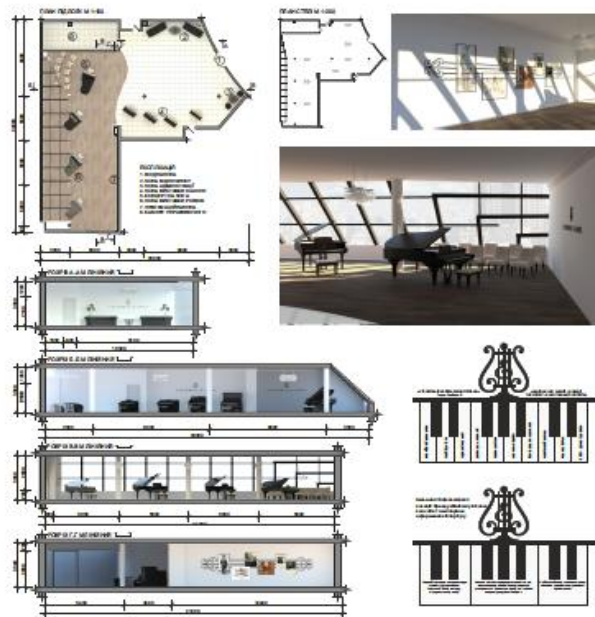
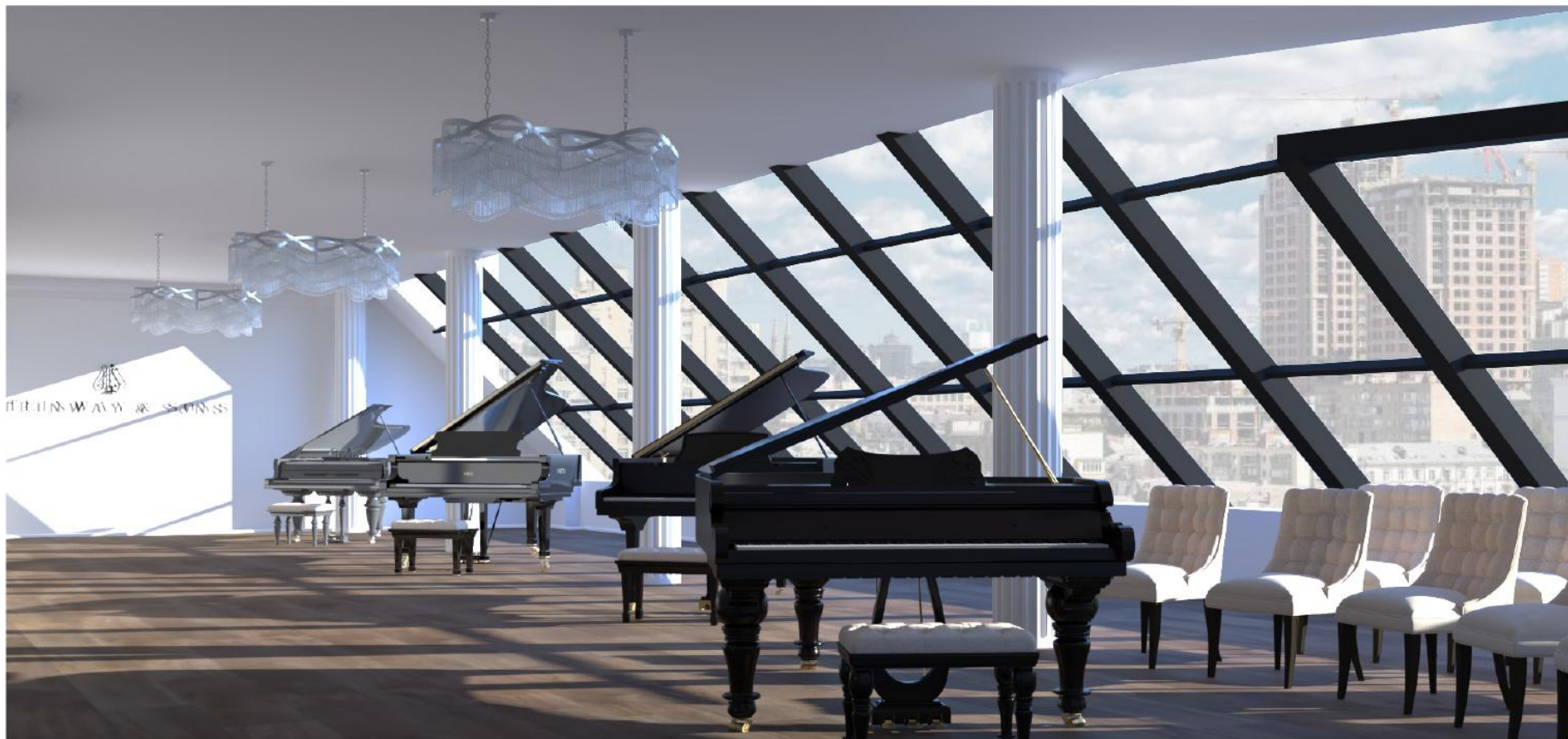


