

УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА "КРОК"
Кафедра дизайну

«Допускається до захисту»:
Заступник звідувача кафедри дизайну Марковський А.І.
_____ “ _____ ” _____ 2026 р.

АЛЬБОМ

ТЕМА ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЄКТУ):

Розробка айдентики ювелірного бренду як засобу візуалізації концепції пам'яті та спогадів

Рівень вищої освіти

перший (бакалаврський)

Галузь знань

02 Культура і мистецтво

Спеціальність

022 Дизайн

Освітня програма

Графічний дизайн

Студент-випускник Росла Катерина Андріївна П.І.Б.

Керівник випускної роботи завідувач кафедри дизайну

Бердинських Святослав Олександрович посада, П.І.Б.

Київ – 2026 рік.

СУПРОВОДЖУВАЛЬНА ЗАПИСКА

ДЛЯ КОГО ПРИЗНАЧЕНА ПРОДУКЦІЯ

Бренд Souline орієнтований на аудиторію, яка цінує естетичні, мінімалістичні та змістовні ювелірні вироби. Прикраси призначені для людей, які сприймають їх не лише як аксесуар, а як символ особистої події, пам'яті, почуття або важливого життєвого зв'язку. Продукція може бути представлена через онлайн-магазин, соціальні мережі, шоуруми та подарунковий формат продажу.

ФОРМАТИ ТА НОСІЇ

Графічний альбом оформлено у форматі А3, горизонтальна орієнтація. Основними носіями айдентики є пакування ювелірного виробу, product card, етикетки, бірки, супровідні матеріали та прототип головної сторінки сайту. Розроблені елементи можуть бути адаптовані для цифрової комунікації бренду, рекламних матеріалів і оформлення соціальних мереж.

ШРИФТИ ТА ТИПОГРАФІКА

Типографічне рішення бренду побудоване на поєднанні виразного текстового логотипу та сучасного шрифту Manгоре для інформаційних блоків. Логотип має елегантний характер і відповідає ювелірній тематиці, тоді як Manгоре забезпечує читабельність у друкованих і цифрових матеріалах. Таке поєднання формує стриманий, сучасний та впізнаваний стиль бренду.

МЕТОДИ, МАТЕРІАЛИ ТА ІНСТРУМЕНТИ

Для створення айдентики використано методи аналізу аналогів, концептуального пошуку, композиційного проектування та цифрового макетування. Основними візуальними засобами стали лінії й крапки: лінія символізує життєвий шлях і зв'язок між подіями, а крапки — окремі спогади та важливі моменти. У практичній частині опрацьовано логотип, графічний символ, пакування, product card, етикетки та веб-прототип.

SOULINE - Пам'ять має форму

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Супроводжувальна записка				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		2	15

ВІДОМІСТЬ АРКУШІВ ПРОЄКТУ

№	Назва аркушу	№	Назва аркушу
1	Титульний аркуш	9	Фірмова палітра і типографіка
2	Супроводжувальна записка	10	Product card
3	Відомість аркушів проєкту	11	Етикетки та бірки
4	Вихідні дані та мета проєкту	12	Дизайн пакування
5	Концепція бренду Souline	13	Прототип головної сторінки сайту
6	Мудборд і візуальний напрям	14	Прототип сайту
7	Текстовий логотип	15	Підсумковий аркуш
8	Графічний логотип		

Альбом адаптовано для напрямку «Графічний дизайн»: замість планів, фасадів та інженерних схем представлено концепцію ювелірного бренду Souline, систему його візуальної айдентики, текстовий логотип, графічний символ, product card, пакування, етикетки, додаткові носії, прототип сайту та приклади застосування айдентики на фізичних і цифрових носіях бренду.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проєкт				
Відомість аркушів проєкту				
Виконала	Росла К. А..		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		3	15

ВИХІДНІ ДАНІ ТА МЕТА ПРОЄКТУ

ТЕМА

Розробка айдентики ювелірного бренду Souline як засобу візуалізації концепції пам'яті та спогадів.

МЕТА

Створити цілісну візуальну систему ювелірного бренду, що передає ідею пам'яті, особистих історій та емоційної цінності прикрас.

ОБ'ЄКТ

Айдентика сучасних ювелірних брендів як система візуальної комунікації.

ПРЕДМЕТ

Засоби графічного дизайну у створенні айдентики бренду Souline: логотип, символ, пакування, product card, етикетки та сайт.

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ

1. проаналізувати сучасні тенденції ювелірного брендингу;
2. дослідити аналоги айдентики;
3. визначити цільову аудиторію;
4. сформуванати концепцію Souline;
5. розробити текстовий логотип і графічний символ;
6. створити product card, пакування, етикетки та прототип сайту;
7. презентувати застосування айдентики на носіях бренду.

SOULINE - Пам'ять має форму

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Вихідні дані та мета проекту				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		4	15

КОНЦЕПЦІЯ БРЕНДУ SOULINE

Айдентика ювелірного бренду як форма візуалізації пам'яті та спогадів

«Пам'ять має форму»

Головна ідея бренду — перетворити особистий спогад на ювелірний виріб, який зберігає емоцію, момент і зв'язок із важливою подією.

ІДЕЯ

Souline розглядає прикрасу не лише як аксесуар, а як матеріальну форму пам'яті: знак важливого моменту, емоції або особистої історії.

