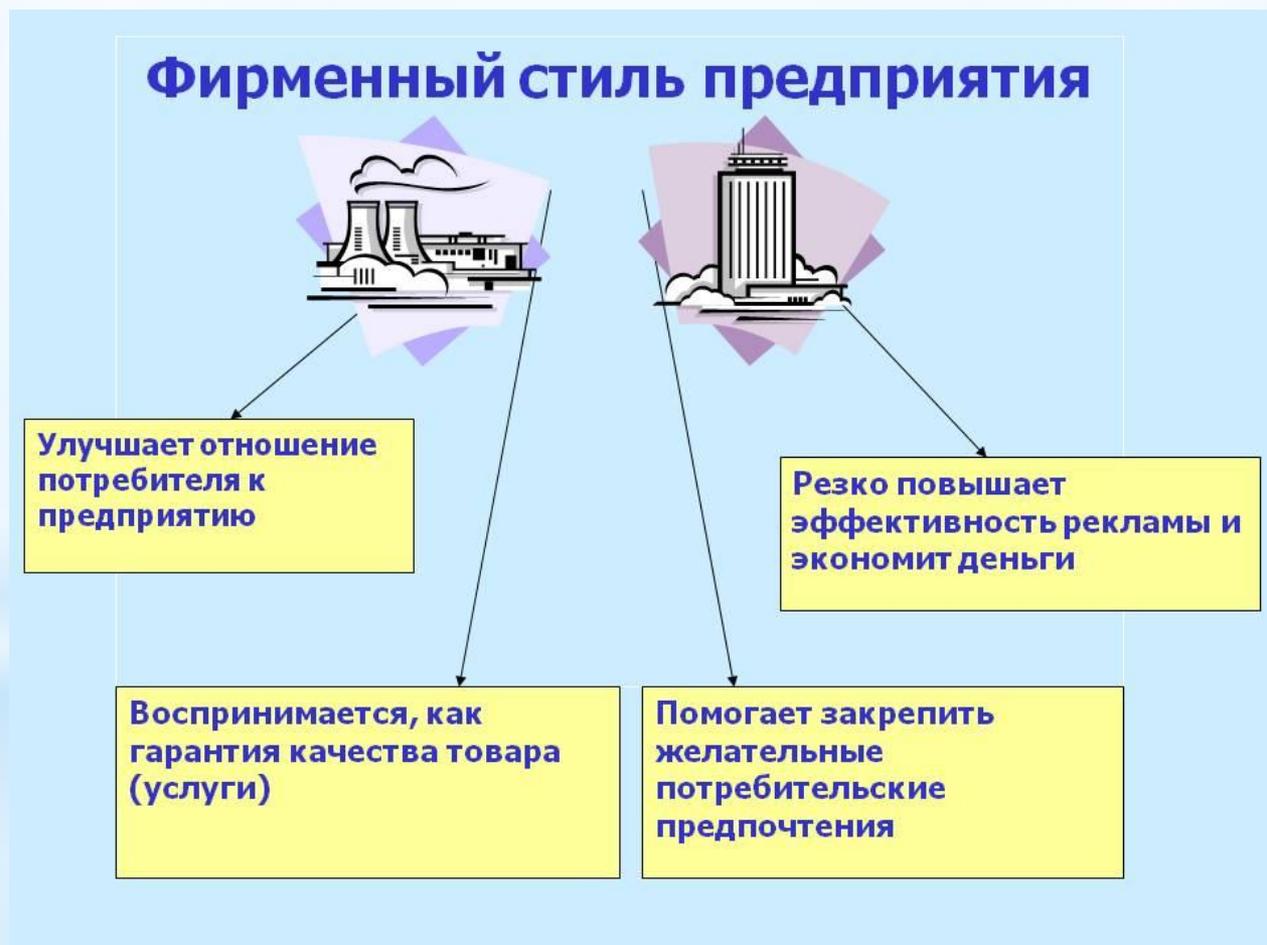


Фирменный стиль — это один из наиболее современных и актуальных видов рекламы.