КОНЦЕПТУАЛЬНЕ РІШЕННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ САЛОНУ РОЯЛЕЙ ТА ПІАНІНО  
БРЕНДУ STEINWAY&SONS У М. ХАРКІВ В ТЦ AVE PLAZA ПО ВУЛ. СУМСЬКА, 10

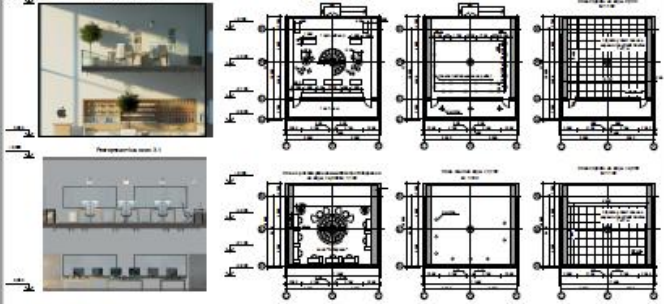


КОНЦЕПТУАЛЬНЕ РІШЕННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ САЛОНУ РОЯЛЕЙ ТА ПІАНІНО  
БРЕНДУ STEINWAY&SONS У М. ХАРКІВ В ТЦ AVE PLAZA ПО ВУЛ. СУМСЬКА, 10





Концептуальне рішення дизайну інтер'єрів магазину "Apple store" компанії Apple по вулиці Патона, м. Львів.



Висновок студент групи ДАІС Горбулюк Ю.В., Корзишук Кристина С.В., Шарлай Е.В.

Імплементация ключевых позиций бренда Apple в засоби та матеріали оформлення інтер'єру.



Ключові цінності компанії Apple та Стіва Джобса як засновника компанії.



Концептуальне рішення дизайну інтер'єрів магазину "Apple store" компанії Apple по вулиці Патона, м. Львів.



# КОНЦЕПТУАЛЬНЕ РІШЕННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ ВИСТАВКОВОЇ ЗАЛИ АВТОСАЛОНУ МІЖНАРОДНОЇ АВТОМОБІЛЬНОЇ КАМПАНІЇ "ТОЙОТА"

правильний процес дає правильні результати

**1. ФІЛОСОФІЯ**  
філософія дає усвідомлену перспективу

1. Правильні управлінські рішення і формування довгострокової перспективи, швидкості, якщо це завжди викликає короткостроковий фізичний вплив.

2. Процес у вигляді безперервного потоку сприймає викликані проблеми.

3. Використовувати схему «наступальне» виробництва, щоб уникнути невикористаності. Організація роботи виробництва визначає, щоб споживач отримав те, що йому потрібно, у потрібній часті та потрібній кількості.

4. Варто бути об'єктивним. Для того, щоб створити правильне позитивне виробництво і делегувати відповідальність і обов'язки, потрібно виробити графік виробництва, на завади категорично дотримуватись порядку виконання завдань.

5. Зупинити виробництво, якщо того вимагає ризик.

6. Стандартизовані завдання і делегування повноважень співробітникам — основа безперервного вдосконалення.

7. Використовувати візуальний контроль, щоб жодна проблема не залишилася непоміченою.

