

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Навчально-науковий центр заочної форми навчання  
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій  
(повна назва)


## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

### Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка фірмового стилю для наукової конференції  
у сфері космічних технологій  
(тема)


Виконав:  
студент 4 курсу, групи ВПВПСз-20-1

  
Буркун А.В.  
(прізвище, ініціали)

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія  
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма  
Видавничо-поліграфічна справа  
(повна назва освітньої програми)

Керівник   
доц. Євстратов М.Д.  
(посада, прізвище, ініціали)

Допускається до захисту  
Зав. кафедри МСТ

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Дейнеко Ж.В.  
(прізвище, ініціали)

2024 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Навчально-науковий центр заочної форми навчання  
Кафедра Медіасистем та технологій  
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)  
Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія  
Тип програми Освітньо-професійна  
Освітня програма Видавничо-поліграфічна справа  
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:  
Зав. кафедри МСТ \_\_\_\_\_  
(підпис)  
« 06 » травня 2024 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові Буркуну Артему Володимировичу  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка фірмового стилю для наукової конференції  
у сфері космічних технологій

Затверджена наказом по університету від 02 травня 2024р. № 63 Стз

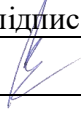
2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії 19 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи  
Тип продукції: елементи фірмового стилю – візитівки 50×90 мм, рекламний банер 3×6 м, фірмовий блокнот формату А5, листівка формату 148×210 мм, логотип.

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі  
Вступ; Аналіз технічного завдання; Аналітичний огляд літератури за темою; Аналіз аналогів; Вибір необхідного програмного забезпечення; Вибір та обґрунтування способів друку; Розробка фірмового стилю; Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)  
Мета і актуальність, Задачі, Фірмовий стиль, Цільова аудиторія, Аналіз аналогів, Програмне забезпечення, Вибір способів друку, Фірмові кольори, фірмовий шрифт, Логотип, Банер, Листівка, Витрати на розробку фірмового стилю, Висновки, Тези за темою.

6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)


Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	доц. Євстратов М.Д.		02.06.2024
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		30.05.2024

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз технічного завдання	10.05.2024	вик
2	Аналітичний огляд літератури за темою	13.05.2024	вик
3	Аналіз аналогів	14.05.2024	вик
4	Опис пррактичної частини	17.05.2024	вик
5	Проектування носіїв фірмового стилю	20.05.2024	вик
6	Економічна частина	30.05.2024	вик
7	Оформлення пояснювальної записки	05.06.2024	вик
9	Оформлення графічної частини	10.06.2024	вик


Дата видачі завдання 06 травня 2024 р.

Студент

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

Буркун А.В.

Керівник роботи

  
\_\_\_\_\_  
(підпис)

доц. Євстратов М.Д.  
(посада, прізвище, ініціали)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 48 с., 2 табл., 15 рис., 18 джерел.

**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, ЛОГОТИП, ЛИСТІВКА, БАНЕР, ОФСЕТНИЙ ДРУК, СОЛЬВЕНТНИЙ ДРУК, ЦИФРОВИЙ ДРУК.**

Мета кваліфікаційної роботи полягає у створенні фірмового стилю для наукової конференції з космічних технологій. Основним завданням є розробка ідентифікаційних елементів, які відобразатимуть унікальність та професіоналізм конференції. Для досягнення цієї мети проводився аналіз подібних заходів, визначення цільової аудиторії та їхніх вимог, а також розробка логотипу та дизайну інших носіїв.

У результаті кваліфікаційної роботи було розроблено фірмовий стиль для наукової конференції з космічних технологій. Логотип та корпоративний стиль відповідають стратегічним цілям та основним цінностям події, підкреслюючи її важливість та професійний рівень. Впровадження фірмового стилю сприятиме підвищенню упізнаваності конференції та залученню нових учасників.

У розділі економічної частини проведено розрахунок витрат на розробку фірмового стилю, враховуючи витрати на створення логотипу, дизайн інших носіїв та їхній друк. Ці розрахунки є важливим етапом у плануванні бюджету та фінансовому забезпеченні конференції.

## ABSTRACT

The explanatory note to the qualification work contains: 48 p., 2 tabl., 15 pic., 18 sources.

CORPORATE IDENTITY, LOGO, LEAFLET, BANNER, OFFSET PRINTING, SOLVENT PRINTING, DIGITAL PRINTING.

The goal of the thesis is to create a corporate identity for a scientific conference on space technologies. The main task is to develop identification elements that reflect the uniqueness and professionalism of the conference. To achieve this goal, an analysis of similar events was conducted, the target audience and their requirements were determined, and a concept for the logo and design of other media was developed.

As a result of the thesis, a corporate identity for the scientific conference on space technologies was developed. The logo and corporate style correspond to the strategic goals and main values of the event, emphasizing its importance and professional level. Implementing the corporate identity will contribute to increasing the recognition of the conference and attracting new participants.

In the economic section, the calculation of costs for the development of the corporate identity was carried out, taking into account the expenses for creating the logo, designing other media, and their printing. These calculations are an important step in budget planning and financial support for the conference.

## ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	7
1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ.....	9
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ .....	10
2.1 Що таке фірмовий стиль .....	10
2.2 Психофізіологічні основи сприйняття фірмового стилю.....	11
3 АНАЛІЗ АНАЛОГІВ.....	13
3.1 International Astronautical Congress (IAC).....	13
3.2 Space Symposium .....	17
3.3 Гамовська міжнародна астрономічна конференція .....	19
4 ВИБІР НЕОБХІДНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	23
4.1 Інструментальні засоби розробки.....	23
4.2 Вибір інструментальних засобів розробки фірмового стилю .....	25
5 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СПОСОБІВ ДРУКУ .....	27
5.1 Листівка «Програма конференції» .....	27
5.2 Банер .....	28
5.3 Фірмовий блокнот і ручка.....	29
6 РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ.....	31
6.1 Вибір фірмових кольорів .....	31
6.2 Розробка логотипа .....	33
6.3 Вибір шрифтового оформлення.....	35
6.4 Розробка дизайну банеру .....	37
6.5 Розробка дизайну роздаткового матеріалу .....	38
7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА .....	40
7.1 Характеристика продукції.....	40
7.2 Конкуренція .....	40
7.3 Етапи розробки .....	41
7.4 Розрахунок собівартості та ціни .....	42
ВИСНОВКИ .....	46
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ .....	47

## ВСТУП

Створення фірмового стилю для конференції у сфері космічних технологій є важливою задачею, оскільки космічно-технологічна індустрія стає все більш активною та цікавою для широкої громадськості. З розвитком технологій і досліджень у цій галузі, конференції з космічних технологій стають ключовими подіями для обміну ідеями, представлення новітніх розробок та знаходження можливостей для співпраці. Створення фірмового стилю для таких конференцій допоможе підвищити їхню привабливість для учасників та сприяти формуванню постійної платформи для обміну досвідом та співпраці в галузі космічних технологій.

Фірмовий стиль для конференції у сфері космічних технологій – це не лише засіб візуальної ідентифікації події, але й спосіб підкреслити її унікальність та важливість. Він допомагає створити образ конференції, який відповідає сучасним тенденціям та вимогам галузі космічних технологій. Це також дозволяє підвищити впізнаваність конференції серед потенційних учасників та сприяє формуванню позитивного іміджу події.

Мета цієї роботи полягає у створенні фірмового стилю для конференції у сфері космічних технологій з метою підвищення її привабливості та впізнаваності серед цільової аудиторії. Необхідно розглянути специфічні вимоги та потреби учасників конференції, провести аналіз сучасних тенденцій у дизайні подій та розробити відповідний фірмовий стиль, який відобразить цілі та ідеї конференції у сфері космічних технологій.

Для досягнення мети роботи необхідно вирішити наступні задачі.

1. Аналіз потреб конференції. Розглянути конкретні вимоги та потреби цільової аудиторії конференції, звертаючи увагу на її унікальні характеристики та переваги порівняно з конкурентами.

