



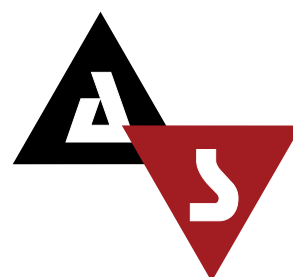
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

ВЫПОЛНИЛА СТУДЕНТКА
ГРУППЫ Н-75 ГОЛУБ Н.
ПРЕПОДАВАТЕЛЬ: КОРЕЦКАЯ С.С.

2009

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ.....	2
ВВЕДЕНИЕ.....	3
ЛОГОТИП.....	4
ФИРМЕННЫЙ БЛОК.....	5
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА.....	6
ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ.....	7
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК.....	8
ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА.....	9
ФИРМЕННЫЙ БЕЙДЖ.....	10
ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ.....	11
ФИРМЕННАЯ ПАПКА.....	12
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ.....	13
ФИРМЕННЫЙ ПЛАКАТ.....	14
ФИРМЕННЫЕ НАКЛЕЙКИ.....	15
ФИРМЕННАЯ ОДЕЖДА.....	16
МОДУЛЬ ВЫСТАВОЧНОГО СТЕНДА.....	17
РЕКЛАМА В ПРЕССЕ.....	18
ВЫВОД.....	19



ВВЕДЕНИЕ

Фирменный стиль в духе своего времени использовали в практике рыночной экономике еще с древних времен. Эти элементы были вначале примитивны. Наиболее искусные ремесленники помечали свою продукцию личным клеймом. Покупатели, осведомленные об их профессиональной репутации, стремились приобрести товары с такими знаками. В средние века появились цеховые корпоративные торговые марки. По мере централизации производства и расширения географии рынков значение товарных знаков росло. В середине XIX века в США и странах Западной Европы складываются предпосылки для возникновения общенациональных торговых марок. Крупных производителей, накопивших к тому времени значительный капитал, уже не устраивал полный контроль над сбытом со стороны посредников. В условиях растущей конкуренции и формирования единого информационного пространства производители товаров могли выделить непосредственно потенциальных покупателей в качестве целевой аудитории своих коммерческих коммуникаций. При этом первоочередной задачей крупного товаропроизводителя стала самоидентификация, выделение себя из общей массы непосредственных конкурентов. Элементы и инструментарий фирменного стиля участвуют в формировании брендов. Без использования элементов фирменного стиля не может быть сформирован ни один бренд, однако не каждая торговая марка в итоге проводимой маркетинговой деятельности становится брендом.

Основными носителями элементов фирменного стиля являются:

Печатная реклама фирмы: плакаты, листовки, проспекты, каталоги, буклеты, календари (настенные и карманные) и т.д.

Средства PR: пропагандистские проспекты, оформление залов для пресс-конференции.

Сувенирная реклама: полиэтиленовые пакеты, авторучки, настольные приборы, сувенирные поздравительные открытки и другое.

Элементы делопроизводства: фирменные бланки, фирменные конверты, фирменные папки-регистраторы, записные книжки, настольные блокноты, блоки бумаг для записей.

Документы и удостоверения: пропуска, визитные карточки, удостоверения сотрудников, значки стендистов и т.д.

Элементы служебных интерьеров: панно на стенах, настенные календари, наклейки большого формата. Нередко весь интерьер оформляется в фирменных цветах.

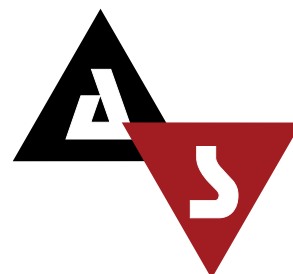
Другие носители: фирменное рекламное знамя, вымпелы, фирменная упаковочная бумага, ярлыки, пригласительные билеты, одежда сотрудников, изображения на бортах транспортных средств фирмы и т.д.

Я разработала фирменный стиль студии по разработки компьютерных игр "ALLSAYGS".

Студия была создана в 2006 году. Занимается разработкой логических игр.