8. Використовувати тілесні надії, випробувану технологію.

корпоративну філософію.

11. Показати своїй партнерів і постачальників, став перед ними важкі завдання і відповідні вдосконалюються.

12. Хочеш розібратися в ситуації — подивись на всі свої очі.

13. Правильні рішення не емоційні, заважає всі можливі варіанти.

14. Зробити свою компанію організованою, яка працює за принципом чіткого аналізу і безперервного вдосконалення



コ  
タ

**КОЛІР**  
Кольорова палітра світла (в основному білий та світло-сірий метали) з акцентом на чорному брендовому, що додає приємності значимості та статусності. Чорний колір, як акцент, позитивно сприяє подоланню на значення дії. В японській культурі чорний символізує: мисль, безпеку, прояснення свід, а також владу і багатство.

**ЗОНИ**  
Зонування зали салону можна поділити на три типи:  
• ділова для оформлення покупок та кредитів (вирізняється заставою освітлення у виставковій зоні);  
• зона відпочинку.  
Зона відпочинку має перегородити відділення від ділової, завантажувач, який має відчуття відокремленості від ділової, для зони відпочинку мають бути досить захватними, і це має змусити потенційного клієнта глибоко обміркувати майбутню угоду, що також є одним із принципів Дау кампанії.

**СТИЛЬ**  
Основний стиль прийняв кампанії - High-tech з елементами еко-стиля, що символізує її високу технологічність, але водночас і прагнення до екологічності. Стриманість в оформленні інтер'єру також є проявленням давньої японської культури.

**МЕБЛІ**  
Меблі, зручні, стримані та сучасні за формою. Світлий та кригли, завантажувач, чорного фірмового кольору. Столи або світло дерева, або білий чи світло-сірий з елементами світлого дерева.

**ОЗДОБЛЕННЯ**  
Світла дерева, що використовується в оздобленні деяких декоративних панелей та деяких меблів, символізує собою прагнення кампанії до екологічності. Також використовується багато сільських перегородок

**ІМПЛІМЕНТАЦІЯ КЛЮЧОВИХ ПОЗИЦІЙ БРЕНДУ ТОУОТА В ОФОРМЛЕННІ ІНТЕР'ЄРУ**

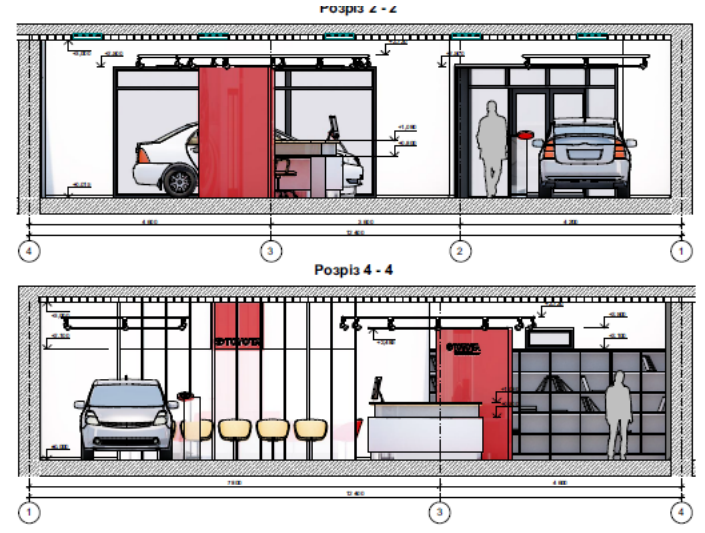
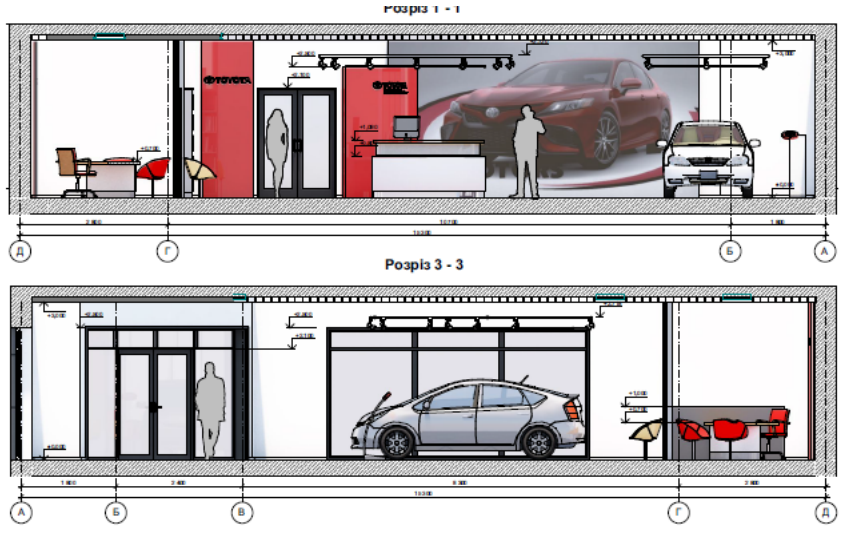
**ТОУОТА**