ЦІЛЬОВИЙ ОБРАЗ

Бренд орієнтований на аудиторію, яка цінує мінімалістичну естетику, символічність, індивідуальність та емоційний зміст речей.

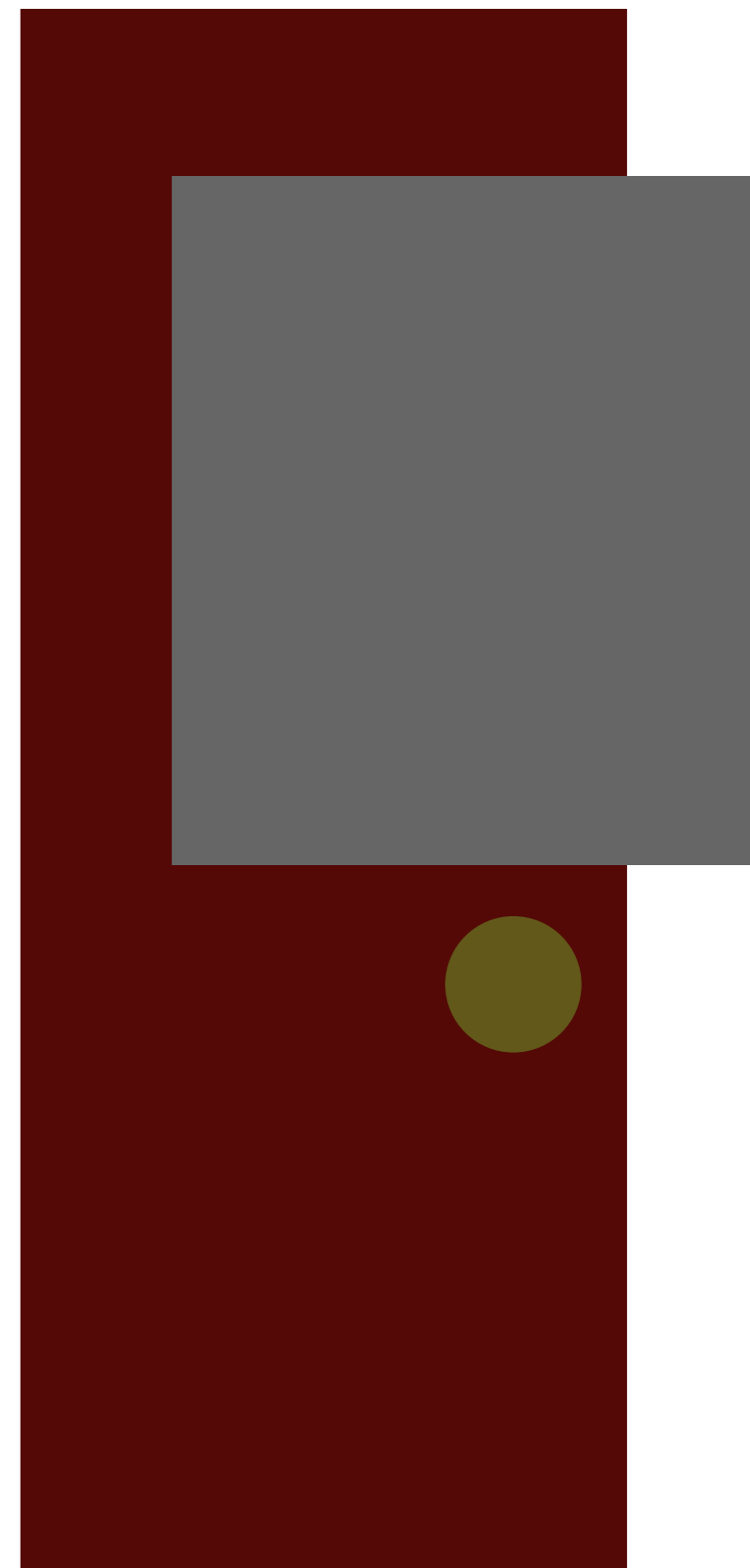
ВІЗУАЛІЗАЦІЯ

Концепція передається через логотип, графічний символ, product card, пакування, етикетки, додаткові носії та прототип сайту.

КОМУНІКАЦІЯ

Тон бренду — спокійний, делікатний та емоційний. Основні повідомлення мають підкреслювати ідею спогаду, особистої події та цінності моменту.

пам'ять · спогади · події · особиста історія



Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Концепція бренду Souline				
Виконала	Росла К. А..		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		5	15

