

Міністерство освіти і науки України



ПРОЄКТУВАННЯ ОБ'ЄКТІВ ДИЗАЙНУ

Методичні вказівки до виконання лабораторних занять
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньої програми «Дизайн»
галузі знань 02 Культура та мистецтво
спеціальності 022 Дизайн
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2023

До друку

Голова вченої ради факультету архітектури, будівництва та дизайну _____ О. В. Андрійчук

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозиторій Луцького НТУ

Директор бібліотеки _____ С. С. Бакуменко

Затверджено вченою радою факультету архітектури, будівництва та дизайну Луцького НТУ, протокол № ____ від « ____ » _____ 2023 р.

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри архітектури та дизайну Луцького НТУ, протокол № ____ від « ____ » _____ 2023 р.

В.о. зав. кафедри архітектури та дизайну _____ к. арх., доц. О.С. Пасічник

Укладач: _____ ас. О.В. Романюк, ас. В.М. Шмельов

Рецензент: _____ к. мист., доц. Ю.С. Бондарчук

Відповідальний за випуск: _____ ст. викл. Ю.В. Клак

Проектування об'єктів дизайну: методичні вказівки до виконання лабораторних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньої програми «Дизайн» галузь знань 02 Культура та мистецтво спеціальності 022 Дизайн денної та заочної форм навчання/
П 79 О. В. Романюк, В.М. Шмельов – Луцьк: Луцький НТУ, 2023. – 52 с.

Методичне видання складене відповідно до діючої програми курсу «Проектування об'єктів дизайну» з метою визначення лабораторних робіт студентів та надання методичної допомоги в процесі виконання. Подано основні відомості з теми курсу, необхідні для виконання лабораторних завдань.

© Романюк О.В., Шмельов В.М., 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	5
Лабораторне завдання 1.1. Особливості проектування в (графічному) дизайні	6
Лабораторне завдання 1.2. Особливості проектування в дизайні (середовища)	8
Лабораторне завдання 2.1. Формування проектних задач на дизайн-проектування. Проектні методи. (графічний дизайн).....	9
Лабораторне завдання 2.2. Формування проектних задач на дизайн-проектування. Проектні методи. (дизайн середовища).....	11
Лабораторне завдання 3.1. Особливості проектування в графічному дизайні.	12
Лабораторне завдання 3.2. Особливості проектування в інтер'єрі.....	15
Лабораторне завдання 4.1. Техніки і прийоми оформлення і подачі дизайн-проекту.	15
Лабораторне завдання 4.2. Техніки і прийоми оформлення і подачі дизайн-проекту.	17
Лабораторне завдання 5.1. Формування завдання на курсове проектування відповідно до теми (проектування основних елементів фірмового стилю закладу торгівлі).....	18
Лабораторне завдання 5.2. Формування завдання на курсове проектування відповідно до теми (проектування інтер'єру кафе або бару)	19
Лабораторне завдання 6.1. Передпроектне дослідження (графічний дизайн).....	19
Лабораторне завдання 6.2. Передпроектне дослідження (дизайн середовища).....	21
Лабораторне завдання 7.1. Формування дизайн-концепції (графічний дизайн).....	21
Лабораторне завдання 7.2. Формування дизайн-концепції (дизайн середовища).....	22
Лабораторне завдання 8.1. Ескізне проектування (графічний дизайн).....	23

Лабораторне завдання 8.2. Ескізне проєктування (дизайн середовища).....	23
Лабораторне завдання 9.1. Робочий проєкт (графічний дизайн).....	24
Лабораторне завдання 9.2. Робочий проєкт (дизайн середовища).....	28
Лабораторне завдання 10.1. Пояснювальна записка. Захист проєкту (графічний дизайн).....	28
Лабораторне завдання 10.2. Пояснювальна записка. Захист проєкту. (дизайн середовища).....	29
Лабораторне завдання 11.1. Дизайн-розробка презентаційних матеріалів.	30
Лабораторне завдання 11.2. Підбір і визначення лицювальних матеріалів	33
Лабораторне завдання 12.1. Проєктування рекламно-інформаційних комплексів	33
Лабораторне завдання 12.2. Освітлення в інтер'єрі.	37
Лабораторне завдання 13.1. Проєктування візуально-графічної навігації	37
Лабораторне завдання 13.2. Вентиляція і кондиціонування в інтер'єрі.	40
Лабораторне завдання 14.1. Дизайн-концепція ребрендингу/редизайну компанії та дизайну упакування.....	40
Лабораторне завдання 14.2. Технічні елементи інтер'єру...	43
Лабораторне завдання 15.1. Концептуальна дизайн-розробка об'єктів та елементів фірмової ідентифікації	43
Лабораторне завдання 15.2. Експлікація і анотація в проєкті.	46
Лабораторне завдання 16.1. Авторський дизайн-концепт айдентики.....	46
Лабораторне завдання 16.2. Використання айдентики в проєктуванні інтер'єру.	49
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	50

ВСТУП

Методичні вказівки до лабораторних завдань сформовано на основі типової навчальної програми з дисципліни «Проектування об'єктів дизайну» та нормативної програми циклу нормативно-методичного забезпечення навчального процесу для підготовки бакалаврів напряму «Дизайн» галузі знань «Культура та мистецтво» за спеціальністю 022 «Дизайн» на кафедрі архітектури та дизайну Луцького національного технічного університету.

Вивчення дисципліни «Проектування об'єктів дизайну» є важливою дисципліною для підготовки компетентних спеціалістів у галузі проектування різних за призначенням та складністю проєктних об'єктів дизайну, зокрема об'єктів у напрямку графічного дизайну та дизайну середовища, та розвиток творчого потенціалу студентів для вирішення професійних задач. Актуальність дисципліни визначена необхідністю використання теоретичних знання і практичних вмінь у проєктному процесі, зокрема, під час розробки різноманітних за напрямком та проєктними особливостями об'єктів дизайну.

Мета і завдання

Мета вивчення дисципліни «Проектування об'єктів дизайну»:

- надання студентам необхідних знань у галузі проектування об'єктів дизайну, формування навичок конструктивного аналізу проєктної ситуації;
- розвиток вміння вирішувати формотворчі та дизайн задачі у процесі художнього проектування;
- підготовка студентів до проектування, як творчого процесу створення гармонійних дизайнерських об'єктів, що поєднують в собі розуміння об'єкту дизайну з ідейною художньою виразністю.

Основні завдання вивчення дисципліни «Проектування об'єктів дизайну»: ознайомлення студентів з прийомами та методами проектування різних за складністю об'єктів, набуття практичних навичок створення засобами дизайну художньо-виразних розробок із врахуванням принципів і закономірностей проектування; формування навичок спостереження, збору і аналізу інформації в оточуючому середовищі та переосмислення її у власних дизайн-розробках; розвиток вмінь використовувати теоретичні знання і практичні вміння у проєктному процесі.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 1.1.

Особливості проєктування в (графічному) дизайні

Мета: ознайомлення із цілями, метою та завданнями дизайн проєктування. Виявлення образного рішення та стилізації природної форми, як один із засобів формування концептуальних ідей у дизайн-проєктуванні.

Завдання: пошук та розробка концептуального рішення логотипу з використанням трансформації образної форми біонічного об'єкта в знакову.

Загальні відомості

Знак – це твір графічного дизайну створений за законами композиції. Виділимо три різні шляхи створення композиції графічного знаку: формальна (абстрактна) композиція – знак-індекс; стилізація реального об'єкта – образотворчий знак; шрифтова композиція. Основа побудови знаку-індексу найпростіші геометричні форми (коло, квадрат, трикутник, овал) структура яких в подальшому наповнюється формою котра вирізняє знак. Фірмові знаки розрізняють також як знак-індекс. Композиція товарного знаку повинна формувати виразний емоційний образ, у якому чітко простежуються суть і характер діяльності, за допомогою засобів формальної композиції. Образотворчий знак – це знак отриманої в результаті виділення/підкреслення/перебільшення певних властивостей і якостей реального об'єкта засобами композиції. Образотворчі знаки створюють за допомогою стилізації зображень реальних об'єктів (будівель, тварин, рослин, тощо) у яких виділяється головна, найбільш виразна якість яка підлягає спрощенню та стилізації. Кінцевий варіант знаку набуває абстрактного характеру із збереженням праобразом та вирізняється індивідуальністю, лаконічністю, компактністю композиції. Найбільшу частину фірмових знаків становлять логотипи як один з основних атрибутів фірмової ідентифікації. Логотип буває різних видів, як: буква, слово, знак, емблема, орнаментальна композиція, абстрактний символ, анімований знак, об'ємний логотип, оригінальне графічне зображення назви, фірмовий блок (оригінальний знак + оригінальний шрифтовий напис + слоган). Одним із елементів системи ідентифікації бренду є символ (знак) бренду.

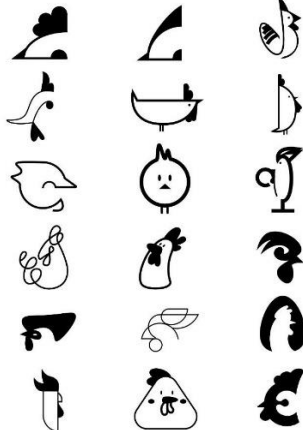
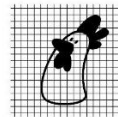
Порядок виконання роботи

На основі однієї з природних форм (тваринного світу), за допомогою її стилізації, трансформації та спрощення створити 12-18 варіантів знаку-логотипу. Важливо, щоб створення знак-логотип відповідало змісту й образу та відображало призначення компанії/продукції/послугі (для завдання обирається або існуюча компанія або вигадана). Кінцевий найкращий варіант знаку-логотипу переноситься на модульну сітку. Робота має бути виконана на формат А-3 за допомогою ручної або комп'ютерної графіки.

При виконанні роботи студент повинен: обрати для подальшого опрацювання об'єкт природної форми; визначити для якої фірми/організації-продукту/послуги створюються зразки знаку-логотипу; розробити ескізні варіанти знаку-логотипу; визначити найкращий варіант; закомпонувати розроблені зразки на форматі, а найкращий варіант розмістити на модульній сітці.