2. Дослідження фірмового стилю. Провести дослідження сутності та значення фірмового стилю, включаючи історію, ключові компоненти, такі як

логотип, кольорова палітра, типографіка, при цьому дотримуючись вимог до оригінальності.

3. Аналіз аналогів. Провести огляд фірмового стилю та логотипів інших наукових конференцій у технічних галузях, а також переглянути архівні джерела для знаходження натхнення та унікальних рішень, проте з урахуванням вимог до унікальності.

4. Вибір необхідних програмних засобів та обладнання. Обрати необхідні програмні засоби та технічне обладнання для реалізації фірмового стилю конференції, з урахуванням ефективності та економічної доцільності, але з дотриманням оригінальності.

5. Розробка фірмового стилю для конференції у сфері космічних технологій. Розробити фірмовий стиль для конференції, забезпечивши його унікальність та відповідність тематиці, при цьому дотримуючись вимог до унікальності та відмінності від вихідного тексту.

6. Економічне обґрунтування. Здійснити економічне обґрунтування розробки фірмового стилю для конференції, враховуючи витрати на програмне забезпечення, технічне обладнання та інші необхідні ресурси, при цьому дотримуючись вимог до унікальності та відмінності від вихідного тексту.

## 1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ

Метою моєї роботи є розробка фірмового стилю для міжнародної конференції у сфері космічних технологій з метою зміцнення її конкурентоспроможності, привертання цільової аудиторії, підвищення впізнаваності бренду та створення комфортної та запам'ятовуючої атмосфери для учасників.

Цільова аудиторія конференції складається з різних груп осіб різного віку та професійних спрямувань. Серед них:

- молоді дослідники та студенти. Ця група включає молодих вчених, аспірантів та студентів, які активно досліджують та вивчають новітні досягнення у сфері космічних технологій. Вони цікавляться можливостями для участі в конференції як способом розвитку своєї кар'єри та обміну досвідом з колегами з інших країн;

- професіонали галузі космічних технологій. Ця група включає фахівців, інженерів, вчених та підприємців, які працюють у сфері космічних технологій та мають інтерес до останніх досягнень та тенденцій у галузі. Вони шукають можливості для обміну досвідом, встановлення партнерських відносин та розширення своєї мережі контактів;

- представники громадськості та ЗМІ. Ця група включає журналістів, блогерів та представників ЗМІ, які цікавляться космічними подіями та інноваціями. Вони є ключовими учасниками для поширення інформації про конференцію та її результати.

З огляду на міжнародний характер конференції, цільова аудиторія також включає учасників з різних країн, що додає до неї різноманітність та міжкультурні аспекти.

Результатом роботи є розроблений фірмовий стиль для наукової конференції у сфері космічних технологій та приклади їх застосування.

## 2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ

### 2.1 Що таке фірмовий стиль

Основним двигуном прогресу завжди були і є людські потреби. Сьогодні споживче суспільство вимагає постійного зростання ринку пропозицій, що призводить до стрімкого збільшення кількості різноманітних фірм, здатних задовольнити вимогливі потреби людини. Виникає обґрунтоване запитання: як у таких умовах жорсткої конкуренції новостворена компанія може себе проявити? Що може стати ключем до успіху [1]?

Дивовижно, але сьогодні навіть товари і послуги виключно високої якості не є гарантією успіху для фірми. То що ж тоді може допомогти новачкові зайняти гідне місце серед досвідчених конкурентів? Безумовно, найбільш ефективним рішенням цієї проблеми є розробка компетентного фірмового стилю.

Фірмовий стиль – це образ компанії, що дозволяє виділитися їй серед мільйонів конкурентів. Унікальність та неповторність, емоційна виразність цього образу є потужним рекламним інструментом, який здатний зробити пропозицію компанії впізнаваною. Будучи одним з найефективніших рекламних інструментів, корпоративна символіка може багато розповісти споживачеві про смак, обране напрямом діяльності, амбіції перспективних планів компанії, ставши останнім аргументом на користь послуг і товару компанії [2]. Логотип, корпоративні кольори та інші елементи фірмового стилю міцно пов'язуються з ім'ям компанії, сприяючи формуванню позитивного образу, полегшуючи просування комерційного продукту на ринку. У більшості рекламних компаній в тій або іншій мірі використовуються різні поліграфічні матеріали, від листівок і візитних карток до мобільних телефонів з логотипами компанії. В певному сенсі до

поліграфії можна віднести і декорування фірмового автопарку, та тиражування об'єктів зовнішньої реклами. Це свідчить про те, що така реклама має дуже широку сферу застосування.

## 2.2 Психофізіологічні основи сприйняття фірмового стилю

Фірмовий стиль – це комплексна система візуальної ідентифікації, яка сприяє формуванню благоприємного іміджу компанії та збільшує ефективність її рекламних контактів з споживачами, підвищує довіру партнерів та сприяє зростанню репутації та відомості компанії на ринку.

Фірмовий стиль в першу чергу сприймається людиною за рахунок використаних при створенні кольорів.

Відчуття кольору залежить від комплексу фізіологічних, психологічних та культурно-соціальних факторів. Початкові дослідження сприйняття кольору проводилися в рамках кольорознавства; пізніше до проблеми долучилися етнографи, соціологи та психологи.

Перевізники різних культур по-різному сприймають колір об'єктів. Залежно від важливості тих чи інших кольорів і відтінків у повсякденному житті народу, деякі з них можуть мати більше або менше відображення в мові.

У культурі різних народів емоційне та прикладне сприйняття кольору дуже різне, і пов'язане з тривалою історичною традицією всередині відносно ізольованого розвитку етносу, релігії. Отже, різниця сприйняття, наприклад, білого і чорного кольорів (траур чи радість – в залежності від культури та релігії).

Також вплив певних форм на людину був помічений ще в глибоку давнину. Пізніше спеціальними дослідженнями було науково встановлено, що форма, як і колір, емоційно впливають на людину.

Квадратна, прямокутна, кругла, овальна, трикутна площини по-різному розподіляють увагу глядача. Прості геометричні форми швидше

сприймаються глядачем і краще запам'ятовуються порівняно з складними неправильними формами.

Психологам добре відомі деякі прийоми привертання уваги людей за рахунок форми, наданої об'єкту сприйняття. Зокрема, ефективним способом привертання уваги є виділення за яким-небудь ознакою одного елемента серед інших. Так, найбільш виразний кут чотирикутника стає незалежно від його просторового положення місцем концентрації уваги.

Певний вплив на сприйняття інформації мають форми ліній. Вважається, що вертикальні або горизонтальні прямі лінії асоціюються зі спокоєм, ясністю, а згорнуті – з витонченістю та непринужденістю. Однак це справедливо в певних умовах, наприклад, чим частіше горизонтальні або вертикальні лінії і чим контрастніше кольори, обрані для зображення, тим більш неприємні, аж до запаморочення, відчуття вони викликають. Ці особливості проявляються, якщо глядач знаходиться в стресовому стані [3].

Зигзагоподібні лінії передають враження різкого змінення, концентрації сили, швидкого звільнення енергії. Незбалансовані форми викликають відчуття дискомфорту. Симетричні форми «читаються» набагато швидше інших та привертають увагу.

### 3 АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

Створення фірмового стилю починається з рекламно-маркетингових досліджень (вивчення сфери діяльності компанії, її продукції, цільової аудиторії, ринку). Важливо проаналізувати також фірмові стилі конкурентів, а також їх окремі елементи, щоб уникнути повторення чужих ідей навіть у деталях. На цьому етапі корисно провести патентні дослідження (аналіз вже зареєстрованих товарних знаків).

На основі рекламно-маркетингових досліджень формулюється ідея, що відповідає образу компанії. Ідея стилю є його основою. Незважаючи на те, наскільки чудовими можуть бути його окремі елементи, вони втрачають сенс і стають непотрібними, якщо не об'єднані однією ідеологією. Фірмовий стиль є одним з компонентів іміджу компанії. Отже, розробляючи ідею стилю компанії, потрібно вирішити, який у неї імідж, як вона хоче представити себе аудиторії: серйозною або веселою, солідною або креативною, сучасною або консервативною і т.д.

