МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПВНЗ «Харківський технологічний університет «ШАГ»

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Інструментарій 2D графіки»

на тему: “Розробка логотипу для компанії”

Студента (ки) 3 курсу 326 групи

спеціальності 126 Інформаційні системи та технології

Ву Мінь Чі

(прізвище та ініціали)

Керівник: завідувач кафедри інформаційних технологій, к.п.н., Пономарева Надія Сергіївна

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала

Кількість балів: Оцінка: ECTS

Члени комісії

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

м. Харків – 2021рік

**Зміст**

**Вступ**…………………………………………………………....……….3

1. **Глава I.** Дизайн логотипу і фірмовий стиль………………...…….….5
   1. Історія логотипу………..…….........………..…............…..5
   2. Історія шрифту………..……………...……..….......….…..7
   3. Історія кольору…..…………....……...…..…….......….......9
2. **Розділ 2.** Основа фірмового стилю……………………....…..…….....11
   1. Поняття логотипу та основні стилі.…….....….......….....11
   2. Основні методи створення логотипу…………......….....14
   3. Основний стиль шрифту………...………….......…….....16
   4. Кольори у логотипі………….....……..……........…….....17
3. Висновки……………………....…………………………………….....20
4. Список літератури…………....……………………………………......21

**ВСТУП**

Метою даної є створення логотипу компанії.

Завдання: Створити логотип вигаданої компанії.

Логотип - найважливіший елемент іміджу компанії. Зазвичай логотипи служать для представлення цієї організації або компанії у вигляді візуального образу, який можна легко зрозуміти та дізнатися. Логотип зазвичай включає символи, стилізований текст або і те, і інше.

Коли ви подумки уявляєте собі бізнес, ви часто відразу ж уявляєте логотип, будь то золоті арки відомої компанії швидкого харчування або яблуко з відкушеним шматком, що представляє один із моїх улюблених технологічних брендів.

Так само, коли ви бачите знайомий логотип, як це було з логотипами Nike та Apple вище, ви відразу ж пов'язуєте його зі своїми спогадами, досвідом та взаємодією з брендом.

Існують три категорії логотипів, які часто використовуються у поєднанні один з одним. До цих трьох категорій відносяться:

* Ідеограми – зображення вільної форми, які можуть бути повністю абстрактними.
* Піктограми – символічні, репрезентативні зображення.
* Логотипи – прості текстові зображення, наприклад, ініціали компанії.

Логотип не призначений для пояснення чи прямого продажу компанії. Його єдина мета - ідентифікувати компанію таким чином, щоб вона була знайомою, що запам'ятовується. Наприклад, компанія Apple використовує як логотип надкушене яблуко. Надкушене яблуко ніяк не пояснює, чим займається або що продає компанія, але воно є відмінним та впізнаваним.

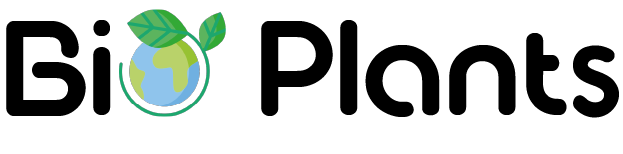
Як ключова частина ідентичності організації, логотип повинен намагатися передати суть бренду компанії або те, що являє собою організація. Це робить розробку логотипів найважливішою роботою для графічного дизайнера і часто є творчим процесом, що вимагає великої кількості досліджень і консультацій. Для міжнародних організацій необхідно враховувати культурні відмінності у символізмі чи асоціації кольорів.

Логотип розрахований на довгострокову перспективу, оскільки він має стати звичним для клієнтів та сприятиме лояльності до бренду. Тому логотипи, як правило, не переробляють дуже часто.

Тому логотип можна розглядати як один із основних графічних елементів, що дозволяють людям швидко ідентифікувати організацію, її продукцію та послуги. І часто це буде перше, що люди будуть використовувати для ідентифікації вас.







**Глава I.** Дизайн логотипу і фірмовий стиль

**1.1 Історія логотипу**

**Початок розробки логотипу**

Ми знаємо, що логотип може стати дуже потужним активом для бренду. Насправді багато компаній ідентифікуються за логотипом швидше, ніж за назвою, такі як (Burger King, Google, Apple ...). Логотипи оточують нас усюди, а відомі логотипи легко впізнають практично кожним споживачем.