В данной работе из-за специфики компании не планируется использование следующих элементов фирменного стиля:

- корпоративный герой;
- фирменный слоган;
- постоянный коммуникант (лицо фирмы);
- упаковочная бумага;
- реклама на транспорте;
- наружной рекламы;
- интернет-рекламы (она обязательна в компании, но не рассматривается в данной работе, так как рекламируется отдельный продукт, а не целая компания).



ЛОГОТИП







4+4



Черно-белый
вариант

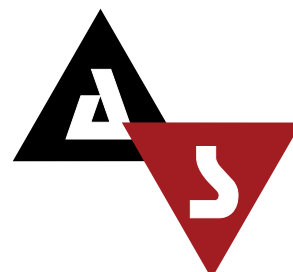


	C: 24		C: 0		C: 100		C: 70
	M: 100		M: 0		M: 75		M: 55
	Y: 100		Y: 0		Y: 5		Y: 5
	K: 20		K: 100		K: 0		K: 10

Логотип — это оригинальное начертание или сокращенное наименование фирмы, товарной группы, производимой данной фирмой, или одного конкретного товара, выпускаемого ею. Как правило, логотип состоит из 4-7 букв. Приблизительно четыре товарных знака из пяти регистрируются именно в виде логотипа.

ПРИМЕР

Логотип игровой студии выполнен в цветном и черно-белом варианте. Использованный шрифт Ven Pioneer. Вариации написания логотипа используются для программного обеспечения, созданного студией. Логотип поддерживает как полное начертание, так и миниизображение.



ФИРМЕННЫЙ БЛОК



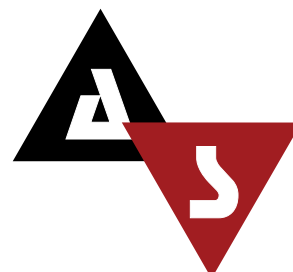
Минимум		15 мм
Визитка		30 мм
A6		42 мм
A5		60 мм
A4		75 мм
A3		100 мм

Фирменный блок — традиционное сочетание нескольких элементов фирменного стиля. Чаще всего, это изобразительный товарный знак и логотип, например, adidas: под фирменным рассеченным треугольником фирменный блок фирмы Adidas, KLM: логотип фирмы со стилизованной короной над буквами фирменный блок авиакомпании KLM Royal Dutch Airlines.

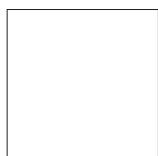
Фирменный блок может содержать и полное официальное название фирмы, его почтовые и банковские реквизиты (например, на фирменных бланках). Иногда фирменный блок включает в себя и фирменный лозунг.

ПРИМЕР

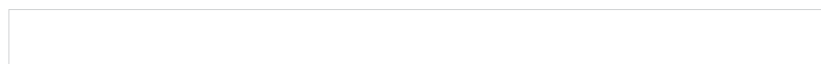
Фирменный блок состоит из логотипа и расшифровывающей подписи для больших форматов; логотипа для небольших форматов и фирменных символов для маленьких форматов.



ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 0



100%

10%



C: 0
M: 99
Y: 95
K: 0



100%

10%



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100



100%

10%

Фирменный цвет — элемент фирменного стиля. Цвет делает его более привлекательным, улучшает запоминание, оказывает эмоциональное воздействие. В качестве наиболее известных примеров использования фирменных цветов можно назвать сеть ресторанов McDonald's: красный и желтый; Kodak: желтый и золотистый.

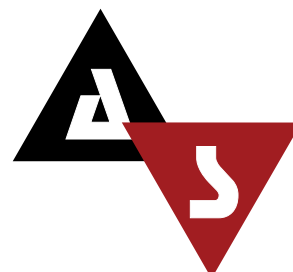
При регистрации товарного знака фирменный цвет имеет правовую защиту. Однако необходимо учесть, что если товарный знак в цветовом исполнении, то только в этом цвете он будет защищен. При регистрации же товарного знака в черно-белом варианте он имеет защиту при воспроизведении в любом цвете.

ПРИМЕР

Выбраны следующие фирменные цвета, обусловленные цветовыми характеристиками: **белый** - холодный чистый бесстрастный цвет, символизирующий торжество и величие.