МУДБОРД І ВІЗУАЛЬНИЙ НАПРЯМ

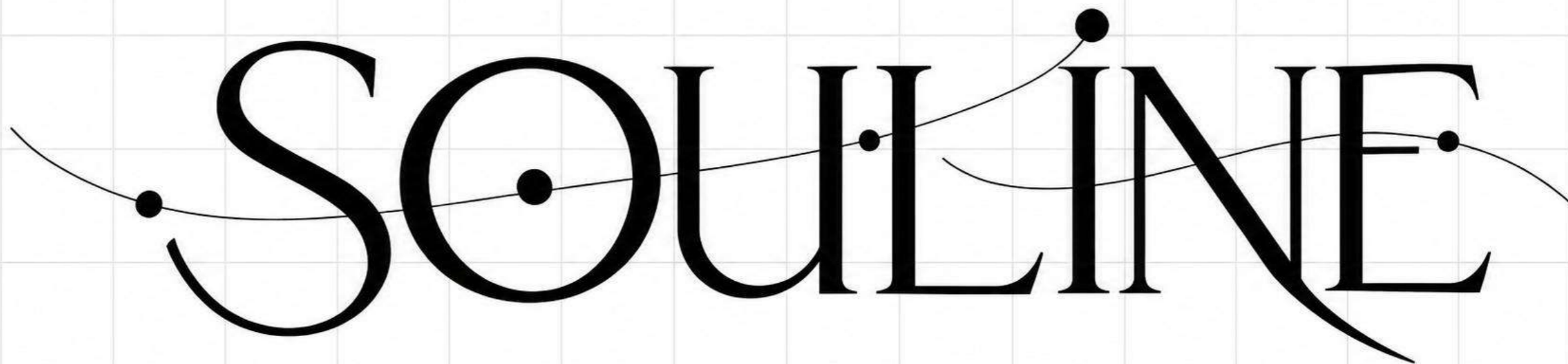
Візуальні орієнтири бренду Souline



Мудборд бренду **Souline** відображає загальний настрій майбутньої айдентики: стриманість, емоційність, тактильність і зв'язок з особистими спогадами. Візуальний напрям побудований на поєднанні монохромної фотографії, фактур металу, глибоких акцентних кольорів і образу червоної нитки.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проєкт				
Мудборд і візуальний напрям				
Виконала	Росла К. А..		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		6	15

ТЕКСТОВИЙ ЛОГОТИП



Текстовий логотип **Souline** є основним елементом візуальної ідентифікації бренду. Він використовується для представлення назви бренду на ключових носіях: сайті, пакуванні, product card, етикетках, бірках та презентаційних матеріалах.

ЗАДУМ

В основі логотипу закладена ідея пам'яті, особистої історії та життєвого шляху. Назва **Souline** візуально поєднується з лінією, яка проходить крізь літери та створює образ безперервного руху. Така лінія символізує зв'язок між подіями, спогадами та важливими моментами в житті людини.

СТРУКТУРА

Логотип складається з назви бренду, виконаної в елегантному шрифтовому рішенні, тонкої графічної лінії та крапок. Літери мають виразний, витончений характер, що відповідає ювелірній сфері та підкреслює естетику бренду. Лінія проходить через композицію логотипу, об'єднуючи всі елементи в єдину систему.

СИМВОЛІКА ЕЛЕМЕНТІВ

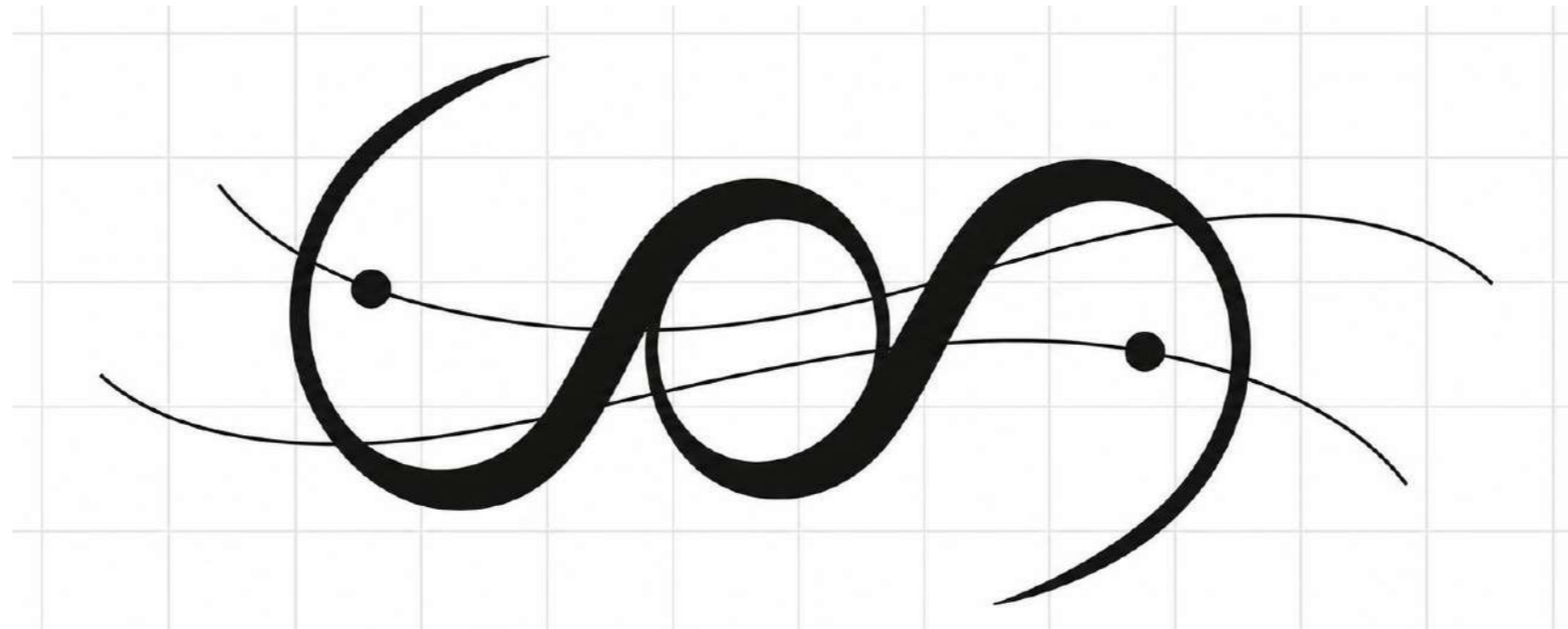
Лінія у логотипі трактується як метафора життєвого шляху, пам'яті та зв'язку між подіями. Крапки символізують окремі моменти, спогади або емоційні акценти, що залишаються у пам'яті людини. Разом ці елементи створюють візуальний образ бренду, у якому краса сприймається як форма збереження особистої історії.