**Сучасні логотипи**

Сучасна ера дизайну логотипів розпочалася у 1870-х роках з першого абстрактного логотипу – червоного трикутника Басса. Завдяки появі кольорового друку та рекламної індустрії логотипи стали потрібними брендам, якщо вони хотіли запам'ятатися потенційним клієнтам.

**Дизайн логотипів сьогодні**

Логотипи сьогодні дуже відрізняються від логотипів тисячолітньої давності. З поступовим зміною культур, тенденцій та поведінки споживачів логотипи мали адаптуватися з часом.

**Еволюція логотипу**

Технологічний прогрес також призводить до еволюції ролі логотипів у нашій культурі. Ми можемо бачити, як змінився дизайн логотипу, перейшовши від складності до простоти, що відображає візуальне навантаження, яке ми відчуваємо в результаті нашого все більш складного способу життя.

**Види логотипів**

В даний час існує велика кількість різноманітних сучасних видів логотипів. Їхнє єдине завдання – не просто привернути увагу клієнта, а й запам'ятатися йому. Деякі логотипи включають виключно назву, або скорочення - буквені (шрифтові) логотипи. Інші складаються лише із зображення чи зображення – символічні (образотворчі) логотипи. Треті є комбінованими (змішані), вони поєднують у собі зображення та назву, зустрічаються та об'ємні.

1. Літерні логотипи. Незважаючи на те, що шрифтові логотипи – це лише текст без символів, без зображень та форм, вони можуть бути дуже привабливими. Яскравими прикладами шрифтового логотипу є компанії Samsung, Google, Coca Cola та Visa. Незважаючи на те, що у логотипів немає ніякого знака - вони мають унікальне шрифтове написання, добре читаються і легко запам'ятовуються.

2. Символічні логотипи - це логотипи-іконки, символи, знаки. Це один з найдавніших видів логотипу, вперше вони виникли у вигляді наскального живопису, тотемів, піктограм.

Яскравими прикладами символічних логотипів є Shell або Apple. Графічні символи закріплені у свідомості людини та асоціюються з певною річчю чи процесом. Графічний символ багатозначний і змістовніший, саме тому знаки-логотипи такі популярні серед великих компаній і добре запам'ятовуються споживачами.

Самі собою символічні логотипи практично ніколи не стають логотипами, найчастіше їм супроводжує супровідний текст.

3. Комбіновані (змішані). Такі логотипи виходять шляхом поєднання перелічених вище видів логотипів. Комбінований тип є найпоширенішим.

Використання графічного елемента робить логотип запам'ятовується і допомагає зробити ім'я компанії особливим та привабливим. Знакова частина логотипу відмінно підійде як клейма на товарах компанії.

4. Літерно-цифрові логотипи - це фірмові знаки, що є шрифто-графічним відображенням назви компанії. Елементи логотипу зображені з використанням стандартних або ексклюзивних спеціально розроблених для компанії фірмових шрифтів.

Приклади логотипів - Zanussi, Яндекса, Promo DJ та багато інших. Цей вид логотипу є найбільш популярним, а при правильному формуванні фірмового стилю може стати успішним брендом.

**1.2 Історія шрифту**

Шрифт – це не просто набір букв алфавіту, що становить текст. Це предмет мистецтва, що викликає у глядача емоційні асоціації як будь-який вид мистецтва. Тому головне навчитися писати шрифт гарний, гармонійний, з урахуванням класичних зразків древніх римлян, художників епохи Відродження, уважно вивчити графічні особливості друкарських шрифтів. Це основа майстерності, саме у цих зразках зібралося все найкраще, що було створено в галузі мистецтва шрифту.

Хоча ми схильні вважати друкарню щодо сучасним винаходом, практика впечатування символів у м'які чи податливі поверхні існує тисячі років. Ми можемо знайти приклади в давній Месопотамії, де на глиняних циліндричних печатках вигравірували фінансові операції, офіційні підписи і навіть захисні "пристрої".

