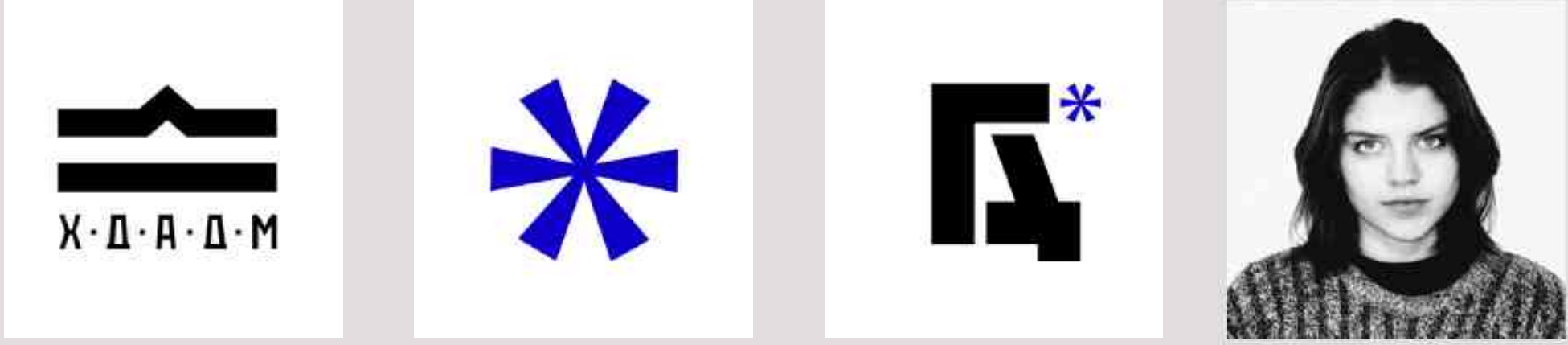




ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «Дизайн»
Кафедра «Графічний дизайн»
ОПП “Графічний дизайн”

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
РЕДИЗАЙН ЕЛЕМЕНТІВ АЙДЕНТИКИ ОСВІТНЬОГО
ЗАКЛАДУ «НОВА ХВИЛЬКА»

Виконала: Ярута Юлія Борисівна
Керівник: старший викладач Лаврікова Катерина Анатоліївна
Консультант: доцент ХДАДМ Більдер Наталя Трифонівна

Анотація до проекту. Актуальність роботи зумовлена необхідністю модернізації закордонних осередків українознавства, більшість з яких наразі мають критично застарілу візуальну базу та страждають від відсутності цілісних дизайн-систем. На основі аналізу конкурентного ринку США та запитів цільової аудиторії (батьків, учнів та вчителів) визначено потребу впровадження концепції «Glocal», яка поєднує автентичні українські коди із західним мінімалізмом, підвищує рентабельність закладу на міжнародному ринку та транслює престиж і гордість в американському соціокультурному середовищі.

Сутність бренду базується на подоланні застарілих етнічних стереотипів та створенні цілісної, функціонально-адаптивної дизайн-системи, яка забезпечує високу впізнаваність і транслює сучасний підхід до вивчення української культури. Важливим аспектом став пошук та розробка універсального графічного знака, що зберігає ідею національної ідентичності, але залишається візуально чистим, стабільним і читабельним при масштабуванні на будь-яких фізичних та цифрових носіях.

Центральною ідеєю розробленої проектної пропозиції є комплексний підхід, в основі якого лежить унікальна дуальна система ідентифікації, диференційована під різні сегменти аудиторії. Для батьків та викладачів розроблено офіційний академічний герб із семантикою книги та олівця, який викликає довіру й підкреслює високий статус і фундаментальність освіти. Водночас для дітей та підлітків створено адаптивний геометричний логотип, що є лаконічним синтезом образів дерева, книги та знака єдності, а також модульні фірмові патерни для гнучкого брендування цифрових і фізичних поверхонь.

Стратегічним конструктивно-технологічним рішенням для інтеграції закладу в американську культуру корпоративного мерчу є створення лінійки трендової сувенірної продукції: оверсайз-худи, футболки, бейсболки, шоперів, значків та наліпок, спрямованих на популяризацію української школи в повсякденному житті. Головним комунікативним УТП проекту є розробка стильного цифрового контенту для діджитал-простору в поєднанні з прорахованим поліграфічно-технологічним комплексом, що містить офсетний друк із вибіркою УФ-лакуванням та металеве штампування.

Розроблений дипломний проект успішно вирішує проблему візуальної анахронічності стилю, демонструє високу комунікативну ефективність і задає новий стандарт якості для закордонних осередків українознавства у 2026 році.

