

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.**



Фірмовий, або корпоративний стиль — це об'єднання за певною ідеєю візуальних ознак й інформаційних (текстових) елементів, за допомогою яких створюється легко впізнаваний образ підприємства та його продукції.







До основних елементів  
фірмового стилю відносять:  
**ЛОГОТИП** (оригінальний  
графічний обрис повної або  
скороченої назви організації);  
**КОЛЬОРОВУ ГАМУ** (сполучення  
кольорів);  
**ФІРМОВИЙ ШРИФТ** (оригінальний  
чи адаптований);  
**СИМВОЛ** (знак, персонаж чи  
яскравий образ);  
**ГАСЛО, СЛОГАН** (рекламний девіз).  
Елементи фірмового стилю  
об'єднуються у фірмовий блок —  
загальну графічну композицію.





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.

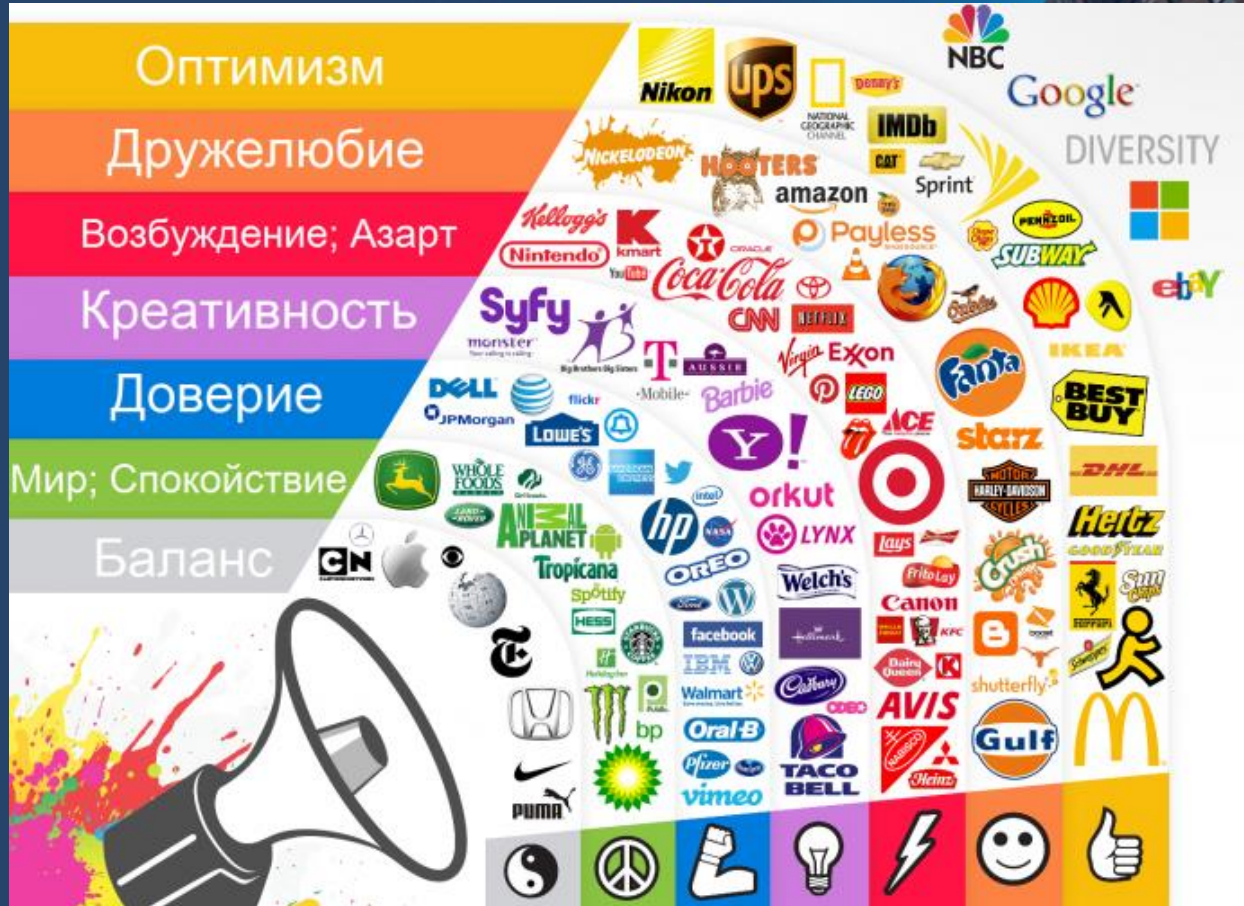
**Бренд** або **марка** (англ. *brand*) — комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість.



**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 молодого 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

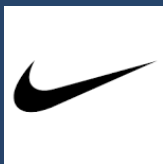
APPLE: THINK DIFFERENT (ДУМАЙ ІНАКШЕ),

L'ORÉAL: BECAUSE YOU'RE WORTH IT (АДЖЕ ВИ ЦЬОГО ВАРТИ),

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

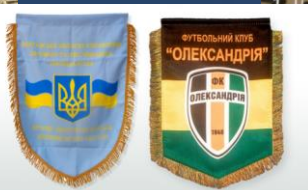


Створіть  
власний дизайн  
фірмового  
стилю.





**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).**



# ЗРАЗКИ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ЄВРОБАЧЕННЯ-2017 В УКРАЇНІ





**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*





## Свої роботи надсилайте:

- у Human
- на Viber за номером: 0984971546
- На електронну пошту: [zhannaandreeva95@ukr.net](mailto:zhannaandreeva95@ukr.net)