Зараз будь-яку літеру або символ, написаний людиною, можна назвати типографікою, ми здебільшого асоціюємо це слово з його сучасним визначенням, яке бере свій початок у 1450 році, коли Йоганн Гутенберг представив металевий друкарський верстат рухомого типу.

Перш ніж ми, ливарна майстерня шрифтового дизайну Fontfabric, заглибимося в деталі, давайте спочатку подивимося, як інші ділять та класифікують шрифти, і як виглядали деякі ранні розробки.

Шрифт зустрічається всюди - на вуличних вивісках, журналах, в Інтернеті. Кожен шрифт, який ви бачите навколо себе, був ретельно продуманий, і кожен має свою індивідуальність і вібрацію. Але чи замислювалися ви колись про те, як з'явилися шрифти, з якими ми стикаємося щодня? Хто їх вигадав і чому? Якщо ви хочете дізнатися більше про типографіки, ви потрапили на адресу.

**Пояснення термінів**

У чому різниця між шрифтом та шрифтом? Перш ніж перейти до справи, давайте проясним термінологію, що використовується. Друкарня - це мистецтво створення букв, якими ми користуємося щодня. Це проектування, створення та втілення їх у життя. Шрифт – це колекція або набір літер – це механізм, який ви використовуєте, щоб донести свою думку до читача. Кожна буква, тире та двокрапка вважаються частиною певного шрифту. Шрифт - це дизайн, який ви бачите, стиль та зовнішній вигляд конкретного шрифту.

Протягом усієї історії на шрифти впливали технологічні досягнення, культурні зміни та просто загальна нудьга від стану друкарні. Ось як усе це відбувалося:

1400 Гуттенберг винайшов рухливий шрифт, подарувавши світові дешевший спосіб отримання письмового слова. Досі всі письмові матеріали робилися вручну і коштували дуже дорого. Гуттенбург також створив перший шрифт, blackletter – темний, досить практичний та насичений, але не дуже розбірливий.

**Основні види шрифтів у дизайні**

Базові шрифти, які актуальні для різних напрямків дизайнів – графічного, веб, створення додатків, друку та не тільки. Основних видів шрифтів чотири:

* **Шрифти з засічками (антиква)** – класика типографіки та ранні шрифти.
* **Шрифти без засічок (гротески)** – більш сучасні та сміливі варіанти, які, як відомо з назви, позбулися традиційних засічок.
* **Рукописні шрифти** - виглядають як текст, написаний від руки.
* **Акцидентні** (декоративні) шрифти - найрізноманітніший вид, до якого відносяться всі художні та стилізовані шрифти: фактурні, з нерівними краями, тривимірні, трафаретні, експериментальні.

Завдяки Інтернету ми маємо величезну різноманітність старих і нових шрифтів, які ми можемо використовувати. Всі ці шрифти надають нам безліч варіантів і видів для нашого дизайну сьогодні, і ми не обмежені одним або двома шрифтами, як це було кілька сотень років тому.

**1.3 Історія кольору**

Колір - якісна суб'єктивна характеристика електромагнітного випромінювання оптичного діапазону, що визначається на підставі фізіологічного зорового відчуття, що виникає, і залежить від ряду фізичних, фізіологічних і психологічних факторів. Сприйняття кольору (відчуття відчуття) визначається індивідуальністю людини, а також спектральним складом, колірним і яскравим контрастом з навколишніми джерелами світла, а також об'єктами, що не світяться. Дуже важливими є такі явища, як метамерія, індивідуальні спадкові особливості людського ока (ступінь експресії поліморфних зорових пігментів) та психіки.

Говорячи простою мовою, колір - це відчуття, яке отримує людина при попаданні їй у око світлових променів. Потік світла з тим самим спектральним складом викличе різні відчуття в різних людей через те, що вони відрізняються характеристики сприйняття ока, й у кожного їх колір буде різним. Звідси випливає, що суперечки, «який колір насправді», безглузді — сенс має лише вимір того, яким є «насправді» склад випромінювання.

