







FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Proiect co-finanțat din Programul Operațional Capital Uman 2014 – 2020

Axa prioritară 6: "Educatie si competente"

Obiectivul tematic 10: Efectuarea de investitii în domeniul educației, al formarii si al formarii

profesionale în vederea dobândirii de competențe și a invățării pe tot parcursul vietii

Titlul proiectului: "Creșterea calității procesului educațional"

Contract nr.: POCU/633/6/14/133000

Lider de parteneriat: Liceul Tehnologic Nr. 1 Bals

Material realizat de GR.10, mentor – Florea Ionela

du

Identitatea vizuală a firmei de exerciţiu

Objective:

- să identifice cele mai eficiente mesaje de comunicare a imaginii produselor, serviciilor sau a firmei, în general;
- să construiască strategia de promovarea a firmei;
- să aleagă cele mai bune canale de comunicare cu publicul-ţintă.

Activități:

• realizați identitatea vizuală a firmei voastre de exercițiu conform domeniului de activitate ales.





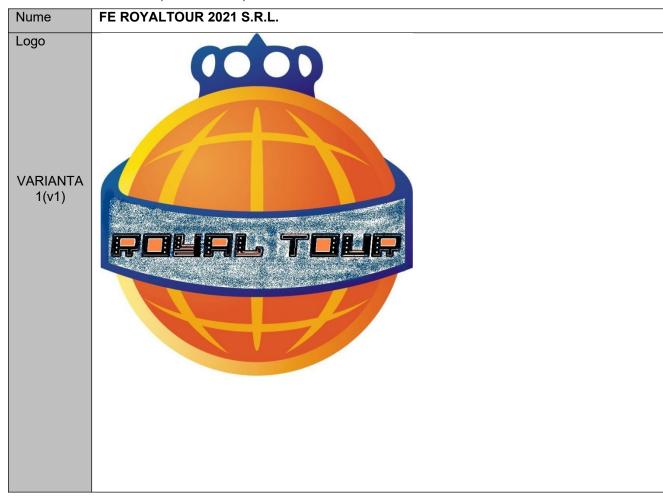




FIȘĂ DE IDENTITATE VIZUALĂ A FE

FIŞA DE IDENTITATE VIZUALĂ - FE ROYALTOUR 2021 S.R.L.

Obiect de activitate: ACTIVITĂŢI ALE AGENŢIILOR TURISTICE











logo: simbolul

papetarie: foi cu antet, carti de vizita, plicuri

pliante, brosuri, carti,

website-uri

produse si ambalaje

imprimari textile: tricouri, sepci, imbracate de catre resursele umane

design interior si exterior









alte forme de comunicare (vizuala, auditiva)

Rolul este de a oferi indirect indicii in privinta credibilitatii intreprinderii si de a stabili un raport pozitiv cu consumatorul. Acest proces este similar relatiilor dintre persoane, unde prima impresie poate influenta negativ sau pozitiv toate contactele ulterioare dintre protagonisti.

Ultimul, dar nu cel din urma: logo-ul

Logo-ul este cel mai important instrument al identitatii vizuale. Intreaga identitate a brandului este concentrata in aceasta reprezentare grafica care are rolul de transmite informatii cu profunzime intr-o maniera eficient concentrata. Fie ca este vorba de o planta, un animal sau un obiect, logo-ul este prezent in toate materialele ce alcatuiesc identitatea vizuala, fiind primul factor pe baza caruia se face diferentierea. Este evidenta importanta acestuia deoarece un logo bine realizat poate sa atraga clienti, pe cand unul lipsit de originalitate, superficial sau chiar de prost gust, poate plasa subiectul reprezentat intr-o zona gri sau chiar dezagrabila.

Reprezinta imaginea de ansamblu a unei organizatii, produs, serviciu, persoana sau eveniment, perceputa din punct de vedere emotional, intelectual si senzorial, la care contribuie identitatea vizuala, al carui prim element este logo-ul.

A fost aleasă prima varianta de logo (siglă) ce se va regasi pe documentele firmei de exercițiu