

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ

МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ЦИКЛОВА КОМІСІЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ДИЗАЙН



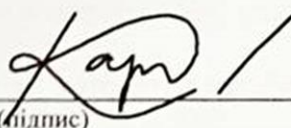
«ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ»

Голова циклової комісії

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

**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ВЕТЕРИНАРНОЇ КЛІНІКИ «KONYTAIL»**

Виконала:

  
(підпис)

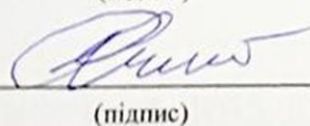
Карпенко Софія Дмитрівна

Керівник:

  
(підпис)

Рябінова Ірина Михайлівна

Рецензент:

  
(підпис)

Герасимова Джавіда Львівна

Одеса-2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА</b> .....	5
1.1. Фірмовий стиль.....	5
1.2. Об'єкти фірмового стилю ветеринарної клініки.....	5
1.3. Розробка кольорової палітри.....	6
1.4. Логотип.....	7
1.5. Візитки.....	10
1.6. Бланк та конверт.....	11
1.7. Додаткові об'єкти фірмового стилю.....	12
<b>РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА</b> .....	14
2.1. Ідея розробки.....	14
2.2. Розробка кольорової палітри.....	14
2.3. Розробка логотип ветеринарної клініки.....	15
2.4. Розробка візитки ветеринарної клініки.....	16
2.5. Розробка бланку та конверту ветеринарної клініки.....	17
2.6. Розробка додаткових об'єктів фірмового стилю ветеринарної клініки.....	19
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	27
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	28

## ВСТУП

**Актуальність** проблеми: створюючи дипломну роботу, було обрано тему фірмового стилю для ветеринарної клініки. Ветеринарна клініка - є закладом, що надає невідкладну поміч, спеціалізовану діагностику та лікування тварин. Зараз таких закладів стає все більше, але унікальності фірмового стилю менше.

Багато логотипів пов'язані з чистою візуалізацією тварин, на мою думку це вже стало досить банально. Тож вирішенням проблеми став наголос на мінімальне використання таких банальних візуалізацій.

**Об'єктом** дослідження в даній дипломній роботі є ветеринарні клініки, які, як і медичні заклади, потребують того, аби їм довіряли. А довіру і лояльність споживачів здобувати часом досить непросто.

Тут важливі не тільки якісні послуги, допомога та безпека, а й турбота та добре ставлення до братів наших менших. І добре, коли все це буде відображено в логотипі для ветеринарної клініки. Бо саме він формує перше враження про вашу лікарню.

**Метою** дослідження є створення/розробка дизайн-проекту ветеринарної клініки, а саме фірмового стилю.

**Методи** дослідження: аналіз існуючих варіантів та графічних прийомів. Створення особистих нарисів, та їх аналіз.

**Практичне значення:** можливість застосування дизайн-проекту в реальних умовах для існуючого бізнесу.

На початку заснування будь-якої компанії чи закладу, її господар стикається з проблемою, яким повинен бути зовнішній вигляд організації, щоб вона привертала клієнтів та вигідно виглядала на тлі конкурентів.

Все, що входить до складу цієї оболонки - логотип, візитки, представницька карта ,бланки, конверти, упаковка, спеціальні бланки - це і є

ваш унікальний та неповторний фірмовий стиль. Головна частина брендінга будь-якої компанії - фірмовий стиль.

Фірмовий знак, чи логотип, одним із перших потрапляє в поле зору споживачів під час знайомства з клінікою. Людині достатньо кількох секунд, щоб оцінити побачене й ухвалити рішення - звернутися сюди по допомогу чи шукати інший варіант.

Ось тому дуже важливі ті емоції та асоціації, які викликатиме логотип ветеринарної клініки у відвідувачів.

Ефектний логотип привертає увагу, виділяється на тлі конкурентів і підвищує довіру споживачів. Тому він має важливу роль для будь-якої ветеринарної клініки, яка зацікавлена в потоці клієнтів.

Додатково в дипломній роботі присутні слова на чеській мові.

## **РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА**

### **1.1 Фірмовий стиль**

В основі створення фірмового стилю ветеринарної клініки полягає підбір вдалого оформлення тих продуктів, з якими зустрічаються ваші клієнти. Доведено, що саме правильно підібраний фірмовий стиль помітно впливає на те, чи вибере клієнт вашу послугу, або послугу серед конкурентів. З цього випливає, що це поняття допомагає конкурувати на величезному ринку в будь-якій галузі.

Основними цілями фірмового стилю ветеринарної клініки можна назвати ідентифікацію закладу та виділення із загальної маси аналогічних закладів конкурентів, а також викликати довіру. Наявність фірмового стилю свідчить про впевненість його власника в позитивному враженні, яке він справляє на відвідувача.

Сьогодні фірмові стилі певних компаній настільки міцно вкорінилися у свідомість споживачів, що не усвідомлено ми часто можемо асоціювати якесь конкретне поєднання кольорів, фігур, зображень і написів з якоюсь конкретною маркою.

Тож для ветеринарної клініки дуже важливим є логотип, що запам'ятовується, а також об'єкти фірмового стилю, які зацікавлять відвідувача, для того щоб вони захотіли довіритися та відвідати конкретно цей заклад ветеринарної клініки.

### **1.2 Об'єкти фірмового стилю ветеринарної клініки**

Для нашого проєкту було вирішено розробити дизайн для таких об'єктів фірмового стилю:

- 1) Кольорова палітра;
- 2) Логотип;
- 3) Візитки;
- 4) Бланк та конверт;

- 5) Чашка
- 6) Бейдж
- 7) Пакет
- 8) Папка
- 9) Форма

### **1.3 Розробка кольорової палітри**

Колір привертає увагу відвідувача та викликає певні асоціації. Для ветеринарної клініки можуть підійти різні відтінки – як спокійні та нейтральні, так і яскраві. Головне, не конкретні кольори, а гармонійне їх поєднання і те, як вони впливають на свідомість споживачів.

Переглянувши велику кількість логотипів для ветеринарної клініки, стало зрозуміло, що найчастіше обирають чорний, білий, сірий, червоний, зелений і синій відтінки.