**Вплив кольору у логотипі**

Фірмовий колір також є найважливішою складовою фірмового стилю. Колір робить елементи фірмового стилю найбільш привабливими, що краще запам'ятовуються, дозволяє надати потужний емоційний вплив. За деякими типами продукції та послуг конкретні кольори закріпилися досить міцно.

При цьому можна назвати стійкі асоціації всієї діяльності, пов'язаної з морем та водою, з блакитним кольором, авіації – з сріблястим, рослинництва та продуктів його переробки – із зеленим тощо.

Червоний колір - символізує велич і силу, використовувати його при створенні логотипу не завжди доречно, оскільки він збуджує нервову систему і грає широким діапазоном почуттів: від любові та пристрасті до страху та агресії.

Але якщо ви, перш за все, маєте намір схилити клієнтів до рішучих дій і викликати у них сильні асоціації, а ризик посилити непотрібні емоції вас не лякає, то розмалювати свій логотип у червоному-правильне рішення.

Жовтий колір – символ тепла, веселощів та креативу. Цей колір здатний викликати безліч приємних емоцій у великих кількостях, що часом може стомлювати. Він також відмінний мотиватор до дії, але на відміну від червоного, жовтий створює враження свята та асоціюється з дитинством без жодних натяків на агресію чи пристрасть.

Синій колір асоціюється з водою, миром, спокоєм, безтурботністю, безпекою та довірою. Цей колір уособлює безпеку і спокій. Це робить сині логотип оптимальним варіантом для компаній, що надають медичні, адвокатські, банківські послуги.

Помаранчевий колір відображає хвилювання, ентузіазм та тепло. Однак у деяких людей цей колір викликає агресію та уособлює заклик до дії: швидко купити чи швидко продати, тому цей колір орієнтований на імпульсивних покупців.

Зелений колір має безліч асоціацій: здоров'я, спокій, гроші, природу, розвиток, зростання, родючість, а також депресію. Людське око найбільш чутливе до цього кольору і здатне розрізняти більшу частину його відтінків.

Фіолетовий колір – колір, що символізує царственість, багатство, успіх, мудрість, креативність та багату уяву. У маркетинговій сфері часто використовується у продуктах, призначених для краси та омолодження.

Колір логотип. Вибір правильного кольору логотипу може підкреслити сильні сторони вашого бізнесу та допомогти Вам залучити правильних клієнтів. І, як ви можете здогадатися, неправильна комбінація може мати зворотний ефект.

**Розділ 2.** Основа фірмового стилю

**2.1 Поняття логотипу та основні стилі**

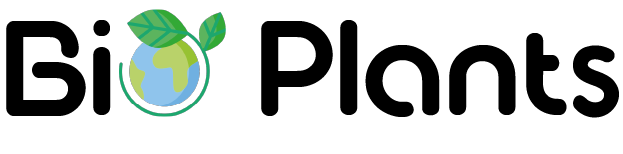
З самого першого дня життя ми створюємо у своїй свідомості візуальну бібліотеку та починаємо асоціювати шрифти, форми та кольори з певними емоціями та об'єктами.

Просто глянувши на логотип, хочемо ми того чи ні, ми одразу ж виносимо судження та сприймаємо бізнес, продукт чи послугу певним чином.

Якщо нам здається, що компанія виглядає надто дорогою, надто корпоративною, надто веселою чи надто радикальною, ми уникатимемо її. Так само, якщо логотип (і пов'язаний з ним фірмовий стиль) схожий на той тип компанії, продуктів або послуг, який ми шукаємо і з яким хочемо асоціюватися, ми активно взаємодіятимемо з компанією і купуватимемо її продукти та послуги.

Тому дуже важливо, щоб логотип правильно представляв бізнес, оскільки ви хочете залучити потрібну аудиторію.

Логотип формує очікування від компанії, і якщо він не відповідає їм, або якщо бізнес приваблює не тих людей, все почне йти похилою – даремно витрачені час та гроші на обслуговування людей, які не стануть клієнтами, і, можливо, навіть погані відгуки від розчарованих клієнтів... правильний логотип має значення.



**Що виділяє логотип?**

Очевидно, що це залежить від компанії, аудиторії, передбачуваного повідомлення та дизайну логотипу - ефективність логотипу може бути досить суб'єктивною та змінюватись в залежності від галузі або бізнесу.