красный - энергичный, импульсивный, волевой, властный цвет, привлекающий внимание.

чёрный - великий, могучий, строгий цвет. Это полный предел, подчёркивающий законченность композиции.



ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопр
стуфхцчшщъыьэюя
1234567890
!?,.,:№°@#\$%^&*()_ - +
=|V<>""{}[]` ~

VERDANA

АБВГДЕЁЖЗИЙ
КЛМНОПРСТУФ
ХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
1234567890
!?,.,:№°\$=

BEN PIONEER

Фирменный комплект шрифтов подчеркивает отличительные особенности стиля. Стиль может восприниматься как «мужественный» или «женственный», «легкий» или «тяжелый», «элегантный» или «грубый», «деловой и т.п. Задача разработчиков найти «свой» шрифт, который вписывался бы в образ марки. Существует множество типов шрифтов, которые условно делятся на большие группы: латинские, рубленые, наклонные, орнаментированные и другие. Группы шрифтов включают большое количество гарнитур, отличающихся начертанием, шириной, насыщенностью и т.д.

ПРИМЕР

текст: Verdana

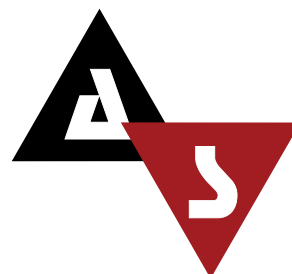
основной 10

заголовки 14

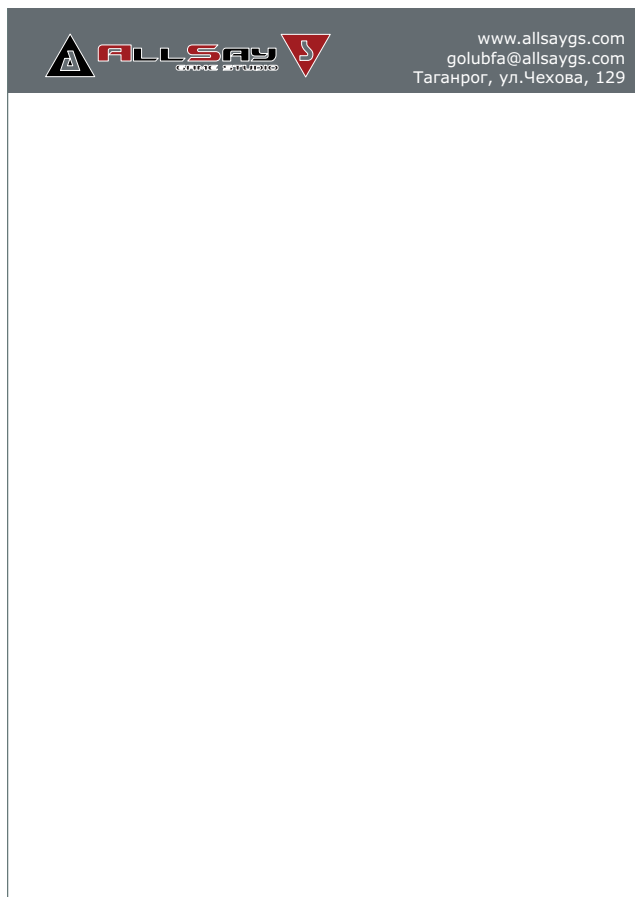
заголовки второго уровня 12 ж

подзаголовки 10 ж

заголовки: Ben Pioneer Bold (TrueType)



ФИРМЕННЫЙ БЛАНК



Бланк и печать, выполненная в фирменном стиле

Фирменный бланк (А4) относится к деловой документации. Имеет шапку и рабочее поле. Шапка содержит логотип и контактную информацию.

Печать также является одним из элементов документации. Размер печати: R=40 мм.

Содержит следующие компоненты, начиная с центра.