Аналіз аналогів – це процес вивчення та порівняння подібних об'єктів, явищ або даних з метою зрозуміння їхніх характеристик, особливостей та потенційних впливів.

Основними аналогами було обрано доволі відомі конференції у сфері космічних технологій:

- «International Astronautical Congress (IAC)»;
- «Space Symposium»;
- «Гамовська міжнародна астрономічна конференція».

#### 3.1 International Astronautical Congress (IAC)

International Astronautical Congress (IAC) – це одна з найпрестижніших подій у галузі космічних досліджень і технологій. Цей захід збирає разом

провідних фахівців, вчених, інженерів, підприємців та представників космічних агентств з усього світу для обміну ідеями, досліджень та досягнень у сфері космосу [4].

Зважаючи на важливість і масштаб Міжнародного космічного конгресу (ІАС), їхній фірмовий стиль ретельно розроблений і має численні характеристики, які відображають його престиж та авторитет у галузі космічних технологій.

Логотип ІАС є ключовим елементом їхнього бренду. Логотип ІАС складається з абрєвіатури «ІАС», що символізує глобальний характер конгресу, та може містити зображення зірок, сузір'я або космічних ракет, що вказують на належність конференції до космосу. Оскільки конгрес проводиться в різних країнах, логотип змінюється, відображаючи культурні особливості та традиції місцевого місця проведення (рис 3.1). Це може бути як плюс, оскільки створює зв'язок з місцевими учасниками, так і недолік, оскільки може знижувати уніформність бренду.

Головні кольори фірмового стилю ІАС – синій та білий. Синій колір використовується для створення офіційного та солідного враження, а білий додає простоти та чистоти дизайну.

Для створення текстових матеріалів, використовуються лаконічні шрифти, які легко читати на різних носіях. Наприклад, Arial, Helvetica або Roboto – це популярні шрифти, які часто використовуються у веб-дизайні та друкованих матеріалах.

Матеріали ІАС, такі як брошури, плакати та презентації, розроблені відповідно до фірмового стилю, з використанням логотипу, кольорів та шрифтів. Це забезпечує єдність у всій комунікації та сприяє впізнаваності бренду.

Приклад банерів 2023 року наведено на рисунку 3.2.

Приклад листівки 2023 року наведено на рисунку 3.3.



Рисунок 3.1 – Логотип Міжнародного космічного конгресу (ІАС) у різні роки



Рисунок 3.2 – Банери Міжнародного космічного конгресу (ІАС) 2023 р.



Рисунок 3.3 – Листівка Міжнародного космічного конгресу (ІАС) 2023 р.

Незважаючи на численні переваги, фірмовий стиль ІАС може мати деякі недоліки. Наприклад, зміна логотипу в залежності від місця проведення конференції може призвести до відчуття нестабільності та втрати єдності бренду, різноманітність логотипів може ускладнити сприйняття бренду та унікальних характеристик конгресу серед учасників та глядачів, а також постійне оновлення фірмового стилю для відповідності культурним та локальним вимогам може призвести до додаткових витрат на дизайн та маркетинг.

### 3.2 Space Symposium

Space Symposium – широко відомий як провідний форум з питань космічної політики та програм, а також є невід'ємною подією для обміну інформацією та взаємодії між усіма секторами космосу. На протязі перших 29 років ця подія називалася Національним космічним симпозиумом, але у 2014 році вона отримала нову назву – Space Symposium, щоб краще відобразити справжньо-глобальний характер заходу [5].

Логотип Space Symposium є ключовим елементом їх фірмового стилю. Він представляє собою геометричний знак, який символізує простір, інновації і глобальне співробітництво та текст з назвою (рис. 3.4).

У назві можна побачити цікаві дизайнерські рішення для букв «А» та «О». Буква «О» має вигляд силуета ракети, що піднімається у високий польот, з видимим слідом диму, що залишається за нею (рис. 3.5).



Рисунок 3.4 – Логотип Space Symposium



Рисунок 3.5 – Буква «О» з логотипу Space Symposium

Фірмові кольори Space Symposium в основному включають темно-синій, який символізує безмежність космосу та простору, а також білий або світлий відтінок, що може вказувати на чистоту та прозорість інформації та інновацій.

Space Symposium зазвичай використовує сучасні та чисті шрифти, які доповнюють їхній фірмовий стиль. Одним з популярних виборів може бути шрифт Roboto, який відомий своєю легкістю та легкістю читання, що робить його ідеальним вибором для використання у дизайні матеріалів конференції.

На рисунку 3.6 наведено приклад інформаційного банеру Space Symposium. Який розроблено у фірмовому стилі конференції але додано додатковий акцентний яскраво-зелений колір.



Рисунок 3.6 – Приклад інформаційного банеру Space Symposium

Загалом фірмовий стиль Space Symposium, а саме кольорова гамма, шрифти та дизайн відображають їхню професійність, сучасність та інноваційність.

### 3.3 Гамовська міжнародна астрономічна конференція

Гамовська міжнародна астрономічна конференція – конференція, яка проходить в Одесі кожного серпня, найбільша астрономічна конференція України. Названа на честь фізика й астрофізика, уродженця Одеси Георгія Гамова. Теми включають космологію, гравітацію, фізику астрочастинок, астрофізику, змінні зорі, астроінформатику, радіоастрономію, Сонце, Сонячну систему, астробіологію, астрономічну освіту та популяризацію науки [6].

Логотип Гамовської міжнародної астрономічної конференції (рис. 3.7) представляє собою надзвичайно простий, але символічний образ. У центрі логотипу розміщено контурний портрет видатного астронома та фізика Георгія Гамова, який став символом конференції. Чисті лінії та простий контур відображають науковий характер заходу та його фокус на дослідженнях у сфері астрономії та космічних технологій.



Рисунок 3.7 – Логотип Гамовської міжнародної астрономічної конференції

Надпис навколо портрету, виконаний простим шрифтом із зарубками, вказує на назву конференції та підкреслює центральний елемент логотипу. Текст написаний на англійській мові це вказує на міжнародність конференції. Таке розміщення назви створює враження об'єднання та гармонії, в якій ім'я Гамова тісно пов'язане з заходом.

На фоні інформаційної листівки (рис. 3.8) видно вражаючий пейзаж зірок і галактик, що надає їй космічного вигляду та відображає тематику події. Текст написаний простим білим шрифтом без зарубок, що робить його легким для читання та забезпечує чіткість інформації.



XX Gamow International Astronomical Conference-School

ASTRONOMY AND BEYOND: ASTROPHYSICS,  
COSMOLOGY AND GRAVITATION,  
HIGH ENERGY PHYSICS,  
ASTROPARTICLE PHYSICS,  
RADIOASTRONOMY, ASTROBIOLOGY

SCIENTIFIC TOPICS

- Cosmology
- Gravitation
- Astroparticle physics
- HEP
- Astrophysics
- Plasma astrophysics
- Radioastronomy
- Solar activity
- Solar system
- Astrobiology
- Biology

The conference is devoted to:

- the 155-th anniversary of the Odesa National University;
- the 55-th anniversary of CMB discovery;
- the 140-th anniversary of Prof. A.Ya.Orlov.

SECTIONS

1. Cosmology, gravitation, astroparticle physics, HEP.
2. Astrophysics and Subsection "Astroinformatics".
3. Radioastronomy.
4. Sun, Solar activity, Solar-terrestrial relations and astrobiology.
5. Solar system and space environment.
6. Biologic section "Importance of G.Gamow's ideas for biology in XXI century".