Перші три – це нейтральні тони, які чудово підходять для комбінації з яскравими кольорами, створюючи контрасти.

Червоний відтінок обирають, оскільки він символізує любов і турботу, зелений асоціюється зі здоров'ям, а синій відображає безпеку і надійність, це і є дуже важливим для ветеринарної клініки.

Для того, щоб підкреслити тепло, доброту і дружелюбність, можна додати в логотип жовті та помаранчеві тони, а для створення веселих і помітних знаків можна змішати кілька яскравих відтінків.

### **Розробка кольорової палітри дипломної роботи**

Основний/фоновий колір:

Білий – це колір повної відкритості, готовності сприймати світ у цілому його різноманітті, а ще, цей колір хороший тим, що не має ніяких неприємних відчуттів. Використання даного кольору в друкованій рекламі може створити нейтральний ефект, коли споживачеві реклами просто повідомляється інформація, без встановлення будь-яких акцентів і пріоритетів.

### **Фірмові кольори:**

Синій – допомагає сконцентруватися на найнеобхіднішому, не заубитися у дрібницях. Синя деталь в каталозі або рекламній частині відразу приверне до себе увагу і, на відміну від червоної, ніколи не викличе негативних емоцій.

Помаранчевий - колір, який не дозволяє нікому пройти повз, не приділяючи йому уваги. Помаранчевий легко виділяється в натовпі, він асоціюється як сонячний, щасливий, захоплений, товариський, доступний, енергійний, доброзичливий.

### **1.4 Логотип**

Логотипи – вони всюди: на одязі, стаканчиках для кави, вивісках магазинів .., і розробка унікального логотипу – дуже непроста справа. Багато компаній вибрали інші інструменти для свого просування: фірмові кольори можуть цілком замінити логотип (знаменита бірюзова коробочка Tiffany & Co, перев'язана білою стрічкою скаже більше будь-якого зображення), а персонажі – виступати його відмінним доповненням (наприклад, «живі» мультяшні драже M&Ms).[28]

Логотип – це візитна картка підприємства, компанії або закладу. Він повинен бути досить простим, унікальним, привабливим і незабутнім.

Він може підкреслювати особливості закладу, бути у вигляді символу чи просто назви. Але при створенні логотипу необхідно відразу враховувати варіанти його зображення на різних носіях. Логотип на великому банері вуличної реклами дуже відрізняється від логотипу на візитці, тому він повинен бути легко впізнаваним і читабельним в будь-якому розмірі.

#### **Яскраві логотипи ветеринарних клінік України**

В Україні ветеринарні клініки почали відкриватися в 1990-х роках. Спочатку з'являлися невеликі кабінети, потім великі лікарні, а потім і цілі мережі ветклінік. Зараз на українському ринку налічується понад 2000 ветеринарних лікарень і кабінетів.

Щоб відбудуватися від конкурентів і привабити клієнтів, ветклініки почали створювати яскраві логотипи з використанням чорного, червоного, синього, зеленого, жовтого і помаранчевого кольорів.[23]

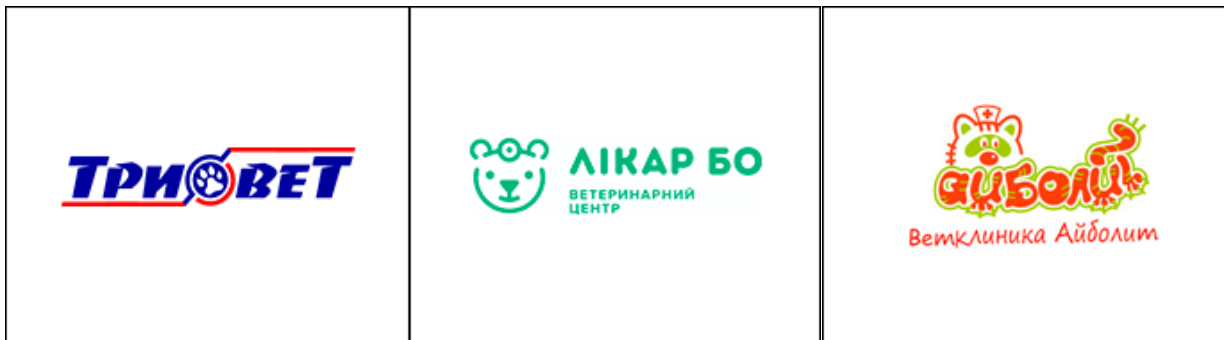


Рис.1 Логотипи ветклінік в Україні

Найчастіше зустрічаються двоколірні комбіновані логотипи. Як образ, обирають тварин, включно з несподіваними для цієї сфери (лисиця, миша тощо), лапки та серця.

Активно застосовуються традиційні та стилізовані зображення. Деякі клініки використовують також шрифтові логотипи, де акцент робиться на незвичайний шрифт і яскравий колір.[23]

#### Лаконічні логотипи ветеринарних клінік Європи

Європейські фірмові знаки вирізняються своєю простотою і лаконічністю. Це переважно шрифтові двоколірні лого та комбіновані лого із зображеннями домашніх улюбленців.[23]



Рис.2 Логотипи ветклініки в Європі

Окрім тварин, компанії люблять використовувати традиційні медичні символи, наприклад, змію і хрест.

З кольорів найчастіше трапляються чорний, зелений, синій, блакитний і помаранчевий. А що стосується шрифтів, то найпоширенішими є прості шрифти без зарубок.[23]

Логотип ветеринарної клініки цієї роботи створювався на чеській мові.

Приклади логотипів Чехії:

#### 1. Veterinární laboratoř Labvet



Рис.3 Логотип ветклініки «Labvet»

#### 2. Veterinární klinika Michle - MVDr. David Jíra



Рис.4 Логотип ветклініки «MVDr. David Jíra»

### 3. MVDr. Aleš Stloukal



Рис.5 Логотип ветклініки «MVDr. Aleš Stloukal»

#### 1.5 Візитки

Головною складовою для роботи над візиткою є інформація.