1. Логотип (в монохромном виде)

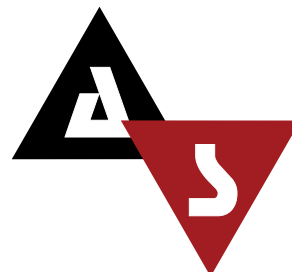
2. Концентрические строки информационного поля, содержащие информацию о форме собственности организации, полное наименование юридического лица в именительном падеже, а также ограниченный символами (*) ОГРН заказчика печати согласно записи включения в Единый государственный реестр юридических лиц. Шрифт — Verdana, 6 pt.

3. Внешний круг толщиной 1,3 мм с микротекстом высотой 0,65 мм (Verdana, 2.5 pt).

Во внешнем круге образца представлен следующий повторяющийся текст: «сертификат №XXXXX • 2003.07 • » где 2003.07 — год и месяц изготовления печати. Сертификат должен подтверждать наличие у изготовителя печати технических и технологических возможностей для изготовления указанного вида продукции на должном уровне качества.

4. Линия толщиной 0,08 мм.

5. Элемент с полутоновым растром не менее 40 линий.



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



Визитки, выполненные
в фирменном стиле



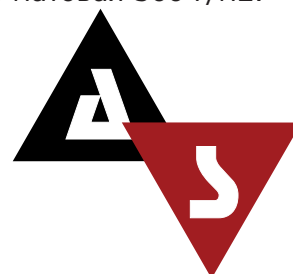
Визитки создаются по строго созданному образцу. Размер 90x50 мм. Бывают двусторонние и односторонние визитки. Горизонтальные и вертикальные. На них указываются элементы фирменного стиля и контактная информация. Визитки бывают корпоративные и индивидуальные.

ПРИМЕР

2 варианта: кириллический и латинский.

Ф.И.О. — Verdana, 11,5 pt. Должность — Verdana, 6 pt. Адресный блок — Verdana, 6 pt.

Печать офсетная — односторонний вариант. Бумага мелованная, матовая 300 г/м2.



ФИРМЕННЫЙ БЕЙДЖ



Бейджи создаются для отличия сотрудников в офисе и на различных конференциях.
Размер 90x60 мм.

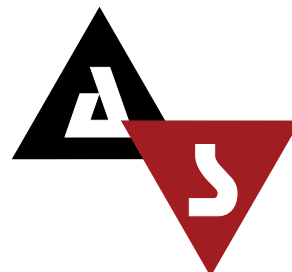
ПРИМЕР

Являются обязательным элементом для всех сотрудников.

2 варианта: кириллический и латинский.

Ф.И.О. — Verdana, 18 pt. Должность — Verdana, 12 pt.

Печать цифровая, полноцвет, ламинация / защитная пленка. Бумага для цифровой печати 2000250 г/м 2



ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ



Конверт, выполненный в фирменном стиле

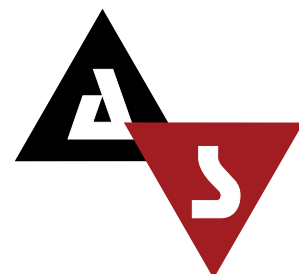
Конверты необходимы компаниям для отправки печатных документов сотрудникам. Форматы конвертов различны. Обычно содержат логотип, адресный блок и фирменные цвета в оформлении. Возможны варианты с прозрачным окном, предназначенные для использования совместно с бланком официального письма.

