

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ЦИКЛОВА КОМІСІЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ДИЗАЙН**



«ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ»

Голова циклової комісії

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА  
ДО ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
ФАХОВОГО МОЛОДШОГО БАКАЛАВРА**

**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ РЕСТОРАНУ ОДЕСЬКОЇ  
КУХНІ «САМИЙ ЦИМЕС»**

Виконала:  Байдельшпахер Єлизавета Юріївна  
(підпис)

Керівник:  Рябінова Ірина Михайлівна  
(підпис)

Рецензент:  Любарець Марія Олексіївна  
(підпис)

Одеса-2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. Історико-теоретичні аспекти створення дизайну фірмового стилю</b> .....	4
1.1. Аналоги .....	4
1.2. Ресторація українських ресторанів .....	5
<b>РОЗДІЛ 2. Практична частина</b> .....	12
2.1 Фірмові кольори .....	12
2.2 Логотип.....	13
2.3 Візитки.....	16
2.4 Фірмовий бланк.....	17
2.5 Фірмовий конверт .....	18
2.6 Брошура.....	19
2.7 Фірмова чашка.....	21
2.8 Блокнот.....	21
2.9 Фірмовий пакет.....	22
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	24
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	25

## ВСТУП

*Актуальність теми:* У житті людей їжа є невід’ємною складовою частиною. Вона повинна, йти на користь бути якісною та мати приємний вигляд. З цією задачею добре пораються такі заклади як ресторани і кафе. І звісно не менш вагомим є зовнішній вигляд, чистота та дизайн закладу. Клієнт, коли приходить до закладу, передусім звертає увагу власне на це. Як говорять «Зустрічають по одягу...». Існує чимало видів кухні такі як: французька, італійська, німецька, грецька, тайська, японська, китайська, болгарська, українська тощо. Вагоме місце у світових кухнях займає Одеська. Вона колоритна та багатонаціональна.

Є безліч апетитних страв які слід скоштувати кожному хто приїздить до нашого міста .

*Об’єктом дослідження* в даній роботі є фірмовий стиль, його зовнішнє оформлення, дизайнерське рішення.

*Мета роботи* створити впізнаваний фірмовий стиль для одеського ресторану, який буде надавати асоціацію з Одесою.

*Завдання:* опрацювати літературний матеріал, дослідити знайдені рефернси, створення ескізів, перенос їх у графічний редактор, створення повноцінного дизайну на основі ескізів.

*Склад роботи:* у роботі будуть представлені логотип, фірмові кольори, конверт, візитки, брошура, фірмовий бланк, блокнот, фірмовий пакет, фірмова чашка.

## Розділ 1. Історико-теоретичні аспекти створення дизайну фірмового стилю

### 1.1 Аналоги

По всій Україні існує велика кількість найрізноманітніших ресторанів, в тому числі й в Одесі. Тут мешкає купа національностей і це сприяло різноманіттю одеської кухні.

Існує декілька аналогів серед них такі як: кафе «Тётя-Мотя» заклад нагадує одеську домашню кухню середини минулого століття. Ретро-кафе пропонує гостям смачну їжу.

Ресторан «Кларабара» розташовано у Міському саду на Дерibasівській інтер'єр і атмосфера початку двадцятого століття. Подають оригінальні одеські страви. Тут смачно і затишно. Ресторан «Дача». Не простий ресторан із вінтажним декором і садом, який пропонує місцеві традиційні страви.

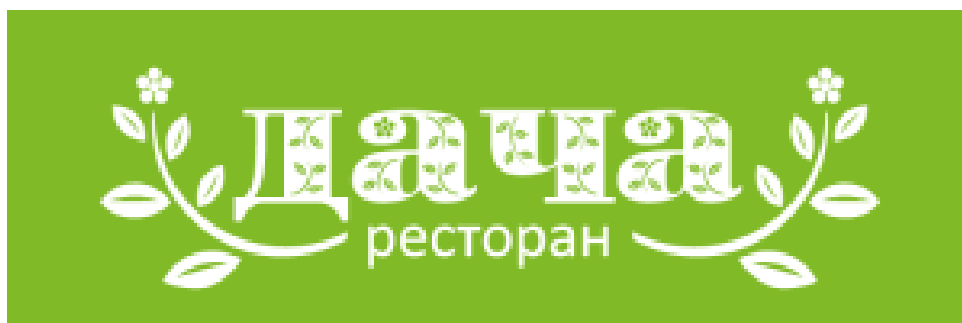


Рис. 1 Одеський ресторан «Дача» та його логотип



Рис.2 Одеський ресторан «Кларабара» лого



Рис. 3 Одеське кафе «Тетя-Мотя» лого

## 1.2 Ресторація українських ресторанів

Актуальність реставрації українських ресторанів проходить через Збереження культурної спадщини. Реставрація ресторанів, які мають історичну цінність, підтримує збереження архітектурних та культурних особливостей минулої епохи.

