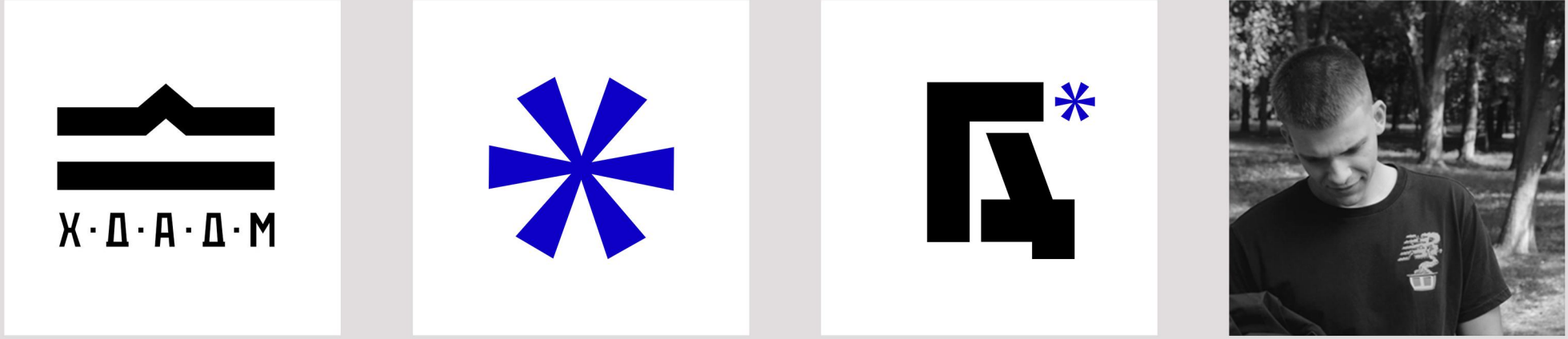




ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «Дизайн»
Кафедра «Графічний дизайн»
ОПП “Графічний дизайн”

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
ДИЗАЙН КОРПОРАТИВНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ЮВЕЛІРНОГО
БРЕНДУ «ОЗДОБА» НА ОСНОВІ УКРАЇНСЬКОЇ
КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Виконав: Мірошниченко Дмитро Олександрович
Керівник: канд. мист., проф. Ганоцька Ольга Василівна
Консультант: доцент ХДАДМ Більдер Наталя Трифонівна

Анотація до проєкту. Роботу присвячено розробці комплексної візуальної стратегії для нового ювелірного бренду, що базується на інтелектуальному переосмисленні українського культурного коду та його адаптації до вимог сучасного преміального ринку.

Метою роботи є розробка дизайну корпоративної ідентифікації ювелірного бренду «Оздоба», який гармонійно поєднує автентичність народних орнаментів із сучасною естетикою, перетворюючи ювелірний виріб на «носія історії» та особистий оберіг.

Завдання полягають у наступному: проведення передпроектного дослідження ринку та цільової аудиторії; аналіз конкурентного середовища; розробка концепції та ескізування логотипу; створення конструктивно-пластичного рішення пакування; виконання додрукарської підготовки макетів.

Передпроектне дослідження дозволило з'ясувати, що сучасний ювелірний ринок трансформується у бік пошуку культурного наповнення, а в Україні існує високий запит на національну ідентичність. Визначено портрет цільового споживача, який цінує прикраси зі змістом та емоційною історією. Дизайн-пропозиція базується на символічному образі пташки з намистом у дзьобі, виконаному лаконічними ламаними лініями. Система включає унікальну типографіку на основі шрифту Kratola Regular, символічну колористику (попелясто-рожевий, золотий, слонова кістка) та авторські регіональні орнаменти, інтегровані з архітектурними пам'ятками України. Пакувальні рішення передбачають використання дизайнерського матового картону, золотого глянцевого тиснення та фігурної висічки.

Отже, розроблена система візуальної ідентифікації є цілісним та технологічно підготовленим інструментом комунікації, що дозволяє бренду «Оздоба» ефективно позиціюватися як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках, популяризуючи українську спадщину через засоби сучасного графічного дизайну.