Однак є чотири основні цілі, яких слід прагнути при створенні логотипу:

1. Він має відповідати аудиторії.

Найкращі логотипи - це не найяскравіші, а ті, що знаходять відгук у цільової аудиторії. Логотипи представляють не лише вашу компанію, а й людей, з якими ви спілкуєтесь. Наприклад, ви не станете використовувати яскраві та веселі кольори.

(читай: яскраво-жовті) для похоронного бюро, так само, як ви не стали б використовувати

депресивні сірі кольори для організації дитячих свят.

2. Він повинен бути легко читати.

Це особливо актуально для словесних логотипів (логотипів, що складаються лише з тексту).

але застосовно до будь-якого стилю дизайну. Якщо ваша цільова аудиторія змушена розшифровувати

що означає ваш логотип, вони підуть швидше, ніж ви скажете "конверсія".

Переконайтеся, що логотип легко зрозуміти з першого погляду.

3. Він має бути відмінним.

Черпати натхнення з галузевих тенденцій завжди гарна відправна точка, але пам'ятайте, що мета логотипу - виділити ваш бренд серед конкурентів.

Відмінний = запам'ятовується, і саме це нагадуватиме клієнтам, чому саме ваш бренд є єдиним у галузі, якому вони мають бути вірними.

4. Він має бути масштабованим.

Ми вже згадували вище, але це досить важливо, щоб підкреслити це ще раз.

Ваш логотип буде розміщено на видному місці у кількох медіаканалах,

та у різних розмірах; тому найкращі логотипи – це універсальні логотипи.

Вони легко масштабуються, щоб відповідати будь-яким потребам брендингу, з якими ви можете мати справу.

**2.2 Основні методи створення логотипу**

**Створення логотипу** — це надзвичайно важливий етап розробки бренду та одне з найскладніших і при цьому цікавих дизайнерських завдань. Сильний **логотип** — це квінтесенція цінностей компанії. Створення єдиного візуального символу цілого бізнесу — непростий процес, що вимагає часу та професіоналізму. Однак правильний підхід до **розробки логотипу** дозволяє в результаті отримати не просто красивий графічний елемент, а ефективний маркетинговий інструмент.



**Принципи створення логотипу**

1. Щоб логотип можна було легко запам'ятати, він має бути лаконічним. Простий символ можна легко дізнатися, перебуваючи на значній відстані. Його можна помітити, проїжджаючи повз на великій швидкості. Щоб зробити простий товарний знак фірми, потрібно використовувати мінімальну кількість елементів.
2. Логотип має виглядати унікально. Обриси символу нічого не винні нагадувати інші товарні знаки, інакше покупець не запам'ятає його. Щоб правильно створити логотип, слід вивчити емблеми інших компаній, особливо конкурентів.
3. Щоб логотип можна було використовувати через кілька десятків років, у ньому не повинно бути елементів, що відображають конкретний час. Наприклад, деталей одягу чи моделей автомобілів. Логотип не можна змінювати, намагаючись зробити сучасним. Довговічність логотипу є ознакою стабільності та успішності компанії.
4. Треба створити логотип, який гармонійно виглядатиме на документах, канцелярському приладді, одязі та значках. Він повинен добре виглядати у зменшеному та збільшеному вигляді, а також у чорно-білому варіанті.
5. Різні символи асоціюються у людей із певними якостями. З їхньою допомогою можна донести потенційним покупцям свої цілі. Горизонтальні лінії в логотипі символізуватимуть спокій та умиротворення, вертикальні – міцність та витривалість. Квадрат асоціюється з силою та постійністю, трикутник - зі знанням, а вигнуті лінії – із пристосовністю. Круглий логотип символізує взаєморозуміння та єдність, кільце – міцність та рішучість.

**Помилки під час створення логотипу**

Щоб товарний знак можна було легко збільшувати, треба використовувати програми, що працюють із векторною графікою (Adobe Illustrator, Corel Draw). Не варто створювати логотипи з безліччю елементів та звивистих ліній. Вони погано сприйматимуться у зменшеному вигляді. Шрифт потрібно підібрати з таким розрахунком, щоб він легко відтворювався у будь-якій друкарні.