ПРИМЕР

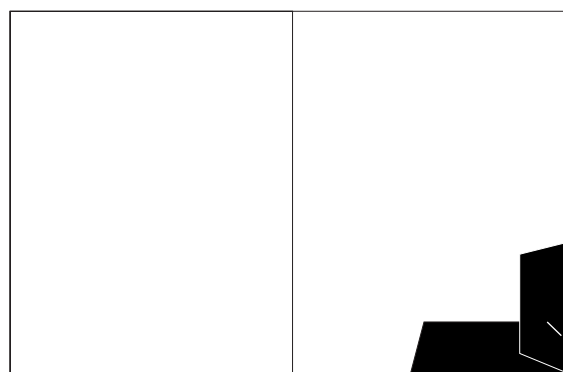
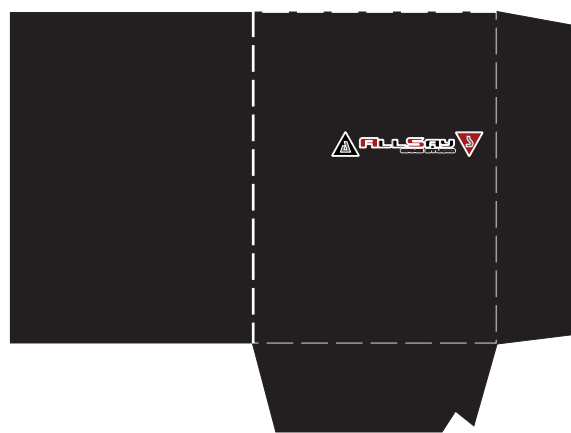
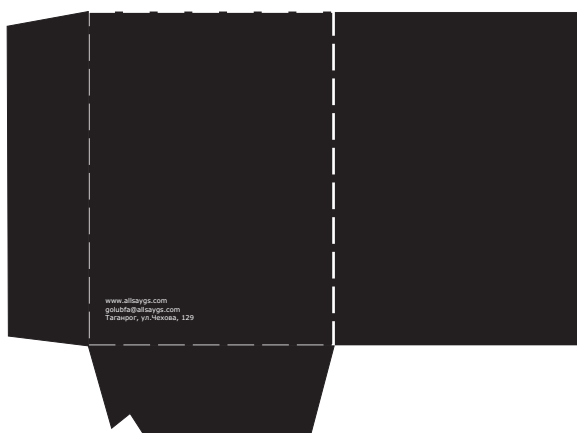
Размер 228x162 мм

Адресный блок — Ven Pioneer, 6 pt.

Печать офсетная 2+2 (Pantone 287, 1375)



ФИРМЕННАЯ ПАПКА



ПРИМЕР

Папка для документов формата А4. Печать 2+1. Бумага — двусторонний картон 250 г/м2.



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ



Печать на кружке Способ нанесения — трафарет или тампопечать.