Стисло розповімо про фірмовий стиль та які його основні складові. Фірмовий стиль – це набір графічних, типографічних, кольорових та словесних елементів, які гарантують візуальну і змістову єдність товарів чи послуг.

Фірмовий стиль складається з:

- Фірмові кольори
- Логотип
- Візитна картка
- Фірмовий бланк
- Фірмовий конверт
- Рекламні носії: брошура, банер, плакат

Можуть бути присутні додаткові стилізовані речі. Наразі можемо перейти ближче до теми дипломної роботи і розповісти про українську ресторацію.

В загалі виникнення кулінарної традиції в Україні відбулося в межах розвитку першого етапу ресторанної справи впродовж IV тис. до н.е. – VII ст. н.е. Після ухвалення християнства у Київській Русі, великого розвинення набуває паломництво.

Після цього у XII – XIII ст. почали з'являтися постоялі чи гостинні двори. Вони були призначені для всіх категорій народу. Територія двору мала прямокутну форму оточену кам'яною або дерев'яною огорожею, на якій було розташовано різноманітні приміщення об'єднанні між собою покритими галереями. В них була можливість розмістити коней і транспорт відвідувачів, а саме запропоновувалися послуги «постою», і ще поїсти та заночувати.

У Києві існували «вірменський двір», «генуезький двір», «венеціанський двір» та ін. До XV ст. постоялі двори приєдналися до поштових станцій. По суті їх можна вважати прообразами мотелів.

У великих містах з'явилися гостинні двори, що відрізняються від постоялих тим, що тут подорожні діставали можливість не тільки розміщення і їжі, але і здійснення комерційних операцій, тобто в гостинних дворах об'єднувалися мебльовані кімнати, торгові ряди, лавки. Як правило, все це облаштовувалося стінами і вежами з в'їзними кімнатами. Постоялі двори вздовж доріг проіснували до сер. XIX ст. і перестали існувати з будівництвом залізниці.

Надалі основу для розвитку ресторанного бізнесу в Україні того часу з'являється корчма. Корчма – самобутній давньослов'янський питний заклад. На початку існування і до початку XII століття корчма була вільним закладом.

З утратою «вільності», корчма стала, не цілком, але майже державною установою. Корчемний промисел був дуже прибутковим, тому обкладався податками.

У XVI столітті з'явився новий заклад харчування – *шинок* взяв перевагу у конкурентній боротьбі корчму.

В той же час на Галичині, у Львові, особливої популярності набували *забігайлівки* – заклад харчування, де подавали перші алкогольні напої. Це аналог кафе або невеликого ресторану.

Перша кав'ярня на території сучасної України з'явилась в 1672 р. в Кам'янці-Подільському. До Львова мода на каву прийшла трохи пізніше у XVIII ст. Пили каву з молоком і цукром з філіжанки, а подавали її у кавнику (імбрику).

У 1783-1790 роках почали набувати оберту такі заклади харчування як тарактири. Трактир – стіл без ночівлі де подають горілку, вино, англійське пиво, каву, чай, шоколад та тютюн.

Головними закладами в XIX – поч. XX ст. були: ресторани, чайні, кавові, кафе, трактири, їдальні, перевізні, пивні лавки, портерні, харчевні, кухмістерській, кабаки та ін. Харчевня – там мали змогу покуштувати перші і другі страви, закуски, а також запити горілкою.

Остаточо даний бізнес в Україні утворився після скасування кріпосного права. [3]

Ми б хотіли в декількох словах розповісти про українську кухню. Українська кухня, як і Одеська, має різноманіття страв.

