

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет дизайна и технологии

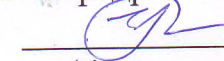
Кафедра дизайна

Направление подготовки 54.03.01 – Дизайн

Направленность (профиль) образовательной программы: Графический дизайн

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой



Е.А. Гаврилюк

« 19 »

06

2021 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

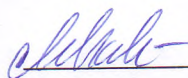
на тему: Разработка фирменного стиля и инстаграм сопровождения магазина авторских кукол

Исполнитель  
студент группы 784




В.А. Тишелович

Руководитель  
доцент



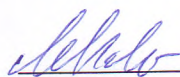
Е.С. Левковская

Консультанты:  
по исследовательскому разделу  
доцент



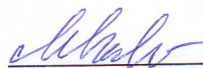
Е.С. Левковская

по концептуальному разделу  
доцент



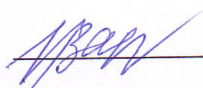
Е.С. Левковская

по технологическому разделу  
доцент



Е.С. Левковская

Нормоконтроль  
доцент, кандидат архитектуры



Н.А. Васильева

Благовещенск 2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет дизайна и технологии  
Кафедра дизайна

УТВЕРЖДАЮ  
Зав.кафедрой

подпись \_\_\_\_\_ И.О.Фамилия \_\_\_\_\_  
« 19 » 04 2021 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента  
Тимолов Виталий Викторович

1. Тема выпускной квалификационной работы: Разработка фирменного  
стиля и стандартов сопровождения магазина  
авторских курсов

(утверждено приказом от 05.04.2021 № 658-У?)

2. Срок сдачи студентом законченной работы 25 июня 2021

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: задание на  
проектирование, предпроектный анализ

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке  
вопросов): 1. Исследовательский раздел 2. концептуальный  
раздел 3. Технологический раздел

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем,  
программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)  
Планшет (1х2м), компьютерная записка, видеоролик,  
макет

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним  
разделов) по исследовательскому, концептуальному,  
технологическому разделу: доцент Лёвковская Е. С.

7. Дата выдачи задания 21 апреля 2021

Руководитель выпускной квалификационной  
работы: Лёвковская Екатерина Сергеевна, доцент  
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 21 апреля 2021г  
(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 40 с., 31 рисунок, 1 приложение, 9 источников.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, РУЧНАЯ РАБОТА,  
ИНТЕРЬЕРНЫЕ КУКЛЫ, ЛОГОТИП, ПОЛИГРАФИЯ, ШРИФТ,  
ГРАФИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ

В работе проведено исследование российских и зарубежных аналогов интерьерных кукол ручной работы и проанализированы их плюсы и минусы.

Изучены способы реализации изделий и выявлены факторы влияющие на объем продаж для того чтобы определить какие элементы фирменного стиля необходимо разработать. Фирменный стиль делает компанию узнаваемой среди конкурентов, а также помогает привлечь внимание покупателей к товару.

Цель работы – создание фирменного стиля для интерьерных кукол «Luiza» и оформление аккаунта Instagram.

На основании исследования разработан уникальный фирменный стиль, отвечающий всем пунктам технического задания.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Исследовательский раздел	6
1.1 Понятие хэнд мейд и его виды	6
1.2 Способы реализации изделий ручной работы	7
1.3 Роль графического дизайна в продвижении хэнд мейд	7
1.4 Российские и зарубежные аналоги интерьерных кукол	9
1.5 Хэнд мейд: интерьерные куклы «Luiza»	10
2 Концептуальная часть	12
2.1 Обоснование дизайн концепции	12
2.2 Цветовое и шрифтовое решение	12
2.3 Формирование образа логотипа	13
2.4 Формирование образа персонажа	15
2.5 Полиграфия и рекламные носители	17
2.6 Оформление Instagram аккаунта	25
3 Технологическое обоснование	30
Заключение	32
Библиографический список	33
Приложение А Исследовательский раздел	34

## ВВЕДЕНИЕ

Среди множества конкурентов как привлечь внимание именно к вашему товару? Именно этим вопросом задается большинство людей начинающих свое дело.

Сейчас существует множество способов прорекламирровать свою продукцию. Для того чтобы реклама оказалась действенной, работала на вас и ваш продукт узнавали из множества других – необходимо разработать свой фирменный стиль.

Фирменный стиль одна из главных составляющих успеха компании. Это то, на что в первую очередь обратит внимание потенциальный клиент.

Цель бакалаврской работы: создание фирменного стиля для интерьерных кукол «Luiza» и оформление аккаунта Instagram.

Задачи:

- исследовать рынок хенд мейда;
- выяснить способы реализации изделий ручной работы;
- изучить портрет потребителя;
- проанализировать существующие аналоги;
- создать фирменный стиль для магазина интерьерных кукол;
- оформить аккаунт Instagram.

# 1 ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1 Понятие хенд мейд и его виды

Hand Made в переводе с англ. «ручная работа».