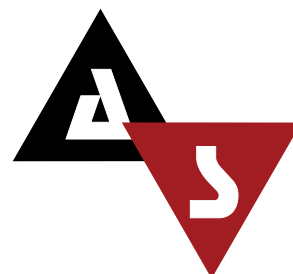


Печать на флешке Способ нанесения — трафарет или тампопечать

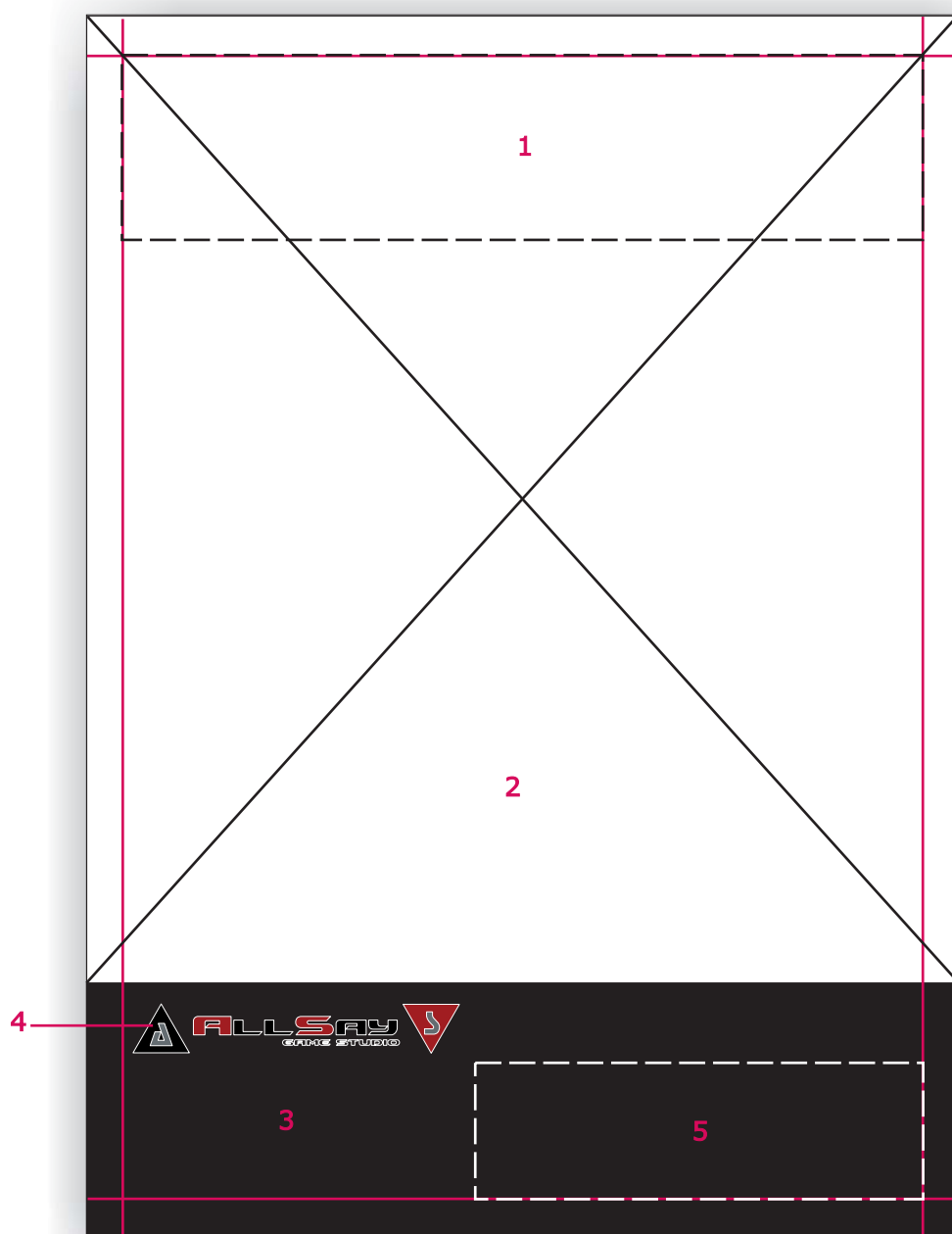
Сувенирная продукция — это элемент рекламы, в частности, как инструмент имиджевой рекламы, несущий логотип, товарный знак и фирменные реквизиты. Бизнес-сувениры позволяют точно направить действие рекламы на целевую аудиторию и достичь большой продолжительности действия. И устроить это довольно просто. Подойдет любой информационный повод: юбилей фирмы-рекламодателя или фирмы-адресата, презентация, выставка. Все эти предметы-рекламоносители будут длительное время находиться в поле зрения сотрудников и руководства фирмы, как целевой группы, напоминая о самом существовании рекламируемого товара.

ПРИМЕР

Сувенирная продукция, которую может использовать студия, это кружки, ручки, значки, флэшки, блокноты, ежедневники, зажигалки, пепельницы, визитницы. На примере показана кружка и флешка с изображением логотипа студии.



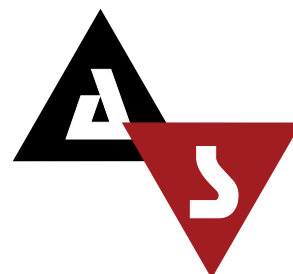
РЕКЛАМНЫЙ ПЛАКАТ



ПРИМЕР

Плакат предполагается размещать в офисе и на выставках. Данный макет остается неизменным. Изображения представляют собой рекламу произведенных новинок студии.

- 1 — рекламный слоган;
- 2 — место для рекламного изображения;
- 3 — подложка фирменного цвета;
- 4 — логотип;
- 5 — место для рекламного текста и адреса.



ФИРМЕННЫЕ НАКЛЕЙКИ



90X50



70X40

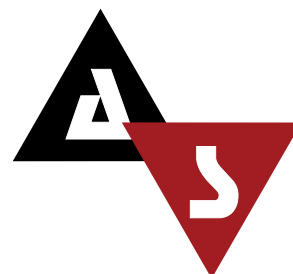


40X80

Фирменные наклейки — продукт специфический. Используется как раздаточный материал на выставках. Является разновидностью сувенирной продукции. Размеры и форма могут быть различны.