Українські страви дедалі відоміші у світі, їх готують у ресторанах і на домашніх кухнях. Їжа об'єднує людей. Ми налагоджуємо дружні взаємини, ведемо бесіди, вирішуємо справи. Так само, як наші розмова, вираз обличчя та дії за спільним столом здатні відобразити настрій, наміри і стосунки з людьми, їжа транслює смаки, переконання й ідентичності. Їжа, є мовою, яка розповідає про нас.

Українська кухня — цікава, барвиста, різноманітна і сучасна. Будь який сезон доповнює її оригінальними смаками. А одна й та сама смакує по-різному залежно від регіону.

Краса і сила української гастрономічної традиції у якісних продуктах та техніках, які ми практикуємо не єдине століття. Наша кухня є нашим голосом, гордістю, культурою і цінністю.

Українська кухня має давні традиції, які й сьогодні відображені в кулінарних практиках та улюблених смаках.

В цей час вона не припиняє розвиватися і змінюватися. У ній, мов у дзеркалі, можливо побачити як відображення минулого, так і тенденції сьогодення.

Нині це все досліджують кулінарні традиції минулого і знову відкривають релігійне різноманіття страв. коли в пошуках нових смаків вирушаємо в мандрівку нашою країною, виходячи за межі звичного кола спілкування, раптово бачимо страви, відомі кожному українцеві.

Уперше смакуючи місцевими смаколиками, ми дивуємося, скільки ще незвіданих смаків таїть у собі українська кухня, і знову й знову відкриваємо для себе нашу країну, її історію та культуру.

Сьогодні в Україні популярними стали крафтові та фермерські продукти. Люди готові віддавати кошти за натуральність і смак. Людей цікавлять старі рецепти. Чисельність прихильників української кухні стрімко зростає.

Думаємо буде цікаво перейти до розповіді про одеську кухню.

«Якось я вирішив, що головною моєю справою стане популяризація одеської кухні та одеського стилю життя. З того часу я збираю одеські рецепти, пишу книги про одеську кухню, веду кулінарний відео-блог і стежу за тим, щоб мої ресторани зберігали свою «одеськість». Але найголовніше – я готую щодня і, звичайно, роблю це по-одеськи.» [Савва Лібкін]

Готування по-одеськи складається з трьох пунктів : Продукти, Підхід та Подача.

## ПРОДУКТИ

В ідеалі, щоб готувати по-одеськи, вам знадобляться продукти з Одеси. Але, можливо, так вийшло, що дійти до Привозу за півгодини у вас не вийде, і для цього буде потрібно кілька днів. Тоді використовуйте продукти хоч і не одеські, але локальні – те, що росте, плаває та бігає поблизу, а не перетинає океан у вигляді льоду . Турецькі сині відрізняються від наших - вони не гірші і не кращі, просто інші.

Італійці першими здогадались захищати свої продукти відповідно до їх походження. Напевно, вам траплялася на упаковках аббревіатура DOP – Denominazione di Origine Protetta. Це означає, що продукт було повністю вироблено у певному регіоні і тільки тут він повністю відповідає своїй назві . Інакше кажучи, пармська шинка може бути вироблена лише у провінції Парма, а в інших місцях – будь-яка інша шинка, але не пармська. Оскільки одесити – це "українські італійці", їм теж непогано було б задуматися про захист своїх регіональних продуктів.

Є продукти одеські за походженням, та є одеські за духом. Їх можна розділити на дві великі категорії: дари моря та дари землі. Що стосується морської живності, то ми виділили би ставридку, тюлька, камбалу, кефаль і сарган.

«Земні продукти» у свою чергу поділяються на дві категорії: м'ясо та овочі.

М'ясна продукція – це ягнятина та телятина, курка та кролик теж в пошані.

Овочі – баклажани, помідори, картопля, цибуля, часник та солодкий перець. А ще не забувайте про бринзу, вершкове масло та мед.

Спеції, вони в одеській кухні присутні мінімально. Спеції потрібні, коли головний продукт нейтральний (тому рис без карі є не таким вже й цікавим). А одеські продукти мають свій «голос», і перебільшувати спеціями зовсім не потрібно. Смак одеських страв швидше за солодко-солоний, а не кисло-гострий.

Вся справа в продуктах - просто додайте до злегка солоної бринзи солодкі помідори або кавуна, і одеський смак.