Хенд мейд – это, как правило, единичное изделие, идея которого воплощается самим автором только вручную. Такие изделия неповторимы и уникальны.

В современном мире очень популярно заниматься рукоделием. Это расслабляет и позволяет проявить свои творческие способности. Практически каждый рукодельник хочет, чтобы его работы стали популярными и начали продаваться. Но для того чтобы это произошло, не достаточно просто заниматься любимым делом, изделия нужно правильно презентовать. В мире, где полно информации нужно суметь привлечь внимание.

Одним из факторов, влияющих на спрос определенных поделок, являются региональные особенности местности. Если город или область являются туристическим центром и имеют какие-то интересные достопримечательности, то лучше всего сконцентрироваться на этой тематике. Большим спросом всегда пользуются сувениры, отражающие особенности местности (см. рис. А.1 приложения А).

Еще одним направлением тематических поделок являются поделки к сезонным праздникам: 23 февраля, 8 марта, Пасха, Рождество, Новый год и так далее.

Традиционным хенд мейдом являются:

- бижутерия (см. рис. А.2 приложения А);
- свечи (см. рис. А.3 приложения А);
- картины из бисера (см. рис. А.4 приложения А);
- самодельное мыло (см. рис. А.5 приложения А);
- фигурки из полимерной глины (см. рис. А.6 приложения А).

Самые продаваемые изделия ручной работы в интернете:

- Абстрактные картины;

- вязаные вещи: шапки, варежки, носки, шарфы, пледы;
- игрушки: мягкие игрушки (вязанные, сшитые), елочные игрушки, куклы
- женские сумки;
- предметы украшения интерьера;
- изделия из керамики и глины;
- коллекционные куклы и солдатики;
- бижутерия;
- одежда.

## **1.2 Способы реализации изделий ручной работы**

Каждая рукодельница, которая хочет зарабатывать на своих изделиях, должна быть не только мастером, но и немного фотографом и маркетологом. Проблема состоит в том, что не все это понимают, либо не хотят этим заниматься, считая хорошие фотографии, оформление и продвижение социальных сетей необязательным.

В современном мире большую роль играет визуальное восприятие, важно правильно подавать свою продукцию. В мире, где каждый день через человека проходит огромный поток информации, важно привлечь внимание именно к вашим работам. Для этого не нужно много текста, а вместо этого лучше выкладывать хорошие фотографии работ, которые гораздо больше привлекут внимания.

Способы реализации изделий:

- офлайн-маркеты;
- онлайн-площадки (одна из самых популярных в России – Ярмарка мастеров);
- социальные сети;
- собственный сайт.

## **1.3 Роль графического дизайна в продвижении хэнд мейд**

В рекламе существует правило трех секунд. Это значит, что именно за это время, взглянув на рекламу, человек способен понять нужно ему это или нет, потратит ли он еще больше времени на изучение предложенной информации или отвлечет свое внимание на что-либо другое.

Дизайнер призван решить данную проблему. Он должен выстроить все так чтобы потенциальному покупателю захотелось остановиться именно на предложенной рекламе. Для положительного результата графическому дизайнеру необходимо учитывать особенности выбранной целевой аудитории и понимать особенности восприятия цвета.

Графический дизайн должен служить привлечению внимания потребителя, выделять определенный продукт среди аналогов и убеждать покупателя в качестве данной продукции. Эти правила распространяются абсолютно на все услуги и товары.

Фирменный стиль – это лицо компании. Чем он более четкий и запоминающийся, тем выше шанс компании стать успешной. «Эффективная стратегия брендинга повышает репутацию организации и дает уникальную идентичность на конкурентном рынке. Идентичность (фирменный стиль) является важным элементом успеха бизнеса как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе»<sup>1</sup>.

В рамках дипломной работы было проведено анкетирование (см. рис. А.7 приложения). В опросе принимало участие 30 человек разной возрастной категории. Из этого числа всего 10% ответили, что не интересуются хенд мейдом.

В результате опроса было выяснено, что большинство опрошиваемых считают, что для продажи и распространения изделий ручной работы необходимы наличие фирменного стиля и оформление аккаунтов социальных сетей в едином стиле. Взглянув на внешний вид аккаунта, у потенциального покупателя складывается определенное впечатление о продавце и его изделиях. Красиво оформленная страница вызывает у покупателя больше доверия, а значит возрастает вероятность того что изделия купят.

20% опрошенных уверены, что для популярности изделия совсем необязательны качественные фотоснимки и продуманная реклама, главная

---

<sup>1</sup> Зачем нужен фирменный стиль, логотип: сайт. – [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/design/145380-zachem-nuzhen-firmennyy-stil-logotip-uznavaemost-uspeh> (дата обращения: 25.03.21).



причина продаваемости изделия – это его качество, идея и эстетичность. Но большинство респондентов считают, что для того чтобы хенд мейд начал продаваться необходимы, как качество и красота самого изделия, так и разработанный для него фирменный стиль и реклама.