ФУНКЦІЯ

Текстовий логотип забезпечує впізнаваність бренду та є головним знаком його комунікації. Він може використовуватися як у великому форматі, так і в меншому масштабі, зберігаючи читабельність, стильову виразність і зв'язок із концепцією.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Текстовий логотип				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		7	15

ГРАФІЧНИЙ ЛОГОТИП



Графічний логотип, або символ бренду **Souline**, є скороченою формою айдентики, яка може використовуватися окремо від текстового логотипу. Він призначений для малих носіїв, декоративних деталей, етикеток, бірок, стікерів, social media-іконок та цифрових елементів сайту.

ЗАДУМ

Головна ідея графічного символу полягає у створенні абстрактного знака, що передає поняття пам'яті, руху та зв'язку між життєвими подіями. Символ не зображує спогад буквально, а передає його через пластичну лінію, яка нагадує безперервний шлях, нитку або знак нескінченності.

СТРУКТУРА

Графічний знак побудований на основі плавної лінійної форми, що має динамічний характер. Основний елемент доповнений тонкими лініями та крапками, які створюють відчуття руху, напрямку та зв'язку. Композиція символу є лаконічною, тому він легко адаптується до різних форматів і не втрачає виразності при зменшенні.

СИМВОЛІКА ЕЛЕМЕНТІВ

Плавна лінія символізує життєвий шлях, пам'ять і безперервність особистої історії. Вона також асоціюється з образом червоної нитки, що поєднує важливі моменти в житті людини. Крапки виступають позначеннями окремих подій, спогадів або емоційних вузлів, які формують індивідуальний досвід.

ФУНКЦІЯ

Графічний символ розширює систему айдентики та робить її більш гнучкою. Він може застосовуватися там, де повний текстовий логотип є занадто великим або недоречним.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Графічний логотип				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		8	15

ФІРМОВА ПАЛІТРА

Фірмова палітра бренду **Souline** побудована на поєднанні темного графітового, глибокого бордового та приглушеного оливкового кольорів. Така кольорова система підтримує емоційний характер бренду, створює відчуття стриманості, глибини та візуальної впізнаваності.

Темний відтінок **#1D1B1C** використовується як базовий колір для тексту, логотипу та контрастних елементів. Бордовий **#491811** виступає головним акцентом і асоціюється з образом червоної нитки, пам'яті та емоційного зв'язку. Оливковий **#5E551A** додає природності, глибини та візуального балансу.

ТИПОГРАФІКА

Для типографіки обрано шрифт **Manrope**, який має сучасний, лаконічний і добре читабельний характер. Він використовується для інформаційних блоків, підписів, навігації сайту та супровідних матеріалів бренду.

Кольорова палітра й типографіка разом формують стриманий, сучасний та впізнаваний стиль айдентики **Souline**.