До тюльки в самий раз підійде молода картопля. До тушкованої яловичини підійде чорнослив, а до печеного солодкого перцю кращим варіантом буде свіжий козячий сир та ложку меду. А ось до солених молок дунайки варто додати темний хліб і трохи оливкової олії з цибулею.

### ПІДХІД

Значення рестарації одеської кухні в українських ресторанах обумовлена кількома збереженням культурної спадщини, яка має історичну цінність, допомагає зберегти архітектурні та культурні особливості минулих епох.

Особливу роль відіграє туристична привабливість, відновлені ресторани можуть стати визначними пам'ятками морського узбережжя для туристів, які цікавляться історією та культурою Одеси.

Це неабияк впливає на економічний розвиток міста. Рестарація одеської кухні може стимулювати економічний розвиток, створюючи нові робочі місця та залучаючи інвестиції у місцеву інфраструктуру.

Сучасні стандарти по відновленню одеських смачних традицій дозволяє впровадити сучасні стандарти обслуговування та безпеки, що покращує загальний рівень якості обслуговування клієнтів.

Навіть з естетичного вигляду одеська рестарація може підвищити естетичний вигляд міста та всього регіону, роблячи його більш привабливим для мешканців та гостей.

Таким чином, рестарація українських ресторанів є важливим процесом, який сприяє збереженню культурної спадщини, розвитку туризму та економіки, а також підвищенню якості обслуговування.

Готувати по-одеськи, значить готувати вдумливо, без суєти. Салат в Одесі не вважається готовим, коли всі інгредієнти опиняються в одній мисці та були заправлені. Він повинен постояти півгодини, щоб пішов сік - тільки тоді можна подавати на стіл.

При приготуванні деяких одеських блюд потрібна ювелірна точність. Така ситуація з мініатюрними варениками, кухлі тіста для яких вирізаються чаркою, а не склянкою чи з голубцями "з мізинчик".

Одеська кухня гармонійна, вона будується на поєднанні добре поєданого, а не на контрасті смаків. Нехай різні смаки сперечаються один з одним в азіатській або мексиканській кухні, а одеська кухня – це гармонія. А ще одесити тільки за різноманітність: як у житті, так і за столом. Краще зробити кілька страв невеликими порціями, ніж цілий таз одного, хай і дуже смачного.

Одеський стіл – це мозаїка зі страв різних народів, тож не треба лякатися перестаратися з вибором, в випадку коли йдеться про одеське застілля.

Як і будь-яка інша регіональна кухня, одеська цілком має нюанси.

Деякі з них пояснити, інші можна лише відчутти самому, десяток разів приготувавши ту саму страву (краще під наглядом досвідченого кухаря – єврейської мами).

На одеській кухні ніхто не намагається надати стравам вимучений смак. На скільки простіше та природніше, тим краще. Але ця простота зовсім не проста - вона делікатна і продумана.[1]

## **РОЗДІЛ 2. Практична частина**

### **2.1 Фірмові кольори**

Для розроблення фірмового стилю треба вирішати які кольори будуть присутні і як вони будуть поєднуватись з іншими. Колір, по-перше, відображає настрій який ми хочемо ним передати.

Тема нашого дослідження пов'язана з Одесою, а це місто має зв'язок з морем. Тож було вирішано обрати кольори які будуть відображати портове місто і асоціюватися з ним.

Обрана кольорова гама це морська: темно-бірюзовий, світло-бірюзовий, блідо-голубий ,глибокий бірюзовий, білий.

#### **Бірюзовий колір**

Морські кольори складаються з синього та зеленого. Ми знаємо його під іншою назвою – бірюзовий. Цей колір отримав свою назву на честь прибережного міста Бірюза в Мексиці, де був знайдений природний камінь такого забарвлення.

Бірюзовий колір може бути яскравим та насиченим або блідим та м'яким в залежності від насиченості.

Колір бірюзи – це зеленувато-блакитний відтінок, що нагадує морські хвилі або лагуну.

Слово бірюза пов'язують з турецьким слово «firuze» що означає «щастя» або «щаслива порада».

За психологією кольорів, бірюзовий вважається кольором спокою, рівноваги та стабільності. Цей колір може допомогти зняти стрес, заспокоїти нервову систему і збільшити концентрацію.