Якщо діяльність компанії пов'язана із зарубіжними ринками, логотип має бути зрозумілим для мешканців різних країн. Він повинен викликати вони неприємних асоціацій, що з особливостями культури. Не можна використовувати елементи чужих логотипів, інакше враження про компанію може бути зіпсовано. Щоб перевірити логотип на унікальність, потрібно вилучити з нього текст і задати пошук по картинці в Google.

Також фірмовий стиль компанії необхідний надання солідності фірмі. Найпростіший приклад – лист партнерам, оформлений на Вашому фірмовому бланку. На психологічному рівні такий лист, оформлений за всіма правилами ділового етикету, буде набагато важким, ніж, наприклад, по-старому, написаний від руки на чистому аркуші паперу, хоч і завірений печаткою.

Розробка дизайну логотипу – справа, яку краще доручити фахівцям. Тоді вам точно вдасться уникнути перелічених вище помилок. Звернувшись до Webkitchen, ви отримаєте максимально оригінальний та якісний логотип, який підвищить впізнаваність та успішність вашої компанії.

**2.3 Основний стиль шрифту**

Шрифт – це буквально почерк вашого бізнесу, важливий візуальний елемент для створення правильного сприйняття вашого бренду. Текст часто виступає головним способом комунікації компанії із клієнтом. Використання гармонійних поєднань шрифтів на сайті, рекламних матеріалах та інших складових айдентики допомагає сформувати образ компанії, що відображає її позиціонування.

Те, який шрифт використовується в веб-дизайні, опосередковано впливає і на конверсію: відвідувачі інтернет-порталу більш лояльні до контенту, представленого читабельними - чіткими і помітними шрифтами, у цьому випадку вони з більшою ймовірністю стануть постійними клієнтами.

Вибір шрифт залежить від об'єкта, що оформляється, і змісту напису. Зміст тексту часто нагадує , який потрібно вибрати шрифт. Залежно від малюнка і композиційного розташування літер можна отримати різні образи. Шрифт може бути урочистим та святковим, спокійним та напруженим, динамічним та статичним, може відображати різні історичні епохи та риси національної культури. Якщо рішення з'єднання образу шрифту та змісту тексту знайдено вірно, то глядач, навіть не прочитавши текст, знатиме, про що пишеться в ньому. Наприклад, шрифт побудований за мотивами кирилиці, відразу дає зрозуміти, що йдеться про давню історію нашої країни. Шрифт може відображати національні та специфічні риси. Так, незграбний готичний шрифт породжує образ середньовічної Німеччини, а легкі перехресні штрихи ієрогліфів асоціюються з культурою Китаю чи Японії. Таким чином, у шрифтовій композиції написи, крім її змісту, велике значення має виразність шрифту, його емоційний вплив на глядача.

**2.4 Кольори у логотипі**

Вибір правильної палітри для логотипу - важливий елемент створення бренду.

Правильний вибір кольорів логотипу може підкреслити сильні сторони вашого бізнесу та допомогти вам залучити потрібних клієнтів. І, як ви вже здогадалися,неправильне поєднання може мати зворотний ефект.

Всі ми знаємо, що Facebook та Twitter - сині, Coca-Cola - червона, а McDonald's - жовта. А тепер уявіть ці логотипи в будь-якому іншому кольорі - вони здадуться вам дивними.

Наскільки важливий колір для вашого брендингу; він стає частиною вашої ідентичності як компанії та частиною того, як світ запам'ятовує вас.

Зелені логотипи не є винятком. Бренди зазвичай використовують зелений колір, коли намагаються здаватися приземленими, заспокоїти свою аудиторію чи символізувати зростання.

Зелене забарвлення уособлює баланс, гармонію і умиротворення, лікування та здоров'я. Помірне використання даного кольору не дає надлишку емоцій подібно до жовтого, і не настільки розслаблює, як у випадку з синім.

Зелений колір логотипу чудово підійде для компаній, що працюють у біо-, еко- та агро- промисловості. Таке забарвлення означає натуральність та екологічність.

