які можуть використовувати яскраві або незвичайні кольори, фірмовий стиль "Magic

Ceramics" обирає більш традиційний підхід, відображаючи коріння та цінності гончарного ремесла. Таке поєднання натуральних кольорів з природними мотивами додає майстерні "Magic Ceramics" унікальності та автентичності.



Рис.3.1 Палітра природних кольорів

Не менш важливим елементом створення фірмового стилю є упаковка продукції [36]. Упаковка відіграє ключову роль у привертанні уваги клієнтів, залученні їх до продукції та створенні першого враження про бренд. Важливим в сучасній упаковці сьогодні є як краса, так і інклюзивність [32]. Вона є не лише засобом захисту виробів від пошкоджень та забруднень, але й потужним інструментом маркетингу, що допомагає визначити брендовий стиль та підсилити його впізнаваність на ринку. У випадку гончарної майстерні "Magic Ceramics", упаковка продукції виконана в природних та екологічних матеріалах, що відповідає загальній концепції бренду. Наприклад, коробки або упаковочні матеріали з вторинної переробки або виготовлені з природних матеріалів, таких як картон або біопластик, можуть бути ефективним вибором. Така упаковка підкреслить екологічну свідомість майстерні та її зобов'язання до сталого виробництва.

Крім того, дизайн упаковки повинен відображати унікальність та стиль продукції. Це було виконано за допомогою елементів бренду, таких як логотип,

графічні елементи, кольорова палітра, а також ілюстрації гончарних виробів. Застосування натуральних і текстурних матеріалів на упаковці, таких як білий папір або крафт-папір з додаванням елементів деревини, може підкреслювати ручну роботу та індивідуальність продукту.

Порівнюючи з дизайном упаковки інших гончарних майстерень, можна виявити різноманітність підходів та стилів. Деякі бренди можуть обирати сучасний і мінімалістичний дизайн, використовуючи прості лінії та геометричні форми на упаковці. Інші можуть надавати перевагу більш традиційним та естетичним елементам, таким як візерунки або орнаменти, що відображають культурну спадщину чи місцеві традиції. (Рис.3.2)



Рис.3.2 Приклад сучасного пакування

Також важливо враховувати цільову аудиторію і її вподобання. Наприклад, якщо головними клієнтами майстерні є любителі мінімалізму та сучасного дизайну, то вибір простої та лаконічної упаковки може бути більш доцільним. У той же час, якщо цільова аудиторія віддає перевагу традиційним та естетичним елементам, то упаковка може бути більш деталізованою та оздобленою.

Однак незалежно від обраного стилю, ключовим є забезпечення відповідності упаковки бренду та передача.

Створення унікального фірмового стилю для гончарної майстерні "Magic

Ceramics" - це процес, який потребує творчого підходу, уважної уваги до деталей та ретельного аналізу цінностей та ідеї бренду. Він має відображати унікальність та індивідуальність майстерні, її зв'язок з традиціями гончарного мистецтва та інноваційний підхід до ремесла.

3.2 Вибір програмного забезпечення для реалізації дизайн проєкту

Реалізація дизайн-проєкту потребує ретельного вибору програмного забезпечення (ПЗ), яке дозволить виконувати всі необхідні задачі на високому рівні. Вибір ПЗ залежить від ряду факторів, включаючи функціональність, зручність використання, сумісність з іншими програмами та обладнанням. Для розробки дизайн-проєкту було використано Adobe Illustrator і Adobe Photoshop ці програми є двома основними інструментами, які забезпечили всі необхідні функції для створення векторних і растрових зображень, обробки фотографій, створення макетів упаковки та рекламних матеріалів. Завдяки їхньому потужному функціоналу, інтеграції з іншими програмами Adobe і широкій підтримці спільноти, ці програми дозволили реалізувати дизайн-проєкт на високому рівні.

Adobe Illustrator — це одна з провідних програм для створення векторної графіки, широко використовувана дизайнерами в різних галузях, включаючи створення фірмового стилю, ілюстрацій, логотипів та багато іншого. Векторна графіка, яку створює Illustrator, дозволяє зберігати якість зображень при будь-якому масштабуванні, що є особливо важливим для розробки елементів фірмового стилю гончарної майстерні. (Рис.3.3)

Основна перевага Illustrator — це робота з векторними зображеннями, які можна масштабувати без втрати якості. Це дозволяє створювати чіткі і детальні логотипи, ілюстрації та інші графічні елементи. Illustrator має широкий набір інструментів для малювання, включаючи Pen Tool, Pencil Tool, Shape Tools та інші, що дозволяють створювати складні графічні елементи з високою точністю. Робота з шарами і масками дозволяє легко керувати різними елементами зображення, спрощуючи процес редагування та організації дизайну. Illustrator

надає потужні інструменти для роботи з текстом, що дозволяє створювати красиві та професійні типографічні рішення. Програма підтримує різні типи заливок і градієнтів, що додають глибину і складність графічним елементам. Легке перенесення проектів між Illustrator, Photoshop, InDesign та іншими програмами Creative Cloud дозволяє створювати комплексні дизайни. Illustrator підтримує імпорт та експорт у різні формати файлів, включаючи SVG, EPS, PDF та інші, що забезпечує гнучкість у роботі з іншими програмами та пристроями.

Використання Adobe Illustrator в процесах створення дизайну гончарної майстерні є ключовим в розробці логотипу. Логотип головний елемент фірмового стилю гончарної майстерні. За допомогою Adobe Illustrator було розроблено чіткий і запам'ятовуваний логотип, який виглядає добре як на маленьких візитках, так і на великих банерах. Використання Pen Tool і Shape Tools дозволило створити унікальні форми та символи, які відображають сутність бренду.

Illustrator використовується для розробки всіх візуальних елементів фірмового стилю, включаючи візитні картки, бланки, упаковку та інші матеріали. Програма дозволяє створювати та зберігати шаблони, які можуть бути використані для забезпечення послідовності дизайну у всіх аспектах бренду.

Одним із важливих аспектів дизайну для гончарної майстерні є розробка упаковки для продукції. За допомогою Illustrator розроблено детальні макети упаковки, включаючи коробки, мішечки, паперові пакети етикетки та інші елементи. Програма дозволяє точно розрахувати розміри та створити прототипи, які можуть бути використані для виробництва.