Під час вибору конкретної інформації, що характеризує продукт рекламування, для розміщення на візитці необхідно враховувати ключову інформацію та особливості її піднесення та сприйняття. Це включає врахування багатьох нюансів з розрахунку специфіки рекламованих товарів та послуг.

Якщо розглядати специфіку послуг з ветеринарного обслуговування, необхідно виділити наступні напрямки:

- виділення виключно важливої та потрібної інформації. Не варто лити воду, розповідати про всі ваші переваги, описувати всі послуги і т.д. Акцентувати увагу на розміщенні на візитці тільки тієї інформації, яка буде корисною для споживача та відвідувача;

- необхідно враховувати наявні обмеження, а саме: при отримванні відомостей з візитки споживач не має бути перевантаженим надлишковою інформацією, яка суттєво не впливає на характер угоди, однак визначення

виключно лише ім'я і телефон, може призвести до того, що людина, яка отримала таку картку, через пару місяців не згадала, хто ви і чим займаєтеся;

– як одною з переваг розживо виділити підвищення значимості вашої візитки за рахунок додаткової інформації, яка стане людині в нагоді, і вона завжди буде тримати її під рукою і не викине. Наприклад, ветеринар може розмістити на своїй візитці графік роботи і т.д.

– з метою уніфікації та оптимізації інформації контактування необхідно враховувати той фактор, що споживач, який захоче з вами зв'язатися або дізнатися про вас більше, повинен швидко і без проблем отримати всю необхідну контактну інформацію.

Більше того, краще щоб у нього була можливість вибрати найбільш зручний спосіб зв'язатися з вами.

Тож, необхідно розмістити на візитці наступну контактну інформацію: ім'я та прізвище/назва і профіль компанії, номер телефону, e-mail адресу, адресу сайту в інтернеті і профілю в соціальних мережах, фактичну адресу. Однак залишається незмінним правило – не перевантажувати візитну картку зайвою інформацією.

## **1.6 Бланк та конверт**

Бланк та конверт з логотипом закладу можуть також слугувати своєрідною рекламою закладу та відноситься до категорії бізнес поліграфії.

Бланки, візитки, буклети, папки - вся офісна поліграфія такого роду може бути виконана у фірмовому стилі. Це показник корпоративної культури в компанії в цілому.

Головною особливістю бізнес-поліграфії є те, що всі її елементи об'єднані єдиним фірмовим стилем, який є обличчям вашої організації. А це один з найважливіших показників в пізнаваності компанії на ринку та створення відповідних асоціацій, покликаних до спонукання дій та висновків.

До корпоративної поліграфії загалом відносять: візитки, фірмові бланки і конверти, корпоративні папки для паперів, блокноти і ручки, та іншу продукцію з логотипом фірми.

Фірмовий бланк - це важливий атрибут діловодства сучасної організації (компанії, закладу, підприємства).

Перший і головний крок прояву корпоративного стилю - це створення актуального фірмового бланка.

Найголовніша інформація, яка повинна розміщуватися на фірмовому бланку:

- логотип компанії;
- адреса, телефон, e-mail, сайт (контактна інформація).

### **1.7 Додаткові об'єкти фірмового стилю**

- 1) Чашка - візуальний носій інформації серед працівників.
- 2) Бейдж - один з найважливіших елементів фірмового стилю, допомагає споживачеві орієнтуватися серед працівників.
- 3) Пакет - зручний допоміжний елемент для споживача, реклама для клініки.
- 4) Папка - ще один зручний допоміжний елемент, але не тільки для споживача а й для працівника, також є рекламою.
- 5) Форма - презентація працівника і реклама клініки перед клієнтом.
- 6) Мобільний застосунок — це програмне забезпечення, призначене для роботи на телефонах, планшетах та інших мобільних пристроях.

Багато мобільних застосунків завантажуються на пристрій з онлайн-магазинів мобільних застосунків, таких як App Store, Google Play, Windows Phone Store та інших, безкоштовно або за плату.

Раніше, на початку, мобільні застосунки використовувалися для швидкої перевірки електронної пошти, але зараз їх призначення розширилося і в інших областях, через високий попит. Наприклад ігри для мобільних телефонів, GPS, спілкування, перегляд відео та користування Інтернетом.

Мобільний застосунок для ветеринарної клініки ділиться на дві частини:

- 1) Головна (частина для самої клініки)
- 2) Маркет (відноситься до магазину при ветеринарній клініці)

Головна частина - дуже зручна у користуванні. Споживач має змогу дізнатися, чи потрібно його улюбленцю вакцинація, або інший важливий обхід. Також він зможе легко та швидко зробити онлайн запис на прийом, або поспілкуватися зі своїм ветеринаром. У цій частині зберігаються усі важливі дані вашого улюбленця.

Маркет – це як онлайн магазин цієї ветеринарної клініки. Тут можна переглянути , які є товари, або ввести у пошук потрібний вам.

У маркеті є як смаколики та речі, так і препарати. Вам всього лиш потрібно додати потрібний товар до кошика, а потім вибрати зручний вам спосіб.

Можна вибрати доставку, і усе що вам потрібно доставлять до вашого дому, або вибрати бронювання та забрати самому.

## РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

### 2.1 Ідея розробки

Ідею розробки фірмового стилю було вирішено ще заздалегідь, а любов до тварин та бажання допомоги їм привело до теми ветеринарної клініки.

Фірмовий стиль - це дуже важливий елемент графічного дизайну для будь-якої компанії/закладу. Куди б ми не пішли, скрізь об'єкти фірмового стилю, саме цим ця тема і зацікавила.

Було цікаво розробляти власну частину бізнесу, та сприймати це як розробку фірмового стилю для існуючої ветеринарної клініки.

Ідея розробки дипломної роботи саме на чеській мові була вирішена через можливість презентувати цю роботу у Чехії перед початком навчання на бакалавра.

### 2.2 Розробка кольорової палітри

Для нашого проєкту ми вибрали такі фірмові кольори:



Рис. 6 Синій та помаранчевий фірмові кольори

### 2.3 Логотип ветеринарної клініки

Перший варіант логотипу:



Рис.7 Перший варіант логотипу

OCAS – з чеської мови перекладається як хвіст.

