

Фирменный стиль

Определение

Это совокупность визуальных элементов, которые создают лицо компании, делают ее индивидуальной.

Единство элементов стиля, идентифицирующих принадлежность всего, на чем размещаются эти элементы к конкретной фирме, отличающие ее от конкурентов.



Все графические материалы взяты из открытых источников сети интернет

Сфера применения

Носителями могут выступать товары, использование в интернете на сайте компании, в сообществах, в социальных сетях, YouTube, рекламных баннерах, в оформлении офиса или магазина, в униформе сотрудников, деловой документации, сувенирной и рекламной продукции.



Все графические материалы взяты из открытых источников сети интернет

Состав фирменного стиля

- Товарный знак – графический символ компании
- Логотип – обычно в виде текста (названия компании) или изображения + текст)
- Слоган
- Фирменные цвета
- Фирменные гарнитуры
- Персонаж или маскот (персонаж-талисман)
- Стилеобразующие элементы

Задание 1

Референс фирменного стиля

Для понимания клиента и задач разработки макетов для заказчика необходимо проанализировать компанию на предмет фирменного стиля, представив результат анализа в виде референса

Soft: удобный

Технические ограничения:

- не менее 2х используемых гарнитур с учетом иерархии использования
- не менее 5и используемых цветов с учетом иерархии использования (основные второстепенные)
- не менее 2х стилеобразующих элементов (узор, паттерн, орнамент, графика)
- Формат А3

Вам необходимо предоставить: один PDF файл

Логотип компании

Логотип — это графическое изображение, которое служит «лицом» или визитной карточкой компании.

Он выражает основное направление деятельности компании, её ценность и ключевые характеристики создаваемого бренда.



Фирменные цвета

Фирменные цвета — неотъемлемая часть вашей визуальной идентичности. Они определяют внешний вид вашего веб-сайта, логотипа, рекламных объявлений и аккаунтов в соцсетях.



Фирменные гарнитуры

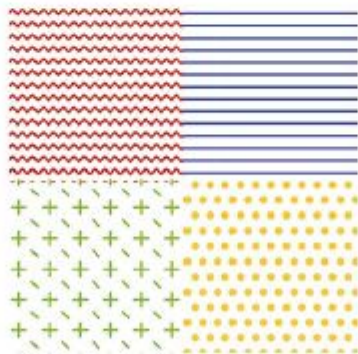
Гарнитура в типографике — набор из одного или нескольких шрифтов в одном или нескольких размерах и начертаниях, имеющих стилевое единство рисунка и состоящих из определённого набора типографских знаков.

Определённый набор шрифтов оформления печатного текста компании

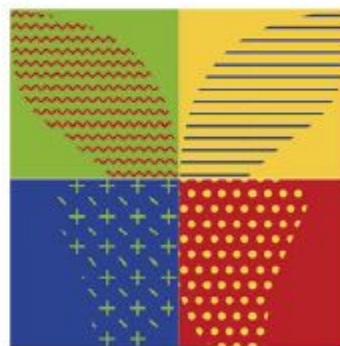


Стилеобразующие элементы

Паттерн – это небольшие элементы изображения, которые при составлении друг с другом образуют бесконечный узор без видимых границ. Направление распространения движения – во все стороны.



паттерны



паттерны + цвет



формы

Слоган компании

Рекламный лозунг, слоган — лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения.



Маскот или фирменный персонаж

Это имиджевый элемент, устойчивый образ представителя бизнеса в контактах с целевой аудиторией. Персонаж может предстать в образе животного, человека или любого другого существа (сказочного или метафорического).



Задание 2

Референс носителей фирменного стиля

Для понимания использования фирменного стиля вам необходимо проанализировать не менее трех известных компаний на ваш выбор на предмет применения фирменного стиля, представив результат анализа в виде референса

Soft: удобный

Технические ограничения:

- Не менее 5 примеров носителей фирменного стиля для каждой выбранной компании
- Формат А3

Вам необходимо предоставить: один PDF файл