Illustrator є ідеальним інструментом для створення різних ілюстрацій і графічних елементів, які можуть бути використані в маркетингових матеріалах, на веб-сайті або в соціальних мережах. Векторна графіка забезпечує високу якість зображень і легкість в редагуванні. Для створення рекламних матеріалів, таких як плакати, банери, флаєри та інші, Illustrator надає всі необхідні інструменти. Можливість роботи з векторною графікою дозволяє створювати яскраві та привабливі рекламні матеріали, які легко адаптуються до різних розмірів і форматів. Illustrator має потужні інструменти для роботи з текстом, що дозволяє

створювати красиві і професійні типографічні рішення. Це особливо важливо при розробці етикеток, інструкцій та інших друкованих матеріалів, де текстові елементи повинні бути чіткими і легко читаними. Для створення прототипів і макетів продукції, таких як упаковка або виставкові стенди, Illustrator надає можливість створювати точні і деталізовані моделі. Це дозволяє побачити, як буде виглядати кінцевий продукт, і внести необхідні корективи на ранньому етапі.

Плюси векторної графіки в тому, що вона забезпечує високу якість зображень при будь-якому масштабуванні, що важливо для створення чітких і професійних матеріалів. Легкість у внесенні змін і коригувань дозволяє швидко адаптувати дизайн до нових вимог. Можливість легко переносити проекти між різними послідовність у всіх аспектах дизайну. Має широкий набір інструментів для малювання, роботи з текстом, створення макетів і прототипів дозволяє вирішувати різні задачі в одному програмному середовищі.

Adobe Illustrator є незамінним інструментом для створення високоякісної векторної графіки, що робить його ідеальним вибором для розробки фірмового стилю гончарної майстерні.

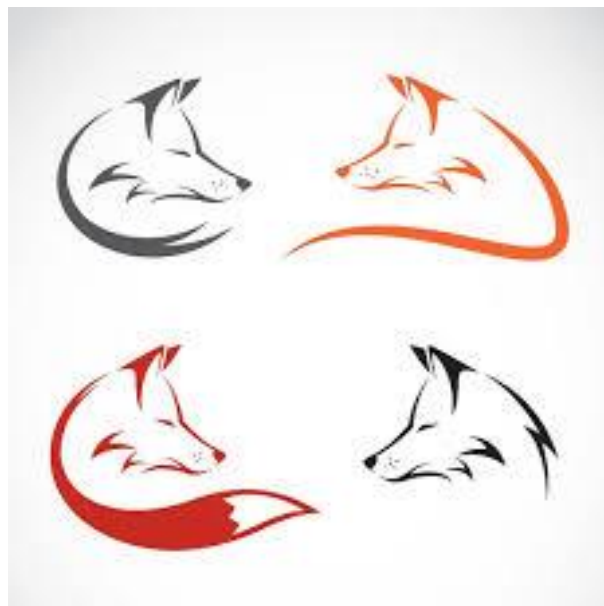


Рис.3.3 Векторна графіка

Adobe Photoshop — це програма для редагування та обробки растрових

зображень, яка широко використовується в графічному дизайні, фотографії, веб-дизайні та інших сферах. Він є незамінним інструментом для створення та редагування графіки, фотографій та інших візуальних елементів. (Рис.3.4)

Photoshop надає широкий набір інструментів для ретуші та покращення фотографій, включаючи корекцію кольору, видалення дефектів шкіри, редакцію фону та багато іншого. Програма дозволяє створювати нові зображення з нуля за допомогою пензликів, форм, тексту та інших інструментів. Photoshop використовує систему шарів, що дозволяє зберігати різні елементи дизайну окремо, що полегшує редагування та організацію проектів. Програма має велику кількість вбудованих фільтрів та ефектів, які дозволяють створювати різноманітні спеціальні ефекти та обробляти зображення. Photoshop надає різноманітні можливості для роботи з текстом, включаючи налаштування шрифтів, розмірів, кольорів та стилів. Можливості створення масок і вибірок дозволяють точно визначити області, які потребують редагування або ефектів. Photoshop легко інтегрується з іншими програмами Adobe, такими як Illustrator і InDesign, що дозволяє створювати комплексні дизайни.

Photoshop використовується для ретуші та покращення фотографій готової продукції гончарної майстерні.

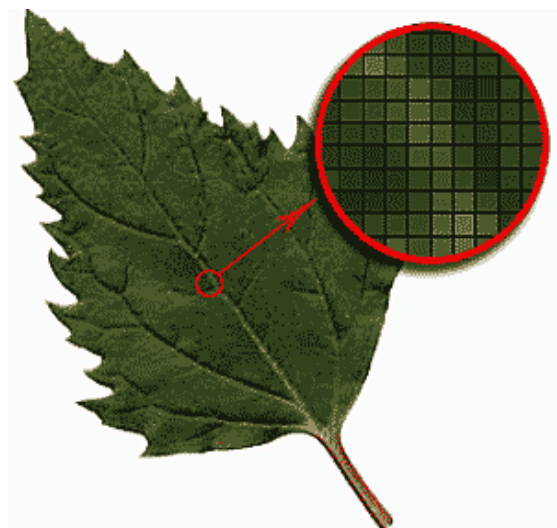


Рис.3.4 Растрова графіка

Це включає видалення непотрібних елементів, корекцію кольору, роботу з освітленням та тінями. Також використовується для створення макетів та прототипів упаковки, декору та інших виробів гончарної майстерні. Це дозволяє побачити, як виглядатиме кінцевий продукт, та внести необхідні зміни до дизайну.

Adobe Photoshop є потужним інструментом для редагування та створення графічних елементів, що знаходить широке застосування в дизайні гончарної майстерні.

3.3 Розробка пакування та фірмового стилю про'кту

Реалізація розробки фірмового стилю включає створення цілісної системи візуальних елементів, що забезпечують єдність та впізнаваність бренду "Magic Ceramics". Було визначено ключові компоненти фірмового стилю, такі як логотип, кольорова гама, шрифти та графічні елементи [2,18].

Для реалізації розробки фірмового стилю було важливо створити систему візуальних елементів, які відображатимуть суть та цінності бренду "Magic Ceramics".