Крім того, бірюзовий колір також асоціюється зі свіжістю, молодістю та чистотою, тому він часто використовується в дизайні для створення легкого та свіжого враження.

У деяких культурах бірюзовий колір також має символічне значення, пов'язане зі здоров'ям, благополуччям та духовним зростанням. [5] (рис.4)



Рис. 4 Бірюзові кольори

### **Білий колір**

Білий — це найсвітліший з кольорів, символ чистоти і невинності. Це досить нейтральний колір, він викликає позитивні емоції.

Білий колір в інтер'єрі створює відчуття чистоти і гармонії. Він не розташовує до розслаблення, а навпаки здатний зарядити бадьорістю і енергією. [6] (рис. 5)

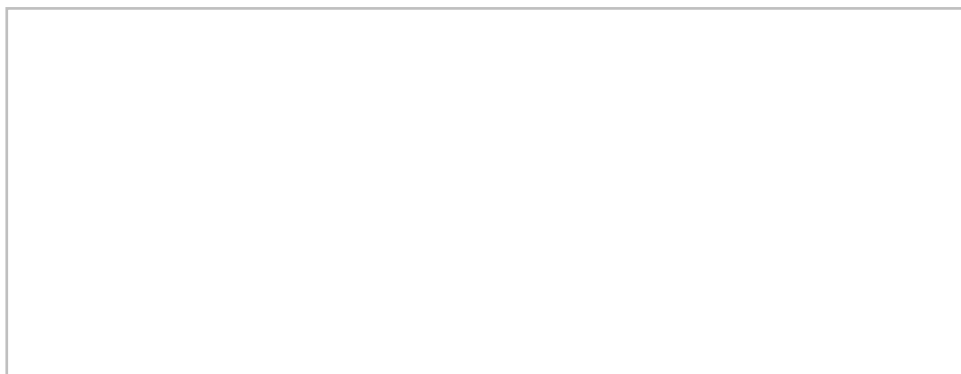


Рис. 5 Білий колір

## **2.2 Логотип**

З кольорами тепер зрозуміло. Тепер прийшов час до створення логотипу ресторану.

Логотип є найважливішою частиною фірмового стиля. Він є «лицем» компанії чи підприємства.

Також за допомогою логотипу компанія отримує впізнаваність та відрізняє вашу продукцію від конкурентів в вашій галузі.



Рис. 6

Ресторан одеської кухні «Самий цимес». Таку назву було обрано для ресторану, бо як на мій погляд вона передає характер та настрій Одеси. З єврейської ця фраза означає «дуже смачно».

Початкова версія логотипу складалася з шрифтової та графічної частин.  
(Рис. 6)

Ідея створення цього логотипу полягала в тому, щоб створити образ який асоціювався б з єврейським кухарем та надати якогось статусу.

Але ця ідея з годом відпала, бо було мало асоціації з кухнею та й рестораном в загалом.

Треба було підібрати інший, більш підходящий, шрифт. Графічну частину зробити цікавішою.

Завдяки рекомендаціям дипломного керівника та інших викладачів , був змінений логотип. Нижче подано поступова зміна та кінцевий варіант логотипа. (рис.7, 8)

Також було вирішено використати прописний шрифт, бо як на нашу думку він більше підходить під тематику ресторану та надає стильності і елегантності.



Рис. 7. Поступова зміна логотипу



Рис. 8 Кінцевий варіант

### 2.3 Візитки

Візитна картка, як ми знаємо, повинна зацікавити майбутнього клієнта у продукції яку ви пропонуєте. Візитка повинна коротко розповісти про те чим займається компанія.

Візитна картка несе не тільки смислове навантаження, а і створює перше враження про підприємство чи людину.

Тож оформлення теж грає велику роль. Щільне підбирання шрифтів, фону та інших візуальних матеріалів.

Було зроблено два варіанти візитних карток. (рис. 9, 10)

За основу було взято темно-бірюзовий та блідо-голубий фони. Щоб фон не був однотипним було використані смужки та зображення блюд які подаються у закладі.



Рис. 9. Перший світлий варіант візитки

На зворотній стороні вказані контактні данні. Та звісно, був використаний фірмовий знак.