Объем продаж и популярность любого изделия ручной работы складывается из следующих факторов:

- качество изделия;
- эстетичность;
- оригинальность идеи;
- фирменный стиль;
- оформление социальных сетей;
- качественные фотографии;
- реклама.

Одним из важных элементов фирменного стиля является упаковка. Качественная и стильная упаковка привлекает новых клиентов и заставляет их вновь обращаться к данному продавцу.

По результатам опроса Business Insider было выяснено, что 52% от общего числа респондентов намерены обращаться повторно в компанию, предоставившую им товар в качественной упаковке. Представители бизнеса уверены в том, что интерес к продукту на 30% зависит от стильности его упаковки.

#### **1.4 Российские и зарубежные аналоги интерьерных кукол**

В последнее время интерьерные куклы стали очень популярны. Это не новый вид поделок, куклы создаются уже на протяжении многих столетий, но именно сейчас они пользуются особенной популярностью. Их дарят и взрослым, и детям. Они украшают кафе, офисы, дома.

Интерьерные куклы изготавливаются по индивидуальному заказу в единственном экземпляре. Такие куклы не для игры, они чаще всего используются как сувениры, служат украшением интерьера.

Существует большое количество видов кукол. Одна из них – Тильда (см. рис. А. 8 приложения А). Это одна из самых популярных интерьерных кукол во всем мире. Особенность такой куклы в ее особом крое. Такие куклы имеют грушевидное туловище, маленькую голову, длинные ручки и ножки. Одежда также является отличительной чертой такого вида кукол. Она сшита из лоскутов ткани пастельных оттенков. Первой кто сшил такую куклу была норвежка Тони Финнангер.

Еще одна кукла – Тряпиенса (см. рис. А.9 приложения А). Придумала ее кореянка Юнг Хи Янг. Тряпиенса – аналог американских кукол Барби сшитый из подручных материалов. Куклы имеют роскошные наряды, волосы в основном уложены в сложные прически. Лицо рисуется художественными красками.

Одна из известных российских интерьерных кукол – Большеножка (см. рис. А.10 приложения А). Придумала ее Татьяна Коннэ. Эти куклы могут стоять – главное отличие от других. Опорой служат большие ступни. Куклы Коннэ довольно дорогостоящие, так как используются дорогие и качественные материалы.

Характерная кукла (см. рис. А.11 приложения А). Такие куклы передают определенное настроение, выражают эмоции человека, его характер, род деятельности или внешность. Изготавливаются по индивидуальному заказу. Мастер не пытается сделать портрет заказчика, но передает какую-то его отличительную черту.

Кукла «Тыквенная голова» (см. рис. А.12 приложения А). Такие куклы обычно небольшого размера. Шьются все по единой авторской выкройке. Они имеют грушевидное тело, тоненькие ручки и ножки, голова непропорционально большая и состоит из нескольких клиньев. Одеты они в короткие платья и кружевные панталоны. Волосы делаются из пряжи.

### **1.5 Хенд мейд: интерьерные куклы «Luiza»**

Куклы «Luiza» - это сочетание интерьерных и игровых кукол ручной работы, которые порадуют не только ребенка, но и взрослого. Они послужат

украшением интерьера или станут любимой игрушкой для ребенка (см. рис. А.13 приложения А).

Сама кукла связана из натуральной гипоаллергенной шерсти, для создания одежды используются также гипоаллергенные материалы: ткань, шерсть, кожа, замш. Размер кукол – 30 см.

Такие куклы – отличный подарок на день рождения, юбилей, новоселье, свадьбу, профессиональный праздник. Каждая кукла индивидуальна. При создании образа куклы учитываются пожелания клиента.

Большой спрос идет на кукол в фатиновых юбочках и в шапочках с бубонами.

Также выполняются куклы, приобретающие образ определенной профессии, например, доктор, парикмахер, художник и т.д. Такая кукла станет отличным подарком на профессиональный праздник или просто для того чтобы выразить благодарность.

## 2 КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ЧАСТЬ

### 2.1 Обоснование дизайн концепции

Основная целевая аудитория проекта: девушки, женщины от 25 до 40 лет. Мамы с маленькими детьми и женщины, стремящиеся удивить подарком своих подруг. Имеют средний достаток. Любят необычные, милые вещи, которые будут не как у всех. Заказывают интерьерные куклы в основном для подарка детям или подругам.

Главная задача дизайн-проекта создать такой дизайн, который бы подчеркнул особенность интерьерных кукол «Luiza» и выделил бы среди других.

В основном, продукт предназначен для детей, а конкретно для девочек 3 – 12 лет. В этом возрасте любимый цвет девочек это розовый. Поэтому дизайн был разработан в нежных пастельных оттенках, где основным цветом стал розовый.

Если представить детскую куклу первое, что придет на память это рюши, оборки, пышные юбочки, длинные волосы, шапочки с бубонами или шляпки. Именно вышеперечисленные элементы и образуют образ классической привычной детской куклы. Это должен быть светлый нежный образ. Поэтому в проекте было решено, не отходить от принятых канонов и оставить образ куклы таким, каким он представляется большинству.