Функции фирменного стиля в жизни организации:

Имиджевая функция. Формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа компании, что способствует повышению ее престижа и репутации.

Идентифицирующая функция. Фирменный стиль способствует идентификации товаров и рекламы, указывает на их связь с фирмой и их общее происхождение.

Дифференцирующая функция. Выделение товаров и рекламы фирмы из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю ориентироваться в потоке товаров и рекламы, облегчает процесс выбора.

К системе фирменного стиля относят следующие основные элементы:

товарный знак;

логотип;

фирменный блок;

фирменный лозунг (слоган);

фирменная гамма цветов;

фирменный комплект шрифтов;

прочие фирменные константы.



Товарный знак.

Выделяют пять основных типов товарных знаков: словесный, изобразительный, объемный, звуковой, комбинированный.





BR baskin
robbins™

amazon.com®

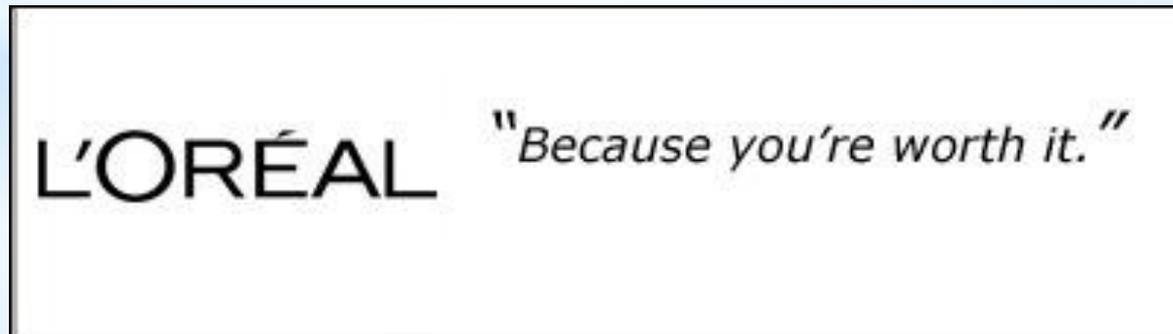

Фирменный блок. Этот следующий элемент фирменной символики представляет собой традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля (двух или более двух).



СБЕРБАНК

Основан в 1841 году

Фирменный лозунг (слоган). Слоган может создаваться не только как фраза, передающая в яркой и образной форме основную идею конкретной рекламной кампании, но и как постоянно используемый, оригинальный девиз компании. В этом случае он становится важной составляющей фирменного стиля (может даже регистрироваться как товарный знак)



Фирменная гамма цветов. Многие компании можно мгновенно узнать по характерному сочетанию цветов.



Фирменный комплект шрифтов. Важной частью фирменного стиля являются постоянно используемые шрифты в оформлении текстовых материалов. Они, как и другие элементы фирменного стиля, должны соотноситься с его стержневой идеей, подчеркивать особенности образа марки, соответствовать специфике деятельности компании



oriflame
natural swedish cosmetics

The logo for Oriflame features the brand name in a lowercase, rounded sans-serif font. A thin horizontal line is positioned below the text. Underneath the line, the tagline "natural swedish cosmetics" is written in a smaller, lowercase sans-serif font. The background is a vibrant magenta color with a subtle, close-up image of a person's face.

УРАЛСИБ

The logo for UralSIB consists of a white stylized icon on the left, resembling a tower or a stylized letter 'S'. To the right of the icon, the name "УРАЛСИБ" is written in a bold, uppercase, sans-serif font. The logo is set against a dark blue background with a yellow and green horizontal stripe at the bottom.

MARY KAY®

The logo for Mary Kay features the brand name in a large, elegant, serif font. The letters are a light pink color. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the word "KAY". The logo is centered on a white background.

Прочие фирменные константы. К фирменному стилю могут быть отнесены и некоторые другие элементы, постоянно используемые в сфере коммуникаций компании и играющие важную роль в формировании ее образа