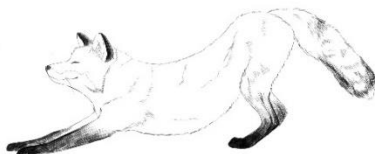
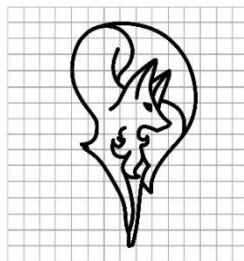
Трансформація образної форми в знакову «Наша рибка»



Приклади виконання завдання



Трансформація образної форми в знакову



Приклади виконання завдання

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 1.2. **Особливості проєктування в дизайні (середовища)**

Мета: ознайомлення з цілями, метою та завданнями проєктування інтер'єру.

Завдання: пошук образу невеликого за площею кафе або бару. Вміння збирати інформацію за аналогами і прототипам.

Ескізування і пошук оригінальної ідеї щодо планувального рішення і композиційної концепції.

Загальні відомості

Проектування дитячих майданчиків і ігрових зон в архітектурному середовищі відрізняється, і характеризується певними особливостями. Ще на етапі проектування планувального рішення, потрібно враховувати ергономічні особливості щодо дитини. Має відбутись ознайомлення із конструктивними особливостями елементів ігрового комплексу.

Порядок виконання роботи

Розробити план дитячого майданчику. Визначити кількість і концептуальне наповнення зон, а також, функціональне наповнення елементів. Важливо попередньо ознайомитись із аналогами і розробками в царині ігрових елементів для дітей різного віку. І з рештою, знайти оригінальний стилістичний образ для всіх елементів і майданчику в цілому.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 2.1.

Формування проєктних задач на дизайн-проектування.

Проектні методи. (графічний дизайн)

Мета: вивчення та використання у дизайн-проектнуванні ряду художніх методів і прийомів та візуально-зображальних технік для вирішення різнопланових проєктних завдань.

Завдання: створення концепції графічного змістового образно-ілюстративного ряду художнього твору з використанням комбінаторики знакових систем.

Загальні відомості

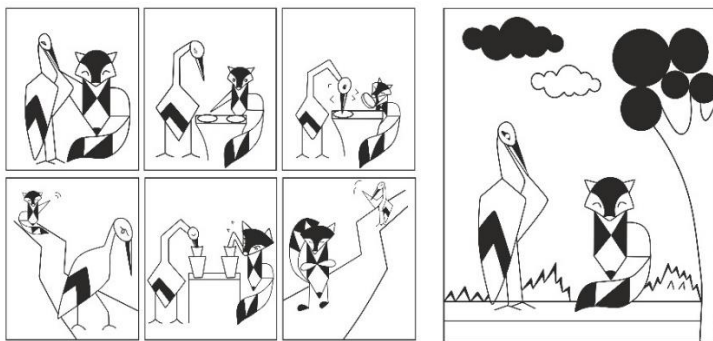
Процес творчості – це пошук нових ідей, форм, змісту. Комбінаторика – це один із методів проектування у якому застосовують різні прийоми компонування структурних елементів у цілісну композицію. У проектуванні дизайн комбінаторику умовно поділяють на два напрямки - функціонально-змістовий (створеного з однакового набору різних елементів/геометричних фігур) і формально-образний метод (збагачення дизайн-об'єкта використанням кольору/орнаментики/різним групуванням елементів). В дизайні виділяють основні прийоми комбінаторного формоутворення: 1) створення графічної композиції за допомогою

комбінування елементів на площині; 2) побудова об'ємно-просторової композиції за допомогою з'єднання типізованих елементів (модулів); 3) внутрішня будова форми за допомогою комбінування деталей. За допомогою комбінаторики у дизайні є можливість формувати нові структурні будови проєктів та варіювати під час проєктування вихідними елементами. Комбінаторний процес в дизайні охоплює ряд аспектів формоутворення – концептуальний, змістовий і морфологічний.

Порядок виконання роботи

Завдання полягає у створенні знаково-образної сюжетної композиції на основі комбінаторики. Студент на власний розсуд обирає невеликий художній твір (байку, казку) у якій чітко виражені образи персонажів і сюжетна лінія. На основі обраного творю необхідно розробити його персонажі. Розробка зображень персонажів повинна бути обов'язково створена з використанням основ комбінаторики знакових систем (тобто, персонаж має бути створений за допомогою певного числа модулів/геометричних фігур методом їх комбінування). На базі створених персонажів необхідно розробити ряд сюжетних зображень використовуючи ту ж техніку.

Комбінаторика знакових систем за мотивами казки «Лисичка і журавель»

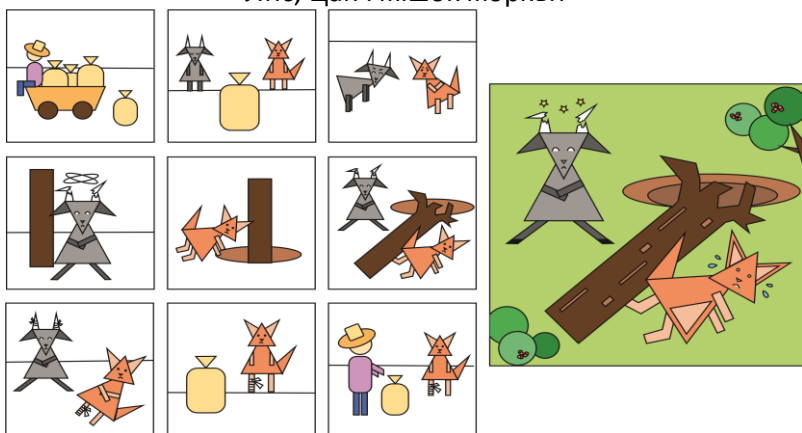


Приклади виконання завдання

Графічна роботи має містити дві частини: 1) 6-8 фрагментів у котрих демонструється знаково-образна стилізація персонажів художнього твору та спрощена модель комбінаторики пошуку ілюстрації, розповіді сюжету твору; 2) створення деталізованої ілюстрації сюжету. Графічна подача може бути виконана у чорно-білому або кольоровому рішенні на форматі А-3. Для графічної подачі можливе використання ручної графіки або комп'ютерних технологій. При виконанні роботи студент повинен: обрати художній твір для опрацювання; визначити основних персонажів та створити варіанти їх графічних образів; розробити ескізи графічної сюжетної лінії твору; виконати і представити чистовий варіант роботи.

Комбінаторика знакових систем за мотивами казка

«Лис, Цап і мішок моркви»



Приклади виконання завдання

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 2.2.

Формування проєктних задач на дизайн-проєктування.

Проектні методи. (дизайн середовища)

Мета: вивчення та застосування у дизайн-проєктуванні ряду художньо-графічних і конструкторських методів і прийомів, а також їх візуалізація для рішення проєктних завдань.

Завдання: проробка деталей інтер'єру засобами ескізування. Підбір меблів і обладнання в певний композиційний ряд з використанням колажу і ескізування. Поняття скетч-колажу.

Загальні відомості

Проектування інтер'єрів і малих архітектурних форм та подальша конструктивна розробка, не можлива без планувального рішення об'єкту. Тому, перш за все, потрібно знайомитись із принципом розробки плану приміщення чи рекреаційної зони біля житлових об'єктів. При розробці плану потрібно враховувати всі необхідні функції і функціональні зони, враховувати потреби людини і основні ергономічні вимоги. Розміщувати елементи і обладнання, виходячи з ергономічних показників і функціональних зон. Потрібно пам'ятати про це і при проектуванні архітектурного ландшафту.

Порядок виконання роботи

Студент повинен розробити планувальне рішення рекреаційної зони, як складової розробки ландшафтного дизайну і облаштування середовища в міській забудові. Кінцевим результатом виконаної роботи, має бути планувальне рішення рекреаційної зони із елементами дитячого майданчику.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 3.1.

Особливості проектування в графічному дизайні.

Мета: освоєння проєктних графічних навичок у формуванні дизайн концепцій на задану тему.

Завдання: пошук образного рішення та формування концепції композиції логотипу, шрифту і фірмової кольорової гами для закладу харчування (кафе, паб, пекарня тощо). Розробка об'єктів друкованої фірмової продукції (меню, рекламна поліграфія).

Загальні відомості

Формулюванням змістового наповнення ідеї майбутнього дизайн-об'єкта виконує дизайн концепція. Розробка дизайн концепції передбачає пошук дизайн ідей використовуючи асоціативно-образний підхід до формотворення і змістове наповнення об'єкта. Джерелами формування образного рішення

можуть бути природні, культурні або міфологічні об'єкти, твори мистецтва чи наукові розробки тощо.

Розробка логотипа являє собою творчий процес створення візуального образу з втіленням ідей чи задумів замовника. Хороший логотип має викликати потрібні асоціації, легко запам'ятовуватися, бути візуально оригінальним і унікальним, легко сприйматися і бути зручним у використанні. Основними функціями логотипу є: надавати інформацію про компанію та її діяльність; бути впізнаваним серед компаній конкурентів; підвищувати імідж компанії.

Логотип трактується як графічний або текстовий знак, котрий втілює у собі головну ідею компанії або проекту, ідейну основу продукту, послуги або події. Поширеними є три види логотипів: - графічний логотип у формі унікального товарного знаку; - текстовий логотип де використовується лише назва фірми; - комбінований логотип включає в себе і візуальне зображення знаку і текст.

Порядок виконання роботи

Студент визначає проектний об'єкт. Формує його концепцію, ідейний задум щодо візуального зображення, відповідно до запропонованої назви і спрямування діяльності закладу. Студент повинен показати та обґрунтувати пошук образного рішення та формування власної ідеї візуального зображення логотипу. Розробка остаточного варіанту логотипу передбачає виконання ряду його різнопланових пошукових варіантів. У обраному остаточному варіанті логотипу демонструється його композиційні та кольорові варіанти подачі, розміщення логотипу на модульній сітці і зазначення фірмового кольору та шрифту. На основі розробленого логотипу закладу та визначених фірмового кольору та тексту студент розробляє об'єкти ділової документації, сувенірної продукції, елементи фірмового одягу. Готову графічну частину проекту композиційно розміщують на двох аркушах А-3 формату. На першому аркуші розміщують пошук обґрунтування образного рішення, варіанти концепції логотипу, кінцевий варіант логотипу, фірмові кольори та шрифт. На другому аркуші розміщують розроблені об'єкти ділової документації, сувенірної продукції, фірмовий одяг.