Перед розробкою фірмового стилю необхідно було детально вивчити бренд "Magic Ceramics", зрозуміти його місію, цінності та унікальні особливості. Було проведено аналіз актуальності фірмового стилю, визначення творчої концепції та ідеї для створення дизайн-проекту, аналіз стану кераміки, дослідження зарубіжних фірмових стилів гончарних майстерень.

Проведений аналіз дозволив зробити кілька важливих висновків, які стали основою для розробки фірмового стилю. "Magic Ceramics прагне підкреслити натуральність та екологічність своїх виробів, акцентуючи на використанні природних матеріалів та традиційних технік виготовлення кераміки. Це стало ключовим елементом у розробці фірмового стилю, що відображає автентичність та високу якість ручної роботи. Вивчення фірмових стилів конкурентів дозволило виділити сильні та слабкі сторони існуючих брендів на ринку кераміки. Це

допомогло "Magic Ceramics" знайти свою нішу та підкреслити унікальні переваги своїх виробів, такі як екологічність та використання традиційних технік. Реалізація розробки фірмового стилю на основі проведеного аналізу дозволила створити єдину систему візуальних елементів, яка відображає унікальність бренду "Magic Ceramics", його цінності та переваги. Це допомогло підвищити впізнаваність бренду, зміцнити його позиції на ринку та залучити нових споживачів.

Логотип є центральним елементом фірмового стилю, тому було приділено особливу увагу його створенню. Логотип "Magic Ceramics" був ретельно пророблений, враховуючи естетику та ідею гончарної майстерні. Він мав передати відчуття тепла, творчості та витонченості, що відображають основні цінності бренду. На першому етапі розробки логотипу було проведено всебічне дослідження бренду "Magic Ceramics". Було визначено його місію, цінності та основні принципи роботи. Крім того, аналізувалися конкурентні бренди та їх логотипи, що допомогло виявити сильні та слабкі сторони існуючих рішень. Після дослідження було визначено основні концепції, які мали бути відображені в логотипі. Підкреслення унікальності кожного виробу та майстерності гончарів. Відображення естетичної краси та високої якості продукції. На основі визначених концепцій було створено кілька ескізів та прототипів логотипу. Вони включали різні варіанти шрифтів, символів та композиційних рішень. Важливим було знайти баланс між традиційністю та сучасністю, щоб логотип виглядав актуально та привабливо.

Було обрано природні та теплі відтінки, які асоціюються з глиною та гончарним мистецтвом. Кольори відіграють важливу роль у створенні атмосфери та враження від бренду. Для "Magic Ceramics" були обрані природні та теплі відтінки, які асоціюються з глиною та гончарним мистецтвом. Ця кольорова гама підкреслювала натуральність та екологічність продукції.

Шрифти [38] та графічні елементи допомагали створити стильний та сучасний образ бренду. Були обрані шрифти, що відповідали естетиці гончарної майстерні та лаконічно доповнювали логотип. Графічні елементи, такі як

орнаменти або текстурні ефекти, використовувалися для створення додаткової глибини та цікавого візуального ефекту .

Після створення фірмового стилю він був підданий тестуванню на різних носіях та в різних контекстах. Було важливо переконатися, що він виглядає однаково ефективно на веб-сайті, у соціальних мережах, на упаковці продукції та в інших використаннях. За потреби вносилися корективи та адаптації.

Фірмові кольори відіграють ключову роль у створенні візуальної ідентичності бренду "Magic Ceramics". Вони допомагають встановити емоційний зв'язок з аудиторією, підкреслюють унікальність продукції та сприяють впізнаваності бренду. Процес розробки фірмових кольорів включав кілька етапів.

Першим кроком було глибоке розуміння місії, цінностей та філософії бренду "Magic Ceramics". Бренд прагне підкреслити натуральність, екологічність та традиційні техніки виготовлення кераміки. Тому було вирішено, що кольорова гама повинна відображати ці аспекти, створюючи відчуття природності та тепла.

Наступним етапом було дослідження психології кольору та кольорових асоціацій. Було важливо вибрати кольори, які викликають відповідні емоції та асоціації у споживачів. Для "Magic Ceramics" були обрані природні та теплі відтінки, які асоціюються з глиною, землею, теплом та природою. Це підкреслює натуральність та екологічність продукції.

Аналіз фірмових кольорів конкурентів дозволив визначити тенденції у сфері кераміки та знайти кольорові рішення, які допоможуть "Magic Ceramics" виділитися на ринку. Було важливо створити унікальну кольорову гаму, яка б не повторювала існуючі рішення конкурентів, але водночас була б зрозумілою та привабливою для цільової аудиторії.

На основі проведених досліджень було створено кілька варіантів кольорових палітр. Основна палітра складалася з теплих, природних відтінків, таких як теракотовий, глиняний, піщаний та оливковий. Ці кольори асоціюються з природними матеріалами та традиційними техніками гончарства. Було важливо, щоб основні кольори гармонійно поєднувалися між собою та створювали єдину візуальну ідентичність.

Окрім основної палітри, були визначені додаткові кольори, які використовувалися для акцентів та підкреслення важливих елементів дизайну. Додаткові кольори обиралися таким чином, щоб вони не перебивали основну палітру, але додавали динамічності та інтересу до візуальних матеріалів бренду.

Після визначення кольорової палітри вона була протестована на різних носіях та в різних контекстах. Було важливо переконатися, що кольори виглядають однаково ефективно на веб-сайті, у соціальних мережах, на упаковці продукції та в друкованих матеріалах. Тестування включало оцінку кольорової гами у різних умовах освітлення та на різних типах поверхонь.

Після успішного тестування кольорова гама була затверджена та впроваджена у всі аспекти бренду "Magic Ceramics". Було створено детальний брендбук, який включав інструкції щодо використання фірмових кольорів, їх поєднання та застосування на різних носіях. Це допомогло забезпечити єдність візуальної ідентичності у всіх каналах комунікації.

Розробка фірмових кольорів для "Magic Ceramics" була ретельним процесом, який враховував місію та цінності бренду, психологію кольору, аналіз конкурентів та тестування на різних носіях. Основна кольорова палітра з теплих, природних відтінків допомогла підкреслити натуральність та екологічність продукції, створюючи цілісну та впізнавану візуальну ідентичність бренду.

Розробка дизайну фірмового пакування для "Magic Ceramics" була важливим етапом у створенні цілісної візуальної ідентичності бренду. Процес включав кілька ключових етапів, які допомогли створити ефективне та привабливе пакування.

