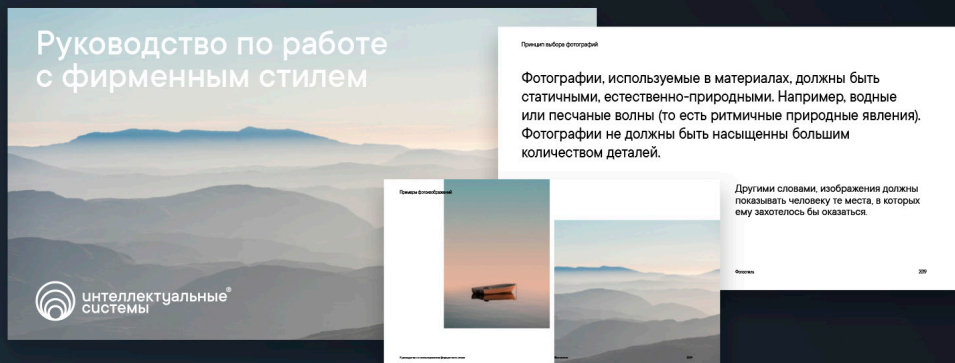


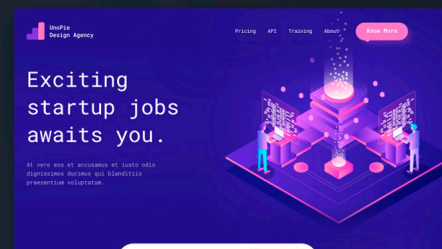
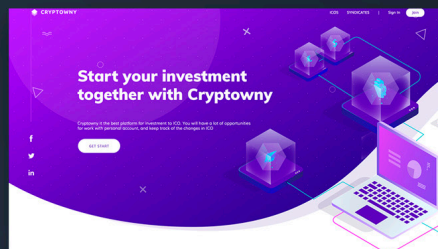
АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ИТ-КОМПАНИИ



Открывая руководство по работе с фирменным стилем, мы видим пейзаж гор. Далее это объясняется тем, что человек чувствует уверенность и спокойствие при виде определенных объектов природы (компания должна вызывать спокойствие, доверие и уверенность).



Однако я считаю, что в фирменном стиле ИТ-компании должны использоваться ассоциации первого порядка. ИТ - это информационные высокотехнологичные передовые разработки (строить будущее, идти на шаг вперед и т.п.).



Тем временем изображения, используемые в гайде дают отсылки к истокам, природе, умиротворению, безмятежности, гармонии. На мой взгляд они бы больше подошли для фирменного стиля студии по занятиям йогой или творческой области (фотография, живопись и т.п.)

О логотипе

Человек чувствует уверенность и спокойствие при виде определенных объектов природы, например: волны на воде или на песке. В этих волнах можно увидеть упорядоченность, размеренность и системность, которые выражают совершенство мироздания. Описывается эта системность определенными законами, такими как «золотое сечение» или «спираль Фибоначчи». Именно символ этой спирали используется в знаке.

Движение спирали представлено в виде кругов в пространстве (равно «круги на воде»), которые как раз и создают ощущение гармонии и спокойствия.

Мы смотрим сверху на объемную спираль и видим пирамиду развития и прогресса, олицетворяющую строгую систему уверенного и четкого подхода к работе.

Знак и логотип могут использоваться как по отдельности, так и вместе.



**интеллектуальные[®]
системы**

Руководство по использованию фирменного стиля

Логотип

2019

Логотип мне нравится, но я бы только изменила его описание (уйти от связи с природой) и, возможно, добавила бы еще один вариант с градиентом.

Градиент является трендом в дизайне уже не первый год.

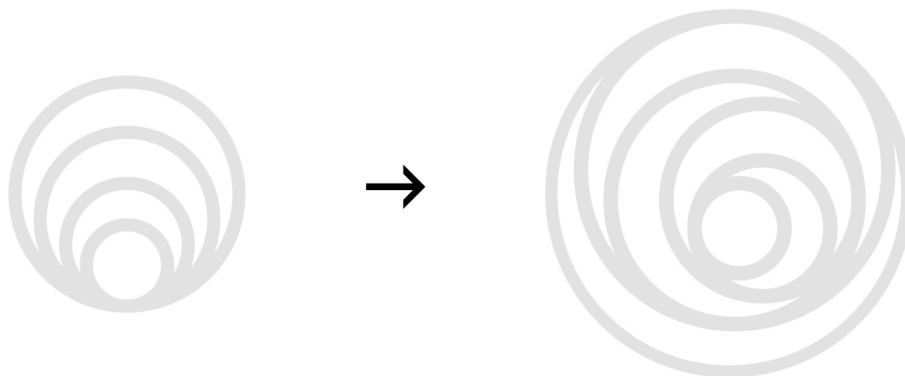


Логику концепции фирменной графики я не поняла. Для меня логотип (слева) - это чёткая структура, графичность, симметрия, а фирменная графика (справа) - деструктурированная версия логотипа (ассоциации - хаос, полломка). Если в описании логотипа мы говорим “Мы смотрим сверху на объемную спираль и видим пирамиду развития и прогресса, олицетворяющую строгую систему уверенного и четкого подхода к работе”, то получается, что на фирменной графике эта строгая система разрушена? Больше нет уверенного и чёткого подхода к работе?

Мои предложения - оставить логотип в его изначальном виде для использования в качестве фирменной графики.

Основы фирменной графики

В качестве фирменной графики используется логотип или изображение кругов, смещенных между собой. В большинстве случаев графика наносится на внутренние или оборотные области носителей (папка, визитная карточка). Так же его можно наносить лаком, конгревом или тиснением.





Я не согласна с выбором материалов для оформления деловой документации и POSM.

Мелованные бумаги, дизайнерские бумаги с разной плотностью и ворсом, картон подходят для флористики, handmade продукции, художественных материалов. Они ассоциируются с крафтовой продукцией, изделиями ручной работы и творчеством.

Если же говорить о ИТ-компаниях, я считаю, что такие материалы неуместны.

Более удачные на мой взгляд варианты оформления и подбор материалов.