Великі вітринні надії, і так розширює простору приміщення, що більше простору, в такій наповненні його денним світлом та повітрям, роблячи його просторим, завжди чому, клієнт, поспішаючи до середина, відчувати легкість та надійність.

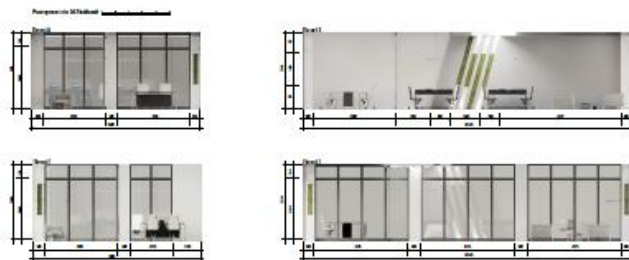
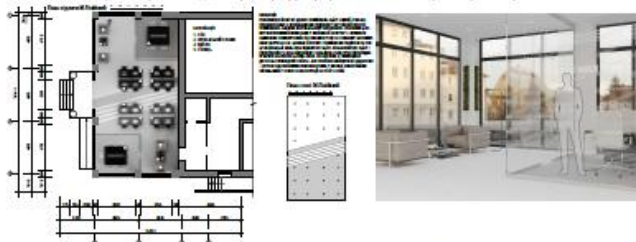
Велика кількість штучного освітлення (в основному верхнє світло), яке має м'яко розсіюється в просторі салону, намагаючись його собою, викликає ті ж самі відчуття, що і денне, але в темний час доби.

**СВІТЛО**

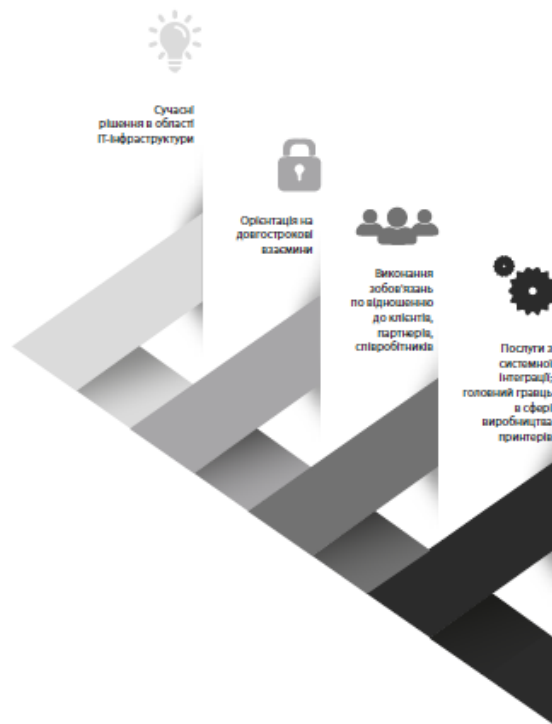
ト  
ヨ  
タ



Концептуальне рішення дизайну інтер'єру офісу Hewlett-Packard у м. Харків, пер. Лосіський, 4



Вик. ст. 5к. «ДАЛС» Полякова Є.В. кер. Кривуц С.В., Шаргай Є.В.