Основной упор был сделан на создание фирменного персонажа. Им стала кукла с длинными волнистыми волосами в шапочке и пышной юбочке. Она похожа на кукол созданных заказчиком и представляет обобщенный образ классических детских кукол.

### 2.2 Цветовое и шрифтовое решение

Детские куклы всегда ассоциируются с нежными светлыми цветами. Поэтому для проекта выбрана постельная палитра. Основные цвета – нежно розовый, голубой и белый (см. рис. 1). Процентное значение цветов в разных

цветовых режимах: белый: C:0; M:0; Y:0; K:0 и R:255; G:255; B:255; розовый: C:0; M:25; Y:17; K:0 и R:249; G:196; B:190; голубой: C:39; M:0; Y:7; K:0 и R:165; G:213; B:232.



Рисунок 1 – Основные цвета

Весь логотип белого цвета

Для проекта выбран шрифт Bahnschrift (см. рис. 2). Это простой шрифт без засечек. Он используется в логотипе в качестве дополнительного, не отвлекая внимания от основной надписи. Также практически все надписи в проекте выполнены данным шрифтом.

# Bahnschrift

Рисунок 2 – Шрифт

Еще один шрифт который встречается в данном проекте – это Cunia. он используется для надписей в серии открыток (см. рис. 3). Выбранный шрифт хорошо сочетается с графической частью, не перебивая ее, а дополняя.

# CUNIA

Рисунок 3 - Шрифт

### **2.3 Формирование образа логотипа**

По словам Дэвида Эйри: «Чтобы бренд получился „всерьез и надолго“, он должен быть простым и уважаемым. Но если при этом он не будет

оригинальным, в некотором роде провокационным, наводящим на соблазнительные мысли, если в нем будет не за что зацепиться взгляду – считайте, что ваши труды пропали зря!»<sup>2</sup>

В техническом задании указано, что логотип должен быть нескучным и в тоже время простым, чтобы его можно было использовать на различных носителях. Поэтому сразу было решено разрабатывать шрифтовой логотип без лишних графических элементов.

Логотип шрифтовой. Состоит из двух шрифтов: один рукописный, разработанный специально для данного проекта, второй шрифт называется Bahnschrift – простой без засечек (см. рис. 3).



Рисунок 3 – Логотип

Название магазина написано от руки. Толщина букв примерно одинаковая, но эффект легкости и непринужденности достигается тем, что в каждой букве толщина не выверена и изменяется: в одной части буква толще,

---

<sup>2</sup> Дэвид Эйри. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера – 2011. С 48.

чем в другой. Все буквы имеют скругленные углы. Над буквой «i» вместо обычной точки изображено сердечко, что делает композицию более интересной и привлекательной.

Для надписи «интерьерные куклы» выбран простой шрифт без засечек с ровными линиями и прямыми углами. Интервал между буквами увеличен для того чтобы композиция не казалась перегруженной.

#### **2.4 Формирование образа персонажа**

При создании рисунка учитывался образ кукол «Luiza», а также персонаж стал собирательным образом классических детских кукол.

Классические детские куклы – это куклы с длинными кудрявыми волосами с бантами, шляпками или шапочками, одетые в пышные платья или юбки розовых, белых цветов.

Изначально образ персонажа представлял собой куклу, изображенную одной непрерывной линией (см. рис. 4).



Рисунок 4 – Кукла (Вариант 1)

Впоследствии образ поменялся на векторный рисунок куклы с прямыми рыжими волосами, одежда которой имела цвет пыльной розы. Такой образ получился мрачным и статичным, что не соответствовало задумке (см. рис. 5).

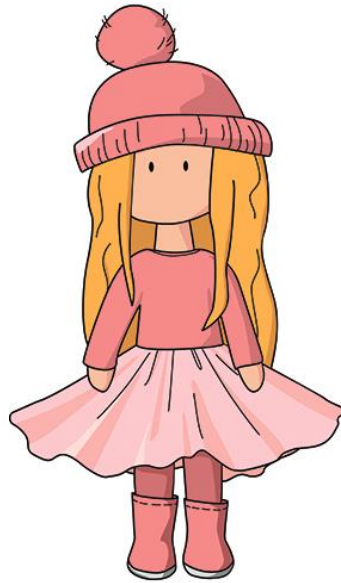


Рисунок 5 – Кукла (Вариант 2)

Третий вариант получился самым удачным. Итоговый образ – кукла с длинными кудрявыми волосами, одетая в голубую пышную юбку и белую кофточку. Шапочка и ботинки одного розового цвета. Как и у кукол «Luiza» лицо у персонажа упрощено и имеет только глаза в виде небольших серых овалов (см. рис. 6).



Рисунок 6 – Кукла (Итоговый вариант)



В итоге образ получился светлым, нежным и легким.