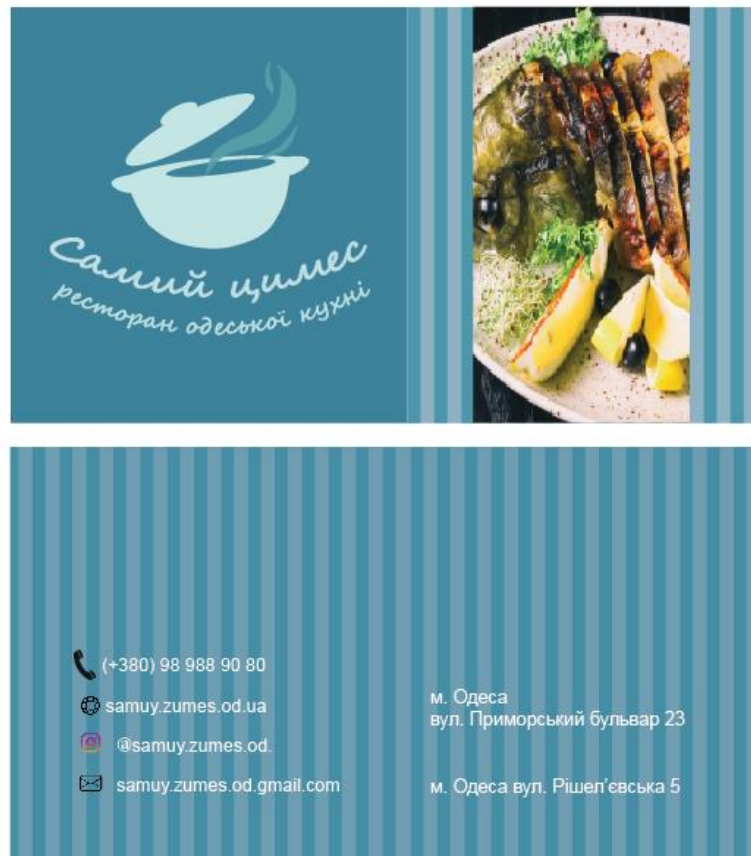


Рис. 10 другий темний варіант візитки

## 2.4 Фірмовий бланк

Фірмовий бланк, також відіграє важливу роль у фірмовому стилі. Він є незмінним атрибутом будь якого підприємства яке піклується про свій імідж і репутацію.

Тут теж приділяється увага дизайну та поліграфії.

Дизайн може бути стриманим, але цікавим і завдяки цьому буде виділяти вашу компанію від інших.

Такий бланк був створений для ресторану. (рис. 11).



Рис. 11. Фірмовий бланк

## 2.5 Фірмовий конверт

Фірмовий конверт також надасть впізнаваності та індивідуальності підприємству, у нашому випадку закладу.

Фірмовий конверт – це пакет з паперу для укладання, та пересилання документів чи інших плоских предметів.

Конверт є дієвим рекламно-маркетинговим атрибутом. Так само, як і бланк, надає іміджу. (рис.12)



Рис. 12 Фірмовий конверт

## 2.6. Брошура

Брошура є ефективною рекламою для підприємства. Її можна роздавати на вулицях тим самим розповідаючи про себе як умога більше потенційним клієнтам.

Брошура – друкована книжечка компактних розмірів, де можна розмістити будь яку інформацію.

Виготовлення брошур надає можливість підвищити впізнаваність свого бренду та залучити нових партнерів чи клієнтів. У таку книжечку можна помістити як розгорнуту так і стислу інформацію про ваше підприємство. Можете надати перелік послуг чи товарів, які пропонуєте.



## 2.7 Фірмова чашка

Будь яка сувенірна продукція має завдання для привертання уваги до вашої продукції чи послуг.

Фірмова чашка, як на наш погляд, може бути прекрасним подарунком для співробітників чи гостей. Це також є рекламою закладу.

Такий сувенір приверне ще більше уваги до вашої продукції. (рис.14)



Рис.14 Фірмова чашка два варіанти

## 2.8 Блокнот

Блокнот також можна віднести до сувенірів.

Його можуть використовувати офіціанти для запису замовлень клієнтів.

Як і чашка може бути подарунком чи прекрасним сувеніром. (рис. 15)



Рис.15 Фірмовий блокнот

## 2.9 Фірмовий пакет

Фірмовий пакет те є дуже хорошою рекламою для закладу. Клієнту зможе забрати із собою страву яку не зміг з'їсти та ідучи по вулиці рекламує ваше підприємство у нашому випадку заклад.