Стилізація літери S схожа на хвилю, асоціюється з морською тематикою. Назва звучить як «окас» та нагадує око, асоціюється з медициною чи оптикою. Тому було вирішено розробити інший варіант.

Другий варіант логотипу:



Рис.8 Другий варіант логотипу

KONYTAIL - з чеської мови перекладається як хвостик.

Не було достатньо зв'язку з тваринами, та було вирішено перевести усе на чеську мову.

Остаточний варіант логотипу:



Рис.9 Остаточний варіант логотипу

Крапка змінилася на kota, відредагувалася назва та підпис.

veterinární klinika з чеської мови перекладається як ветеринарна клініка.

Концепція логотипу полягає у вміщенні усіх букв назви в знаку.

## 2.4 Візитки ветеринарної клініки

В розробці дизайну візиток були використані фірмові кольори, а саме синій та помаранчевий, розроблено логотип, та додано усю важливу інформацію.

Важливою інформацією є адреса Чехії на чеській мові, два чеські номери телефону, Інстаграм та електронна пошта.



Рис.10 Передня сторона візитки

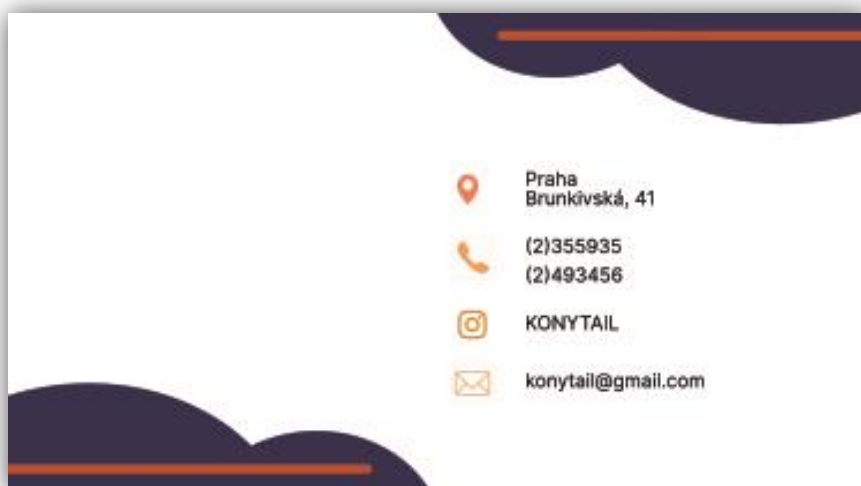


Рис.11 Задня сторона візитки

## 2.5 Бланк та конверт ветеринарної клініки

### Бланк

В розробці дизайну бланка було використано два фірмові кольори, синій та помаранчевий, також логотип та важлива інформація.

Важливою інформацією є два чеські номери телефону, Інстаграм та електронна пошта.



Рис.12 Бланк

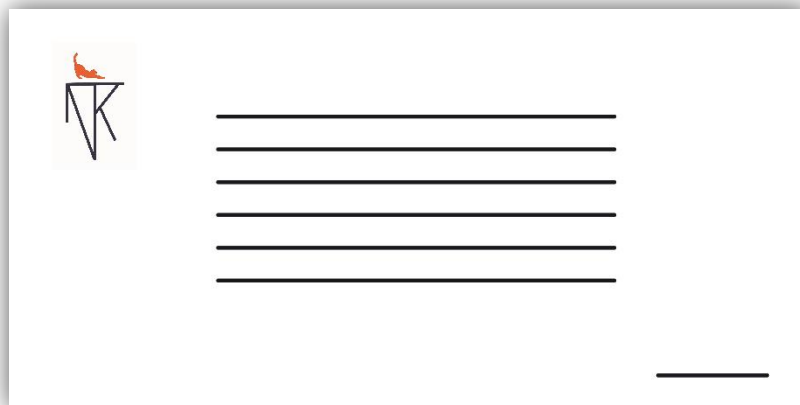


Рис.13 Одна сторона конверта



Рис.14 Друга сторона конверта

## 2.6 Розробка додаткових об'єктів фірмового стилю ветеринарної клініки

При створення фірмового стилю було вирішено розробити такі додаткові об'єкти: чашка, пакет, бейдж, папка та форма.

Для цього, було використано фірмові кольори, синій та помаранчевий, та логотип.



Рис.15 Додаткові об'єкти фірмового стилю

Функціональний та дуже зручний застосунок для користування, а також легкий та доступний функціонал.

Вміщує в собі дві зручні платформи, дані та зв'язок з ветеринарною клінікою, та онлайн магазин при цій ветеринарній клініці.

Після відвідування ветеринарної клініки та завантаження застосунку іде наступний крок - реєстрація. Відвідувач вносить дані свого домашнього улюбленця та код ветеринара, до якого буде прив'язано вашого улюбленця.