## 2.5 Полиграфия и рекламные носители

В ходе проекта были разработаны следующие объекты: визитки, бирки, раскраски для детей, наклейки на упаковку, паспорт куклы, серия открыток, бумажный пакет, оформление Instagram (аватарка, обложки для актуального, фон для историй).

Визитки вертикальные двусторонние. Размер составляет 90 мм x 50 мм. С одной стороны представлен корпоративный герой и логотип, с другой – контактная информация. На внешней стороне изображена только часть персонажа и добавлен эффект матового стекла. Поверх рисунка расположен логотип. Фон одноцветный голубой (см. рис. 7). Внутренняя сторона визитки – на верхней половине в круг помещено изображение с персонажем, напоминая аватарку в социальных сетях, ниже размещен логотип и контакты (см. рис. 8). Фон – поверх голубого фона расположен паттерн из листьев, который на несколько процентов темнее фона.



Рисунок 7 – Визитка (Внешняя сторона)



Рисунок 8 – Визитка (Внутренняя сторона)

Бирки. Бирка представляет собой розовый прямоугольник со скругленными углами. Размер 8мм x 5мм. На ней изображена часть листочка более насыщенного розового цвета чем фон, а по верх расположен логотип (см. рис. 9).



Рисунок 9 – Бирка

Раскраски. Формат А4. Разработано два варианта раскрасок для детей, которые отличаются только фоном. На одном варианте фон уже цветной (см. рис. 10), а на втором – нарисован только контур, который предстоит раскрасить (см. рис. 11). Раскраски предназначены для распространения в детских садах. На них указана контактная информация и аккаунт Instagram. Служат в качестве рекламы.



Рисунок 10 – Раскраска 1



Рисунок 11 – Раскраска 2

На первой раскраске весь фон забит листиками разной формы и цвета. Они располагаются в хаотичном порядке. На черно-белом варианте раскраски осталась только часть листиков, чтобы не засорять фон лишними линиями.

Наклейки на упаковку (см. рис. 11). Наклейки имеют круглую форму. Диаметр круга 70 мм. Разработано три варианта наклеек. Все наклейки отличаются только цветом. Желание заказчика заключалось в том, чтобы подчеркнуть, что данная продукция ручной работы. Поэтому на наклейках, которые будут клеиться сверху на упаковку, появилась надпись «Hand Maid».



Рисунок 11 – Наклейка

Паспорт куклы – это небольшой бланк размером 105 мм x 148 мм. В данном бланке заполняется вся необходимая информация об интерьерной кукле: размер, рекомендации по уходу, материалы из которых сделана данная кукла, а также ей можно дать имя. Бланк двусторонний. С одной стороны представлен логотип и корпоративный герой. Как и на визитках фон залит паттерном. Со второй стороны располагается бланк для заполнения, а также контактная информация. В низу также представлена часть паттерна, но более яркая чем на другой стороне (см. рис. 12).



Рисунок 12 – Паспорт куклы

В ходе работы разработана серия поздравительных открыток. Размер каждой из них составляет 100 мм х 150 мм. Серия состоит из пяти разных вариантов.

Два варианта открыток «С днем рождения». На одной из них воздушный шарик, залитый таким же фоном, как и на раскраске (см. рис. 13). На второй представлен более спокойный паттерн, рисунок которого нарушается на самом верху шара. Из него как бы прорастают некоторые листочки, выходя за контур шара (см. рис. 14).