На першому етапі було проведено глибокий аналіз бренду "Magic Ceramics". Було важливо зрозуміти місію, цінності та унікальні особливості продукції. "Magic Ceramics" прагне підкреслити натуральність, екологічність та традиційні техніки виготовлення кераміки, що мали бути відображені в дизайні пакування.

Було проведено аналіз ринку керамічних виробів та пакування конкурентів. Це дозволило визначити тенденції у дизайні пакування, виявити сильні та слабкі сторони існуючих рішень та знайти власну нішу для бренду "Magic Ceramics".

Особливу увагу приділили екологічним матеріалам та сучасним дизайнерським рішенням. На основі проведених досліджень було визначено основні концепції та ідеї для дизайну пакування.

На цьому етапі було створено кілька ескізів та прототипів пакування. Було розроблено різні варіанти форм, розмірів та стилістичних рішень для пакування. Особлива увага приділялася зручності використання та захисту продукції під час транспортування.

Було вирішено використовувати екологічно чисті матеріали, такі як картон та папір, які піддаються вторинній переробці. Це підкреслювало екологічність продукції та відповідало цінностям бренду. Також враховувалася міцність матеріалів для забезпечення безпеки керамічних виробів під час транспортування.

На цьому етапі було розроблено графічні елементи, які включали логотип, кольорову гаму, шрифти та орнаменти. Графічні елементи були розміщені таким чином, щоб підкреслювати автентичність та високу якість продукції. Було важливо створити гармонійний та естетично привабливий дизайн, який буде привертати увагу споживачів.

Після створення прототипів пакування вони були піддані тестуванню на практичність та ефективність. Було важливо переконатися, що пакування зручне у використанні, добре захищає продукцію та виглядає привабливо на полицях магазинів. За потреби вносилися корективи та покращення.

Після успішного тестування фінальний дизайн пакування був впроваджений у виробництво. Було створено детальні інструкції щодо виготовлення та використання пакування, що допомогло забезпечити високу якість та єдність візуальної ідентичності у всіх точках дотику зі споживачами.

Було розроблено пакування для індивідуальних виробів, таких як чашки, тарілки чи вази, було розроблено пакування, яке підкреслює унікальність кожного виробу. Використовувалися коробки з натурального картону з мінімалістичним дизайном, що включав логотип та короткий опис виробу. Подарункове пакування наборів було створено спеціальне пакування, яке включало декілька виробів "Magic Ceramics". Таке пакування було більш елегантним та святковим, з

додатковими графічними елементами та декоративними деталями. Транспортне пакування Для забезпечення безпеки керамічних виробів під час транспортування було розроблено міцне пакування з додатковими вставками та прокладками. Це дозволило мінімізувати ризик пошкодження продукції під час доставки.

Розробка дизайну фірмового пакування для "Magic Ceramics" була комплексним процесом, який враховував аналіз бренду, ринку та конкурентів, вибір екологічних матеріалів, створення естетично привабливого дизайну та тестування на практичність. Фінальний дизайн пакування відображав цінності бренду, підкреслював натуральність та високу якість продукції, сприяючи підвищенню впізнаваності бренду та залученню нових споживачів.

Останнім етапом було впровадження фірмового стилю в усі аспекти "Magic Ceramics". Це включало в себе оновлення інстаграму, оформлення упаковки продукції, створення рекламних матеріалів та розвиток брендової комунікації.

У результаті реалізації розробки фірмового стилю бренд "Magic Ceramics" отримав цілісну та стильну ідентичність, яка відображала його унікальність та привабливість.

3.4. Виготовлення в матеріалі виробів дизайн-проекту фірмового стилю компанії «Magic ceramics»

Вибір матеріалів для пакування є критично важливим етапом, який визначає як естетичні, так і функціональні характеристики кінцевого продукту. Для бренду "Magic Ceramics" матеріали повинні відображати цінності бренду, зокрема екологічність, натуральність та традиційність.

Зважаючи на цінності бренду, першим і найважливішим критерієм для вибору матеріалів була їх екологічність. Вибір впав на матеріали, які піддаються вторинній переробці та мають мінімальний вплив на навколишнє середовище. Картон та папір ці матеріали є одними з найбільш екологічних варіантів для пакування. Вони легко піддаються переробці, а також можуть бути виготовлені з вторинної сировини. Біорозкладні матеріали в якості альтернативи для деяких

частин пакування можуть використовуватися матеріали, які розкладаються природним шляхом, наприклад, крафт-папір або спеціальні види пластиків, що розкладаються.

Одним із важливих факторів є міцність та захист продукції. Пакування повинно забезпечувати надійний захист керамічних виробів під час транспортування та зберігання. Для цього було обрано матеріали, які мають достатню міцність та амортизаційні властивості. Гофрований картон відомий своєю міцністю та здатністю амортизувати удари, що робить його ідеальним матеріалом для зовнішнього пакування керамічних виробів. Піна або пухирчаста плівка використовується для додаткового захисту виробів всередині коробок, особливо для делікатних або дорогоцінних предметів. Піна або пухирчаста плівка допомагають зменшити ризик пошкодження під час транспортування.

Пакування також повинно бути естетично привабливим, щоб підкреслювати унікальність та високу якість продукції "Magic Ceramics". Для цього було обрано високоякісний картон з текстурою. Використання картону з природною текстурою, яка нагадує глину або інші природні матеріали, додає автентичності та підкреслює традиційність виробів. Для друку на пакуванні використовуються фарби на водній основі, які не містять шкідливих хімікатів та відповідають стандартам екологічної безпеки.

Зручність використання пакування також є важливим аспектом. Було вибрано матеріали, які дозволяють легко відкривати та закривати упаковку, а також забезпечують можливість повторного використання. Складний картон легко збирається і розбирається, що забезпечує зручність у використанні та зберіганні. Етикетки та наклейки з екологічних матеріалів використовуються для маркування продукції та надання інформації про виріб. Вони повинні легко зніматися, не залишаючи слідів.

Вибір матеріалів для пакування "Magic Ceramics" базувався на екологічних, функціональних, естетичних та економічних критеріях. Основними матеріалами стали картон, гофрокартон, біорозкладні матеріали та екологічні фарби. Це забезпечило створення надійного, привабливого та екологічного пакування, яке

підкреслює цінності бренду та відповідає високим стандартам якості.