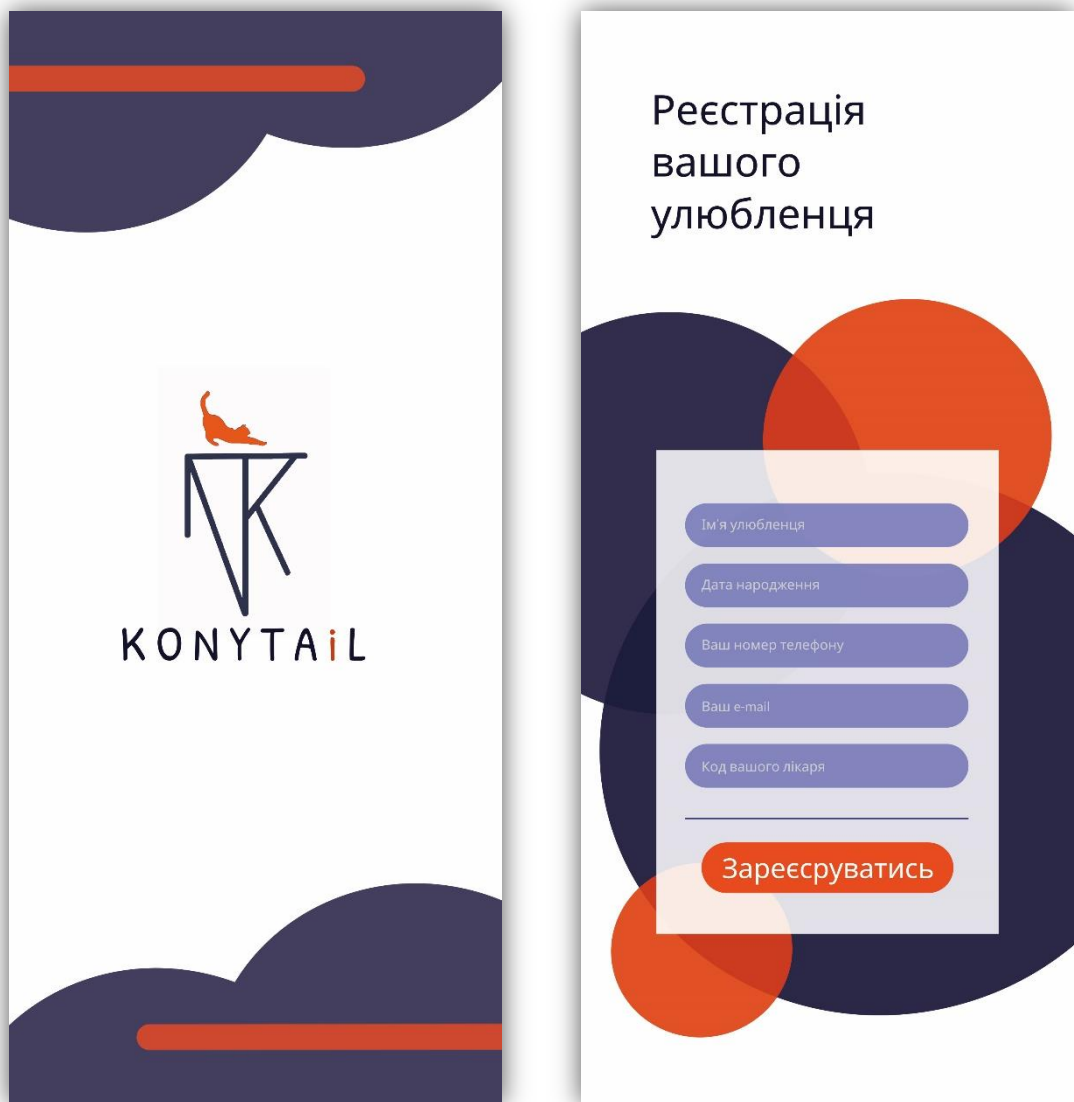


Рис.16 Запуск та реєстрація

В розробці мобільного застосунку, було використано два фірмових кольори, синій та помаранчевий. А також логотип та важлива інформація. На

кожній сторінці в кутку розміщено значок налаштування мови, тут мова - українська.

### Головна частина

На першій сторінці розміщено невелику кількість даних домашнього улюбленця та шторка, на якій розміщені значки різних дій.

Можна додавати ще дані улюбленця чи змінити вже створені дані, а також є налаштування та допомога.

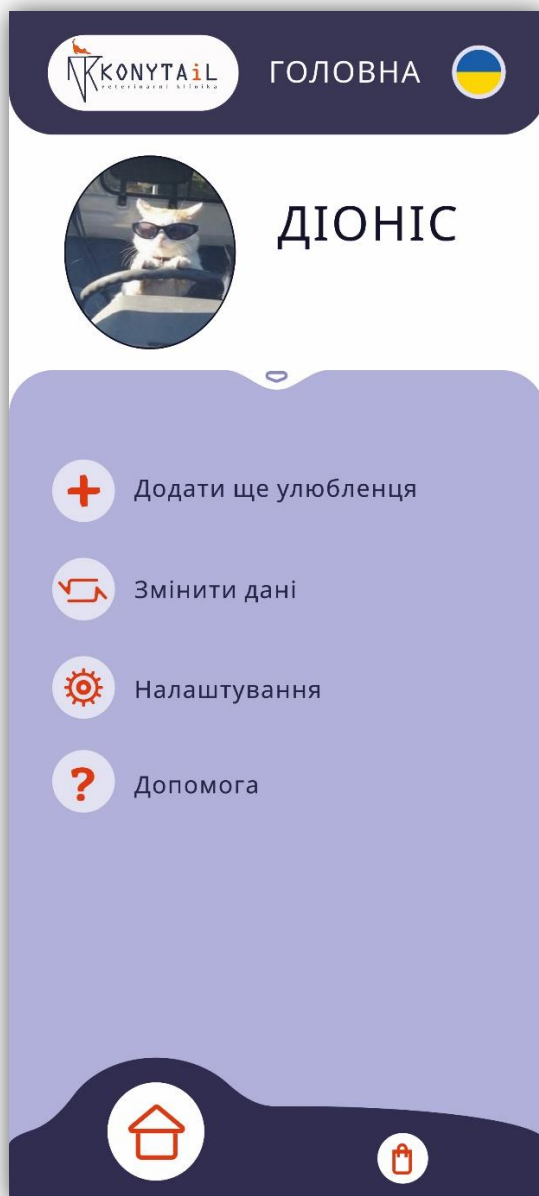


Рис.17 Перша сторінка

Опустивши шторку можна побачити другу сторінку. Тут розміщена уся інформація вашого домашнього улюбленця, а також три кнопки: сповіщення, зв'язок з лікарем, запис на прийом.