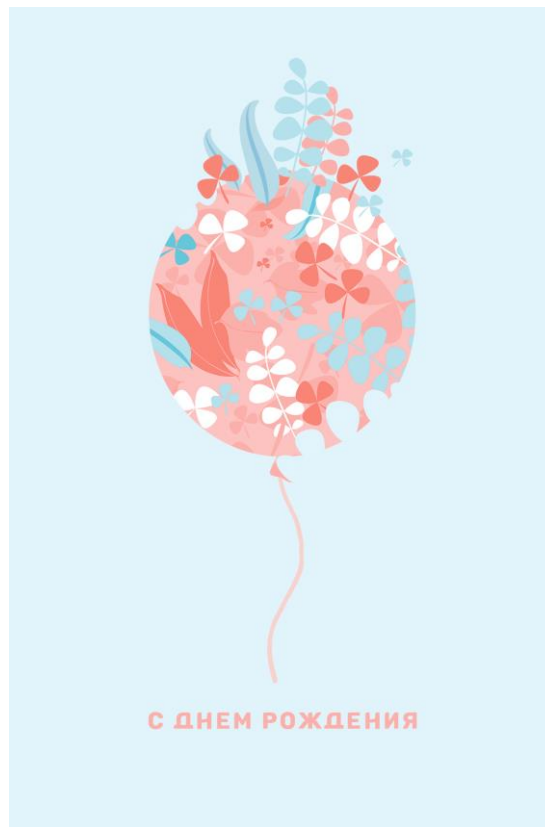


Рисунок 13 – Открытка 1

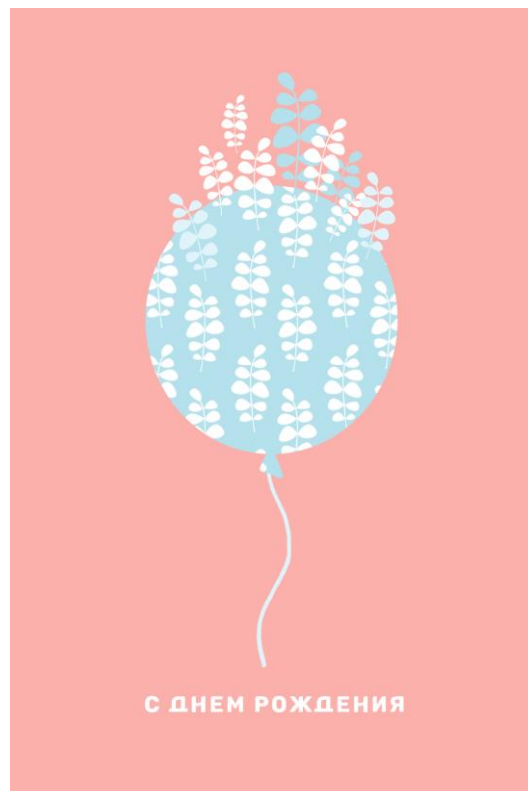


Рисунок 14 – Открытка 2

Шрифт на всех открытках одинаковый. Одного размера. Он не отвлекает внимание от графической части, а дополняет ее.

Следующие две открытки – «Поздравляю». На них изображена подарочная коробка с лентой. В первом случае она залита хаотичным фоном (см. рис. 15), вторая открытка с паттерном голубого цвета (см. рис. 16).



Рисунок 15 – Открытка 3



Рисунок 16 – Открытка 4



Последняя открытка с надписью «с любовью» (см. рис. 17). Сердечко взято то же самое, что и на наклейках для упаковки, залито розовым цветом, а сверху располагается композиция из листиков более светлого оттенка.



Рисунок 17 – Открытка 5

## 2.6 Оформление Instagram аккаунта

Оформление аккаунта Instagram. Для этого были разработаны: аватарка, фон для историй, обложки для актуального.

Аватарка. Форма аватара круглая и имеет размер 110x110 px. Из-за этого мелкие детали или надписи будут плохо различимы. Поэтому первый вариант фото профиля для интерьерных кукол был не совсем удачным. При уменьшении масштаба он стал плохо читаем (см. рис. 12).



Рисунок 12 – Аватар (неудачный вариант)

Итоговый вариант аватарки – рисунок куклы на голубом фоне (см. рис. 13).

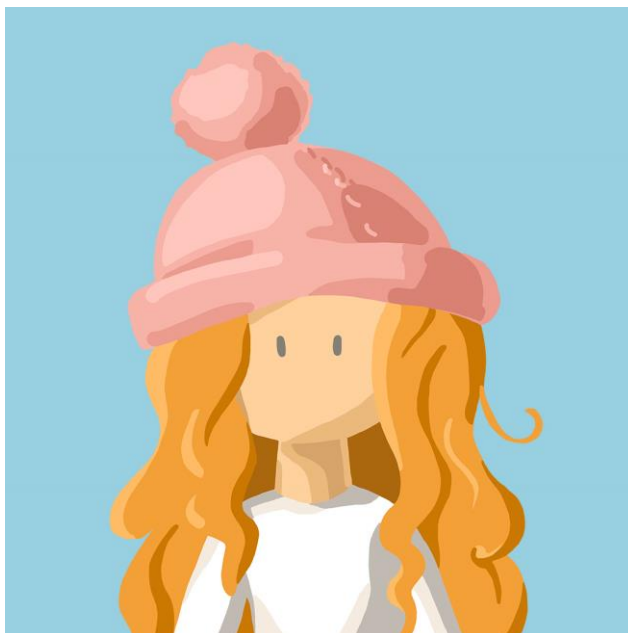


Рисунок 13 – Аватар

Фон для историй. Разработано три варианта. Первый вариант – это паттерн из голубых веточек расположенных на розовом однотонном фоне (см. рис. 14).



Рисунок 14 – Фон для сторис 1

Второй – это два полупрозрачных квадрата наложенных друг на друга. Из под квадратов сверху выглядывают веточки разных размеров и оттенков (см. рис. 15).

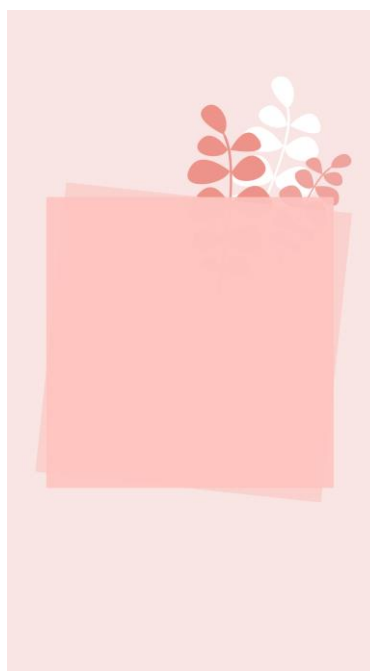


Рисунок 15 – Фон для сторис 2

Третий фон для сторис – паттерн нежно голубого цвета. Элементы паттерна немного темнее чем фон (см. рис. 16).