Пошук образного рішення та формування ідеї



Варіанти композиції логотипу



Розміщення логотипу на модульній сітці



Монохромна версія логотипу



Варіанти концептуальної розробки логотипу



Фірмові кольори



Фірмовий шрифт



Ділова документація



Сувенірна продукція



Фірмовий одяг



Приклад виконання завдання

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 3.2.

Особливості проєктування в інтер'єрі.

Мета: освоєння проєктних графічних навичок в розкритті образу інтер'єру.

Завдання: пошук найкращих ракурсів для візуалізації. Побудова інтер'єру і наповнення традиційними графічними засобами у фронтальній або кутовій перспективі. Пошук образу за рахунок варіативності рішень.

Загальні відомості

Створення комфортних умов перебування людини в інтер'єрі – це головне завдання дизайнера. Складових комфорту існує багато. Це й вдалий підбір лицювальних матеріалів, професійний вибір освітлювальних елементів і вдале розташування їх в певних зонах інтер'єру, використання комфортної для людини колористики і вірний з точки зору ергономіки підбір меблів. І ще усвідомлення про багато інших чинників у створенні комфорту і затишку.

Порядок виконання роботи

Попередньо створивши планувальне рішення, знайти образ і концепцію невеликого за площею житлового приміщення. Розташувати в цьому обмеженому просторі необхідні функціональні зони. Потім за допомогою графічних засобів і певної графічної стилістики, представити проєкт-візуалізацію житлового блоку.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 4.1.

Техніки і прийоми оформлення і подачі дизайн-проєкту (графічний дизайн).

Мета: формування та шляхи виконання проєктного завдання. Вивчення прийомів оформлення та подачі графічної частини дизайн-проєкту.

Завдання: розробка об'єктів рекламно-візуального забезпечення закладу харчування (кафе, паб, пекарня тощо).

Загальні відомості

Графічна частина дизайн-проєкту демонструє рівень проєктно-художньої підготовки дизайнера. На графічній частині

зображення виконують доступними техніками (за допомогою комп'ютерних програм або вручну), об'єднуючи їх за задумом у єдине стилістичне рішення. Загальний зміст графічної частини, композиційне розміщення усіх елементів дизайн-розробки та використаний спосіб виконання залежать від вибору теми.

Об'єктом зовнішньої реклами є текстова і графічна рекламна інформація розміщена на відкритій місцевості, на спеціальних рекламних конструкціях. Існує ряд правил ефективного дизайну зовнішньої реклами: 1) дизайн реклами повинен бути оригінальним і доносити головну ідею викликаючи позитивні приємні емоції; 2) при потребі використовувати контраст та доречне кольорове вирішення для підвищення примітності; 3) підбирати вдалу ілюстрацію або влучний креативний заголовок. Для розміщення зовнішньої реклами використовують наступні носії: білборди, сіті-лайти, брендмауери, тролли, банери, вітрини, вивіски, транспортні засоби та ін.

Вивіска – це об'ємна чи плоска конструкція котру розміщують на фасаді будівлі. Вона відіграє роль візитівки підприємства. На вивісці розміщують назву бренду (логотип/знак) також інформацію про діяльність підприємства. До розробки вивіски залучають ряд спеціалістів (дизайнера, архітектора, інженера) оскільки, вітрина це не лише естетика чи стилістика зовнішнього вигляду, а цілісний технічний проєкт з експлуатаційними параметрами і конструктивним рішенням.

Порядок виконання роботи

На основі розробленого логотипу та основних фірмових складових у попередньому завданні студент здійснює розробку варіантів рекламно-візуального забезпечення. Об'єктами дизайн розробок можуть бути різнопланові вивіски та фірмова навігація, дизайн зовнішньої реклами (на різних носіях), розробка сторінок інстадизайну. Графічну подачу розроблених об'єктів необхідно композиційно грамотно розмістити на А-3 форматі. Кожну розміщену на планшеті групу розроблених рекламно-візуальних об'єктів необхідно підписати.

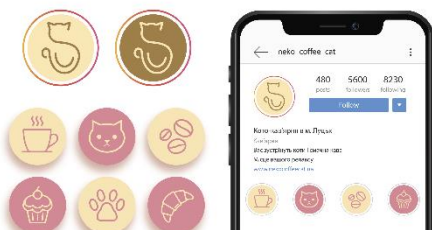
Варіанти розробки вітрини



Об'єкти рекламної продукції



Оформлення сторінок-розробка інстадизайну



ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 4.2.

Техніки і прийоми оформлення і подачі дизайн-проекту (дизайн середовища).

Мета: формування та шляхи виконання проектного завдання. Наповнення та об'єм дизайн-проекту. Подача графічної частини проекту.

Завдання: композиційне впорядкування всіх складових проекту (плани, розгортки стін, перспективні зображення і експлікація зон, матеріалів і обладнання).

Загальні відомості

Якість дизайнерських рішень залежить від бачення інтер'єру в цілому, в пошуку композиційно цікавому і новітньому образі проєктованого об'єкту. А також в розробці всіх деталей інтер'єру, в тому числі і пошуку меблів, світильників та інших аксесуарів для створення якісного інтер'єру.

Порядок виконання роботи

Початок роботи, це ескізування графічними методами і пошук вдалого варіанту композиційного рішення разом з

практичними розрахунками по розміщенню і підбору елементів інтер'єру. Подальші кроки, це повноцінний проєкт розроблений в певних комп'ютерних дизайнерських програмах або традиційними графічними методами.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 5.1.

Формування завдання на курсове проєктування відповідно до теми (проєктування основних елементів фірмового стилю закладу торгівлі)

Мета: ознайомлення із стадіями курсового дизайн-проєктування; вивчення особливостей формування завдання на курсове проєктування.

Завдання: визначення теми курсового проєкту. Формування завдання на курсове проєктування. Формування завдання на дизайн-розробку. Розподіл часових меж стадій курсового проєкту.

Загальні відомості

Виконання курсового проєкту починається з вибору теми проєкту. Тему курсового проєкту студент погоджує з керівником і отримує від нього завдання на курсове проєктування. Наступним кроком є складання графіку роботи над курсовим проєктом.

У завданні на курсове проєктування зазначається наступна інформація: тема курсового проєкту, обсяг роботи включаючи графічний матеріал і за потребою макетну частину, пояснювальну записку з зазначенням її основних розділів, додатки, терміни виконання кожної частини проєкту.

Завдання на дизайн розробку містить наступні підрозділи: назву об'єкта проєктування, призначення та галузь застосування, умови для розробки, мету розробки, джерела, основні вимоги до розробки об'єкта проєктування, специфічні вимоги, характер та стадії розробки, обмеження, композиційні елементи та види робіт котрі підлягають розробці, пропозиції з використання матеріалів та технологій, порядок контролю та приймання.

Порядок виконання роботи

Студент ознайомлюється із темою курсового проєкту («Дизайн-розробка основних елементів фірмового стилю закладу торгівлі»). Визначається із об'єктом дизайн-розробки над яким він буде працювати у ході виконання курсового проєкту. Студент під наглядом та консультацією з керівником заповнює завдання на

курсове проектування і завдання на дизайн-розробку. На цій ділянці роботи визначаються часові межі щодо стадій виконання окремих частин курсового проекту.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 5.2.

Формування завдання на курсове проектування відповідно до теми (проектування інтер'єру кафе або бару).

Мета: ознайомлення із стадіями курсового дизайн-проектування; вивчення особливостей формування завдання на курсове проектування.

Завдання: визначення об'єкту для курсового проектування Формування завдання на курсове проектування. Формування завдання на дизайн-розробку. Розподіл часових меж стадій курсового проекту.

Загальні відомості

Зонування має відбуватись ще на етапі пошуку планувальних рішень, але під час заключних етапів проектування інтер'єру варто скорегувати певні зони в інтер'єрі, взаємозв'язок між ними і людиною.

Порядок виконання роботи

Варто провести корегування планувального рішення з врахуванням всіх ергономічних вимог щодо проходів, розміщення меблів і іншого обладнання в інтер'єрі. Прорахувати за рахунок зображення з різних ракурсів вірність власних дизайнерських рішень і при потреби скорегувати певні моменти. Знайти найкращі для розкриття образу і стилю ракурси перспективного зображення інтер'єру.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 6.1.

Передпроектне дослідження (графічний дизайн)

Мета: навчитися виявляти проблему відповідно до об'єкта проектування; вибір, вивчення та аналіз аналогів та прототипів залежно від об'єкта проектування.

Завдання: визначення проблеми та методів її вирішення. Пошук та виявлення дизайн-особливостей аналогів та прототипів.

Загальні відомості

Передпроектне дослідження – це пошук проблеми, її усвідомлення, виявлення та аналіз інформації, критичний аналіз аналогів та прототипів, формування початкових ідей та дизайн-концепції і осмислення цілісного художньо-конструкторського задуму. На етапі передпроектного дослідження проводять збір і аналіз інформаційних джерел за темою дизайн-розробки. Необхідно зібрати максимальну кількість інформації про вже існуючі подібні чи наближені приклади об'єкта розробки. Джерелами пошуку інформації служать (література, інформація з інтернет-ресурсів, каталоги, прайс-листи та ін.).

Передпроектне дослідження передбачає вибір та дослідження аналогів та прототипів у відповідності до об'єкта проектування. Аналогами у дизайн-проектуванні називають виріб чи об'єкт який подібний за призначенням до об'єкта дизайн-проектування. Прототип – це зразок, який найбільш близький до запланованого об'єкта проектування. На цій стадії студент повинен зібрати найбільш актуальні і сучасні на даний час приклади аналогів дизайну. Під час аналізу аналогів та прототипів необхідно особливу увагу зосередити на наступних їх дизайн особливостях: функціональному, ергономічному, композиційному, конструктивно-технологічному, образно-стилістичному. Даний етап дослідження дозволяє виявити і визначити прогресивність вже існуючого об'єкту дизайну, і запозичити позитивні, і вдалі варіанти у власній розробці.