Також емблеми у зелених тонах оптимально застосовувати фінансовим компаніям. Вибраний колір відображатиме напрямок організації за рахунок асоціації з грошима.

Відтінки зеленого кольору можна зустріти в логотипах компаній всіх сфера роботи, тому область застосування цього кольору досить велика.

**Психологія зелених логотипів**

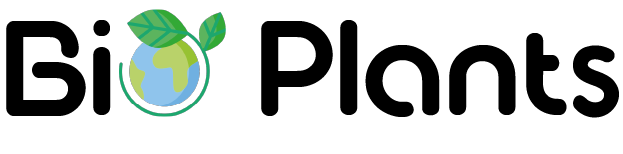
Психологічно кожен колір має свої власні почуття та емоції, які він викликає у глядачів. Як ми вже говорили вище, колір і брендинг йдуть пліч-о-пліч; одне без іншого неможливе. Саме тому коли популярні компанії змінюють свій логотип, це може навіть викликати обурення серед їхніх шанувальників!

Кольори, що використовуються більшістю брендів, часто яскраві, що піднімають настрій та радісні. Деякі кольори, такі як помаранчевий та фіолетовий, можуть бути не дуже вдалими, тому багато брендів дотримуються основних кольорів – червоного, жовтого та синього.

Однак якщо ви виберете колір, який використовується нечасто, ви матимете більше шансів бути поміченим. Ось короткий огляд деяких популярних кольорів логотипу та спільних асоціацій, що виникають у людей із ними:

* Червоний - збуджуючий та пристрасний
* Жовтий - теплий та молодий
* Синій - надійний, спокійний та розумний
* Помаранчевий - Енергійний, надихаючий та сповнений ентузіазму.

Саме тому його використовують у різних галузях, від високотехнологічних компаній, таких як Spotify, до кав'ярень і супермаркетів.



У цьому проекті було використано кілька кольорів:

1. Зелений колір: здоровий спосіб життя, природа, свіжість, натуральність, спорт та спокій. Він спонукає до активності та розслаблення.
2. Синій колір: Втілюють безпеку і спокій, також здатний заспокоїти, розслабити, охолодити запал і налаштувати на роботу.
3. Білий колір: Символізує духовність, нематеріальний світ, світло свідомості та вищих сил. Разом з тим, він чудово відтінює будь-який інший колір, посилює його та виділяє. Тому він використовується як фоновий відтінок

Зображення земної кулі на логотипі говорить про глобальність представленого бізнесу, про охоплення території, а також про захист навколишнього середовища. На емблемах цієї тематики, крім значка нашої планети, зображений лист. Завдяки йому можна поглибити сенс логотипу та донести більше інформації тому, хто бачить його. На логотип переважають синій та зелений кольори – основні кольори планети Земля, які видно з космосу. Хоча, звичайно, можна будь-які кольори, які підкреслять корпоративний стиль, характер компанії.



**Висновки**

В заключение следует отметить, что логотип сам по себе является графическим элементом, представляющим бренд, а Бренд – це певний знак, який позначає унікальний продукт чи послугу, що належить якійсь певній особі – фізичній чи юридичній. Без бренда логотип не имел бы реального значения, он был бы просто графическим элементом.

Новий логотип - це порожня посудина, і з першого дня вона не має сенсу для глядачів, навіть якщо вона була додана навмисно. Згодом значення буде додано завдяки постійному маркетингу та взаємодії клієнтів із брендом компанії.Если вы предприниматель и хотите создать новый бренд, не стоит недооценивать важность хорошо разработанного логотипа, согласованного с вашей общей стратегией брендинга. Это будет выгодной инвестицией для вашего бренда и организации в долгосрочной перспективе.

**Список літератури**

1. [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B2%D0%B5%D1%82](https://ru.wikipedia.org/wiki/Цвет)
2. <https://turbologo.ru/blog/logotype/>
3. [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF](https://ru.wikipedia.org/wiki/Логотип)
4. [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82](https://ru.wikipedia.org/wiki/Шрифт)
5. <https://turbologo.ru/blog/istoriya-logotipa/>