



## FONDUL SOCIAL EUROPEAN

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

**Axa prioritară 6:** „Educație și competențe”

**Obiectivul tematic 10:** Efectuarea de investiții în domeniul educației, al formării și al formării profesionale în vederea dobândirii de competențe și a învățării pe tot parcursul vieții

**Titlul proiectului:** „Creșterea calității procesului educațional”

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

**Lider de parteneriat:** Liceul Tehnologic Nr. 1 Balș

**Material realizat de GR.10, mentor – Florea Ionela**

### Identitatea vizuală a firmei de exercițiu

#### Obiective:

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

#### Activități:


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




## FIȘĂ DE IDENTITATE VIZUALĂ A FE

### FIȘĂ DE IDENTITATE VIZUALĂ - FE ROYALTOUR 2021 S.R.L.

Obiect de activitate: ACTIVITĂȚI ALE AGENȚIILOR TURISTICE

Nume	FE ROYALTOUR 2021 S.R.L.
Logo	
VARIANTA 1(v1)	

		 <p>V2</p>
	Slogan	Orizontul tău prinde contur... cu RoyalTour
	Forme de comunicare a identității	<p><b>Din ce este alcatuită identitatea vizuala?</b></p> <p>Se realizeaza printr-un set de instrumente care urmaresc aceleasi orientari, directii, stabilite pentru a crea o imagine unitara pe toate materiale care intra in contact cu mediul intern si extern al unei intreprinderii. Acest lucru se realizeaza de regula prin fonturi, palete de culori, masuratori si scheme similare.</p> <p>Identitatea vizuala este constituita din toate elementele vizuale care reprezinta afacerea, dintre care cele mai insemnate sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>logo: simbolul</li> <li>papetarie: foi cu antet, carti de vizita, plicuri</li> <li>pliante, brosure, carti,</li> <li>website-uri</li> <li>produse si ambalaje</li> <li>imprimari textile: tricouri, sepci, imbracate de catre resursele umane</li> <li>design interior si exterior</li> </ul>



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