Порядок виконання роботи

Студенту, відповідно до теми курсового проектування повинен визначити і обґрунтувати проблему та шляхи її вирішення. Для подальшого виконання завдання студент здійснює пошук, дослідження та аналіз джерел інформації які відображають вирішення проблеми проекту та об'єкту-дизайну. Занотовує актуальну інформацію для подальшого її використання у написанні пояснювальної записки. Здійснюється пошук та аналіз аналогів та прототипів. Для цього студент повинен обрати 4-6-ть вдалих існуючих зразки побідного об'єкту дизайну та виконати до них ряд дизайн-аналізів. Текст проведених досліджень інформативних джерел та аналогів і прототипів студент у друкованому (формат А-4) або електронному вигляді подає керівнику на перевірку.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 6.2.

Передпроектне дослідження (дизайн середовища)

Мета: навчитися виявляти проблему відповідно до об'єкта проектування; вибір, вивчення та аналіз аналогів та прототипів залежно від об'єкта проектування.

Завдання: визначення проблеми та методів її вирішення. Пошук та виявлення дизайн-особливостей аналогів та прототипів.

Загальні відомості

Пересування людини в різних рівнях будівлі обумовлена наявністю певних сходових маршів і ліфтів. Тому є потреба в розумінні конструкції і ергономічних вимогах щодо цієї категорії елементів інтер'єру. Важливо знати основні розміри і пропорції, професійно використовувати ці знання в проектуванні.

Порядок виконання роботи

В дворівневому приміщенні треба запроектувати сходи, застосовуючи основні ергономічні параметри і пропорції людини. Розробити сходову частину відповідно до параметрів приміщення і образу цілого інтер'єру із врахуванням ергономічних вимог. При цьому вибір матеріалів має не суперечити основній концепції і образному рішенню інтер'єра.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 7.1.

Формування дизайн-концепції (графічний дизайн)

Мета: здійснення пошуку концептуального рішення об'єкта проектування.

Завдання: формування дизайн-концепції обраного об'єкта проектування. Вибір, обґрунтування та представлення концепції власної розробки.

Загальні відомості

Дизайн концепція передбачає розробку ключових концептуальних ідей або їх варіантів для визначення подальшого етапу проектування. Під час розробки концептуального рішення дизайнер повинен висвітлити власне авторське бачення концептуального вирішення об'єкта проектування та обґрунтувати зміст обраного образного рішення відповідно до поставленої мети. Формування дизайн-концепції передбачає виконання ескізних

художньо-графічних пропозицій об'єкта проєктування згідно сформованої концепції.

Порядок виконання роботи

Відповідно до теми курсового проєкту студент повинен сформулювати дизайн-концепцію об'єкта проєктування. Дана частина завдання передбачає дві частини його виконання. Перша частина – це формулювання та опис асоціативно-образного рішення щодо пошуку ідеї та змістовного навантаження (описуються різні аспекти трактування ідеї образу дизайну об'єкта). Друга частина – передбачає створення художньо-графічних пропозицій (4-6 варіантів у формі ескізної подачі) об'єкта проєктування які будуть відповідати змісту образу та вирізнятися вдалим співвідношенням засобів художньої виразності. За результатами даного завдання студент повинен подати на оцінювання теоретичну текстову частину (формат А-4) обґрунтування змісту образу і графічні матеріали ескізів художньо-графічних пропозицій (формат А-4, А-3).

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 7.2.

Формування дизайн-концепції (дизайн середовища)

Мета: здійснення пошуку концептуального рішення об'єкта проєктування.

Завдання: формування дизайн-концепції обраного об'єкта проєктування. Вибір, обґрунтування та представлення концепції власної розробки.

Загальні відомості

До основних завдань дизайнера, окрім суто проектних, існують завдання обґрунтування вибраних рішень. Важливим елементом проєкту є висвітлення власних ідей, власної концепції. При цьому потрібне практичне підґрунтя конструктивних і технічних питань. Ці питання відносяться і до санітарно-гігієнічних вимог. В кінцевому варіанті, ці питання впливають і на естетику приміщень.

Порядок виконання роботи

В проєктованому приміщенні (кафе-ресторан), потрібно розробити концепцію основних функцій. Знайти ідею відмінності проєктованого об'єкта від ряду інших. Методом створення колажу,

показати ідею і певні «фішки» не тільки дизайну, але й створення певної поведінки і настрою.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 8.1. ***Ескізне проєктування (графічний дизайн)***

Мета: виконання художньо-графічних пропозицій об'єкта проєктування у формі ескізування.

Завдання: розробка варіантів пошукових ескізів загального концептуального рішення об'єкта проєктування. Деталізація та розробка пошукових ескізів окремих складових частин дизайн об'єкта.

Загальні відомості

Метою ескізування об'єкта проєктування є пошук загального образу концепції. Розробка пошукових ескізів передбачає дизайнерський пошук та втілення початкових творчих ідей у ескізу графічну форму. Процес ескізування виконується від графічного пошуку загальних форм, поступово до окреслення окремих деталей і закінчується формуванням цілісного образу об'єкта. Результатом комплексу пошукових ескізних розробок є графічна візуалізація чорнового об'єкта проєктування.

Порядок виконання роботи

Студент, відповідно до власної концепції формотворення, виконує пошукові ескізні варіанти об'єкта проєктування і всіх його складових відповідно до теми курсового проєкту. Пошукові ескізи виконуються як за допомогою ручної графіки так і з використанням комп'ютерних графічних програм. За результатами роботи над завданням студент повинен представити альбом (формат А-4) пошукових ескізів та авторських рішень обраного об'єкта проєктування.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 8.2. ***Ескізне проєктування (дизайн середовища)***

Мета: виконання художньо-графічних пропозицій об'єкта проєктування у формі ескізування.

Завдання: розробка варіантів пошукових ескізів загального концептуального рішення об'єкта проєктування. Деталізація та

розробка пошукових ескізів окремих складових частин дизайн об'єкта.

Загальні відомості

До основних завдань дизайнера, в значній мірі, є наповнення інтер'єру (кафе-ресторан) необхідними функціональними меблями та іншим професійним обладнанням. Таким важливими і необхідними елементами є барна стійка, стелажі для викладки товару, з рештою-столи із стільцями та інше.

Порядок виконання роботи

Для проєктованого приміщення зробити підбір меблів. Відповідно до концепції приміщення, розробити барну стійку з необхідним обладнанням. В залежності від функції приміщень розробити конструктивні елементи технічного обладнання. В кінцевому результаті все це має бути зафіксовано в кресленнях і виглядах 3D зображень.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 9.1. Робочий проєкт (графічний дизайн)

Мета: виконання усіх складових графічної частини курсового проєкту.

Завдання: чистова детальна розробка усіх складових елементів об'єкта проєктування. Композиційне компонування усіх об'єктів розробки на демонстраційних планшетах.

Загальні відомості

Робочий проєкт передбачає чистове графічне виконання усіх частин об'єкта проєктування. На стадії робочого проєкту готують демонстраційну графічну частину у якій структуровано та композиційно розміщують чистову подачу графічного матеріалу. Графічні зображення виконують доступними техніками (вручну або за допомогою комп'ютерних програм) на аркушах А-3 формату. Подача графічної частини повинна бути об'єднана за задумом у єдине стилістичне рішення.

Порядок виконання роботи

Студент доопрацювавши усі графічні частини об'єкта проєктування готує демонстраційну графіку. Демонстраційна графічна частина складається з трьох аркушів А-3 формату розроблених дизайн-матеріалів. На першому аркуші подається –

пошук образного рішення та логотипу та формування ідеї, варіанти концептуальної розробки логотипу, варіанти композиції логотипу, демонстрація логотипу на модульній сітці та фірмові кольори і шрифт, а також хроматичне та ахроматичне зображення логотипу. На другому аркуші – об'єкти ділової документації та сувенірної продукції, розробку фірмового одягу (за потребою об'єкти фірмового пакування). На третьому аркуші – об'єкти візуального рекламного забезпечення (вивіски, зовнішня реклама на різних носіях, навігація, оформлення сторінок інстадизайну тощо). Готовий робочий проєкт студент подає керівнику для оцінювання.

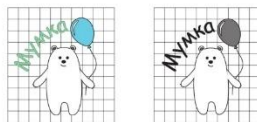
Пошук образного рішення логотипу та формування ідеї



Варіанти композиції логотипу



Варіанти концептуальної розробки логотипу



Розміщення логотипу на модульній сітці

Монохромний варіант логотипу



Фірмовий шрифт

Мумка Мумка
(Comic Sans MS)

Фірмові кольори



Ділова документація



Візитівка



Щитики

Бейдж

Сувенірна продукція



Розвиваюча дитяча книжка

Подарунковий пакет

Фірмова кепка



Подарунковий сертифікат

Фірмовий одяг



Розробка фірмової вивіски та вітрини



Розробка об'єктів носіїв реклами



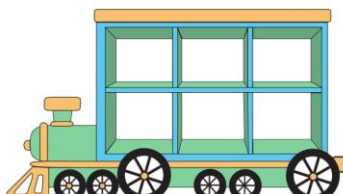
Стілайт



Білборд



Розробка дошки відгуків

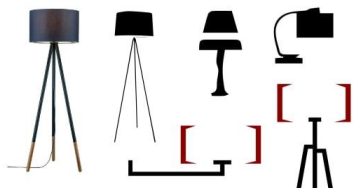


Розробка фірмового книжкового стелажу



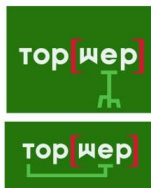
Штендер

Пошук образного рішення логотипу та формування ідеї

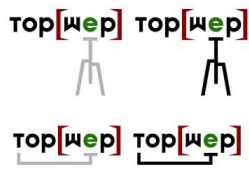


Варіанти концептуальної розробки логотипу

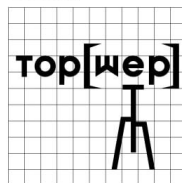
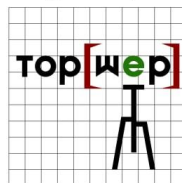
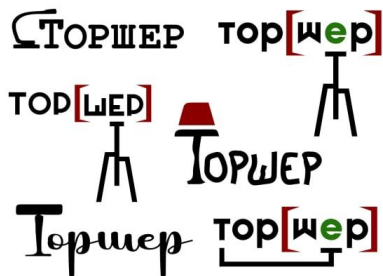
Варіанти композиції логотипу



Розміщення логотипу на модульній сітці



Монохромна версія логотипу



Фірмові кольори



Фірмовий шрифт

tor[share]
своє світло

У НАС Є СВИТЛО!
ХОЧЕШ ТАК САМО?

