

# **ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ И БРЕНД ВВЕДЕНИЕ**

**АВТОР: К.Ф.Н, ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ КУЛЬТУРОЛОГИИ И  
ДИЗАЙНА А.В. БУЛАТОВА**

# ВОПРОСЫ

- 1.** Общие сведения о курсе и требования
- 2.** Цель и основные понятия курса
- 3.** Обязательные задания по курсу

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О КУРСЕ И ТРЕБОВАНИЯ

- Булатова Анастасия Васильевна доцент кафедры культурологии и дизайна

Консультации: ВТОРНИК, ЧЕТВЕРГ, СУББОТА 13.30-14.15 или онлайн

- Ауд. И-314 (Мира 19)
- Р.т 375-93-24
- [stasy-by@mail.ru](mailto:stasy-by@mail.ru), [a.v.bulatova@urfu.ru](mailto:a.v.bulatova@urfu.ru)
- Рабочая группа в ВК <https://vk.com/nosnowinhead> (нет снега в голове)

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О КУРСЕ И ТРЕБОВАНИЯ

- Общее количество часов: 34 (практические занятия)
- Отчетность: зачет по итогам занятий
- Минимальное количество баллов 40.
- Работы: «Разработка личного логотипа», «Создание паттерна», «Разработка элементов фирменного стиля» и тд.

## **Бумага:**

1. Для черновых вариантов  
свободный формат!

1.2. Белая А4

2.3. Цветная бумага (плотная)

## **Подручные материалы:**

Ластик!, корректор, ножницы,  
клей, нож для бумаги,  
ненужные журналы

## **Материалы для работы на занятиях**

## **Средства рисования:**

Карандаши простые! и  
цветные, фломастеры, черный  
маркер!, маркеры, тушь и перо,  
ручки, кисть и краски

Программные средства  
Любые, которыми владеете)