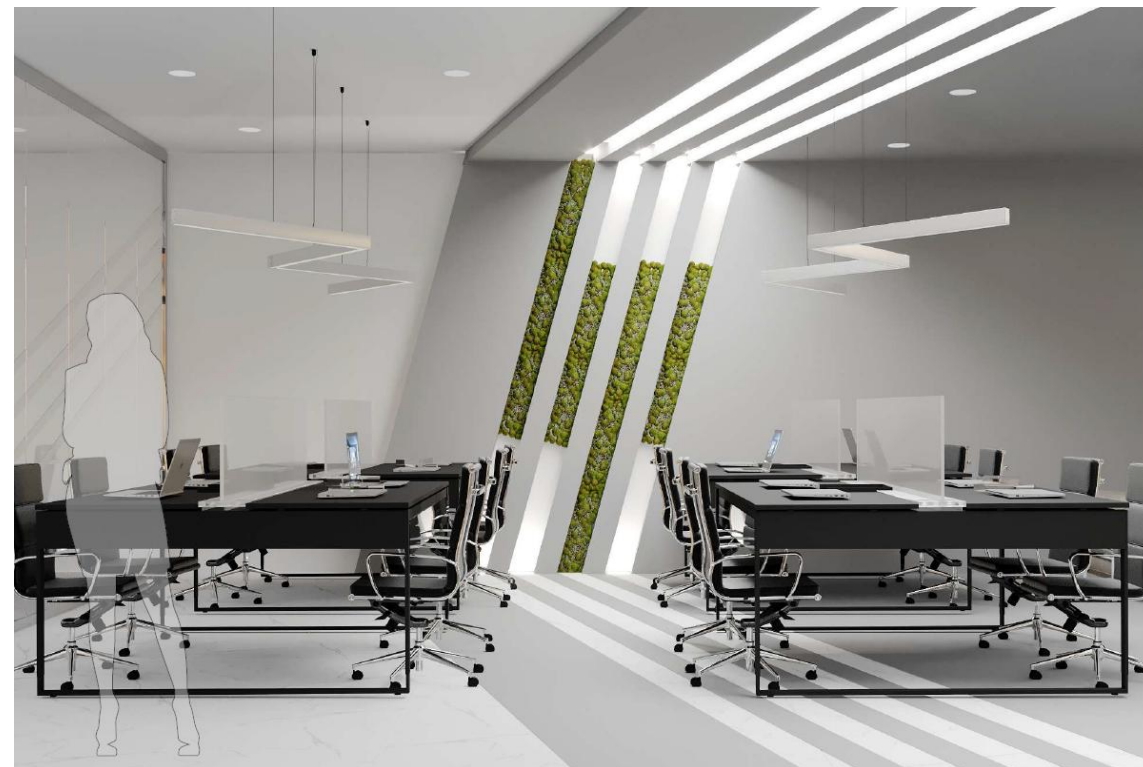


1  Впровадження природи в інтер'єр

2  Монументальність, яка базується на логотипі

3  Для зручності є зони відкритого та закритого типу

4  Чіткі форми, які створюють лаконічний дизайн



Концептуальне рішення дизайну інтер'єру кабінета головного редактора журналу «Vogue» у м. Харкові по вул. Шовковична 4.

# VOGUE

Імплементція ключових позицій бренду в засоби та матеріали оформлення інтер'єру

В інтер'єрах завжди присутні важливі для історії журналу фото та обкладинки.

Один, або декілька предметів меблів виступає яскравим акцентом інтер'єру.

У більшості інтер'єрів використовуються логотип компанії.

В інтер'єрах переважає світла кольорова гамма, у більшості присутній білий колір, часто використовується декоративна цегляна кладка.

У більшості інтер'єрів є великі вікна, що візуально розширюють простір і додають у нього повітря.

## VOGUE

(вимовляється воо, з фр. - «мода»)

- Культура
- Краса
- Мода
- Стиль

### FASHION BIBLE

*«Vogue» - це мода. «To be on vogue» - бути в моді.*



Вик. ст. 1 к. «ДАЛС» Романова А. С. кер. Кривуц С. В., Шарлай Е. В.