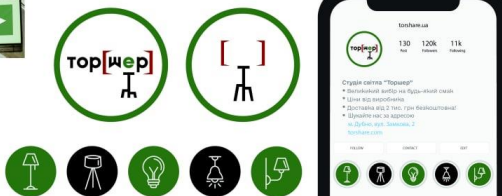
м. Дубішів, вул. Замковий, 2

torshare.com

tor[share]

НЕМАЄ СВИТЛА?
ТОБІ ДО НАС!

torshare.com



27

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 9.2.

Робочий проєкт (дизайн середовища)

Мета: виконання всіх складових графічної частини курсового проєкту.

Завдання: чистова детальна розробка всіх складових елементів об'єкта проєктування. Композиційне компонування всіх елементів розробки на демонстративних планшетах.

Загальні відомості

Графічний проєкт є віддзеркаленням кропіткої роботи над проєктом. Тому важливо максимально повно і ефектно показати ідею і концепцію задуму дизайнера. Графічний проєкт має містити в собі всі необхідні складові і має бути виконаний максимально професійно з точки зору графічних навичок і вмій.

Порядок виконання роботи

Після розробки всіх складових проєкту, потрібно все це об'єднати на площині певного вибраного формату. Має працювати фактор композиційної доцільності. Важливо вибрати головні і другорядні складові проєкту. Пріоритетні складові проєкту потрібно виділити розміром, насиченістю кольору і місцем розташування на форматі.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 10.1.

Пояснювальна записка. Захист проєкту (графічний дизайн)

Мета: ознайомлення з вимогами та написання пояснювальної записки до курсового проєкту.

Завдання: написання усіх необхідних розділів пояснювальної записки. Підготовка демонстраційної частини проєкту та пояснювальної записки до захисту. Захист курсового проєкту.

Загальні відомості

Пояснювальна записка до курсового проєкту є теоретичним дослідженням особливостей об'єкта проєктування, цілей, методів та результатів виконання курсового проєкту. Зміст записки демонструє роботу студента на всіх етапах курсового проєктування. До складу розділів пояснювальної записки належать: вступ; 1 розділ – аналоги та прототипи: загальна характеристика; 2

розділ – концептуальне рішення; 3 розділ – дизайн-проектна розробка; висновки; список посилань; додатки. Одним з головних завдань пояснювальної записки є здійснення на основі дизайн-аналізу аналогів та прототипів опису власної розробки.

На захист курсового проекту необхідно подати демонстраційну графічну частину проекту та пояснювальну записку. Захист курсового проекту передбачає стислу та змістовну доповідь із зазначенням: проблеми дослідження, актуальності обраної мети та об'єкта, визначення мети і завдання роботи, викладення основного змісту роботи та висновків. Виступ студента повинен супроводжуватися демонстрацією графічної частини роботи.

Порядок виконання роботи

Студент виконує написання та формування усіх необхідних розділів пояснювальної записки. Загальний обсяг пояснювальної записки до курсового проекту становить 15-20 сторінок тексту комп'ютерного набору формату А-4 разом із списком посилань (не враховуючи додатки). Обсяг та наповнення додатків студент узгоджує з керівником. Для захисту курсового проекту студент подає графічну частину та пояснювальну записку і готує короткий виступ.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 10.2.

Пояснювальна записка. Захист проекту. (дизайн середовища)

Мета: ознайомлення з вимогами та написання пояснювальної записки до курсового проекту.

Завдання: написання всіх необхідних розділів пояснювальної записки. Підготовка демонстраційної частини проекту та пояснювальної частини записки до захисту.

Загальні відомості

Пояснювальна записка є важливою частиною дизайн-проекту. Тому в ній мають бути представлені всі необхідні розділи, всі складові концепції і опис технічних розробок проекту.

Порядок виконання роботи

Порядок написання пояснювальної записки і перелік необхідних розділів представлено для студентів в методичних вказівках щодо вимог до пояснювальної записки.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 11.1.

Дизайн-розробка презентаційних матеріалів.

Мета: освоєння особливостей проєктування презентаційних матеріалів та рекламно-інформаційної продукції.

Завдання: розробка та представлення концепції об'єкта проєктування. Ескізне проєктування презентаційних матеріалів (плакати/афіші, календарі, постери, рекламні конструкції, буклети, запрошення, сувенірна продукція). Доопрацювання над графічною частиною проєкту. Представлення демонстраційної частини проєкту.

Загальні відомості

Розробка дизайну усіх видів реклами передбачає ряд супутніх факторів дизайн діяльності: 1) визначення цілі та концепції рекламної компанії; 2) окреслення цільової аудиторії; 3) аналіз рекламної діяльності конкурентів; 4) місце розташування реклами; 5) масштаб та кількість рекламних площ. До переліку об'єктів дизайну рекламної продукції належать: зовнішня реклама на різноманітних конструкціях (біл-борди, банери, сіті-лайти), афіші, плакати, буклети, фраєри. Носіями дизайну фірмового стилю та реклами також є: елементи ділової документації та посвідчення (фірмові бланки та конверти, записники/щоденники, блокноти, візитні картки, посвідчення, бейджі, запрошення); рекламно-інформаційні засоби (каталоги, журнали, стенди, вказівники, таблички, упаковка); об'єкти сувенірної продукції (листівки, ручки, календарі, пакети, сувенірний одяг, фірмовий одяг); додаткові носії (зображення на транспорті, рекламний прапор, фірмовий пакувальний папір тощо).

Порядок виконання роботи

Студенти повинні створити проєктну групу з 2-4 учасників (одногогрупників) для подальшої роботи над завданням. Обов'язково, щоб група спільно вирішувала основні концептуальні питання

проекту, узгоджували стадії роботи над завданням і поділили об'єм роботи між учасниками рівномірно виходячи із складності роботи.

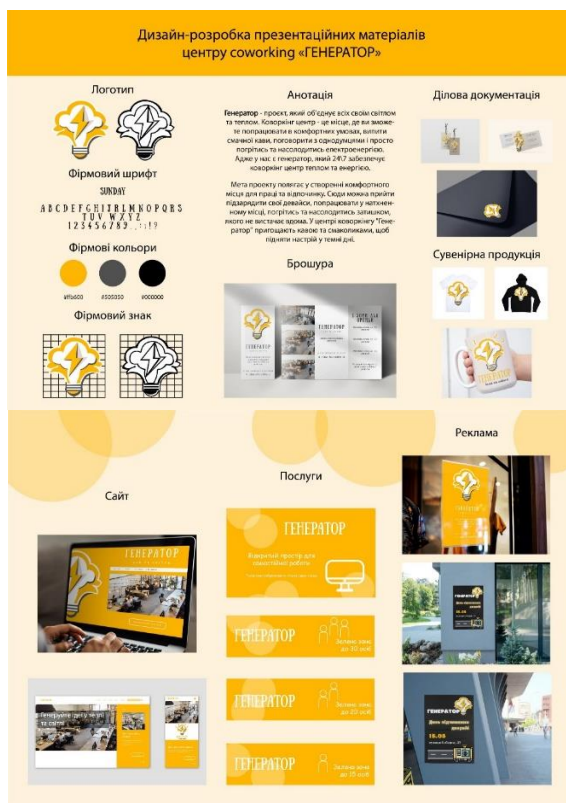
Студенти обирають об'єкт для розробки презентаційного матеріалу (презентації, виставки у музеї/компанії/учбовому закладі, пленери, конференції чи фестивалі). Відповідно до обраного об'єкта вивчається цільова аудиторія, можливі місця розташування об'єктів розробки. Проводиться дослідження відповідних аналогів та прототипів.

Визначається концепція і об'єкти які будуть підлягати розробці. Важливо, щоб обрані об'єкти як найширше представляли презентаційний захід. Для розробки презентаційні матеріали можна обрати традиційного інформування послуг (плакати, афіші, постери, буклети тощо) так і в неочікуваній креативній ігровій формі (презентаційні різнопланові поліграфічні матеріали які поступово розкривають зміст презентації у формі квесту).

Під час роботи над графічним забезпеченням презентаційного матеріалу необхідно визначити айдентику заходу і дотримуватись даного фірмового образу у презентаційних матеріалах розробки.



На графічній частині розробки необхідно подати: 1) знак-логотип заходу (2-3 пошукові варіанти і кінцевий варіант) у ахроматичній та хроматичній кольоровій гамі (фірмову кольорову гаму використану для знаку, фірмовий шрифт); 2) плакати 1-2 приклади (презентаційні чи рекламно-інформаційні); ділову документацію (візитівки, буклети, бейджі, блокноти, запрошення, відзнаки-грамоти тощо); сувенірну продукцію (календарі, сумки-пакети, прапорці); об'єкти зовнішньої реклами або рекламні конструкції (банери). До складу графічної частини також належить короткий опис-анотація (у ній описується концептуальне і образно-графічне рішення дизайну презентаційного матеріалу і пояснюється необхідність створених об'єктів розробки та їх оригінальний дизайн). Графічна частина на 2-х або 3-х аркушах А-3 формату.



Приклади виконання завдання

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 11.2.

Підбір і визначення лицювальних матеріалів

Мета: ознайомлення із сучасними матеріалами технологіями щодо дизайну інтер'єрів.