Як на наш погляд клієнту буде приємніше нести красивий фірмовий пакет, аніж поліетиленовий який ми звикли бачити у магазинах. Такий дизайн пакету було отримано. (рис.16)



Рис.16. Фірмовий пакет

## **ВИСНОВКИ**

Під час вивчення матеріалу ми дізнались що таке фірмовий стиль, з яких елементів він складається, дізнались звідки з'явилися ресторани в Україні, дізнались про українську і одеську кухні.

У даній роботі було створено цілковито новий фірмовий стиль для ресторану одеської кухні. Метою роботи було показати Одесу у створеному фірмовому стилі, показати її колорит і передати її настрій, тож думаємо нам це вдалося.

Було дуже цікаво працювати над даною тематикою та дізнатись щось нове. Тема ресторанів, кафе та інших подібних закладів буде актуальною в будь які часи, бо люди люблять смачно поїсти та гарно провести час. Смачна їжа завжди підіймає настрій.

Таким чином, ми впевнені що нам вдалося висвітлити тему яка була вибрана для дипломної роботи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ОДЕСЬКІ ПРАВИЛА КУХНІ автор: Савва Лібкін. URL: <https://savva-libkin.com/2021-04-22/odeski-pravila-kuhni>
2. Легендарні ресторани перлини Чорного моря з минулого: де розважались одесити. URL: <https://history.znaj.ua/217253-legendarni-restorani-perlini-chornogo-morya-z-minulogo-de-rozvazhalis-odesiti>
3. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА URL: <https://learn.ztu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=142421>
4. Книга "Україна. Їжа та історія" / Брайченко Олена, Гримич Марина, Лильо Ігор, Резніченко Віталій URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/04/ukrayina.-yizha-ta-istoriya-1.pdf>
5. Бірюзовий колір – характеристика та значення бірюзового кольору URL: <https://infobriz.com.ua/rizne/biryuzovyj-kolir-harakterystyka-ta-znachennya-biryuzovogo-koloru/>
6. Білий колір. URL: <https://www.sniezka.ua/poradi/psixologija-koloru/biliji-kolir>
7. Конверти фірмові. URL: <https://r-print.com.ua/catalog/konvertu>
8. Книга: UX/UI дизайн [Електронний ресурс] : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» друкований аналог відсутній. / Чемерис, Г. Ю. URL: <http://surl.li/yoуuqb>
9. Петухова Т.А. Ямроз Л.С. Формування фірмового стилю на принципах сучасного дизайну. URL: <http://surl.li/lohорх>
- 10.«Особливості використання кольорів у фірмовому стилі» / Кубко, В.П. URL: <http://surl.li/mufahz>
- 11.Розробка фірмового стилю: 5 головних етапів URL: <https://wedesign-studio.com/blog/rozrobka-firmovoho-styliu-5-holovnykh-etapiv/>

- 12.Для чого потрібен фірмовий стиль і як його створити? Людмила Кухаренко URL: <https://ua.weblium.com/blog/firmovij-stil>
- 13.Графічний дизайн. Частина 1. Вибірковий модуль URL: <http://surl.li/ltzatx>Графічний дизайн. Історія та сучасність
- 14.URL: <http://surl.li/rawhwd>
- 15.Фірмовий стиль URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/firmennyu-stil>



Ім'я користувача:  
 Анна Серединко  
 Дата перевірки:  
 27.06.2024 13:47:47 EEST  
 Дата звіту:  
 27.06.2024 14:28:06 EEST

ID перевірки:  
 1016390971  
 Тип перевірки:  
 Doc vs Internet + Library  
 ID користувача:  
 100001433

Назва документа: Фк 022 Байдельшпахер Є.Ю

Кількість сторінок: 16 Кількість слів: 2810 Кількість символів: 19484 Розмір файлу: 45.04 KB ID файлу: 1016204023

## 12.4% Схожість

Найбільша схожість: 6.65% з Інтернет-джерелом (<https://life.nv.ua/ukr/amp/odeska-kuhnya-moloda-kartoplya-tushkov...>)

11.6% Джерела з Інтернету

38

Сторінка 18

0.71% Джерела з Бібліотеки

1

Сторінка 18

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