9 - 16 August, 2020  
Odesa, Ukraine

[gamow.odessa.ua](http://gamow.odessa.ua)

Рисунк 3.8 – Листівка Гамовської міжнародної астрономічної конференції

На фото видно Одеський театр опери і балету, що додає локальний колорит та підкреслює місце проведення події. Угорі зліва розташований логотип у глакитно-жовтому кольорі, що відзначає його видільну позицію та визначає головний акцент. Справа від нього знаходиться логотип Одеського університету, що підкреслює організаційний аспект заходу. По центру листівки видно назву конференції, яка привертає увагу і вказує на її основну тему. Мінуси такого дизайну полягають у тому, що текст на фоні зірок може бути важко прочитати через відсутність контрасту та розбавлення шрифту кольором фону. Також, присутність фото Одеського театру опери і балету може збити з теми конференції, якщо вона не пов'язана з культурними подіями чи місцевими пам'ятками. Враховуючи це, важливо підібрати фонове зображення та його елементи таким чином, щоб вони доповнювали тему та підкреслювали її значимість.

Щодо фірмового стилю цієї конференції вказують на те, що вона має потужний потенціал, але потребує деяких корекцій для досягнення оптимального ефекту. Її сильні сторони полягають у привабливому кольоровому підборі, унікальному логотипі та спритному використанні фотографій. Однак, слабкі сторони включають менш ефективне використання фонових зображень, які можуть відволікати від основного повідомлення конференції, а також можливу складність у сприйнятті тексту через його розташування на забарвленому фоні. Для подальшого вдосконалення фірмового стилю конференції рекомендується уважніше підбирати елементи дизайну, які відображатимуть її основні цінності та цілі, забезпечуючи чіткість та зручність сприйняття інформації учасниками та гостями події.

Аналогічні конференції та події виявили різноманітні підходи до вирішення подібних завдань, включаючи використання кольорів, типографіки, логотипів та фонових зображень. Деякі з аналогів проявилися дуже успішними у створенні запам'ятовувального та ефективного фірмового стилю, що сприяло підвищенню впізнаваності та популярності відповідних

подій. Однак, аналіз також підкреслив деякі недоліки та недоліки у певних підходах, таких як нечітке використання кольорів або неадекватне співвідношення між текстом та графічними елементами. Ці приклади показали важливість уважного планування та відшліфовування кожного аспекту фірмового стилю для досягнення найкращого результату. Отже, аналіз аналогів дозволяє визначити успішні стратегії та кращі практики, а також уникнути можливих помилок у процесі розробки фірмового стилю для конференції. Він створює основу для подальшого удосконалення та адаптації ідей, що вже довели свою ефективність в інших подібних контекстах [7].

## 4 ВИБІР НЕОБХІДНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

### 4.1 Інструментальні засоби розробки

Під час розробки фірмового стилю для наукової конференції використання спеціалізованих графічних форматів та редакторів має вирішальне значення. Це забезпечує високу якість графічних елементів брендингу та зручність їх подальшого використання. Особливо важливою є розробка логотипу, кольорової палітри та інших ключових елементів, які стануть візуальним обличчям конференції.

Існують два основних типи графічних форматів: растрові та векторні зображення [8]. Растрові зображення складаються з пікселів, що робить їх ідеальними для відтворення фотографій та деталей зображень. Вони чудово підходять для реалістичних зображень, але при збільшенні розміру можуть втрачати якість. Популярними форматами для растрових зображень є JPEG та PNG.

Векторні зображення, на відміну від растрових, створюються за допомогою математичних об'єктів [9], таких як лінії та криві, що дозволяє їм масштабуватися без втрати якості. Це робить їх ідеальними для створення логотипів, іконок та інших елементів, які можуть бути змінені в розмірі. Формати SVG та AI часто використовуються для векторної графіки.

Використання правильних графічних форматів та редакторів дозволяє ефективно працювати над розробкою фірмового стилю для наукової конференції, забезпечуючи високу якість та візуальну привабливість. Для обробки растрових зображень часто використовують Adobe Photoshop, відомий своєю універсальністю та багатофункціональністю. Photoshop використовується для створення фотоілюстрацій, ретуші фотографій, створення рекламних матеріалів, веб-дизайну та інших цілей. Програма надає великий набір інструментів для роботи з фотографіями та іншими

растровими зображеннями, підтримує роботу з шарами, масками, фільтрами та іншими функціями, що дозволяє дизайнерам створювати складні та виразні графічні роботи.

Також популярною програмою для роботи з растровими зображеннями є GIMP (GNU Image Manipulation Program). GIMP є безкоштовною програмою з відкритим кодом, яка надає широкий спектр інструментів для редагування растрової графіки. Вона підтримує роботу з шарами, масками та різноманітними фільтрами, що робить її потужним інструментом для дизайнерів та фотографів.

Ще однією відомою програмою для роботи з растровими зображеннями є Corel PaintShop Pro. Ця програма забезпечує великий набір функцій для обробки фотографій та створення графічних елементів. Corel PaintShop Pro підтримує роботу з шарами та фільтрами, а також пропонує різноманітні інструменти для редагування, що робить її корисним інструментом для професіоналів та аматорів.

Для роботи з векторною графікою важливо обрати відповідні інструменти. Один із найпоширеніших інструментів у цій галузі – Adobe Illustrator. Ця програма надає користувачам широкі можливості для створення професійних векторних ілюстрацій, логотипів та графічних зображень. Вона має інтуїтивний інтерфейс та великий набір інструментів, таких як форми, лінії, криві, текст тощо. Крім того, Adobe Illustrator підтримує роботу з шарами, що дозволяє користувачам легко керувати різними елементами їхніх проектів.

Ще однією популярною програмою для роботи з векторною графікою є CorelDRAW [10]. Ця програма відома своєю простотою використання та високою продуктивністю. CorelDRAW має великий набір інструментів для створення векторних ілюстрацій, малюнків, логотипів та інших графічних елементів. Крім того, вона підтримує роботу з різними форматами файлів, що дозволяє користувачам легко обмінюватися проектами з іншими користувачами та програмами.

Inkscape є ще однією програмою для створення векторної графіки. Ця безкоштовна програма з відкритим кодом надає потужний набір інструментів для створення та редагування векторних зображень. Inkscape підтримує стандарти SVG та має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, що робить його доступним для широкого кола користувачів.

Загалом, правильний вибір графічних форматів та редакторів допоможе ефективно реалізувати фірмовий стиль наукової конференції, надаючи йому професійний та стильний вигляд.

#### 4.2 Вибір інструментальних засобів розробки фірмового стилю

Для обробки та маніпуляції з растровими зображеннями ми вибрали Adobe Photoshop. Ця програма визнана одним з найкращих інструментів у сфері графічного дизайну та фотообробки. Використання Adobe Photoshop надає нам доступ до широкого спектру функцій і можливостей [11], які дозволяють створювати та редагувати зображення на високому професійному рівні.

Основною перевагою Adobe Photoshop є його багатофункціональність. Програма оснащена різноманітними інструментами для обробки растрових зображень, що дозволяє виконувати широкий спектр завдань, від корекції кольору до створення складних фотомонтажів. Можливість автоматизації деяких процесів дозволяє ефективно використовувати час та ресурси.

Інтерфейс Adobe Photoshop є інтуїтивно зрозумілим і зручним, що спрощує роботу з програмою. Крім того, Adobe Photoshop інтегрується з іншими продуктами Adobe, що дозволяє зручно працювати з різними програмами в єдиному середовищі.

Однак, Adobe Photoshop має і свої недоліки. Висока вартість програми може бути перешкодою для деяких користувачів. Також для оптимальної роботи з програмою потрібен потужний комп'ютер. Процес освоєння програми може бути тривалим і складним для новачків.

Зважаючи на всі ці фактори, вибір Adobe Photoshop для обробки та маніпуляції растровими зображеннями є обґрунтованим рішенням, яке дозволить забезпечити високоякісну обробку зображень для створення унікального фірмового стилю наукової конференції.

Для створення ідентичності бренду наукової конференції ми обрали векторну графіку, використовуючи програму Adobe Illustrator. Цей вибір зумовлений не тільки широким спектром можливостей програми, але й її високою ефективністю у створенні якісних векторних ілюстрацій та логотипів.

