

Образотворче мистецтво  
7 клас

# Фірмовий стиль

Вчитель: Андрєєва Ж.В.



У наш час  
особливого  
значення набуває  
корпоративна  
культура. Щоб  
підкреслити  
індивідуальність  
бренду тієї чи іншої  
корпорації,  
компанії, фірми,  
виділити її товари  
чи послуги серед  
різноманіття інших,  
розробляється  
**фірмовий стиль.**



This image displays a comprehensive set of brand identity materials for "Auctoria". The items are arranged on a light grey surface. Key elements include:

- Business Cards:** Two versions are shown, one horizontal and one vertical, both featuring the company logo and contact information.
- Letterhead:** A large sheet of paper with a header section containing the logo and address, followed by a body of placeholder text.
- Envelope:** A white envelope with the logo and address printed on it.
- Notebook:** A spiral-bound notebook with a cover design matching the other materials.
- Pens:** Two pens, one silver and one gold, both with the logo.
- Coffee Cup:** A white disposable cup with an orange lid, featuring the logo.

The design language is consistent across all items, utilizing a color palette of orange, grey, and white, along with geometric shapes like triangles and chevrons.





[illegible]



Охарактеризуйте ознаки стилю дизайну, представленого на ілюстраціях. Поміркуйте, чому саме такі кольори застосував дизайнер. Елементи якого декоративного розпису покладено в його основу?





Елементи фірмового стилю, за якими він відразу впізнається глядачем, розміщуються на продукції компанії, засобах її упакування, оформлення і транспортування, офісній документації (фірмові бланки, візитівки, конверти), фірмовому одязі, рекламній і сувенірній продукції (прапорці, ручки, чашки, календарі, пакети тощо), на веб-сайті, будівлях представництв компанії.







Розмаїття рекламної продукції, розробленої в єдиному фірмовому стилі, позитивно впливає на споживача, створює цілісність сприйняття послуг компанії та її продукції, що сприяє зміцненню позитивного іміджу фірми.



Коли покупець контактує з брендом, то він, в першу чергу, помічає логотип компанії.

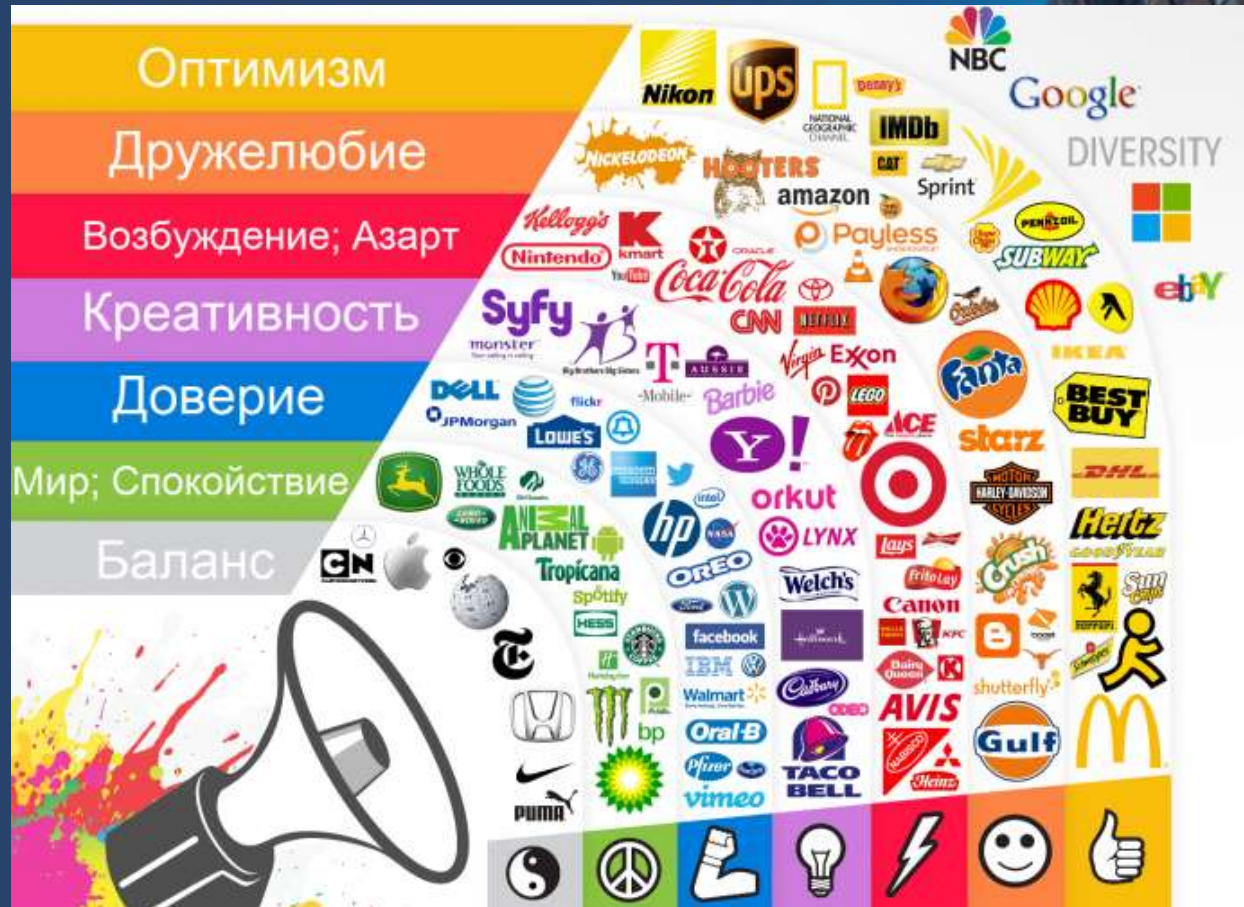
**Логотип** – це візуальне підсумовування всього, що ви хочете від бренду. Логотип – це природна початкова точка створення фірмового стилю компанії.