Для різних типів пакування "Magic Ceramics" було визначено оптимальні розміри, що забезпечують надійний захист виробів та підкреслюють їх естетичність. Нижче наведено розміри для кожного типу пакування:

Мішечок - зовнішні розміри мішечка 20 см (висота) x 15 см (ширина). Обраний матеріал із натуральних тканин. Натуральна тканина (льон, бавовна) з можливістю затягування шнурком. Логотип бренду, нанесений на мішечок. Підходить для менших керамічних виробів, таких як чашки, блюдця або декоративні елементи.

Коробка з вікном – зовнішні розміри коробки 25 см (довжина) x 20 см (ширина) x 10 см (висота). Внутрішні розміри 23 см (довжина) x 18 см (ширина) x 8 см (висота). Розміри вікна 20 см (довжина) x 15 см (ширина). Виготовлена з Гофрокартон з прозорим вікном з пластику або біорозкладного матеріалу. Ідеально підходить для демонстрації середніх розмірів керамічних виробів, таких як тарілки, чашки або вази, дозволяючи споживачам бачити продукт без відкривання коробки.

Картонна коробка - зовнішні розміри коробки 30 см (довжина) x 30 см (ширина) x 15 см (висота). Внутрішні розміри коробки 28 см (довжина) x 28 см (ширина) x 13 см (висота). Виготовлена з міцного гофрокартона з двошаровою структурою. Підходить для великих керамічних виробів, таких як великі вази, декоративні тарілки або комплекти з кількох предметів.

Паперовий пакет – зовнішні розміри пакету 35 см (висота) x 25 см (ширина) x 10 см (глибина). Вироблений з крафт-паперу з ручками.

Зручний для транспортування середніх та великих керамічних виробів. Пакет може бути використаний як додатковий елемент пакування для інших коробок.

Вибрані розміри для різних типів пакування "Magic Ceramics" були розроблені з урахуванням специфіки продукції та необхідності забезпечити надійний захист виробів під час транспортування та зберігання. Кожен тип пакування підкреслює естетичність виробів та відображає цінності бренду.

Розробка креслення пакування для "Magic Ceramics" включала кілька етапів,

від концептуального дизайну до створення технічної документації. Для цього процесу було обрано програмне забезпечення, яке дозволяє створювати точні та детальні креслення з урахуванням всіх необхідних елементів.

Для створення креслень було обрано програмне забезпечення Adobe Illustrator. На основі визначених розмірів для кожного типу пакування було створено попередні ескізи. Ці ескізи включали зовнішні та внутрішні розміри, а також додаткові елементи, такі як вікна, вставки, ручки тощо.

Етапи роботи в Adobe Illustrator починаються з встановлення розмірів робочого полотна відповідно до розмірів пакування. Використання інструментів "Прямокутник" та "Коло" для створення базових форм пакування. Додавання вікон, ручок, вставок та інших елементів. Визначення ліній згину та розрізів за допомогою інструментів "Лінія" та "Перетворення". Додавання візуальних елементів, таких як логотип, кольори та текстури. Маркування кожної частини пакування для полегшення складання.

Після створення початкових креслень вони були перевірені на відповідність вимогам та зручність використання. Для цього було створено кілька фізичних прототипів за допомогою плоттера.

Одним із важливих етапів є перевірка міцності, зручності складання та естетичного вигляду. Внесення необхідних змін на основі результатів тестування, зокрема, зміни ліній згину, розмірів вікон, товщини стінок тощо.

Після успішного тестування та внесення всіх необхідних змін креслення були остаточно затверджені. Фінальні креслення включали всі необхідні технічні дані та інструкції для виготовлення пакування.

Розробка креслення пакування для "Magic Ceramics" була комплексним процесом, що включав аналіз вимог, створення початкових ескізів, детальне креслення в Adobe Illustrator, тестування прототипів та остаточно затвердження. В результаті було створено точні та детальні креслення, які забезпечують надійний захист виробів та підкреслюють естетичність та екологічність продукції.

Компанія «Magic Ceramics» спеціалізується на виробництві унікальної керамічної продукції. Процес виготовлення в матеріалі виробів дизайн-проекту

фірмового стилю включає кілька важливих етапів, кожен з яких сприяє створенню цілісного та впізнаваного образу бренду.

На початковому етапі дизайн-проект фірмового стилю включає підготовку файлів для виробництва продукції. Для ефективної передачі дизайн-проектів у виробництво необхідно створити чітко розмічені файли, які відповідатимуть вимогам виробничих процесів. Це включає підготовку макетів в програмах компанії Adobe або створення універсального PDF-файлу зі всіма необхідними розмітками.

Для створення дизайн проекту розглядаємо найбільш поширений для ринку України програмний пакет - це пакет программ компанії Adobe (є стандартом для більшої частини виробництв України, але також можуть бути використані й набори программ компанії ESKO чи Corel, проте вони є значно менш поширеними й можуть зчитані універсальним форматом PDF). В нашому випадку будемо опиратись на програмний пакет компанії Adobe, а тому розглянемо способи створення й передачі файлів за допомогою цього пакету программ.

Створення файлу за допомогою програмного забезпечення Adobe може бути передано за допомогою універсального функціоналу PackAge для підготовки й передачі файлів, Для цього потрібно імпортувати створені макети у програму Adobe пакету. У програмі чітко визначити всі лінії порізок та біговок. Вказати типи ліній (суцільні для порізок, пунктирні для біговок). Переконавшись, що всі елементи знаходяться в масштабі 1:1. Експортувати готові файли в форматі, який підтримується виробництвом (наприклад: PackAge, PDF, CDR або інші формати відповідно технічних вимог виробництва).

Створення універсального PDF-файлу використовується графічним редактором для створення макетів всіх елементів. Розмістіть всі елементи на аркуші в масштабі 1:1. Чітко позначаються всі лінії порізок та біговок. Використовуються різні стилі ліній для різних типів розрізів (суцільні лінії для порізок, пунктирні для біговок). Вказується точні розміри і відстані. Всі розмітки мають бути точні і відповідають вимогам виробництва. Збережені файли у форматі PDF, повинні бути параметри, які забезпечують високу якість та точність

друку.