Основні переваги Adobe Illustrator включають широкий спектр інструментів і функцій для обробки векторної графіки. Програма дозволяє створювати високоякісні малюнки, використовувати 3D-функції, а також працювати з різними форматами файлів, що дозволяє готувати графічні роботи до друку без втрати якості.

Незважаючи на свої переваги, Adobe Illustrator також має деякі недоліки. Висока вартість програми може бути проблемою для деяких користувачів. Крім того, для оптимальної роботи з програмою потрібен потужний комп'ютер, а процес освоєння може бути складним для новачків. Також можуть виникати проблеми з сумісністю програми з іншими редакторами векторної графіки, що ускладнює обмін файлами та спільну роботу з іншими дизайнерами.

Усі ці фактори потрібно ретельно враховувати при виборі програмного забезпечення для розробки фірмового стилю наукової конференції, щоб забезпечити успішну реалізацію концепції бренду та його ідентичності.

## 5 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СПОСОБІВ ДРУКУ

Розробка фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій потребує ретельного підходу до вибору способів друку та друкарського обладнання. Це має забезпечити високу якість друкованих матеріалів, їхню відповідність концепції заходу, а також економічну доцільність виробництва.

### 5.1 Листівка «Програма конференції»

Листівка «Програма конференції» є важливим елементом інформаційного забезпечення учасників наукової конференції у сфері космічних технологій. Для забезпечення високої якості та економічної доцільності друку цього матеріалу, необхідно ретельно обрати відповідний спосіб друку.

Перед вибором способу друку необхідно врахувати кілька ключових факторів: тираж, фарбність, формат, якість та час виконання. Тираж у 200 штук є відносно невеликим, що вимагає ефективного підходу до друку. Фарбність 4+4 означає, що повнокольоровий друк має бути з обох боків листівки, що збільшує вимоги до якості друку. Формат А5 (148×210 мм) є стандартним, що спрощує процес виробництва. Висока якість зображень та тексту є критично важливою для чіткої передачі інформації учасникам конференції. Крім того, необхідно враховувати, що замовлення має бути виконане у короткий термін.

Зважаючи на вказані фактори, найбільш відповідним способом друку для листівок «Програма конференції» є цифровий друк. Цей спосіб друку є ідеальним для малих та середніх тиражів, особливо коли потрібен високий рівень деталізації та точне передавання кольорів. Він забезпечує швидке

виконання замовлення, а також дозволяє вносити зміни у макет навіть після початку друку, що є значною перевагою у випадку необхідності коригування.

Цифровий друк забезпечує високу якість друку, чітке передавання кольорів і деталей, що є важливим для повнокольорових матеріалів. Крім того, він є економічно вигідним для невеликих тиражів, оскільки не потребує виготовлення друкарських форм, що знижує загальні витрати [12]. Швидкість виконання замовлення також є значною перевагою цифрового друку, оскільки дозволяє оперативнo отримати готові листівки, що важливо у контексті підготовки до конференції.

Що до вибору офсетного друку, він є більш економічно вигідний для великих тиражів. Виготовлення друкарських форм і налаштування обладнання потребує значних витрат часу та ресурсів. Для невеликого тиражу, такого як 200 штук, ці витрати роблять офсетний друк менш вигідним у порівнянні з цифровим друком, який не потребує друкарських форм, що знижує загальні витрати. Також офсетний друк потребує більше часу на підготовку, що може затримати процес друку і ускладнити дотримання термінів підготовки до конференції.

Таким чином, цифровий друк є оптимальним вибором для друку листівок «Програма конференції», оскільки він відповідає всім вимогам щодо якості, швидкості та економічної доцільності. Це дозволяє забезпечити високий рівень інформаційного забезпечення учасників конференції та підвищити загальний рівень організації заходу.

## 5.2 Банер

Для виготовлення вуличного банера розміром 3×6 метрів важливо обрати оптимальний спосіб друку, враховуючи його призначення, умови експлуатації та тривалість використання.

Одним з найкращих способів друку для великих банерів є широкоформатний друк [13]. Можна використовувати як сольвентний,

латекстний або ж ультрафіолетовий види друку. Сольвентний друк використовує спеціальні чорнила на основі розчинників, які забезпечують високу стійкість до впливу зовнішніх факторів, таких як ультрафіолетове випромінювання, волога та механічні пошкодження. Це дозволяє зберегти яскравість і чіткість зображення протягом тривалого часу, що є важливим для вуличного використання. Латексний друк використовує водорозчинні чорнила на основі латексу. Цей метод також є екологічно безпечним, оскільки не містить шкідливих розчинників. Латексні чорнила забезпечують високу якість зображення, яскравість та насиченість кольорів. Латексні банери відрізняються високою гнучкістю та міцністю, що робить їх стійкими до механічних пошкоджень. УФ-друк використовує чорнила, які затверджуються під дією ультрафіолетового світла. Цей метод друку забезпечує високу якість зображення, чіткість та стійкість до зовнішніх умов. УФ-друк є екологічно безпечним, оскільки не виділяє шкідливих випарів. Однак, УФ-чорнила можуть бути менш гнучкими, що інколи призводить до тріщин на поверхні банера при значних механічних навантаженнях.

Аналізуючи це було обрано саме латексний друк хоч він може бути трохи дорожчими через використання більш дорогих матеріалів або технологічних особливостей, але він більш економічніший з точки зору екологічної стійкості та безпеки. Отже, латексний спосіб друку для нашого банера дозволить нам отримати якісний і ефективний продукт, який виконає усі необхідні вимоги.

### 5.3 Фірмовий блокнот і ручка

Розглянемо оптимальний спосіб друку для блокнота з білими листами та обкладинкою що містить кольоровий логотип на інші відомості про конференцію. Оскільки обкладинка виконана у кольорі, необхідно використовувати спосіб друку, який точно передасть кольори та забезпечить високу якість зображення. У цьому випадку можна використовувати

цифровий друк або офсетний друк. Цифровий друк підходить для невеликих тиражів та дозволяє друкувати якісні кольорові зображення. Офсетний друк, з іншого боку, може бути більш вигідним для великих обсягів, проте він може зайняти більше часу на налаштування та підготовку до друку. У нашому випадку тираж блокнотів 100 штук, тому доцільно використовувати цифровий друк.

Для друку напису на ручках з екологічного матеріалу при тиражі 100 штук рекомендується використовувати метод тамподруку. Цей метод дозволяє наносити зображення та текст на різні поверхні, включаючи ручки, швидко і ефективно [14]. Тамподрук дозволяє отримати чітке і стійке зображення навіть на невеликих деталях, таких як ручки, і підходить для різних матеріалів, включаючи екологічні матеріали. Такий метод друку забезпечить якісний результат і відмінно підійде для ваших екологічних ручок.

## 6 РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ

### 6.1 Вибір фірмових кольорів

У розробці фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій велике значення приділяється вибору кольорів, що мають відповідати характеру події та сприйняттю учасників. За обраним кольоровим рішенням – кольорами pantone Freedom Blue (Medium Electric Blue) та DeepSkyBlue – стоїть бажання створити атмосферу відкритості, динаміки та вільності досліджень у космосі (рис. 6.1).

Freedom Blue, який має підкреслити значення вільності та прогресу у вивченні космічних глибин, є символом бажання розкрити нові можливості та підтримки вільного обміну ідей серед учасників конференції [15].

DeepSkyBlue в свою чергу відображає глибину космосу, містичність його нез'ясовних таємниць, що спонукає учасників до вивчення нового та розкриття невідомого.



Рисунок 6.1 – Основні фірмові кольори

Обрання кольору Pantone Freedom Blue для наукової конференції у сфері космічних технологій має глибокий сенсовий підтекст. Цей відтінок синього, який символізує незалежність та свободу, вибраний на тлі сучасної ситуації в Україні, яка демонструє дорогу нашої країни до світового визнання у космічній галузі. Вибір цього кольору підкреслює наше прагнення до вільного розвитку наукових досліджень і розвитку космічних технологій у світовому контексті.