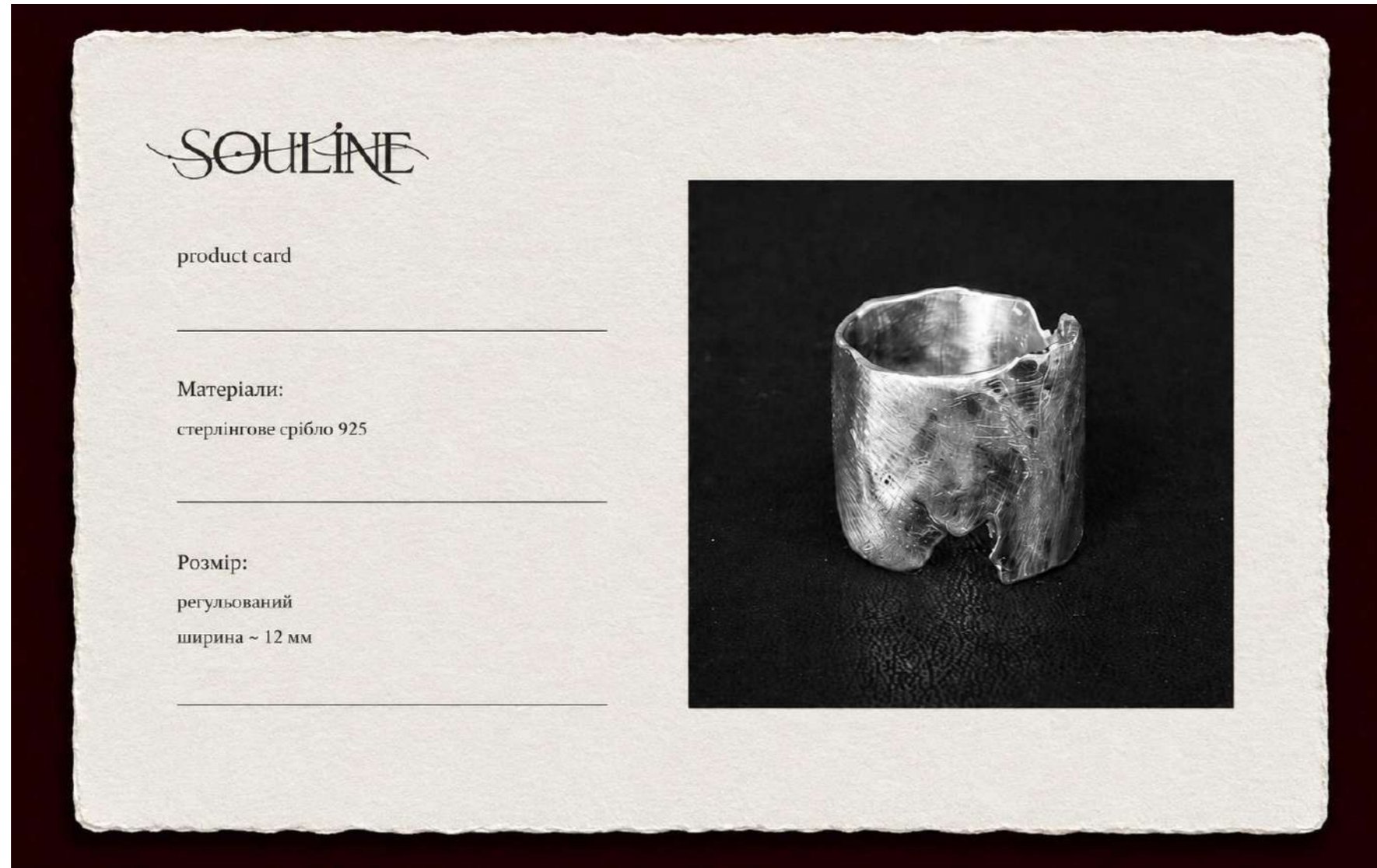
Custom typography

Manrope

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Фірмова палітра і типографіка				
Виконала	Росла К. А..		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		9	15

PRODUCT CARD

Product card для бренду Souline



PRODUCT CARD

Product card є супровідним елементом айдентики бренду **Souline**, який додається до ювелірного виробу та містить основну інформацію про прикрасу.

Картка поєднує інформаційну й презентаційну функції: вона повідомляє про матеріал, розмір та особливості виробу, а також підтримує загальний стиль бренду.

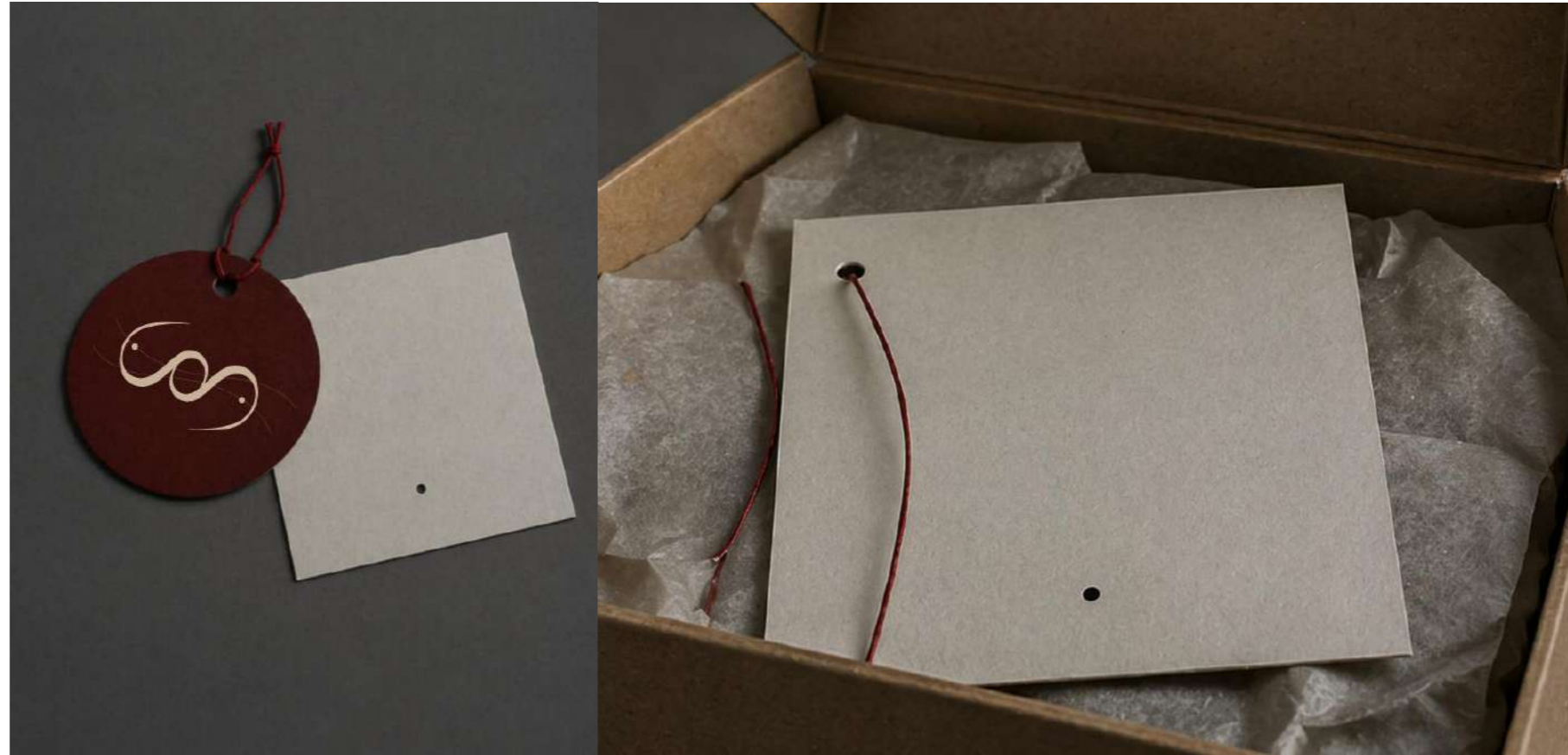
У дизайні використано логотип, тонкі розділові лінії, вільний простір і фотографію прикраси. Така структура підкреслює мінімалістичність, елегантність і ручний характер виробу.