Перед остаточною передачею файлів у виробництво потрібно провести внутрішню перевірку, щоб впевнитися, що всі елементи відповідають технічним вимогам, сформувані точне ТЗ для виробництва, в якому будуть описані усі технічні особливості й усі специфікації, такі як загальний розмір виробів (по кресленню 2Д), наявність біговок, друку, ламінації та бажані матеріали. Перед збереженням й передачею вищезазначеними методами обов'язково потрібно ознайомлюватись з технічними вимогами фінального виробництва, на якому буде відбуватись увесь процес виготовлення продукції, це необхідно для врахування усіх технічних можливостей й особливостей друкарського та після друкарського обладнання (таких як: ефективна роздільна здатність зображень, максимальна кількість фарби(TIL), врахування особливостей композитного чорного, композитних й кольорових шрифтів, трепінгу, можливість біговки/порізки/висікання/лакування/тощо). Погодження сигнальних або кольорових проб - це важливий етап в процесі виробництва, особливо коли йдеться про друкування або нанесення кольорів на вироби. Це допомагає забезпечити відповідність кольорів та відтінків між оригінальним дизайном та готовою продукцією. Різні типи матеріалу мають різний ступінь білизни, через що маємо відхилення від обраних кольорів що призводить до потреби кольорокорекції в залежності від обраного матеріалу та його фізичних властивостей й способів нанесення фарби на готову продукцію.

Першочергово потрібно підготувати невеликі зразки (проби) з тих самих матеріалів, на яких буде наноситися кольоровий друк. Ці проби включають різні варіанти кольорів, які мають бути погоджені з клієнтом. В цьому випадку маємо кілька можливих варіантів: цифрова кольоропроба або друк на друк на матеріалі.

Цифрова кольоропроба є оперативним рішенням що дозволяє дуже швидко виводити зразки під потрібні друкарські процеси (за умови що виробництво має налаштовані кольорові профілі під своє обладнання й білизну матеріалу й може його надати).

В результаті можемо доволі динамічно отримати зразки кольоропередачі й

провести необхідну кольорокорекцію, як недолік цієї технології маємо відсутність імітації растру та фізичного відчуття готового виробу, а лише еталонну кольоропередачу для обраного процесу друку.

Друк кольоропроби на матеріалі є найбільш точним, але й найбільш довгим й значно збільшує собівартість виробництва кольоропроби, з ним ми отримуємо як розуміння кольору так й приблизного вигляду усього макету разом на обраному матеріалі, також такий спосіб дозволяє отримати найбільш швидкий результат з сигнальними зразками, котрі покажуть одразу готові продукти на затвердження з урахуванням більшої частини друкарських й післядрукарських процесів що дає найбільшу точність для затвердження замовником продукту й мінімізує шанси на будь-яку похибку в процесі.

Оцінка кольорової проби та процес вибору варіанту, який найбільш відповідає потребам і вимогам. Важливо враховувати, як кольори виглядають під різними умовами освітлення, а також їхню відповідність фірмовому стилю.

Після вибору певного варіанту кольорів розпочинається процес виробництва, використовуючи затверджені кольори для нанесення на продукцію. Після виробництва проводиться контроль якості, щоб переконатися, що кольори на готовій продукції відповідають затвердженим кольорам. Цей процес дозволяє забезпечити високу якість та відповідність кольорів на готовій продукції, що є важливим аспектом для досягнення успішного створення фірмового стилю.

Після затвердження кольорів розпочинається виготовлення продукції згідно з затвердженими технічними вимогами і дизайном. Процес виготовлення в матеріалі виробів за дизайн-проєктом фірмового стилю компанії «Magic Ceramics» включає ретельну підготовку файлів, перевірку і погодження проб, а також контроль якості на всіх етапах виробництва. Це забезпечує створення високоякісної продукції, яка відповідає фірмовому стилю компанії і задовольняє потреби клієнтів.

Висновки до розділу 3

1. Аналіз творчої концепції та ідеї для створення дизайн-проєкту компанії "Magic Ceramics" підкреслив важливість інтеграції естетичних і функціональних елементів. Творча концепція зосереджена на злитті традиційного гончарного мистецтва з сучасними дизайнерськими підходами, що дозволяє створити оригінальний та привабливий бренд. Основні ідеї концепції включають використання природних матеріалів, екологічно чистих процесів виробництва та простих, але елегантних форм, що відповідають сучасним тенденціям і очікуванням споживачів.

2. Для реалізації дизайн-проєкту був здійснений ретельний вибір програмного забезпечення, яке забезпечує високу точність та ефективність роботи. Вибір впав на програму RackAge для підготовки файлів для виробництва, а також на графічні редактори для створення макетів у форматі PDF. Це програмне забезпечення дозволяє точно розмічати лінії порізок та біговок, зберігати масштаб 1:1 і забезпечувати високу якість зображень, що є критичним для відповідності технічним вимогам та забезпечення високої якості кінцевої продукції.

3. Розробка пакування та фірмового стилю проєкту включала створення унікального логотипу, візуальних елементів та брендбуку, що визначають правила використання фірмового стилю. Це дозволило забезпечити цілісність бренду у всіх комунікаціях та продуктах. Розроблені пакувальні рішення не тільки підкреслюють естетичні та функціональні аспекти продукції, але й забезпечують її захист під час транспортування та зберігання. Використання фірмового стилю у пакуванні підвищує впізнаваність бренду та створює позитивний імідж компанії.

4. Виготовлення виробів в матеріалі для дизайн-проєкту компанії "Magic Ceramics" підкреслив значення детального планування та точного виконання на кожному етапі виробництва. Починаючи з підготовки макетів та технічних креслень у відповідних програмних засобах, вдалося забезпечити високу точність та відповідність специфікаціям виробництва. Важливим аспектом було створення

не тільки естетично привабливих виробів, але й функціональних і зручних у використанні.

Етап погодження сигнальних зразків та кольоропроб є необхідним для ретельної перевірки та корекції всіх деталей перед початком серійного виробництва. Це дозволить уникнути можливих помилок та забезпечити відповідність кінцевих виробів початковому дизайну. Увага до деталей на всіх стадіях виробничого процесу - від концепції до готового продукту - є вирішальним фактором у створенні високоякісної продукції, яка відображає фірмовий стиль "Magic Ceramics". Це забезпечує створення продукції, візуально приваблива, та функціонально відповідає очікуванням споживачів, підвищуючи довіру до бренду та його конкурентоспроможність на ринку.