Обираючи колір DeepSkyBlue, було звернено увагу до символізму та естетики космосу. Глибокий відтінок блакитного нагадує ясне небо чи безмежність космосу, що асоціюється з безмежністю простору та можливостей. Цей колір символізує далекі горизонти досліджень космосу та майбутнє, що завжди викликає захоплення та інтригу. Крім того, DeepSkyBlue відображає яскраве світло зірок та пронизуюче синє небо, що часто спостерігається під час космічних подорожей. Він відтворює красу та таємничість космосу, натхнення якого спонукає нас до нових відкриттів та досліджень.

Обрання чорного кольору для текстової частини логотипу у фірмовому стилі для наукової конференції у сфері космічних технологій має свою вагому причину. Чорний є символом сили, влади та елегантності. В контексті нашого заходу, він відображає нашу впевненість і авторитетність у цій сфері, а також підкреслює серйозність та значимість обговорюваних питань. Крім того, чорний колір є універсальним та класичним, що робить його ідеальним вибором для надрукованих матеріалів. Він створює контраст та виділяється на будь-якому фоні, що робить текст чи графіку чітко видимими та легко сприйнятними для аудиторії. Таким чином, чорний колір в нашому фірмовому стилі не лише додає елегантності, а й забезпечує чіткість та виразність наших матеріалів.

Усі обрані кольори добре виглядають як у дизайні презентацій, так і на рекламних матеріалах, а також забезпечують якісний та привабливий вигляд у будь-якому форматі, що робить їх ідеальними для нашої конференції.

Таким чином, обрана кольорова гама підкреслює ідею пошуку, дослідження та відкриття у космосі, а також надає конференції унікальність та створює неповторну атмосферу, сприяючи позитивному сприйняттю учасниками події.

## 6.2 Розробка логотипа

Унікальність ідентичності конференції у сфері космічних технологій починається з логотипу. Цей ключовий елемент відображається кольором, тоном, шрифтом та символікою, що разом створюють образ та імідж заходу. Від правильно розробленого логотипу залежить, наскільки легко його буде запам'ятати учасникам конференції та яке враження він залишить. Ідеальний логотип – це не лише привабливий графічний знак, а й засіб передачі цінностей, історії та стилю заходу.

У сфері космічних технологій, де дослідження космосу та інноваційність важливі аспекти, логотип може відображати ці концепції через використання відповідних символів та кольорів. Наприклад, використання космічних об'єктів або абстрактних форм може символізувати прогрес та дослідження в цій галузі. Крім того, яскраві кольори можуть викликати асоціації з енергією та інноваціями, що відображається в сучасному підході до космічних технологій.

Щоб створити ефективний логотип для наукової конференції, важливо врахувати не лише естетичні аспекти, а й його здатність відображати цінності та сприйняття бренду. Використання правильних кольорів, форм та символів може допомогти підкреслити унікальність та привабливість вашого бренду, створюючи враження, що залишиться у пам'яті клієнтів.

Логотип (рис. 6.3) представляє собою злиття двох важливих символів: векторної ракети, що відображає динаміку та розвиток у космічній сфері, та кола технологій, яка символізує постійний рух до нових досягнень (рис. 6.2).



Рисунок 6.2 – Основа логотипу

Векторна форма логотипу надає йому сучасний вигляд та легкість в розміщенні на будь-яких матеріалах.

Текст назви конференції представлений навколо логотипу як кільце. Він подано двома мовами – українською та англійською – що відображає міжнародний характер події. Рік проведення конференції відображено як номер ракети, що створює відчуття подорожі до майбутнього та нових горизонтів у космічних технологіях. Такий комплексний підхід до логотипу допомагає створити відчуття інноваційності та перспективи учасникам конференції.

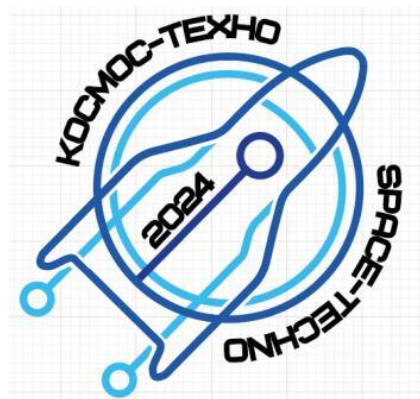


Рисунок 6.3 – Створений логотип

Логотип розроблено з урахуванням його простоти та лаконічності, що дозволяє ефективно відображати його на різних носіях. Чисті лінії та мінімалістичний дизайн забезпечують чітке відображення логотипу як на екрані монітора, так і на друкованих матеріалах. Простота форми дозволяє

логотипу легко ідентифікуватися та впізнаватися як на великих банерах та плакатах, так і на дрібних рекламних матеріалах чи сувенірах. Такий дизайн забезпечує єдність у візуальному представленні конференції та позитивне сприйняття учасниками та глядачами.

### 6.3 Вибір шрифтового оформлення

В контексті визначення ідентичності бренду через графічний дизайн та формування його айдентики, типографіка відіграє важливу роль. В порівнянні з логотипом, знаком та кольорами, які передають імідж бренду на інтуїтивному рівні, вибір шрифтів безпосередньо впливає на сприйняття повідомлень споживачами, через їхню мову. Керування типографікою забезпечує можливість прямого контакту з аудиторією та покращує ефективність комунікації, сприяючи формуванню цілісного враження про компанію. Компетентний вибір шрифтів не лише відображає індивідуальність та цінності бренду, але й сприяє створенню високоякісного візуального вигляду, що збільшує впізнаваність компанії. Робота з типографікою – це справжнє мистецтво, яке може відчутно збагатити візуальний образ бренду та підвищити його рівень привабливості та впізнаваності.

Розширена графічна ідентичність включає в себе широкий спектр елементів, які спільно створюють впізнаваний образ бренду і передають його цінності та характер. Один з таких ключових елементів – графічний шрифт.

Для створення цілісного логотипу для наукової конференції у сфері космічних технологій було обрано шрифт *Vicubik*. Для основного тексту на слайдах або портерах обрано шрифт *Roboto* (рис. 6.4).

Шрифт *Vicubik* – це сучасний геометричний шрифт, який характеризується чіткими лініями, високою легібільністю та футуристичним дизайном. Він відомий своєю структурованістю та геометричною простотою, що робить його ідеальним вибором для сучасних дизайнерських проєктів,

особливо в контексті наукових або технологічних тем. Обраний шрифт **Vicubik** ідеально вписується у тематику наукової конференції у сфері космічних технологій, створюючи відчуття сучасності та технологічного прогресу. Його геометричні форми та футуристичний вигляд відображають ідеї інновацій та передових досліджень у галузі космічної науки. Кожна літера створює враження прогресу, динамічності та передових технологій, що доповнює тематику конференції і підкреслює її значущість у науковому світі. Такий шрифт не лише привертає увагу, але й передає важливість події та її сучасний характер [16].

Шрифт **Roboto** – це сучасний гротесковий шрифт, розроблений Google для використання в онлайн та офлайн проектах. Він володіє чистим і сучасним дизайном, зручною легібільністю та гармонійними пропорціями літер. **Roboto** має широкий спектр стилів, включаючи різні ваги (*Thin, Light, Regular, Medium, Bold*) та нахил (*Italic*), що робить його універсальним і підходить для різних видів контенту. Цей шрифт часто використовується для основного тексту в різних веб-проектах, друкованих матеріалах та інших графічних дизайнах. Шрифт **Roboto** є обран для основного тексту на конференції. Він відрізняється високою читабельністю, що робить його легкочитаємим навіть на великих обсягах тексту. Чисті лінії та пропорції шрифту дозволяють тексту виглядати професійно і сучасно [17].