# ЦЕЛЬ И ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КУРСА

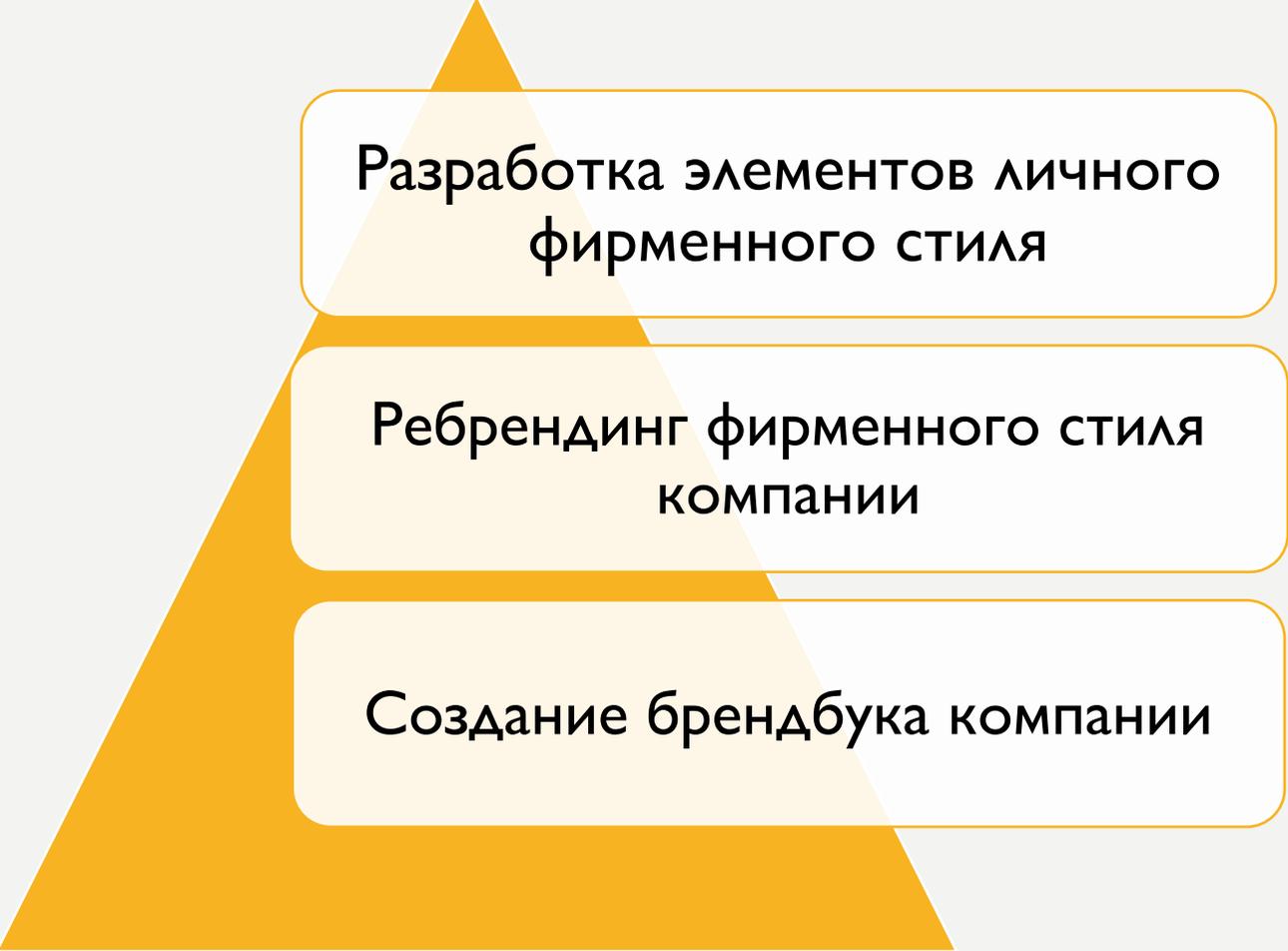


**Целью дисциплины** является получение знаний, навыков и умений, связанных с созданием фирменного стиля компании, помогающему активному продвижению и позиционированию компании на рынке.

# ЦЕЛЬ И ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КУРСА

- Бренд, брендинг, ребрендинг
- Фирменный стиль (визуальный язык бренда): логотип, фирменный шрифт, фирменные цвета и т.д.
- Брендбук, гайд-бук, идентити-бук и т.д.

# ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ПО КУРСУ [ИТОГОВАЯ РАБОТА]



Разработка элементов личного  
фирменного стиля

Ребрендинг фирменного стиля  
компании

Создание брендбука компании

# ИТОГОВОЕ ЗАДАНИЕ ПО КУРСУ

Для того чтобы получить зачет по курсу, необходимо выбрать один из трех вариантов заданий, выполнить его в форме презентации, прикрепить файл с презентацией для проверки.

# ЗАДАНИЕ №1-2

## ТЕМА

### «РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНО ГО РЕШЕНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ...»

#### Общие указания к написанию работы

Каждый студент должен создать отличный от других пример фирменного стиля для выбранной компании (вариант №1) или самого себя (личный фирменный стиль вариант №2) и зафиксировать его в брендбуке. В учебных целях проект может быть представлен в виде презентации

- **Тема проекта: «Разработка концептуального решения для фирменного стиля ...»**
- Проект должен состоять из двух частей.
- В теоретической части необходимо дать описание: образа бренда, философии, целей и ценностей бренда, аналогов, целевой аудитории, хода работы над проектом, элементов фирменного стиля, стратегий продвижения продукта.
- Практическая часть должна содержать разработку элементов фирменного стиля: логотип в разных вариантах (черно-белый, цветные варианты, если они предполагаются, инверсионный, фирменный блок), фирменные цвета, фирменные шрифты, паттерны, варианты макетов для типового использования (визитка) и др.

# **ЗАДАНИЕ №3 РЕБРЕНДИНГ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ И БРЕНДА КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ЛЮБОЙ ВЫБРАННОЙ КОМПАНИИ) ХОД РАБОТЫ**

**анализ  
фирменного  
стиля и бренда  
компании по  
плану**

**Сформулирова  
ть идеи для  
ребрендинга,  
фирменного  
стиля и бренда  
компании**

# ПЛАН

Часть I.

**1. Общая характеристика (название, история, место на рынке и в сердцах потребителей) – очень кратко**

**2. Анализ бренда компании:**

- Индивидуальность (описание человека)
- Свойства бренда (качества которые бренд позиционирует или те, качества от которых он дистанцируется)
- Ощущение бренда
- Философия и ценности бренда

**3. Фирменный стиль и образ бренда**

Можно показать брендбук (гайд-бук, гайдлайн) компании

# 2 ЧАСТЬ

- Основываясь на полученных данных, подумайте как можно модифицировать уже имеющийся фирменный стиль выбранной вами компании. Изменения могут быть глобальные или незначительные, при этом важно сохранить узнаваемость бренда. Также важно, чтобы изменения коррелировали с целями, ценностями, философией бренда.
- Сформулируйте предложения в вербальной и визуальной форме.
- Разместите полученные данные в презентацию

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**