Завдання: підбір і його обґрунтування лицювальних матеріалів для проєктованого середовища. Варіативність рішень. Використання сучасних технологій в лицюванні поверхонь. Принципи прорахунку кількості лицювальних матеріалів.

Загальні відомості

Із зміною тенденцій в дизайні середовища, змінюється вибір дизайнерами й лицювальних матеріалів. Тому необхідно орієнтуватись в різноманітті пропонованих на ринку матеріалів і будівельних і оздоблювальних. Крім того, важливо підбирати ті матеріали, який максимально розкриють задум автора і концепцію об'єкта проєктування.

Порядок виконання роботи

Ще в процесі розробки концепції проєктованого об'єкту, потрібно вибирати той чи інший оздоблювальний матеріал для кращої відповідності задуманого образу інтер'єру. Потім, в процесі створення і по завершенню роботи над проєктом можна робити корективи щодо вибору лицювальних матеріалів. Важливо бачити як «працюють» ці матеріали у взаємодії між собою. І на етапі створення графічного проєкту, показати в проєкті ці лицювальні матеріали, зробити розрахунок їх кількості і можливої ціни.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 12.1.

Проєктування рекламно-інформаційних комплексів (графічне оформлення соціальних акцій/товариств/організацій).

Мета: ознайомлення із особливостями графічної дизайн-розробки об'єктів рекламно-інформаційного комплексу (графічне оформлення соціальних акцій/товариств/організацій); пошук концептуального рішення об'єкта проєктування та його складових.

Завдання: розробка та представлення концепції об'єкта проєктування. Ескізне проєктування усіх елементів дизайн об'єкта. Допрацювання над графічною частиною проєкту. Представлення демонстраційної частини проєкту.

Загальні відомості

Дизайн-розробка фірмового стилю масових заходів складається з певного набору колірних, графічних, словесних, типографських, дизайнерських, постійних елементів (констант), які забезпечують візуальну і змістову єдність усіх об'єктів інформації та внутрішнього оформлення. Основне завдання дизайну фірмового стилю масового заходу є забезпечення виразності і унікальності, серед інших подібних проєктів, у створенні впізнаваного візуально-графічного образу.

Дизайн рекламної продукції, завжди творчий та креативний процес, спрямований на створення ефективної фірмового стилю та реклами у якій дизайнер повинен відобразити ідеї та цінності компанії (бренду) або заходу. Існує ряд напрямків дизайн реклами: - цифрова реклама (реклама на сайтах, соціальних мережах, відео); - зовнішня реклама (реклама на вуличних конструкціях – білборди, вітрини, великі банери тощо); - дрібна поліграфія (до рекламної поліграфії відносять буклети, флаєри, календарі, каталоги, візитівки тощо).

Створення якісної рекламної продукції передбачає наступні кроки: 1) вивчення цільової аудиторії; 2) аналіз дизайну компаній конкурентів; 3) розробка унікального виразного дизайну; 4) використання якісного матеріалу та друку; 5) формування вдалої ідеї та відповідної концепції для візуалізації компанії.

Порядок виконання роботи

Студенти виконують завдання самостійно або створюють проєктну групу з 2-4 учасників (одногопунктирів) для подальшої роботи над завданням. Створена група спільно вирішує основні концептуальні питання проєкту, узгоджує стадії роботи над завданням і розподіляє об'єм роботи між учасниками рівномірно виходячи із складності роботи;

Студент обирає об'єкт для розробки рекламної інформаційних матеріалів (наприклад: благодійні організації, молодіжні товариства, соціальні товариства, товариства із захисту тварин, волонтерських організацій). Здійснюється вивчення рідку занять організації, корпоративні особливості роботи співробітників, коло цільової аудиторії. Досліджує аналоги і прототипи дизайну

На графічній частині проєкту (1-2-а аркуші А-3 формату) композиційно розміщуються усі матеріали дизайн-розробки (логотип та його пошукові варіанти, фірмовий колір та шрифт, брошура, ділова документація, сувенірна продукція, об'єкти зовнішньої реклами, інстадизайн) і подається короткий опис-анотація із обґрунтуванням концептуального та образно-графічного рішення розроблених об'єктів.



ВІЗУАЛЬНА КОНЕПЦІЯ І РЕКЛАМНЕ ПРОСУВАННЯ МОЛОДІЖНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ "LUTSK ART CREW"

ЛОГОТИП



ФІРМОВИЙ ШРИФТ

Cabin Bold
A B C D E F G H I J K L M N
P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 . : ; ! ?

ФІРМОВІ КОЛЬОРИ



ФІРМОВИЙ ЗНАК



АНОТАЦІЯ

Дизайн-робота рекламного просування молодіжної організації LAC (LAC – це об'єднання товариства творчої молоді, що працює над благоустроєм фасаду міста Луцька. Гасло: "Творимо мовою мистецтва, виходимо за рамки формату").

Особливістю вуличного мистецтва є яскраве візуальне урбаністичний стиль, а саме, із найпопулярніших видів графіки є шрифтові композиції, тому в основі логотипу лежить композиція із букв абетки, назви та переважальні яскраві кольори.

ДІЛОВА ДОКУМЕНТАЦІЯ



ПУТІВНИК



СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ



Виконали: ст. гр. Д-31 Барановська О. В., Воленик К. О., Гринькова Я. Р., Дерман О. Ю., Куц А. І.

Керівник: асистент Романчук О. В.

САЙТ



НАВІГАЦІЯ



РЕКЛАМА



Виконали: ст. гр. Д-31 Барановська О. В. - навігація;
Воленик К. О. - сайт;
Гринькова Я. Р. - путівник;
Дерман О. Ю. - логотип, ділова документація, сувенірна продукція;
Куц А. І. - ідея, назва, гасло, реклама.

Керівник: асистент Романчук О. В.

Приклади виконання завдання

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 12.2.

Освітлення в інтер'єрі.

Мета: ознайомлення з принципами прорахунку і підбором освітлювальних.

Завдання: розрахунок кількості світла в певних зонах інтер'єра. Підбір світильників в залежності від функціональних потреб і образу інтер'єра.

Загальні відомості

До основних завдань дизайнера, окрім суто пошуку естетики і гармонійності в дизайні інтер'єру, є і суто практичні питання освітлення приміщень, питання вентиляції і опалення. Ці питання відносяться до санітарно-гігієнічних вимог. В кінцевому варіанті, ці питання впливають і на естетику приміщень, особливо рішення по освітленню приміщень.

Порядок виконання роботи

В проєктованому приміщенні зробити вибір виду опалення і вентиляції. В залежності від функції приміщень розробити конструктивні елементи технічного обладнання. Розрахувати освітлення і підібрати світильники для різних груп і зон інтер'єру, враховуючи розміщення і кількість вимикачів і розеток. Все це показати на плані приміщень.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 13.1.

Проектування візуально-графічної навігації.

Мета: вивчення особливостей проектування об'єктів комунікативного дизайну. Здійснення концептуального проєктного пошуку об'єктів зовнішньої або внутрішньої візуально-графічної навігації (пиктограми, вказівники, схеми, візуально-графічні тексти).

Завдання: розробка дизайн-концепції зовнішньої візуально-графічної навігації. Розробка дизайн-концепції внутрішньої візуально-графічної навігації.

Загальні відомості

Путівник можна вважати окремий видом туристичної довідкової поліграфічної продукції. Туристичний путівник містить ряд функцій: утилітарну; функцію транслювання; формування

поведінкових стереотипів; рекламно-іміджеву; функцію конструювання пам'яток; інформативну; освітню; комунікативну.

Основними художніми елементами візуально-інформаційного видання (путівника) є: ілюстративний матеріал, шрифти та інформаційно-текстові блоки, колірні характеристики, композиційні характеристики макета, ряд специфічних засобів верстки. Дизайн **ілюстративного матеріалу** путівника робить видання привабливим для споживача, формуючи образ туристичного простору за допомогою використання достовірного фотографічного матеріалу або ілюстративних робіт (малюнки, які імітують авторські ескізи, замальовки або спрощена примітивна графіка). **Шрифти** - під час вибору гарнітури шрифту необхідно враховувати, що текстова інформація путівника має легко і швидко прочитуватися. Для верстки багатосторінкових журнальних видань дизайнери використовують стандартні гарнітури. Для путівників у формі розкладної мапи чи інших невеликих видань, у яких зазвичай мальовані ілюстративні матеріали, використовують шрифти декоративні шрифти, наприклад такі що імітують рукописний текст. В туристичних путівниках буває використовують одночасно два або три види шрифтів. Загальна **колірна гама** видання допомагає створити і підтримувати певний настрій, який покликаний сформувати у споживача цілісний образ. У підборі кольорової гами має значення цільова аудиторія: для дітей і молоді – яскраві і барвисті кольори, для досвідчених у віці адресатів – дизайн кольорової гами стриманий. Також, у путівниках колір використовують як прийом акцентування на певній інформації чи зображенні (кольором виділяють цікаві маршрути або об'єкти, чи розподіляють зони/сектори на мапі путівника, або колірне розмежування різних розділів). **Макет видання** - виконують у вигляді книг різних форматів, мап, які можна розгорнути, листівок тощо. Поширеними є путівники-мапи, надруковані на великому аркуші та складені до компактного формату (можуть складатися як стандартні географічні мапи, і за принципом z-карт). Цікавим різновидом макета туристичного путівника є листівки, які найчастіше представлені наборами. Вони містять зображення пам'ятки та її опис. До набору також може входити мапа, яка допоможе мандрівникові зорієнтуватися.