Product card Souline формує завершене враження від покупки та продовжує комунікацію бренду після отримання прикраси.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Product card				
Виконала	Росла К. А..		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		10	15

ЕТИКЕТКИ ТА БІРКИ

Етикетки та бірки бренду Souline



ПРИЗНАЧЕННЯ

Етикетки та бірки **Souline** виконують роль малих носіїв айдентики. Вони доповнюють пакування, маркують виріб і підтримують впізнаваність бренду в деталях.

СТРУКТУРА НОСІЇВ

У дизайні використано логотип бренду, графічний символ, лінійні елементи та коротку інформацію про бренд або виріб. Композиція побудована лаконічно, щоб зберегти читабельність у малому форматі.

ВІЗУАЛЬНИЙ ЗАДУМ

Основою оформлення є поєднання мінімалістичної типографіки, стриманої кольорової палітри та графічних ліній.

ФУНКЦІЯ В АЙДЕНТИЦІ

Бірки та етикетки допомагають зробити пакування завершеним і професійним. Вони працюють як декоративний та інформаційний елемент, підсилюючи загальне враження від ювелірного виробу.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Етикетки та бірки				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		11	15

ДИЗАЙН ПАКУВАННЯ

Пакування бренду Souline



ЗАДУМ

Основою дизайну пакування стала ідея збереження спогаду як цінного особистого моменту. Пакування має створювати відчуття камерності, турботи та індивідуальності. Воно сприймається не просто як оболонка для виробу, а як частина ритуалу отримання прикраси.

СТРУКТУРА

Пакування складається з основної коробки, фірмового логотипу, етикетки, бірки та додаткових супровідних елементів. У композиції використано достатню кількість вільного простору, що дозволяє зберегти мінімалістичний і преміальний характер бренду. Логотип розміщується як головний ідентифікаційний елемент.

СИМВОЛІКА ЕЛЕМЕНТІВ

Графічні лінії та крапки в оформленні пакування продовжують основну ідею айдентики. Лінія символізує зв'язок між подіями та життєвий шлях, а крапки — окремі спогади, емоційні моменти й важливі події. Завдяки цьому пакування підтримує змістову основу бренду.