ПРИМЕР

Наклейки будут раздаваться на ежегодных выставках достижений в игровом мире. Являются дополнением к плакатам. На наклейках будут изображаться как логотип студии, так и промо продукция.



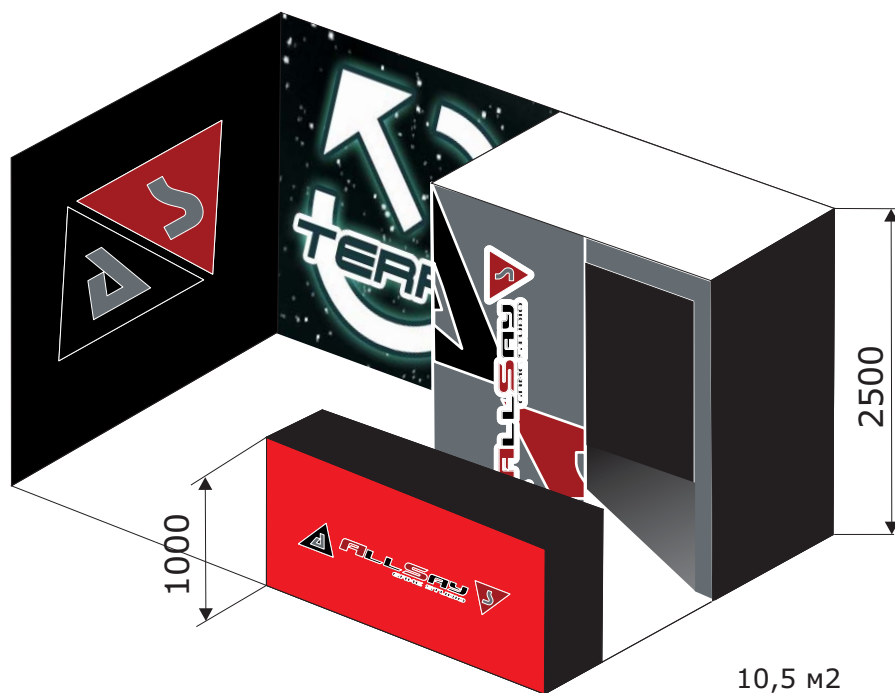
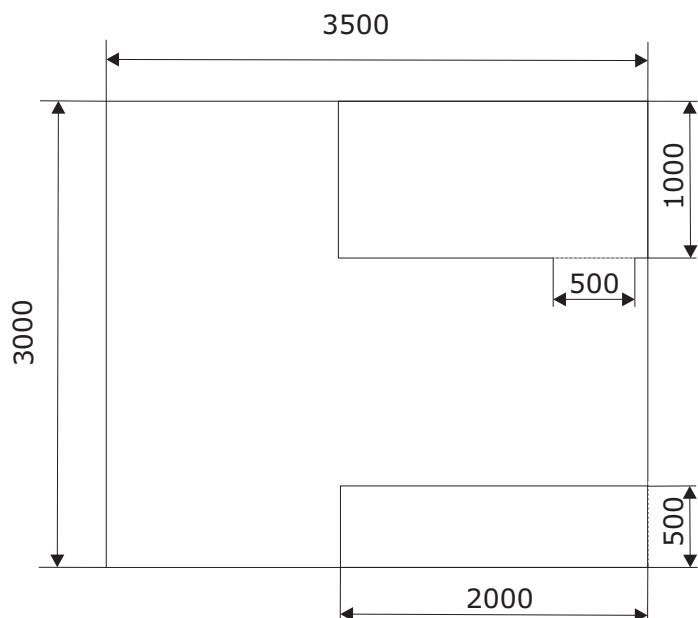
ФИРМЕННАЯ ОДЕЖДА