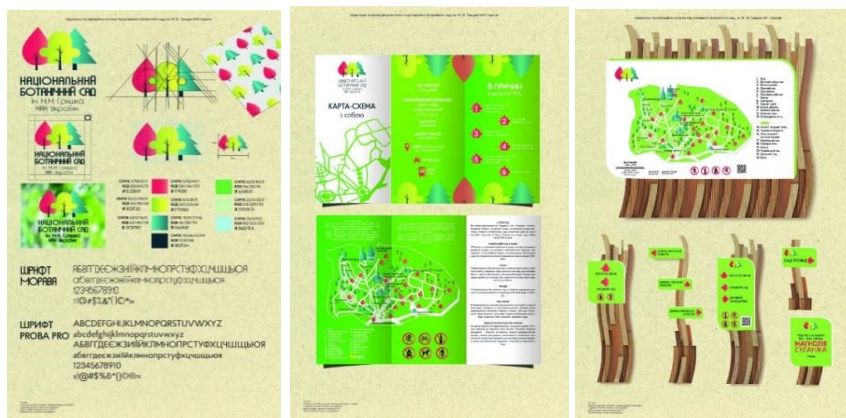
Навігація може мати різноманітний зовнішній вигляд, а також бути виконана у вигляді різних візуальних знаків. Грамотно розроблена система навігації – полегшує орієнтацію (у місті, торговому центрі або виставковому комплексі), створює комфортне середовище, дозволяє управляти потоком відвідувачів. До різновидів навігації належать навігаційні таблички і стенди з вказівниками напрямку чи певного інформативного характеру.

Порядок виконання роботи

Студенти обирають об'єкт для проектування візуально-графічної навігації (Історико-культурний заповідник «Старий Луцьк», Музей історії сільського господарства Волині, Луцький зоологічний парк, мапа визначних графіті Луцька, гастрономічний путівник Lutsk Food, найцікавіші молодіжні локації Луцька тощо).

Відповідно до обраного об'єкта вивчається цільова аудиторія, можливі місця розташування об'єктів розробки. Проводиться дослідження відповідних аналогів та прототипів.

Визначається концепція художнього образу візуально-інформаційного об'єкту. Об'єктами розробки дизайну візуально-графічної навігації є: знаки-пиктограми; путівник-мапа, зовнішні вказівники/схеми. Детально розробляються усі складові композиції путівника-мапи (конструкція путівника, ілюстративна частина, текстовий блок) і об'єктів зовнішньої навігації відповідно до сформованої концепції.



Приклади виконання завдання

На графічній частині необхідно подати: 1) знаки-пиктограми (фірмову кольорову гаму використану для знаку, фірмовий шрифт); 2) путівник-мапу; 3) зовнішні вказівники/схеми (3-4 дизайн пропозиції). Графічна частина подається на 1-2-х аркушах А-3 формату.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 13.2. ***Вентиляція і кондиціювання в інтер'єрі.***

Мета: ознайомлення із загальними принципами вентиляції і кондиціювання й залежність розробки дизайну від них.

Завдання: типи і приклади сучасних видів вентиляції і кондиціювання. Розрахунок зміни елементів дизайну в залежності від впровадження різних видів вентиляції і кондиціювання.

Загальні відомості

До основних завдань дизайнера, окрім суто пошуку естетики і гармонійності в дизайні інтер'єру, є і суто практичні питання освітлення приміщень, питання вентиляції і опалення. Ці питання відносяться до санітарно-гігієнічних вимог. В кінцевому варіанті, ці питання впливають і на естетику приміщень, особливо рішення по освітленню приміщень.

Порядок виконання роботи

В проєктованому приміщенні зробити вибір виду опалення і вентиляції. В залежності від функції приміщень розробити конструктивні елементи технічного обладнання. Розрахувати освітлення і підібрати світильники для різних груп і зон інтер'єру, враховуючи розміщення і кількість вимикачів і розеток. Все це показати на плані приміщень.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 14.1.

Дизайн-концепція ребрендингу/редизайну компанії та дизайну упакування. Авторський концептуальний проєкт з втіленням образу національної культурно-мистецької ідентичності.

Мета: вивчення особливостей ребрендингу і редизайну.

Завдання: розробка дизайн-концепції ребрендингу і редизайну обраної компанії із втіленням у її новому образі національної культурно-мистецької ідентичності.

Загальні відомості

Ребрендинг – це зміна напрямку бренду компанії який передбачає створення нового візуального іміджу або навіть заміну назви бренду. Редизайн – це зміна дизайну бренду. Зазвичай, редизайн передбачає заміну логотипу бренду оскільки він є найважливішою складовою візуального ряду компанії, а також зміна оформлення сайту. Рестайлінг – це редизайн усього візуального бренду, іншими словами зміна існуючої візуальної стилістики. І редизайн, і рестайлінг є складовими ребрендингу. Поширеними прикладами застосування редизайну є редизайн логотипу чи упакування. Основною метою редизайну логотипу є осучаснення його дизайну але із збереженням загальної пізнаваності образу.

Візуальна ідентифікація в дизайні передбачає пошук відмінностей і характерних особливостей. Національно-культурна ідентичність міститься у національних мотивах певної території та спільноти. Окрім декоративного характеру національні мотиви містять і семантичне навантаження, а для формотворення об'єктів графічного дизайну є певним ідентифікуючим елементом, яким відображає приналежність до певного етносу, ідеології, нації та ін. Сучасні твори графічного дизайну України (реклама, айдентика, упакування, книжкова поліграфія тощо) презентують національну ідентичність на основі модифікації візуальної української традиційної культури та її національної атрибутики.

Дизайн логотипу/фірмового знаку, як об'єкту розробки графічного форми, у концепції котрого простежуються мотиви традиційної української культури є певним ідентифікатором національної приналежності. Важливо, щоб формотворення графічного об'єкту здійснювалося не за рахунок звичайного перенесення фрагментів вишивки чи різьбленого декору, а використовувалося як дотичне звернення і переосмислення засобами сучасної естетики візуальних комунікацій.

Порядок виконання роботи

Студенту необхідно обрати на власний розсуд одну із існуючих вітчизняних компаній котра займається виготовленням певних споживчих товарів. На основі обраної бренду компанії

сформувати власну концепцію ребрендингу фірмового стилю даної компанії. У розробці нового концептуального рішення необхідно використати образ національної культурно-мистецької ідентичності.

Нова розробка має містити: пошукову серію (2-3 варіанти) оновленого фірмового логотипу (фірмове зображення логотипу і шрифту) і художньо-графічні варіанти упакування виробів компанії.

На графічній частині А-3 формату необхідно розмістити: пошуки образного рішення логотипу, 2-3 пошукових варіанти концепції логотипу, кінцевий варіант логотипу, художньо-графічні варіанти упакування виробів компанії.



Приклади виконання завдання

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 14.2.

Технічні елементи інтер'єру.

Мета: ознайомлення з технічними складовими кухні і санвузла.

Завдання: кухня, як фабрика приготування їжі. Технічні особливості. Санвузол-важливий елемент життєдіяльності людини.

Загальні відомості

До важливої інформації про розробку кухні є розуміння про функціональні можливості кухонного обладнання. Крім того кухонні меблі мають свої специфічні особливості і характеристики. Важливо знати загальноприйняті розміри модулів, можливість їх комбінації і застосування специфічних лицевальних матеріалів. Все теж можна сказати і про санвузли. Необхідно користуватись знаннями ергономіки і конструктивних складових обладнання.

Порядок виконання роботи

В проєктованому приміщенні зробити вибір виду опалення і вентиляції. В залежності від функції приміщень розробити конструктивні елементи технічного обладнання. Розрахувати освітлення і підібрати світильники для різних груп і зон інтер'єру, враховуючи розміщення і кількість вимикачів і розеток. Все це показати на плані приміщень.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 15.1.

***Концептуальна дизайн-розробка об'єктів та елементів
фірмової ідентифікації (навчально-виховного комплексу,
навчального чи дошкільного закладу).***

Мета: поглиблення знання студентів щодо особливостей дизайн-формування брендінгу у дошкільних закладах чи закладах шкільної чи позашкільної освіти.

Завдання: дизайн-розробка об'єктів та елементів фірмової ідентифікації (навчально-виховного комплексу, навчального чи дошкільного закладу).

Загальні відомості

Заклади освіти, будь-якого спрямування, як носій надання освітніх послуг потребують відповідної рекламно-представницької ідентифікації. Розробка дизайну корпоративний стиль ЗВО має

формуватися на єдності історичної репутації закладу, його сучасній місії та стратегії майбутнього розвитку. До основних елементів формування концепції корпоративного стилю відносять: соціально-історичні і культурологічні чинники. Функцій корпоративного стилю закладів освіти: створення позитивного образу закладу у споживачів; виокремлення заклад з-поміж інших; зміцнення корпоративний дух учасників учбового процесу; підвищення ефективності реклами; формує сприятливого іміджу освітнього закладу.

Засобами візуальної ідентифікації закладу освіти є фірмові атрибути (фірмовий знак - логотип, шрифтовий напис, фірмові кольори, гасла, герби), рекламна продукція, ділова документація та ін. **Носіями для формування фірмового стилю закладу** є об'єкти графічного дизайну, в проєктуванні яких застосовуються основні елементи фірмового стилю. До них відносяться: 1) *ділова документація* (печатка, бланк ділового листа, поштовий конверт, візитна картка, фірмова папка, типові запрошення, вітальна листівка та ін.); 2) *рекламно-інформаційні матеріали* (листівка, флаєр, буклет, плакат, рекламний блок для преси, рекламний щит, реклама на транспорті, та ін.); 3) *електронні презентаційні матеріали* (шаблон сайту, шаблон презентації, присутність в соціальних мережах); 4) *сувенірна продукція* (календарі, записна книжка, щоденник, блокнот, ручка, олівець, кружка, закладка, брелок, магнітик, флеш-накопичувач, пакет, наліпка та ін.); 5) *виставкова атрибутика* (виставковий стенд, вимпел, прапорець, значок, бейдж, фірмовий одяг та ін.); 6) *візуальні комунікації* (системи орієнтування в інтер'єрах закладу – таблички, піктограми, вивіски, вказівники, інформаційні стенди, оформлення інтер'єрів та екстер'єрів, а також елементи одягу).