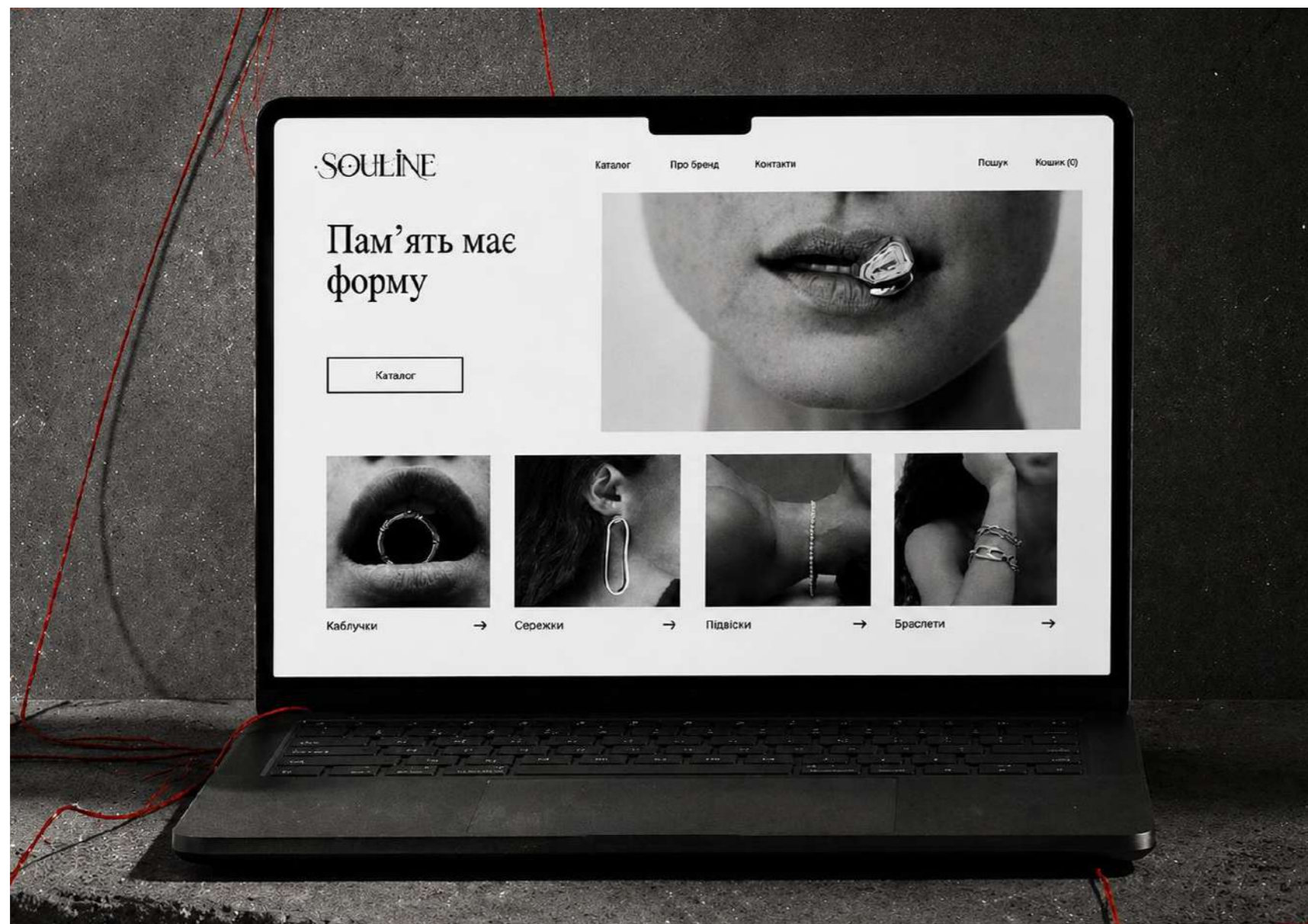
ФУНКЦІЯ

Пакування виконує захисну, презентаційну та комунікаційну функції. Воно забезпечує цілісне сприйняття виробу, підсилює впізнаваність бренду та створює завершений досвід взаємодії з продукцією **Souline**.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Дизайн пакування				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		12	15

ПРОТОТИП ГОЛОВНОЇ СТОРІНКИ САЙТУ

Соціальні мережі, мобільний перегляд, інформаційна кампанія бренду Souline



ПРОТОТИП ГОЛОВНОЇ СТОРІНКИ САЙТУ

Прототип головної сторінки сайту **Souline** розроблено як цифровий носій айдентики та основний простір знайомства користувача з брендом.

Структура сторінки включає логотип, навігаційне меню, головний банер зі слоганом «Пам'ять має форму», кнопку переходу до каталогу та блоки з категоріями ювелірних виробів.

Навігація побудована лаконічно й містить основні розділи: каталог, інформацію про бренд, контакти, пошук і кошик. Це забезпечує зручність користування сайтом.

