



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «Дизайн»
Кафедра «Графічний дизайн»
ОПП "Графічний дизайн"

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
Комплексний редизайн базових елементів айдентики
та упаковки бренду «Галля Балувана»

Виконала: Гущина Мар'яна Владиславівна
Керівник: канд. мист., проф. Ганочко Ольга Василівна
Консультант: доцент ХДАДМ Більдер Наталя Трифонівна

Анотація до проєкту. Обрана тема актуальна тому що потребує оновлення візуальної айдентики відповідно до сучасних вимог ринку та споживчих очікувань. «Галля Балувана», спеціалізується на виробництві напівфабрикатів, має сформований впізнаваний образ, проте її візуальні рішення - дизайн упаковки, є застарілим і недостатньо практичним, оскільки не відповідає сучасним стандартам графічного дизайну. Редизайн айдентики є важливим інструментом підвищення впізнаваності, формування конкурентоспроможності продукції. Проєкт має практичну цінність, оскільки може бути реалізований у діяльності бренду та сприяти популяризації українського продукту на внутрішньому й міжнародному ринках.

Сутність проєктної пропозиції базується на формуванні адаптивної візуальної системи бренду, що враховує особливості українського та європейського ринків. Центральною ідеєю є поєднання культурної ідентичності та сучасної графічної мови, де бренд транслює образ домашньої кухні та емоційної близькості до споживача. В основі концепції лежить розробка двох напрямків візуальної айдентики: Українська версія базується на образі бренду-персонажа, що уособлює турботу, традиційність і домашній затишок, а також на стилізованих орнаментальних мотивах, натхненних українською культурною спадщиною. Європейська версія побудована на більш мінімалістичному та універсальному підході, де основним графічним елементом виступає геометричний орнамент, що забезпечує впізнаваність бренду без культурних бар'єрів.

Композиційна система пакування ґрунтується на принципах структурованості, читабельності. Розроблено логотип, кольорову палітру, обрано українську шрифтову систему, орнаментальні елементи та адаптивні макети пакування для різних типів продукції. Особлива увага приділена функціональності пакування та його здатності швидко передавати інформацію споживачу на полиці.

Запропоноване рішення поєднує естетичну виразність із практичністю та відповідає сучасним тенденціям дизайну пакування у сегменті FMCG.

Ключові слова: айдентика, редизайн, пакування, FMCG, візуальна комунікація, бренд, мінімалізм.



МУДБОРД