Основні етапи розробки бренду закладу освіти: - визначення плану стратегії розвитку закладу; - дослідження та аналіз слабких і сильних сторін конкурентного середовища; - визначення цільової аудиторії надання послуг з урахуванням демографічних, соціальних і психологічних параметрів; - розробка концептуального рішення і варіантів корпоративного стилю закладу; - узгодження концепції та її обґрунтування, остаточний вибір найкращого варіанту; - розробка усіх візуальних складових корпоративного стилю; - тестування розробленого логотипу і носіїв

корпоративного стилю у цільовій аудиторії для внесення відповідних коректив.

Порядок виконання роботи

Студент обирає об'єкт для проектування (навчально-виховний комплекс – студія, творча/наукова/спортивна школа-гурток; навчальний чи дошкільний заклад – заклад загалом або окремо група чи клас тощо).

Відповідно до обраного об'єкта вивчається цільова аудиторія, проводиться дослідження відповідних аналогів та прототипів конкурентного середовища.

Формується концепція і розробляються пошукові варіанти елементів корпоративного стилю Об'єктами розробки дизайну на даному етапі є: логотип, корпоративний знак-емблема, фірмові кольори та шрифт;

Визначається кінцевий варіант основних фірмових атрибутів. Детально розробляються складові носіїв корпоративного стилю (об'єкти ділової документації, рекламно-інформаційні матеріали, об'єкти сувенірної продукції, виставкова атрибутика, візуальні комунікації, фірмовий одяг або його елементи тощо);

На графічній частині необхідно подати: 1) пошук образного і концептуального рішення та варіанти графічного рішення логотипу (фірмову кольорову гаму використану для логотипу-знаку, фірмовий шрифт); 2) опис-анотація дизайн-формування та розробки концепції корпоративного брендінгу закладу; 3) дизайн-розробку носіїв корпоративної ідентифікації. Графічна частина подається на 2-3-х аркушах А-3 формату.

Розробка фірмового стилю навчального закладу «Langlab»



Приклади виконання завдання

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 15.2.

Експлікація і анотація в проєкті.

Мета: поглиблене розкриття ідеї проєкту за рахунок наповнення проєктної частини експлікацією і анотацією.

Завдання: ознайомлення із поняттям анотації. Ознайомлення з поняттям експлікації. Визначення об'єму і наповнення проєкту анотацією і експлікацією.

Загальні відомості

Експлікація-це документ, який є поясненням до проєкту. Може виглядати як таблиця з інформацією про перелік кімнат або об'ємів, площу і перелік матеріалів. Анотація-це коротка довідка, перелік характеристик до проєктованого об'єкту.

Порядок виконання роботи

Після завершення проєктної роботи над дизайном об'єкту, при розробці графічної частини проєкту варто доповнити експлікацією і анотацією. Їх можна розмістити на форматі самої графічної роботи а можна й на окремих (доповнюючих) інформаційних додатках.

ЛАБОРАТОРНЕ ЗАВДАННЯ 16.1.

Авторський дизайн-концепт айдентики (соціального спрямування або самостійний вибір напрямку теми).

Мета: виявити особливості авторського потенціалу студентів у роботі над власними дизайн-проєктами.

Завдання: розробка і представлення авторської дизайн концепції айдентики (соціального спрямування або самостійний вибір напрямку теми).

Загальні відомості

Айдентика – це сукупність візуальних складових компанії, створених для підвищення її пізнаваність, престижу і формування позитивного образу компанії в очах споживачів. *Функції візуальної айдентики:* впізнаваності бренду; символ надійності та успішності бренду для споживача; внутрішньо-корпоративна ідентифікації. Основні елементи візуальної айдентики бренду: - загальний стиль або єдина концепція для всіх складових елементів; - логотип, як центральний візуальний елемент; - колірна палітра та її

психологічний вплив; - типографіка втілена у візуалізації написів та шрифтів; - графічна частина бренд-буку (створення корпоративної документації, об'єкти зовнішньої реклами, оформлення поліграфічної продукції та POS-матеріалів, брендування одягу, транспорту, сторінки у соціальних мережах).

В дизайні, залежно від вибору стилю, виокремлюється ряд видів айдентики: - *традиційна айдентика* яку споживач з легкістю ідентифікує на всіх носіях, вона характеризується чіткістю логотипу, простою палітрою кольорів, характерним шрифтом; - *динамічна айдентика* вирізняється варіативністю та змінюється в залежності від ситуації, це дозволяє розтиражувати бренд на багато засобів комунікації але зберегти його візуальні складові; - *вербальна айдентика* містить слогани, дескриптори та інше, у ній ключову роль відіграють слова, а не візуальні символи; - *айдентика сенсу* характеризується переважним використанням знаків і образів, і мінімально тексту.

Порядок виконання роботи

Студент самостійно обирає об'єкт для розробки власної дизайн-концепції (наприклад, айдентика: соціальна, фірмового стилю закладів торгівлі чи харчування, компаній з надання послуг (перукарні, салони, туристичні агентства), товарів чи послуг власного дизайну (речі hand made), поліграфічного видання (книги, настільної гри, серії календарів та ін.) бренду одягу).

Формується загальна образно-графічна концепція об'єкта дизайну. Розробляються основні фірмові атрибути (варіанти логотипу, фірмові кольори і шрифт).

Визначається кінцевий варіант логотипу та його складових. Розробляються інші атрибути візуальної айдентики, що входять до складу бренд-буку (наприклад, ділова і сувенірна поліграфічна продукція, зовнішня реклама, сторінки в соціальних мережах тощо).

На графічній частині проекту (обсягом 1-2-а аркуші А-3 формату) композиційно розміщуються усі матеріали дизайн-розробки (логотип та його пошукові варіанти, фірмовий колір та шрифт, ділова документація, сувенірна продукція, об'єкти зовнішньої реклами, інстадизайн) і подається короткий опис-анотація із обґрунтуванням концептуального та образно-графічного рішення розроблених об'єктів.



Приклади виконання завдання

ЛАБОРОТОРНЕ ЗАВДАННЯ 16.2.

Використання айдентики в проєктуванні інтер'єру

Мета: виявити особливості авторського потенціалу студентів в роботі над власними дизайн-проєктами.

Завдання: пошук власного «почерку» в дизайні інтер'єру за рахунок використання певної домінанти.

Загальні відомості

Айдентика – це сукупність візуальних складових, створених для підвищення впізнаваності автора, престижу і формування позитивного образу в очах споживачів. *Функції візуальної айдентики:* впізнаваності стилістики; символ якості дизайну для споживача. Основні елементи візуальної айдентики: - певний стиль або єдина концепція для всіх складових елементів дизайну.

Порядок виконання роботи

В процесі виконання проєктів, студенти користуються певними засобами і прийомами. Тому в цьому завданні можна показати власний вибір певних елементів і принципів дизайн-підходів до розробки інтер'єрів. Зібрати сукупність складових, які якнайкраще характеризують особливе, авторське бачення в дизайн-проєктах інтер'єрів.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бойчук О.В. Пространство дизайна. Харьков: «Новое слово», 2013. 367 с.
2. Богословська Ю. В., Малік Т. В. Графічний дизайн як засіб передачі рекламної ідеї у поліграфії. Культура і сучасність: альманах. 2021. № 2. С. 136–139.
3. Демессіє М. К. Концептуальне проектування як платформа передачі сучасної архітектурної та дизайнерської творчості. Культура і сучасність: альманах. 2022. № 21 С. 111–115.
4. Денисенко Ю. М., Омельченко Г. В., Макачук Ю. В. Методи та прийоми пошуку творчих рішень. Культура і сучасність: альманах. 2022. № 1. С. 106–110.
5. Дизайн систем візуальної інформації. Електронний посібник. Київ: УкрНДІ ДЕ, 2017.
6. Іванова, Л. О. Введення в дизайн-проектування: навч. посіб. Одеса: Астропринт, 2017. 88 с.
7. Зиміна С. Б. Стили інтер'єру: навч. посіб. Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. Київ: Довіра, 2018. 359с.
8. Йен Гел. Міста для людей. Київ: Кенекшенс, 2020. 278 с.
9. Карпов В.В. Архітектура, будівництво, дизайн в освітньому просторі: монографія – Київ: НАУ, 2021.
10. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: Підручник – Київ: Кондор-Видавництво, 2015. – 544с.
11. Норман Д. Емоційний дизайн: Чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас. Київ: ArtHuss, 2019. 304 с.
12. Олійник О. П., Гнатюк Л. Р., Чернявський В.Г. Основи дизайну інтер'єру: навч. посіб. Київ: НАУ, 2011. 228с.
13. Поліщук А.А. Теорія та практика графіки: навч. посіб. – Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 212 с.
14. Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну: підручник – Київ: НАКККиМ, 2017. 381 с.

15. Партико З. Основи видавничої справи: навчальний посібник. Львів: Афіша, 2014. С. 134.
16. Реклама і рекламна діяльність: навч. посіб. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.
17. Складенко Н., Романюк О. Система візуальних комунікацій у навчальному просторі: формування динамічних зв'язків. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2021. – Вип. 36. Том 3. С. 17-22.
18. Складенко Н., Романюк О., Колосніченко М. Сторітелінг у дизайні візуальних комунікацій: методи побудови динамічного сюжету. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика» Вип. 54, том 2, 2022 С. 102-108.
19. Струмінська Т. В., Прасол С. І. Метод пошуку творчих рішень, як засіб створення нових дизайн-об'єктів. Вісник КНУТД: Серія "Технічні науки". 2015. № 2 (84) С. 172–176.
20. Сьомка С. В. Дизайн інтер'єру, меблів та обладнання Київ: Ліра-К, 2018. – 399 с.

Проектування об'єктів дизайну: методичні вказівки до виконання лабораторних для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньої програми «Дизайн» галузь знань 02 Культура та мистецтво спеціальності 022 Дизайн денної та заочної форм навчання/ О. В. Романюк, В.М. Шмельов – Луцьк: Луцький НТУ, 2023. – 52 с.

Комп'ютерний набір
Редактор

О.В. Романюк
О.В. Романюк

Підп. до друку ____ Формат 60х84/16
Папір офс. Гарн. Таймс. Ум. друк. арк. 1,75.
Обл.-вид.арк. ____
Тираж __ прим. Зам. ____.

Відділ іміджу та промоцій
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – ВітаП Луцького НТУ