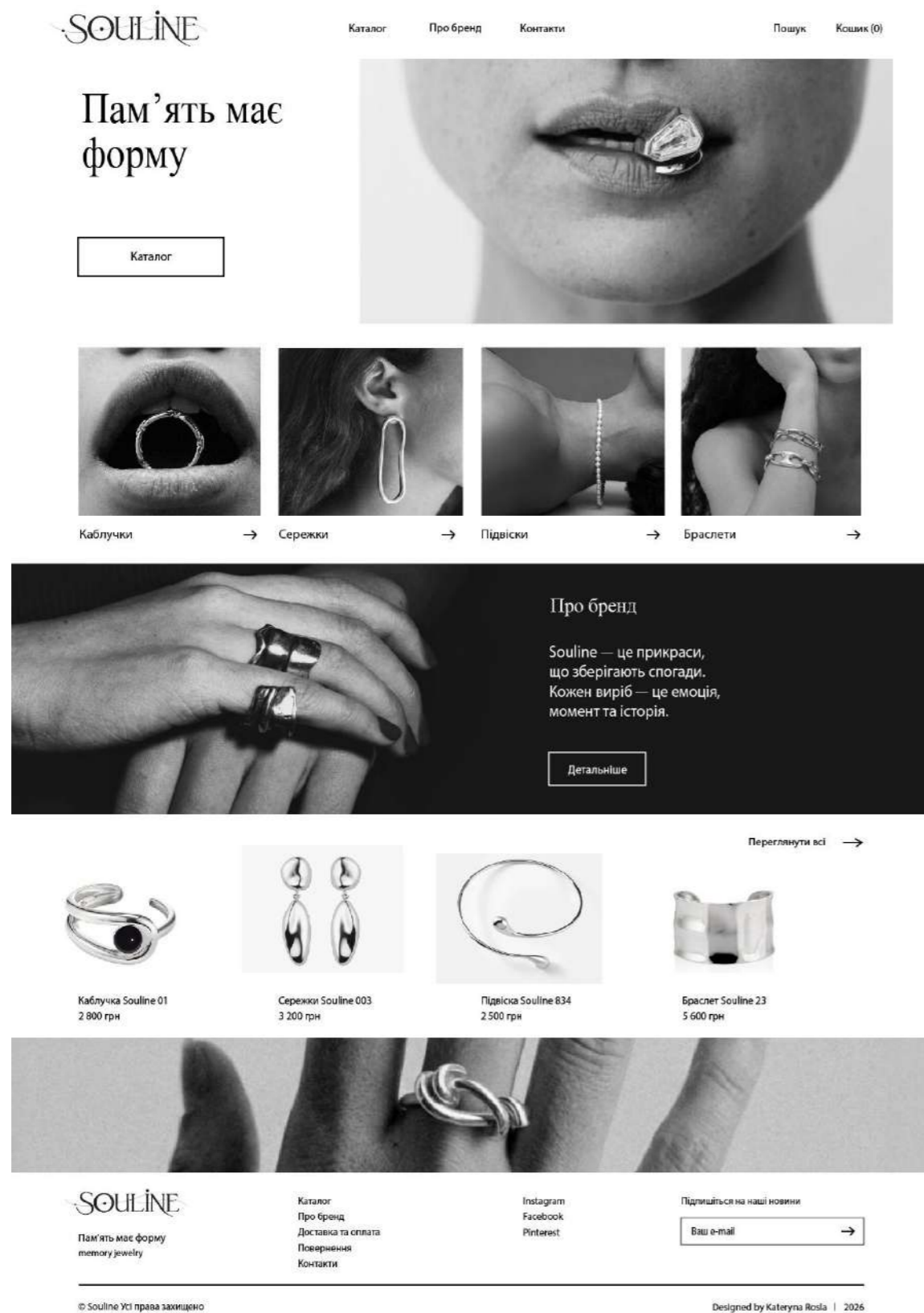
Візуальне рішення підтримує загальну стилістику бренду через монохромні зображення, стриману композицію, фірмовий логотип і мінімалістичну типографіку.

Головна сторінка презентує **Souline** як сучасний ювелірний бренд, у якому краса сприймається як форма пам'яті, особистої історії та емоційного зв'язку.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Прототип головної сторінки сайту				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		13	15

ПРОТОТИП САЙТУ

Соціальні мережі, мобільний перегляд, інформаційна кампанія бренду Souline



ПРОТОТИП САЙТУ

Прототип сайту **Souline** розроблено як цифровий носій айдентики бренду та основний простір взаємодії з цільовою аудиторією. Він презентує концепцію бренду, каталог виробів і загальну стилістику в онлайн-середовищі.

СТРУКТУРА САЙТУ

Сайт складається з головного екрана, навігаційного меню, категорій товарів, блоку «**Про бренд**», товарних карток, футера, контактної інформації та посилань на соціальні мережі. Така структура забезпечує логічний і зручний перегляд інформації.

ВІЗУАЛЬНЕ РІШЕННЯ

У дизайні сайту використано фірмовий логотип, монохромні фотографії, мінімалістичну типографіку та стриману композицію. Основний акцент зроблено на візуальній атмосфері бренду та слогані «**Пам'ять має форму**».

ФУНКЦІЯ

Прототип виконує презентаційну та комерційну функції. Він знайомить користувача з брендом, пояснює його ідею, демонструє асортимент і створює можливість переходу до вибору ювелірних виробів.

КОМУНІКАЦІЯ

Сайт підтримує загальну концепцію **Souline**, у якій краса подається як форма пам'яті, спогаду та особистої історії.

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Прототип сайту				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		14	15

ПІДСУМКОВИЙ АРКУШ

Візуальні орієнтири бренду Souline

ВИСНОВОК

У результаті виконання графічної частини було створено цілісну айдентику ювелірного бренду **Souline**, що базується на концепції пам'яті, спогадів та особистих історій. Проект поєднує текстовий логотип, графічний символ, фірмову палітру, типографіку, product card, етикетки, бірки, дизайн пакування та прототип сайту.

Розроблена система айдентики передає ідею бренду через лінії та крапки, які символізують життєвий шлях, важливі події та емоційні моменти. Усі візуальні елементи об'єднані спільною стилістикою, стриманою кольоровою гамою та мінімалістичною композицією.

Айдентика **Souline** може бути використана на фізичних і цифрових носіях бренду: пакуванні, product card, етикетках, бірках, сайті, каталозі товарів, соціальних мережах і презентаційних матеріалах. Практична цінність проекту полягає у створенні впізнаваної візуальної системи, яка формує емоційний зв'язок між брендом і споживачем.

ПРОЄКТ ГОТОВИЙ ДО ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ЗАХИСТУ

Графічна частина: айдентика ювелірного бренду Souline, логотип, графічний символ, product card, пакування, етикетки, бірки, прототип сайту та візуалізації застосування бренду.

SOULINE - Пам'ять має форму

Університет економіки та права «КРОК»				
Випускний кваліфікаційний проект				
Підсумковий аркуш				
Виконала	Росла К. А.		Аркуш	Аркушів
Керівник	Бердинських С. О.		15	15