**Бренд** або **марка** (англ. *brand*) — комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість.



**Колір.** Ви можете звернутися до психології кольору працюючи над створенням логотипу. Поміняйте колір вашого логотипу і подивіться, як зміниться його ефект.

- Як певний колір впливає на ваші емоції?
- Чи є якась кольорова напруга в логотипі, чи заважає вона досягненню цілей вашого бренду?





Коли ви визначитися з кольором для логотипу, вам необхідно буде визначитися і зі шрифтом, який допоможе підкреслити персональність вашого бренду і корпоративного стилю в цілому.

Один шрифт може бути спокійним і сучасним, або більш графічним, наполегливим і мужнім.

Рукописні шрифти популярні для брендів, які говорять неформальною мовою з молодією аудиторією.



Елементом фірмового стилю є також фірмовий слоган (гасло), який передає основний меседж компанії споживачеві: знамениті «Just do it!» від Nike, «Змінимо життя на краще!» від Philips, "Ми піклуємося про Вас і Ваше здоров'я!" від Johnson & Johnson APPLE: THINK DIFFERENT (ДУМАЙ ІНАКШЕ), L'ORÉAL: BECAUSE YOU'RE WORTH IT (АДЖЕ ВИ ЦЬОГО ВАРТІ), MCDONALD'S: I'M LOVIN' IT (ОСЬ ЩО Я ЛЮБЛЮ), – всі вони символізують принципи роботи компаній.

Створюючи слоган, пам'ятайте про декілька правил: він повинен бути зрозумілим і близьким для людей, добре запам'ятовуватися, бути коротким і лаконічним, оригінальним, виключати двозначність.



Іншими елементами стилю можуть виступати персонажі (Рональд Макдональд, кролик Duracell, і т.д.), корпоративний гімн, прапор, легенда про походження компанії та інше.



Яких ще персонажів ти впізнав?



Всі ці складові збираються в брендбук – це і є завершальний етап формування фірмового стилю.

Якщо у вас велика кількість фахівців або безліч офісів, тоді вам необхідно створити книгу по фірмовому стилю (бренд гайдлайн або брендбук). Цей документ показує вашим фахівцям і підрядникам, як правильно і успішно застосовувати фірмовий стиль. Він регулює все: від друкованих матеріалів, таких як флаєр та маркетингові матеріали, до дизайну офісу, одягу співробітників і реклами, коли компанія стане публічною.



Отже, підб'ємо підсумок: продуманий стиль допомагає споживачеві без особливих зусиль ідентифікувати компанію, його товар або послугу. Фірмовий стиль потрібен абсолютно всім організаціям.



Створіть  
власний дизайн  
фірмового  
стилю.





**ОСНОВНІ НОСІЇ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ — ЦЕ, ПЕРЕДУСІМ, ДРУКОВАНА РЕКЛАМА: ПЛАКАТИ, ЛИСТІВКИ, ОГОЛОШЕННЯ, КАТАЛОГИ, БУКЛЕТИ, ЗАПРОШЕННЯ, КВИТКИ, ДИПЛОМИ ТОЩО, ТАКОЖ ДИСКИ, ПОДАРУНКОВА СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ ТА ПРИЗИ (СТАТУЕТКИ, КУБКИ, ВИМПЕЛИ, ПРАПОРЦІ).**



**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ВИЯВЛЯЄТЬСЯ У ПОВТОРЕННІ  
ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ДИЗАЙНУ:**

- \* ФІРМОВОГО НАПISУ (ЛОГОТИПА);**
- \* ФІРМОВИХ ШРИФТІВ;**
- \* ТАЛІСМАНА (СИМВОЛ, ЗНАК, ПЕРСОНАЖ ЧИ ЯСКРАВИЙ ОБРАЗ)**
- \* ФІРМОВОГО ГАСЛА, СЛОГАНА (ОРИГІНАЛЬНОГО ДЕВІЗУ);**
- \* КОРПОРАТИВНИХ ( ФІРМОВИХ) КОЛЬОРІВ.**



*Талісмани Олімпійських ігор*





# ЗРАЗКИ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ЄВРОБАЧЕННЯ-2017 В УКРАЇНІ





# Свої роботи надсилайте:

- у Human
- на електронну пошту: [zhannaandreeva95@ukr.net](mailto:zhannaandreeva95@ukr.net)