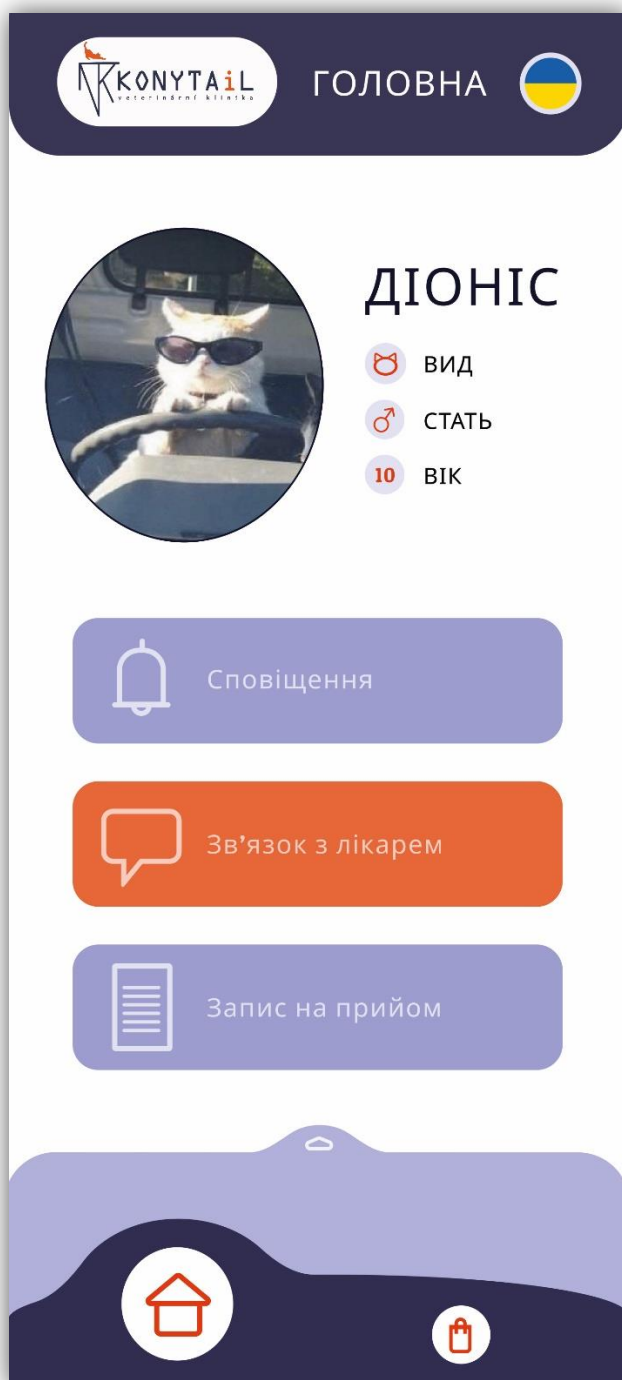


Рис.18 Друга сторінка

На третій сторінці, було розглянуто кнопку зв'язок з лікарем з другою сторінки.

Ця сторінка схожа на messenger, тут можна вести переписку з лікарем(ветеринаром).

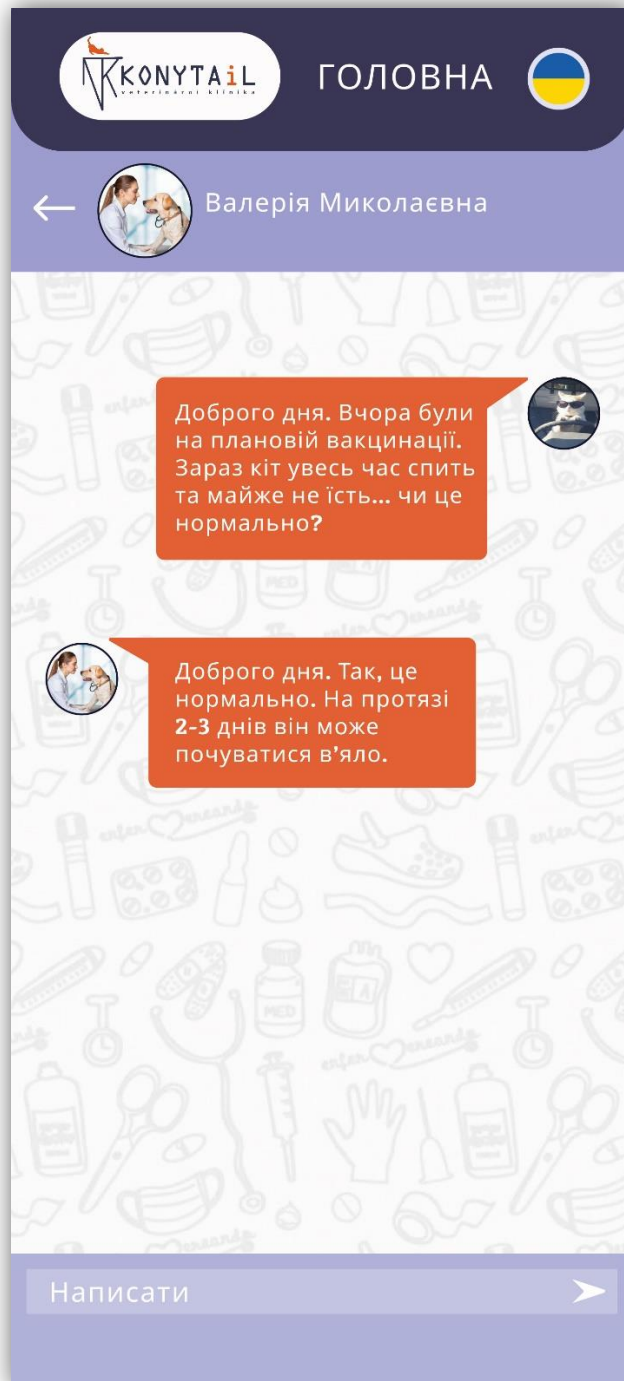


Рис.19 Третя сторінка

## Маркет частина

З четвертої сторінки починається маркет, інакше кажучи онлайн магазин.

Тут розміщено такий перелік товарів: рекомендації, препарати, смаколики, тощо; а також пошук: значок сповіщення та значок, який відкриває ще одну шторку.

Потрібні товари можна перемістити у кошик.



Рис.20 Четверта сторінка

Натиснувши значок та відкривши шторку відображається п'ята сторінка.

У шторці відображається дані вашого улюбленця, а також чотири значки: профіль, кошик, пошук, повідомлення.

Якщо в вас декілька домашніх улюбленців і декілька акаунтів через профіль можна вказати той який вам потрібен.