ВИСНОВКИ

1. Дослідження особливостей фірмового стилю творчих майстерень показало, що унікальність і індивідуальність є ключовими аспектами, які виділяють їх серед інших компаній. Гнучкість у використанні різних медіа та контекстів, а також передача цінностей та філософії майстерні через візуальні елементи, сприяють створенню образу бренду, який легко запам'ятати.

2. Аналіз фірмових стилів українських майстерень кераміки показав, що місцеві бренди активно використовують національні мотиви та культурну спадщину у своїх дизайнах. Це дозволяє створити сильний зв'язок з українською культурою та відобразити унікальність кожної майстерні. Крім того, використання сучасних тенденцій у дизайні підвищує конкурентоспроможність українських майстерень на міжнародному ринку.

3. Дослідження зарубіжних фірмових стилів гончарних майстерень виявило, що багато з них роблять акцент на екологічності та сталому розвитку. Використання натуральних матеріалів, екологічно чистих процесів виробництва та мінімалістичний дизайн є основними характеристиками їхнього стилю. Ці елементи допомагають створити позитивний імідж та підкреслюють відповідальність бренду перед суспільством.

4. Розробка ескізного ряду дизайн-проекту фірмового стилю показала, що систематичний підхід до створення різноманітних концепцій допомагає визначити найбільш вдале рішення для відображення філософії та цінностей бренду. Ескізи дозволили експериментувати з різними стилями, формами та кольорами, що сприяло вибору оптимального варіанту для подальшого розвитку.

5. Розробка серії пакування підкреслила важливість поєднання функціональності та естетики. Концепція проекту включає інноваційні рішення щодо захисту продукції під час транспортування, а також зручності використання для кінцевого споживача. Дизайнерські рішення були орієнтовані на створення унікального образу бренду та підвищення його впізнаваності на ринку.

6. Дизайн пакування був розроблений з урахуванням фірмового стилю та цінностей компанії. Використання високоякісних матеріалів, естетично привабливих елементів та продуманих конструктивних рішень дозволило створити пакування, яке не тільки захищає продукцію, але й слугує ефективним інструментом маркетингу. Концепт дизайну був спрямований на забезпечення цілісного образу бренду та створення позитивного враження у споживачів.

7. Аналіз творчої ідеї для дизайн-проєкту показав, що основним завданням є унікальний та впізнаваний образ бренду «Magic Ceramics». Основні елементи концепції, такі як індивідуальність, гнучкість та відповідність цінностям бренду, забезпечили основу для подальших етапів проєкту.

8. Вибір програмного забезпечення, включаючи PackAge та графічні редактори, забезпечив високу точність та ефективність роботи. Це дозволило точно розмічати лінії порізків та бігових, зберігати масштаб 1:1 і забезпечувати високу якість зображень, що є критичним для відповідності технічним вимогам.

9. Розробка пакування та фірмового стилю проєкту включала створення унікального логотипу, візуальних елементів та брендбуку, що визначають правила використання фірмового стилю. Це забезпечило цілісність бренду у всіх комунікаціях та продуктах, підвищуючи впізнаваність та позитивний імідж компанії.

10. Процес виготовлення в матеріалі виробів включав підготовку файлів для виробництва, внутрішню перевірку, формування точного технічного завдання (ТЗ), погодження сигнальних або кольорових проб, контроль якості та упаковку. Ці етапи забезпечили високоякісну продукцію, що відповідає фірмовому стилю та задовольняє потреби клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барнет Б., Еванс Д. Дизайн-мислення. Спроектуй своє життя. Наш Формат, 2018. 224 с.
2. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / Пер. з англ. О. Лобастової. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2021. 336с.
3. Гурчунова Є. Упаковка як елемент маркетингу. URL: <https://aboutmarketing.info/biznes/zarobitok/upakovka-yak-element-marketynhu/>
4. Габрійчук А. Ключові елементи ефективного дизайну упакування товарів. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/230.pdf> (дата звернення: 04.05.2024).
5. Ганоцька О. Дизайн упаковки: комунікація зі споживачем. Вісник ХДАДМ. 2020. № 3. С. 14-20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2020_3_4 (дата звернення: 05.04.2024).
6. Іванова С.А., Мироненко В.В. Навчально-практичний посібник з навчальної дисципліни «Бренд-комунікації» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 061 Журналістика. Історико-теоретичні аспекти бренд-комунікацій. Частина 1. Дніпро: Грані, 2024. 64 с. URL: <https://fszmk.dnu.dp.ua/uploads/files/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE> (дата звернення: 04.05.2024).
7. Історія японської порцеляни: кераміка аріта. URL: <https://violity.com/ua/new/5325-storiya-yaponskoyi-porcelyani-keramika-arita> (дата звернення (03.04.2024).
8. Італійська кераміка завжди славилася своєю оригінальністю . URL: https://www.instagram.com/dim_posudu_kyianochka/p/CGUuuPhnpIG/ (дата звернення: 05.04.2024).

9. Кераміка Китаю. URL:<https://arshistorian.blogspot.com/2016/02/blog-post.html>. (дата звернення: 05.04.2024).
10. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник за ред. Є. А. Антонович, КНУБА. Київ : Кондор, 2018. 543 с. : іл.
11. Лаптон Е., Філліпс Д. К. Графічний дизайн: Нові основ / переклад з англійської І. Михайлишева. Київ: Arthuss, 2020. 262 с.
12. Литвинюк Л. До питання становлення та розвитку фірмового стилю. Вісник Львівської національної академії мистецтв. Вип. 24. С. 10-17. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf. (дата звернення: 04.05.2024).
13. Малинка О. «ДНК» бренду як система збереження, відтворення і передачі інформації до споживача. Маркетинг в Україні. 2006. №1. С. 34–38.
14. Мексиканське народне мистецтво. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B5_%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B5_%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE (дата звернення: 05.04.2024).
15. Основи айдентики : матеріали та методичні рекомендації до спецкурсу / укладачі Ю.С. Кулінка, Л.П. Романко. КДПУ, 2017. 95с. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/4223/1/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8.pdf>. (дата звернення: 04.05.2024).
16. Пелих М., Вишневська М. Упаковка – інструмент маркетингу для ефективного збільшення обсягу продажу продукції. Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства: тези доповідей. 2020, С.429-430. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/19005/1/429-431.pdf>.
17. Посібник для початківців до дизайну упаковки. URL: <https://design.tutsplus.com/uk/articles/the-beginners-guide-to-packaging-design--cms-27380> (дата звернення : 05.04.2024).