Рисунок 6.4 – Обрані шрифти

Шрифт **Roboto**, обраний як основний для текстового контенту, та шрифт **Vicubik**, використовуваний для заголовків, є доступними як на

англійській, так і на українській мовах. Це робить їх універсальними і придатними для використання в будь-яких матеріалах чи комунікаціях на конференції, незалежно від мови спілкування. Такий аспект забезпечує єдність у візуальному вигляді конференції для всіх учасників, незалежно від їхньої мовної належності.

#### 6.4 Розробка дизайну банеру

Банери є одним із основних елементів візуального представлення наукової конференції. Вони служать для привертання уваги, інформування учасників та створення професійного іміджу заходу. У контексті наукової конференції у сфері космічних технологій, банери повинні відобразити основну тему заходу, його значимість та сучасність.

Обраний розмір банеру 3×6 метрів. Обраний розмір забезпечує велику площу для розміщення всіх необхідних елементів. Його великі розміри дозволяють банеру бути добре видимим з різної відстані, що важливо для подій такого масштабу. Для надійного кріплення використовуються люверси, розташовані по периметру банера. Це дозволяє легко закріпити банер на різних поверхнях, забезпечуючи його стійкість навіть при поганих погодних умовах. Приклад банеру зображено на рисунку 6.5.



Рисунок 6.5 – Приклад банеру

## 6.5 Розробка дизайну роздаткового матеріалу

Роздаткові матеріали відіграють ключову роль у створенні позитивного враження про наукову конференцію. Вони не тільки виконують інформаційну функцію, але й підкреслюють професіоналізм та увагу до деталей організаторів. У даному розділі розглянемо дизайн фірмової ручки та блокнота, розроблених для конференції, а також наведено приклад листівки «Програма конференції».

Фірмова ручка є невід'ємною частиною будь-якої конференції, оскільки вона є практичною для учасників. Для нашої конференції ручка буде виконана у стилі мінімалізму, відображаючи основну тематику та кольорову палітру конференції. Блокнот є ідеальним інструментом для запису важливої інформації під час конференції. Він має бути зручним та функціональним, а також відображати фірмовий стиль конференції. Приклад дизайну блокнота та ручки наведено на рисунку 6.6.



Рисунок 6.6 – Приклад блокнота та ручки

Листівка «Програма конференції» є важливим елементом фірмового стилю, що сприяє інформуванню учасників та створенню цілісного враження

про захід. Дизайн цієї листівки має відповідати загальній концепції конференції, підкреслювати її тематику та сприяти легкому сприйняттю інформації. Приклад розроблюваного дизайну наведено на рисунку 6.7.



Рисунок 6.7 – Дизайн листівки «Програма конференції»

## 7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

### 7.1 Характеристика продукції

Робота зосереджена на розробці фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій з метою посилення її впливу та унікальності. Було поставлено завдання створити атмосферу, яка не лише підкреслить наші цінності, але й приверне увагу учасників та сприятиме плідній дискусії та обміну ідеями.

Для досягнення цієї мети, проведено глибокий аналіз потреб та очікувань учасників конференції, враховуючи їхні інтереси та особливості галузі космічних технологій. На основі цього аналізу були визначені ключові елементи фірмового стилю, такі як логотип, кольори, шрифти та графічні елементи, які відобразять сучасний погляд на космічні дослідження та інновації у цій галузі.

Оцінка ефективності розробленого фірмового стилю передбачає аналіз його впливу на учасників конференції та їхнє сприйняття.

У підсумку, розробка фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій є ключовим етапом у підвищенні її впливу та визначенні її унікальності. Цей стиль має відображати сучасні тенденції та цінності нашої галузі, щоб забезпечити успішну та продуктивну конференцію.

### 7.2 Конкуренція

Аналізуючи ринок наукових конференцій у сфері космічних технологій, можна виявити значну динаміку та активний розвиток цієї галузі. За останні роки спостерігається зростання інтересу до подібних заходів, що

свідчить про зростаючий інтерес до космосу та його досліджень серед громадськості та фахівців.

Підвищення рівня інтересу у цій галузі відображається у збільшенні кількості доповідей та учасників наукових конференцій, а також у підвищенні якості та різноманітності представлених досліджень. Організаторам подій доводиться активно працювати над удосконаленням програм, привертанням відомих спікерів та підбором цікавих тем для доповідей, щоб забезпечити успіх конференцій та задоволення потреб учасників.

У контексті постійних змін та розвитку космічної індустрії, ключовими факторами успіху наукових конференцій є інновації, активне використання сучасних технологій у проведенні заходів, а також розвиток мережевих зв'язків та партнерств для підтримки та просування подій.

Подальший розвиток конференцій можливий завдяки постійній роботі над покращенням організаційної структури, привертанням великих імен та експертів галузі для участі у заходах, а також розширенню мережевих зв'язків для залучення нових учасників та спонсорів.

Враховуючи ці тенденції, наукові конференції у сфері космічних технологій можуть забезпечити ефективну платформу для обміну ідеями, співпраці та розвитку цієї важливої галузі науки і технологій.

### 7.3 Етапи розробки

Розробка фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій – це важливий та складний процес, що включає кілька етапів. Першим кроком є проведення аналізу, де досліджується інформація про саму конференцію, її мету, а також аудиторію та конкурентне середовище. На основі цього аналізу формується стратегія бренду, яка визначає його унікальність, цінності та способи спілкування з аудиторією.

Наступним етапом є розробка зовнішнього образу конференції, де створюються ключові візуальні елементи, такі як логотип, кольорова палітра, та вибір шрифтів. Важливо, щоб ці елементи відображали суть конференції і допомагали їй відрізнятись від інших подібних заходів. Після цього проводиться тестування створених матеріалів на різних носіях та під різними умовами, щоб переконатися у їхній ефективності та доступності.

Завершальним етапом є впровадження та використання фірмового стилю. Він стає основою для всіх візуальних матеріалів конференції, використовується у дизайні рекламних матеріалів, інформаційних буклетів, веб-сайту та соціальних медіа. Ретельне планування та реалізація цих етапів допомагають створити послідовний та професійний образ конференції, який привертає увагу цільової аудиторії та сприяє досягненню поставлених цілей.

#### 7.4 Розрахунок собівартості та ціни

Здійснимо розрахунок собівартості та ціни розробки фірмового стилю.

У собівартість розробки входять наступні статті витрат: основна заробітна плата; додаткова заробітна плата; єдиний соціальний внесок; інші витрати [18].

Розробку фірмового стилю проводять два фахівці: графічний дизайнер та менеджер. Заробітна плата графічного дизайнера – 120 грн/год, та менеджера – 100 грн/год. При цьому тривалість робочого дня графічного дизайнера та менеджера становить по 8 годин.

Розробка фірмового стилю займає трохи більше 6 днів.

Розрахунок заробітної плати наведено в таблиці 7.1.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Таблиця 7.1 – Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		кількість	посада			
Початковий	Дослідження та аналіз ринку	1	Менеджер	100,00	0,5	400,00
	Розробка дизайн концепції	1	Менеджер	100,00	0,5	400,00
		1	Графічний дизайнер	120,00		480,00
Розробка дизайну	Створення логотипу	1	Графічний дизайнер	120,00	2	1920,00
	Підбір шрифту	1	Графічний дизайнер	120,00	0,25	240,00
	Розробка банеру	1	Графічний дизайнер	120,00	0,5	480,00
	Розробка роздаткового матеріалу	1	Графічний дизайнер	120,00	0,5	480,00
Доопрацювання та реалізація	Створення мокапу	1	Графічний дизайнер	120,00	1	960,00
Заключний етап	Вдосконалення фірмового стилю	1	Графічний дизайнер	120,00	1	960,00
		1	Менеджер	100,00		800,00
Разом					6,25	7120,00
Додаткова заробітна плата (15 %)						1068,00
Усього						8188,00