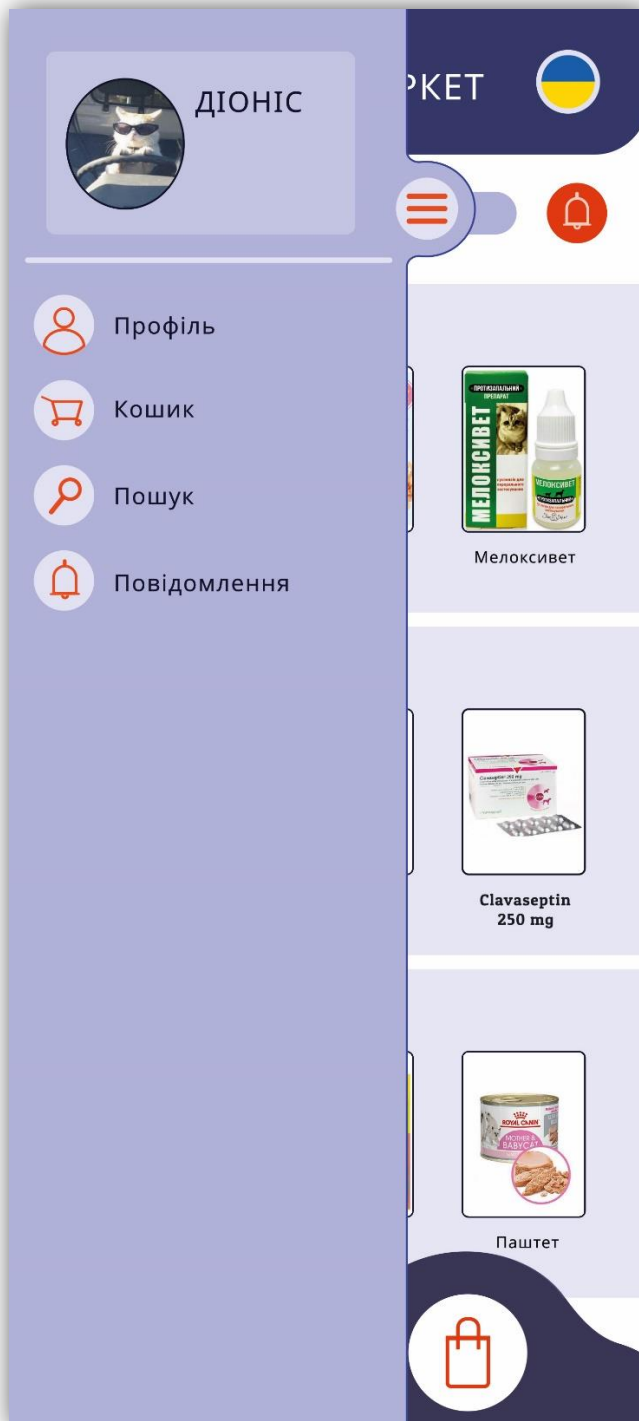


Рис.21 П'ята сторінка

Натиснувши на значок кошика відкриється шоста сторінка. Тут відображається цей кошик та товари які були сюди додані.

Обираючи потрібні вам товари можна вибрати доставку або бронь.

Доставка прибуде до вашого дому, а бронь можна буде забрати самому.



Рис.22 Шоста сторінка

## ВИСНОВКИ

В процесі роботи було визначено ідею та мету роботи, актуальність проблеми. Проаналізовано та досліджено теоретичні поняття, що стосуються ветеринарної клініки.

Досліджено особливості розробки фірмового стилю, його основні елементи та функції. Виявлено, що фірмовий стиль є невід'ємною складовою будь-якої компанії або закладу, яка представляє свої послуги на світовому ринку. На базі вже створених елементів фірмового стилю для ветеринарної клініки, як українських так і зарубіжних, було проаналізовано існуючі фірмові логотипи, кольорову гамму та проведено систематизацію ілюстрацій конкурентів.

Встановлено, що у дизайні логотипів ветеринарних клінік переважають такі кольори, як відтінки синього та сонячні кольори (жовті, помаранчеві), також білий, як фон. Крім того активно використовуються елементи у вигляді тварин (частіше за все котів та собак). Представлено декілька варіантів логотипу, та спосіб їх розробки.

Розроблено та візуалізовано творчу концепцію фірмового стилю ветеринарної клініки. На основі багатьох досліджень обрано фірмові кольори, розроблено ряд елементів фірмового стилю – логотипу, візиток і тд., які виконано в єдиній стилістиці та мають унікальний дизайн. Розроблено дизайн додатку до дипломної роботи, а саме мобільного застосунку.

Також представлено макети, які презентують концепцію фірмового стилю закладу: фірмового бланку, конверту, бейджа, папки, візитки, чашки, форми, пакету.

Отже, в рамках дослідження розглянуто особливості проектування фірмового стилю, та його об'єктів, для закладів ветеринарної промисловості, встановлено їх основні компоненти та запропоновано дизайн-проект фірмового стилю, об'єкту соціальної промисловості. Додано зображення дизайну усіх елементів фірмового стилю, а також додатку у вигляді окремих сторінок мобільного застосунку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Титаренко, О. Дизайн-діяльність студентів як засіб формування еколого-естетичних компетенцій // Вища школа. 2018. № 12. С. 112-121
2. Бурим, К. Кольорове вирішення елементів навігації у веб-дизайні // Вища школа. 2019. № 3. С. 81-87
3. Прищенко, С. В. Основи рекламного дизайну : підручник. Київ : Кондор, 2019. 400 с.
4. Дизайн систем візуальної інформації : навч. Посібник. Херсон : ОЛДІ-Плюс, 2019. 200 с.
5. Графічний дизайн. Частина 1. Вибірковий модуль [Електронний ресурс] : практичний посібник друкований аналог відсутній. Житомир, 2019. 94 с. <http://eprints.zu.edu.ua/35801/>
6. Симонян, Ю. Ю. Визначення поняття «дизайн» // Європейські орієнтири розвитку України в умовах війни та глобальних викликів ХХІ століття: синергія наукових, освітніх та технологічних рішень : матеріали Міжнар. Наук.-практ. Конф. ( м. Одеса, 19 трав. 2023 р. ) : у 2 т. Т. 2. С. 600-601
7. Симонян Ю. Ю. Визначення поняття «дизайн» / Ю. Ю. Симонян // Європейські орієнтири розвитку України в умовах війни та глобальних викликів ХХІ століття: синергія наукових, освітніх та технологічних рішень : у 2 т. : матеріали Міжнар. Наук.-практ. Конф. (м. Одеса, 19 травня 2023 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавництво «Юридика», 2023. Т. 2. С. 600-601.
8. Симонян Ю. Ю. Визначення поняття «дизайн».pdf (154.63 KB)
9. Петухова Т. А. Формування фірмового стилю на принципах сучасного дизайну : метод. Реком. До дисципліни «Проектування фірмового стилю» для самостійної роботи здобувачів другого магістерського) рівня ОПП «Дизайн» / Т. А. Петухова, Л. С. Ямроз; МГУ, Факультет мистецтва і дизайну. Одеса, 2023. 44 с.

10. ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ.pdf (673.59 KB)
11. Брусило Д. О. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації підприємства та його формування з точки зору видавничої діяльності [Електронний ресурс] / Д. О. Брусило, І. В. Гладких // Рейковий рухомий склад. 2018. Вип. 16. С. 26-29 [http://nbuv.gov.ua/UJRN/reruck\\_2018\\_16\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/reruck_2018_16_6)
12. Тарасенко Л. Домени, фірмовий стиль та інші комерційні позначення: особливості правової охорони [Електронний ресурс] / Л. Тарасенко // Вісник Львівського університету. Серія юридична. 2022. Вип. 74. С. 58-67. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu\\_yu\\_2022\\_74\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu_yu_2022_74_8)
13. Даніелян, Анаїт Єрвандівна. Інструментальні засоби створення об'єктів еко-дизайну на основі методологічного підходу [Текст] : автореф. Дис. ... канд. Техн. Наук : 05.01.03 / Даніелян Анаїт Єрвандівна ; Київ. Нац. Ун-т буд-ва і архітектури. Київ, 2018. 19 с. : рис., табл.
14. Ганжа М. Мистецтво дизайну в освітньому середовищі як засіб естетичного виховання особистості [Електронний ресурс] / М. Ганжа // Нова педагогічна думка. 2018. № 1. С. 171-174 [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd\\_2018\\_1\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2018_1_44)
15. Гомзяк А. М. Художньо-образні особливості типографіки в дизайні поліграфічної продукції стилю ар деко [Електронний ресурс] / А. М. Гомзяк // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Мистецтвознавство. 2018. № 1. С. 298-307.
16. Чемерис Г. Основи комп'ютерного дизайну як чинник модернізації змісту професійної освіти майбутніх бакалаврів з комп'ютерних наук [Електронний ресурс] / Г. Чемерис // Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія : Педагогіка. 2018. № 1. С. 279-284.
17. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / М. В. Колосніченко, Є. П. Гула, К. Л. Пашкевич, Т. Ф.

Кротова, М. І. Яковлєв, О. В. Колосніченко, О. В. Колісник, Н. В. Остапенко, Н. В. Чупріна, О. В. Єжова, Н. В. Скляренко, А. І. Рубанка, І. О. Приходько-Кононенко, Т. В. Струмінська, Т. В. Луцкер, Г. В. Омельченко, Є. О. Головчанська, О. Д. Герасименко, О. С. Гальчинська, Г. М. Олійник; ред.: М. В. Колосніченко; Київський національний університет технологій та дизайну. Київ : КНУТД, 2022. 226 с.

18. Список літератури та матеріалів за темою диплому з інтернет-джерел:
19. Фірмовий стиль <http://surl.li/grrgye>
20. Що таке фірмовий стиль і нащо він потрібен кожній компанії.  
<https://ideadigital.agency/blog/firmovij-stil/>
21. Фірмовий стиль: що це, з чого він складається та навіщо потрібен компанії <https://deltadesign.com.ua/what-is-corporate-identity/>
22. Фірмовий стиль – секрет успішної компанії <https://citysites.ua/blog/446>
23. Ветеринарна клініка проти практики дрібних тварин: у чому різниця?  
<http://surl.li/eylrog>
24. Графічний дизайн <http://surl.li/dsfftn>
25. Графічний дизайн <http://surl.li/vurqbz>
26. Логотип для ветеринарної клініки – підвищуємо довіру і викликаємо емоції <https://welovebrands.com.ua/ua/blogs/logotyp-veteryarnoyi-kliniky/>
27. Як створити фірмовий стиль для медичної клініки  
<https://satal.kiev.ua/yak-stvoryty-firmovyi-styl-dlia-medychnoi-kliniky/>
28. Розробка фірмового стилю для медичної клініки, стоматологічної клініки, ветеринарної клініки  
[https://logomaster.com.ua/index\\_uk.php?p=7202](https://logomaster.com.ua/index_uk.php?p=7202)
29. Відокремлений структурний підрозділ «Козелецький фаховий коледж ветеринарної медицини Білоцерківського національного аграрного університету» <http://surl.li/jxwzyq>
30. Психологія кольору в рекламі <http://surl.li/zgkjhb>
31. Фірмовий стиль – секрет успішної компанії <https://citysites.ua/blog/446>

32. 20 nejlepších firem: Veterinární kliniky <http://surl.li/xtqkec>
33. Фірмовий бланк. Корпоративна або офісна поліграфія <http://surl.li/dtivxb>



Имя пользователя:  
Анна Серединко  
Дата проверки:  
26.06.2024 17:16:43 EEST  
Дата отчета:  
26.06.2024 22:38:06 EEST

ID проверки:  
1016389655  
Тип проверки:  
Doc vs Internet + Library  
ID пользователя:  
100001433

Название файла: фк 022 Карпенко С.Д  
Количество страниц: 16 Количество слов: 2756 Количество символов: 20076 Размер файла: 43.48 KB ID файла: 101620

## 7.51% Совпадения

Наибольшее совпадение: 1.96% с Интернет-источником (<https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19296/1/Dyplom...>)



## 0% Цитат

- Исключение цитат выключено
- Исключение списка библиографических ссылок выключено

## 0% Исключений

Нет исключенных источников