Рисунок 16 – Фон для сторис 3

Обложки для актуального.

В ходе работы разработано девять обложек. Так как размер обложек маленький и форма, как и у аватара круглая, главное изображение должно быть четким, минималистичным и располагаться в центре. Во всех обложках используется всего три цвета. Каждая фигурка имеет минимум прорисовки. Основной цвет фигурок белый. Обводка более темного розового цвета, чем фон (см. рис. 17). Обложки выполнены для следующих категорий сторис: «обо мне», «упаковка», «уход», «процесс», «доставка», «отзывы», «стикеры», «цена», «в наличии».

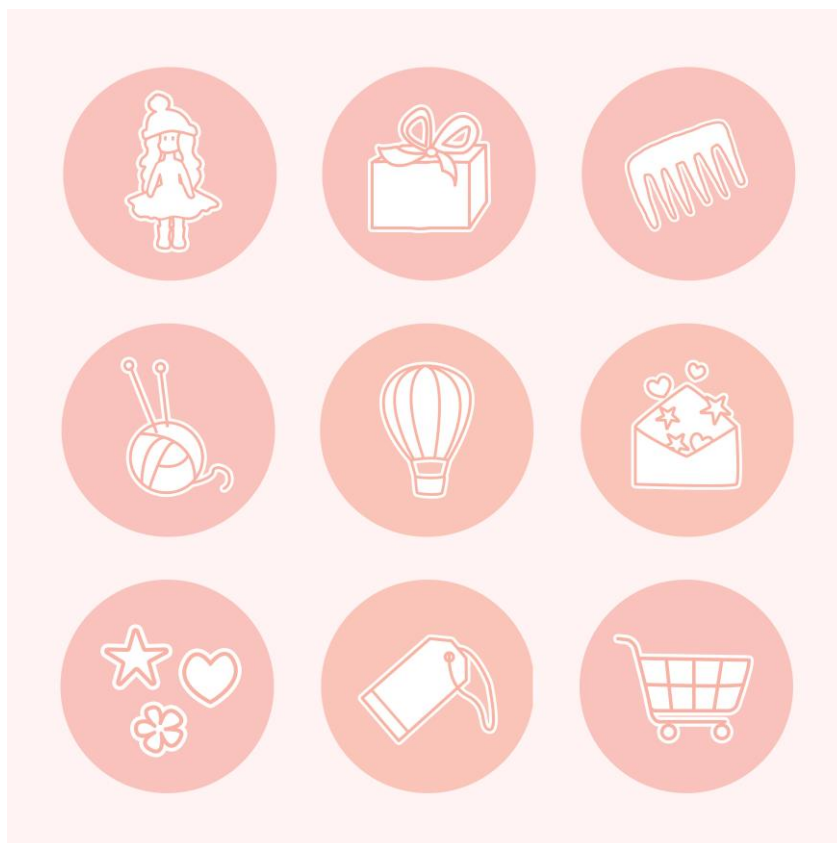


Рисунок 17 – Обложки для актуального

Еще для Instagram была создана маска, при помощи которой можно создавать красивые селфи для сторис или для публикаций. На весь экран наложен эффект – прозрачный розовый цвет, а на лице с двух сторон появляются по три листика разных цветов: голубой, розовый, белый – основной цвета проекта (см. рис. 18).



Рисунок 18 – Маска

### 3 ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

Для отрисовки элементов паттерна использовалась программа Adobe Illustrator. Все остальные элементы такие как, например, логотип, персонаж, а так же вся полиграфическая продукция, элементы для оформления Instagram выполнены в программе Adobe Photoshop.

Технические требования, предъявляемые для аватара в Instagram: картинка должна быть размером 1080 x 1080 пикселей, композиция должна вписаться в круг и не выходить за его пределы, иначе то, что не поместилось не будет видно. Размер публикаций как и у аватарки составляет 1080 x 1080 пикселей. Сторис имеет прямоугольную форму размером 1080 x 1920 пикселей.

Для создания маски в Instagram использовалась программа Spark AR Studio.

Подготовка файлов на печать – одна из основных задач дизайнера. И эта задача никак не должна быть проигнорирована или выполнена некачественно. Неправильная подготовка макетов может привести к задержкам в производстве или к неудовлетворительному качеству печати: графические элементы могут сдвинуться, шрифт измениться, а цвета оказаться совершенно не такими какие задумывались.