18. Поняття бренду, брендингу. Елементи фірмового стилю. URL: <https://dystosvita.org.ua/mod/page/view.php?id=1213&lang=en> (дата звернення : 05.04.2024). Оганесян С. В., Колісник О. В. Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду: моногр. Київ: КНУТД, 2024. 212 с
19. Поняття бренду, брендингу. Елементи фірмового стилю. URL: <https://dystosvita.org.ua/mod/page/view.php?id=1213&lang=en> (дата звернення: 05.04.2024).
20. Просвирина А. Дизайн пакування від ідеї до виробництва. URL: <https://koloro.ua/ua/brending-i-marketing/dyzajn-pakuvannya-vid-ideyi-do-vyrobnytstva/> (дата звернення: 05.04.2024).
21. Роль упаковки в просуванні товару. URL: <https://vyviska.com.ua/rol-upakovky-v-prosuvanni-tovaru/> (дата звернення: 05.04.2024).
22. Творча майстерня «ЯР». URL: <https://wetaby.tilda.ws/page42934690.html>. (дата звернення: 05.04.2024).
23. Чарівники горну. 10 українських брендів кераміки, якими варто пишатися за версією Фокус. URL: <https://brandstory.com.ua/rejtingi/carivniki-gornu-10-ukrains-kih-brendiv-keramiki-akimi-var-to-pisatisa-za-versieu-fokus>. (дата звернення: 05.04.2024).
24. Ampuero-Canellas O., Vila N. Consumer perception of product packaging. Journal of Consumer Marketing. 2006. № 23(2). P.100-112. URL: https://www.researchgate.net/publication/235303347_Consumer_perception_of_product_packaging (дата звернення: 04.05.2024).
25. Andrivet M. How to Build a Brand: A Complete Step-by-Step Guide For Marketers & Entrepreneurs. URL: <https://www.thebrandingjournal.com/2024/12/how-to-build-a-brand>. (дата звернення: 04.05.2024).
26. Bierut M. How to Use Graphic Design to Sell Things, Explain Things, Make Things Look Better, Make People Laugh, Make People Cry, and (Every Once in a While) Change the World. Harper Design, 2015. 320 p. Бірут М.
27. Boylston S. Designing Sustainable Packaging: A guide to eco-friendly packaging design. Laurence King Publishing, 2009. 192 p.

28. Building a Strong Brand Identity: Key Elements and Tips. URL: <https://mcallistermarketing.com/building-a-strong-brand-identity-key-elements-and-tips>. (дата звернення: 04.05.2024).
29. Creative structural design can never be ignored URL: <https://www.bcipkg.com/creative-structural-design-can-never-be-ignored>. (дата звернення: 04.05.2024).
30. DIELINE - The Leading Source for Packaging Innovation and ... URL: <https://thedieline.com/> <https://thedieline.com/about-us/> (дата звернення 20.04.2024)
31. DuPuis S., Silva J. Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging. Rockport Publishers ,2008 .240 p.
32. Grosskettler R. Designing for Diversity and The Imperative of Inclusive Product Design. URL: <https://medium.com/@rich.grosskettler/designing-for-diversity-and-the-imperative-of-inclusive-product-design-b695b6952fcf>. /(дата звернення: 05.04.2024).
33. Harun Tasci. Global Innovations in Packaging. 2023/ URL: <https://www.linkedin.com/pulse/global-innovations-packaging-harun-tasci-j1ldc>. (дата звернення: 04.05.2024).
34. Innovations in Eco-Friendly Packaging Designs. URL: <https://sustainablelivingassociation.org/innovations-in-eco-friendly-packaging-designs>. (дата звернення: 04.05.2024).
35. Kim A. BUILDING YOUR BRAND: A Comprehensive Guide to Creating a Strong Brand Identity. Independently published? 2023. 59 p.
36. Klimchuk M.R., Krasovec S.A. Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf. John Wiley & Sons Inc, 2006. 224p.
37. Lindell Victoria. The Power of Packaging How to Create Packaging That Sells.2014. 78с.
38. Loughheed Tom and David Carson. Thinking with Type: A Practical Guide to Typography. 2001. 26с
39. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students (Design Briefs). Princeton Architectural Press, 2007. 224 p.

40. Moya E. Building a Strong Brand Identity: Strategies for Branding Success. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/building-strong-brand-identity-strategies-branding>. (дата звернення: 04.05.2024).
41. NOTARY CERAMICS. URL: <https://www.krisleboeuf.com/notary-ceramics>. (дата звернення 12.03.2024)/
42. Pyzyk K. 5 packaging innovation trends to watch in 2024: SPC. URL: <https://www.packagingdive.com/news/sustainable-packaging-innovation-trends-machine-learning-seaweed-labeling/712627>. (дата звернення: 04.05.2024).
43. Packaging Design: How to Create Packaging that Attracts and Sells. URL: <https://klout9.co/how-to-create-packaging-that-attracts-and-sells>. (дата звернення: 04.05.2024).
44. Slade-Brooking C. Creating a Brand Identity: A Guide for Designers: (Graphic Design Books, Logo Design, Marketing. Laurence King Publishing, 2016. 160 p.
45. Spazio Di Paolo. The art of packaging design. Di Paolo, 2022. 392 p.
46. The Dieline URL: <https://thedieline.com/> (дата звернення 15.03.2024)
47. Top Packaging Projects of 2024. URL <https://packagingoftheworld.com/2024/12/top-packaging-projects-of-2024.html> (дата звернення: 03.05.2024).
48. What is brand identity and how do you build it? URL: <https://www.frontify.com/fr/brand-identity>.
49. Wheeler A. Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, And Maintaining Strong Brands 2nd Edition. John Wiley & Sons Inc., 2006. 280 p.
50. Creative Packaging Design Ideas You Won't Believe URL <https://www.manypixels.co/blog/print-design/creative-packaging> (дата звернення: 05.04.2024).

ДОДАТКИ