У цьому випадку додаткова заробітна плата становить 15 % від основної:

$$7120,00 \times 0,15 = 1068,00 \text{ грн.}$$

Ставка єдиного соціального внеску становить 22 % від величини основної і додаткової заробітної плати:

$$8188,00 \times 0,22 = 1801,36 \text{ грн.}$$

Витрати виконавця включають обслуговування ЕОМ, а також рахунки за електроенергію та Інтернет. Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності пристрою та тарифу на електроенергію. У даному випадку передбачається використання двох ноутбуків, один з них

працює весь час, а інший – усього півтора робочих дня (12 годин), тому що є два етапи, коли графічний дизайнер та менеджер працюють одночасно. Потужність ноутбука становить 0,6 кВт/год. Вартість 1 кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 2,64 грн. Час використання електроенергії в процесі розробки:

$$6,25 \times 8 + 12 = 62 \text{ год.}$$

Отже, плата за електроенергію складе:

$$62 \times 0,6 \times 2,64 = 98,21 \text{ грн.}$$

Витрати, пов'язані з обслуговуванням ноутбуку, залежать від його вартості та тривалості експлуатації до заміни (як правило, не більше 4 років). Упродовж року він задіяний протягом 248 робочих днів. Вартість ноутбуків становить 30 000,00 грн. Розрахунок буде одразу двох ноутбуків, тому:

$$30000,00 / (248 \times 4 \times 8) \times 62 = 234,38 \text{ грн.}$$

Витрати на Інтернет складають 250,00 грн на місяць, отже, за 7 робочих днів складе:

$$250,00 / 30 \times 7 = 58,33 \text{ грн.}$$

Зробимо розрахунок собівартості розробки фірмового стилю:

$$8188,00 + 1801,36 + 98,21 + 234,38 + 58,33 = 10380,28 \text{ грн.}$$

Здійснимо обчислення суми прибутку від реалізації розробки, враховуючи рівень рентабельності на рівні 20 %:

$$10380,28 \times 0,2 = 2076,06 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки фірмового стилю без податку на додану вартість (ПДВ):

$$10380,28 + 2076,06 = 12456,33 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки фірмового стилю з урахуванням ПДВ, що дорівнює 20 % від ціни без ПДВ (Результати розрахунків наведено у табл. 7.2.):

$$12456,33 + (12456,33 \times 0,2) = 14947,60 \text{ грн.}$$

Таблиця 7.2 – Розрахунок витрат на розробку фірмового стилю

Стаття витрат	Сума, грн
Основна заробітна плата	7120,00
Додаткова заробітна плата (15 %)	1068,00
Єдиний соціальний внесок (22 %)	1801,36
Витрати на обслуговування ЕОМ	234,38
Витрати на електроенергію	98,21
Витрати на Інтернет	58,33
Собівартість розробки фірмового стилю	10380,28
Прибуток (20 %)	2076,06
Ціна без ПДВ	12456,33
ПДВ (20 %)	2491,27
Ціна з урахуванням ПДВ	14947,60

Отже, у результаті виконання економічної частини кваліфікаційної роботи проведено аналіз ринку збуту та конкурентного середовища. Розраховано, що загальна собівартість розробки фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій дорівнює 10380,28 грн, прогнозований прибуток складає 2076,06 грн, загальна вартість з урахуванням ПДВ – 14947,60 грн.

## ВИСНОВКИ

Розробка фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій є ключовим етапом для її успішності та приваблення уваги учасників. Цей процес потребує ретельного аналізу та уважного вибору кожного елемента з метою створення неповторного та впізнаваного образу події.

Проведений аналіз ринку та конкурентів допоміг ідентифікувати потреби та очікування учасників конференції, а також виявити особливості та тенденції сучасного наукового середовища в галузі космічних технологій. На основі цього аналізу був сформован її унікальний стиль.

Створення фірмового стилю включає розробку логотипу, вибір кольорової палітри, шрифтів та графічних елементів, які відобразатимуть ключові цінності та індивідуальність події. Ці елементи будуть використовуватися на різних носіях і матеріалах, що робить їх важливою складовою успіху конференції. Носії фірмового стилю, такі як листівки програми конференції, банери та роздаткові матеріали, допомагатимуть не лише залучити увагу учасників, але й підсилити уявлення про подію. Мінімалістичний дизайн в поєднанні з вибраними кольорами та графічними елементами створюватиме чітке та лаконічне враження про конференцію.

У відповідності з економічною частиною роботи, вартість розробки фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій складе 14947,60 грн з урахуванням ПДВ.

У цілому, фірмовий стиль є ключовим елементом успіху конференції, допомагаючи виділитися серед інших подій та привертати увагу учасників. Його унікальність та стиль стануть основою для створення позитивного враження та запам'ятовуваності події в учасників.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. They Make Design. What is brand identity?. Medium. URL: <https://medium.com/theymakedesign/brand-identity-design-60984246415e> (дата звернення: 25.04.2024).
2. Lucidpress. The 7 key elements of brand identity design. Medium. URL: <https://medium.com/lucidpress/the-7-key-elements-of-brand-identity-design-f2dac84165be> (дата звернення: 25.04.2024).
3. Deriving value from conversations about your brand | SMR744. HBR Store. URL: <https://store.hbr.org/product/deriving-value-from-conversations-about-your-brand/smr744?sku=SMR744-PDF-ENG> (дата звернення: 25.04.2024).
4. International Astronautical Federation. IAC 2023. URL: <https://www.iafastro.org/events/iac/iac-2023> (дата звернення: 25.04.2024).
5. International Astronautical Federation. IAC 2023. URL: <https://www.iafastro.org/events/iac/iac-2023> (дата звернення: 25.04.2024).
6. Gamow International Conference. Гамовська міжнародна конференція. URL: <https://gamow.odessa.ua/> (дата звернення: 25.04.2024)
7. Трунова Т.О., Буркун А.В. Розробка фірмового стилю для наукової конференції у сфері космічних технологій // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 2. С. 124-126.
8. Кулішова Н.Є., Яценко Л.О., Ткаченко В.П. Проектування друкованих видань та технологій їхнього виготовлення: навч. посіб. для здобувачів вищої освіти з дисципліни «Основи технології поліграфічного виробництва» та з виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи спеціальності 186 Видавництво та поліграфія. Харків: ХНУРЕ, 2024. 296 с.
9. CoLiTecVS software for the automated reduction of photometric observations in CCD-frames / V.E. Savanevych, S.V. Khlamov, V.S. Akhmetov, A.B. Briukhovetskyi, V.P. Vlasenko, E.N. Dikov, I. Kudzej, P.A. Dubovsky, D.E. Mkrtychian, I.S. Tabakova, T.O. Trunova // Astronomy and Computing. 2022. № 40.

10. CorelDRAW graphics suite free trial. CorelDRAW: Grafikdesign-, Illustrations- und technische Software. URL: <https://www.coreldraw.com/en/product/coreldraw/?topNav=en> (дата звернення: 25.04.2024).

11. Khlamov S., Tabakova I., Trunova T. Recognition of the astronomical images using the Sobel filter // Proceedings of the 29th International Conference on Systems, Signals and Image Processing, IWSSIP 2022. 2022. P. 1-4.

12. Ткаченко В.Ф., Манаков В.П. Цифровий оперативний друк: навч. посібник. Харків: ХНУРЕ, 2007. 236 с.

13. Гавриш Є.В., Григор'єв О.В., Чеботарьова І.Б. Оцінка якості широкоформатного друку. // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2020. Т. 2. С. 87-89.

14. Ecotep. Freedom Blue та Energizing Yellow – найголовніші кольори 2022. URL: <http://www.ecotep.com.ua/freedom-blue> (дата звернення: 25.04.2024).

15. Maisfontes. Bicubik Font. URL: <https://maisfontes.com/bicubik.font> (дата звернення: 25.04.2024).

16. Font Squirrel. Roboto Font License. URL: <https://www.fontsquirrel.com/license/roboto> (дата звернення: 25.04.2024).

17. Полозова Т.В. Методичні вказівки до виконання економічної частини кваліфікаційної роботи. Х.: ХНУРЕ, 2022. 47 с.

18. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.