Для подачи макетов в печать необходимо правильно оформить все файлы. Растровые изображения подаются в форматах TIFF,PDF. Все шрифты должны быть переведены в кривые либо приложены на носителе. Должны быть проставлены метки обреза, приводки. Макеты должны быть в следующих цветовых пространствах: RGB, CMYK, если это Pantone, то нужно обязательно указать его номер.

Один из главных вопросов возникающий при воплощении проекта в жизнь – это вопрос о том, как печатать и где. Ведь плохая печать может испортить весь образ компании. Даже если разработан отличный фирменный стиль, но неправильно подобраны материалы для реализации всех задумок, ожидаемый эффект не будет достигнут.

Для печати полиграфической продукции (визитки, наклейки, бирки и раскраски) была выбрана лазерная печать.

Плюсы лазерной печати:

- быстрая скорость печати;
- чёткость и высокое разрешение печати;
- низкая стоимость печати.

Бумага играет большую роль в изготовлении открыток, потому что качество печати в большей степени зависит от выбранной бумаги. В данном проекте выбор остановился на мелованной глянцевой бумаге плотностью 250г/м<sup>2</sup>.

Для печати визиток, раскрасок, паспорта куклы и бирок используется плотная мелованная матовая бумага. Плотность такой бумаги – 270-300 г/м<sup>2</sup>.

Для печати наклеек необходима глянцевая самоклеящаяся бумага.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За время работы над дипломной работой были выяснены способы реализации изделий ручной работы и выявлена роль графического дизайна в продвижении хенд мейда. Был проанализирован рынок существующего хенд мейда в России и за рубежом. Проведен социальный опрос, результаты которого помогли выяснить факторы, влияющие на объем продаж и популярность изделий ручной работы.

Результат исследовательской деятельности позволил выделить основные необходимые элементы фирменного стиля для продвижения и рекламы магазина интерьерных кукол «Luiza».

Особое внимание в данном проекте уделяется оформлению аккаунта Instagram. Так как основной процент заказов появляется именно через социальную сеть.

На основе проведенной работы создан уникальный фирменный стиль и разработано оформление аккаунта Instagram. Учтены все пожелания заказчика.



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Зачем нужен фирменный стиль, логотип [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/design/145380-zachem-nuzhen-firmennyj-stil-logotip-uznavаемost-uspeh>
- 2 Дэвид Эйри. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера – 2011. – 97 с.
- 3 Где продавать ручную работу [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://bemaster.market/user/post/gde-prodatjh-ruchnuju-rabotu>
- 4 Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. Общая часть: пособие/ Р. Арнхейм. – Москва: Прогресс, 1974. – 386 с
- 5 Психология цвета в дизайне, таблица цветов [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://e-shutova.com/blog/psihologiya\\_cveta\\_v\\_dizajne](https://e-shutova.com/blog/psihologiya_cveta_v_dizajne)
- 6 Современный фирменный стиль — важность, тенденции, тренды [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://webevolution.ru/blog/ajdentika/sovremennijfirmennij-stil-vazhnost-tendencii-trendi/>
- 7 Добробабенко Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки. / Н. С. Добробабенко – М: Инфра-М., 2003. – 67 с
- 8 Графический фирменный стиль [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://anasd.ru/graficheskij-firmennyj-stil/>
- 9 Фирменный стиль 2021: что такое, как создать, лучшие примеры [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.canva.com/ru\\_ru/obuchenie/firmennyj-stil/](https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/firmennyj-stil/)

ПРИЛОЖЕНИЕ А  
Исследовательский раздел



Рисунок А.1 – Пряник сувенирный, ручной работы



Рисунок А.2 – Бижутерия, ручная работа

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.3 – Свеча, ручная работа



Рисунок А.4 – Картина из бисера

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.5 – Мыло ручной работы



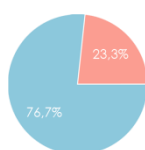
Рисунок А.6 - Фигурки из полимерной глины

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

### Результаты анкетирования, 2021 год, 30 респондентов

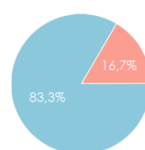
В результате опроса было выяснено, что большинство опрошенных считают, что для продажи и распространения изделий ручной работы необходимы наличие фирменного стиля и оформление аккаунтов социальных сетей в едином стиле.

Нужен ли фирменный стиль для продажи и распространения изделий ручной работы?



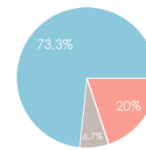
● Да  
● Нет

Влияет ли оформление аккаунта с какими-либо изделиями, на Ваше впечатление о продавце и о качестве товара?



● Да  
● Нет

Чтобы изделия стали популярными и продавались в первую очередь необходимы:



● качество, красота и оригинальность самого изделия  
● профессиональные фотографии изделия и хорошая реклама  
● и то и другое

Рисунок А.7 – Результат анкетирования



Рисунок А.8 – Тильда

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.9 – Тряпиенца



Рисунок А.10 – Большеножка

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.11 – Характерная кукла



Рисунок А.12 – Кукла «Тыквенная голова»

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.13 – Luiza