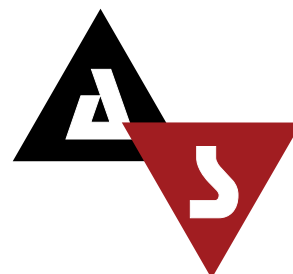
Одежда с фирменным логотипом



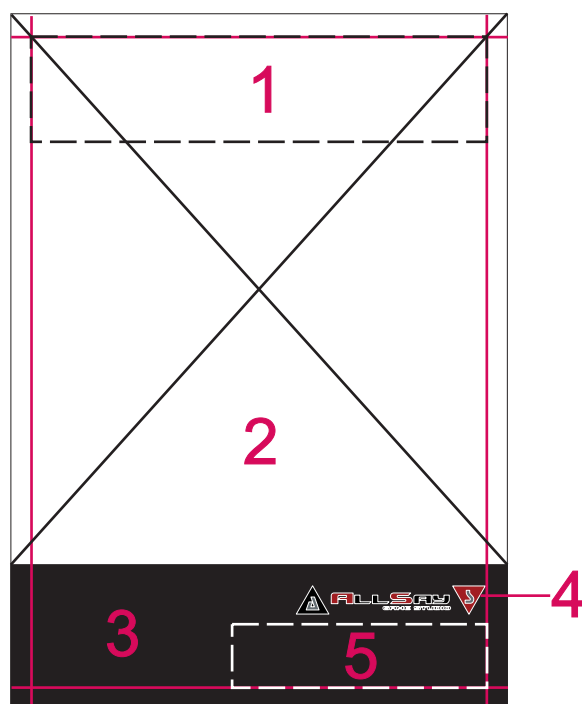
МОДУЛЬ ВЫСТАВОЧНОГО СТЕНА ДЛЯ ВЫСТАВОК КРИ И ИГРОМИРА



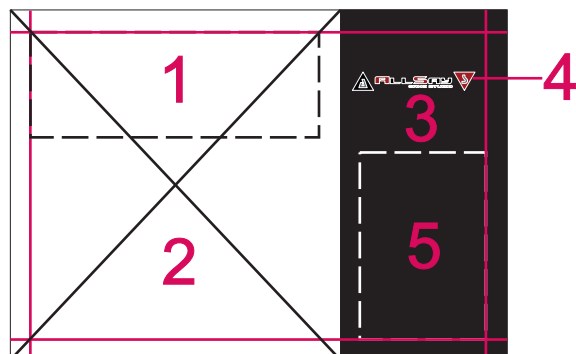
Типовые стенды на выставках КРИ имеют размеры 6,25 м2, 10,5 м2, 12,5 м2. Эти схемы не являются обязательными, и схема каждого конкретного стенда утверждается с заказчиком индивидуально, однако представленная схема может существовать, претерпев небольшие изменения.



РЕКЛАМА В ПРЕССЕ



Вертикальный формат рекламы в журналах



Горизонтальный формат рекламы в журналах

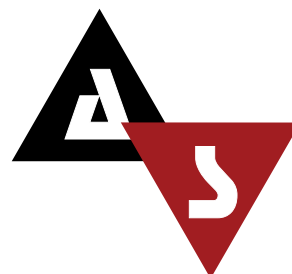
ПРИМЕР

Размещение рекламы планируется в специализированных журналах.

Вертикальная рекламная полоса в печатном издании. Формат — А4. На иллюстрации показана сетка со стандартными рекламными элементами.

Горизонтальная рекламная полоса в печатном издании. Формат — А4. На иллюстрации показана сетка со стандартными рекламными элементами. В зависимости от размещения макета на левой или на правой полосе, размещается блок со знаком слева и справа соответственно.

- 1 — рекламный слоган;
- 2 — место для рекламного изображения;
- 3 — подложка фирменного цвета;
- 4 — логотип;
- 5 — место для рекламного текста и адреса.



ВЫВОД

В данной работе были изучены составляющие фирменного стиля вообще и разработан стиль для студии разработки компьютерных игр "ALLSAYGS". Были подобраны фирменные цвета, шрифты, разработан логотип. Также был спроектирован фирменный бланк, визитки, бейджи, фирменный конверт, фирменная папка, сувенирная продукция, макет фирменного плаката, наклейки, одежда с фирменной маркировкой, модуль выставочного стенда и макет рекламы в прессе.

На разработку фирменного стиля большое влияние оказал анализ известных брендов.

