

# Дизайн как способ повышения узнаваемости турфирмы

Выполнила: Абрарова Аделя  
Студентка 2 курса  
Группы 16Т182

Научный Руководитель: Витренко Л.С.  
Преподаватель имеющий первую квалификационную категорию, ЦМК  
физической культуры и безопасности жизнедеятельности.

# ● Актуальность темы исследования.



- **Объектом исследования** является продвижение организации с помощью дизайна.
- **Предметом исследования** дизайн как способ повышения узнаваемости турфирм.
- **Цель** выпускной квалификационной работы - проанализировать роль дизайна как способа повышения узнаваемости турфирм.

### **Задачи:**

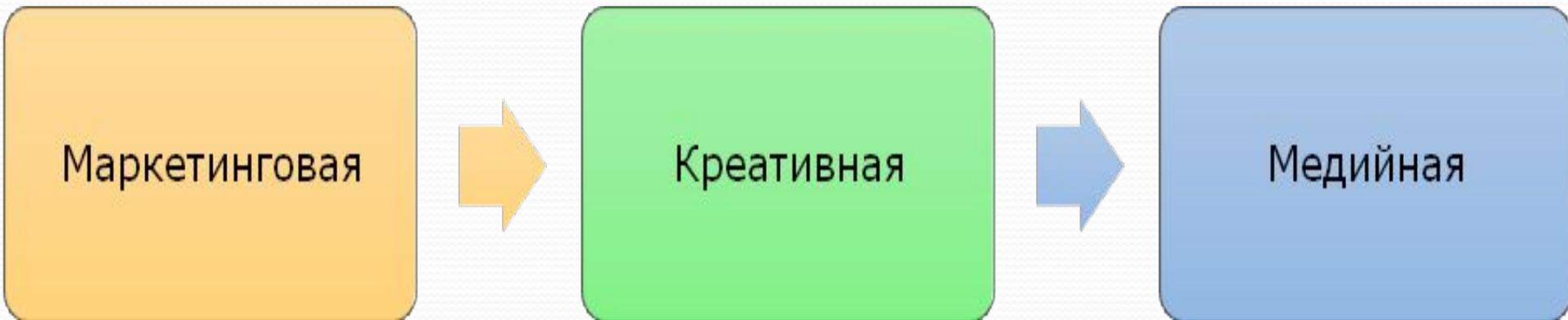
- раскрыть теоретико-методологические аспекты формирования дизайна туристической фирмы;
- провести анализ использования дизайна для повышения узнаваемости туристической фирмы;
- разработать предложения по улучшению дизайна туристических фирм города Тобольск при формировании бренда.

- **Теоретическая значимость исследования.** В исследовании представлен анализ теоретических аспектов управления способами повышения узнаваемости турфирм.
- **Практическая значимость** исследования обусловлена рекомендациями по использованию дизайна туристических фирм города Тобольск при формировании бренда.
- **Методологической основой** исследования выступали методы системного, структурного, функционального анализа, статистические, графические методы, методы финансового анализа, и др.
- **Структура ВКР** соответствует логике исследования и включает в себя введение, две главы, заключение, библиографического списка.

● «Бренд – это имя, термин, знак, символ, дизайн или комбинация всего этого, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов, а также для отличия товаров или услуг от товаров или услуг конкурентов»



# Стратегии, определяющие построение и развитие бренда туристической фирмы



- Кратко охарактеризовать

# Разработка фирменного стиля происходит в несколько шагов:

- ПЕРЕЧИСЛИТЬ

# Основные задачи брендинга:

- Перечислить

# Понятие реклама и ее виды

- Определение и перечислить виды

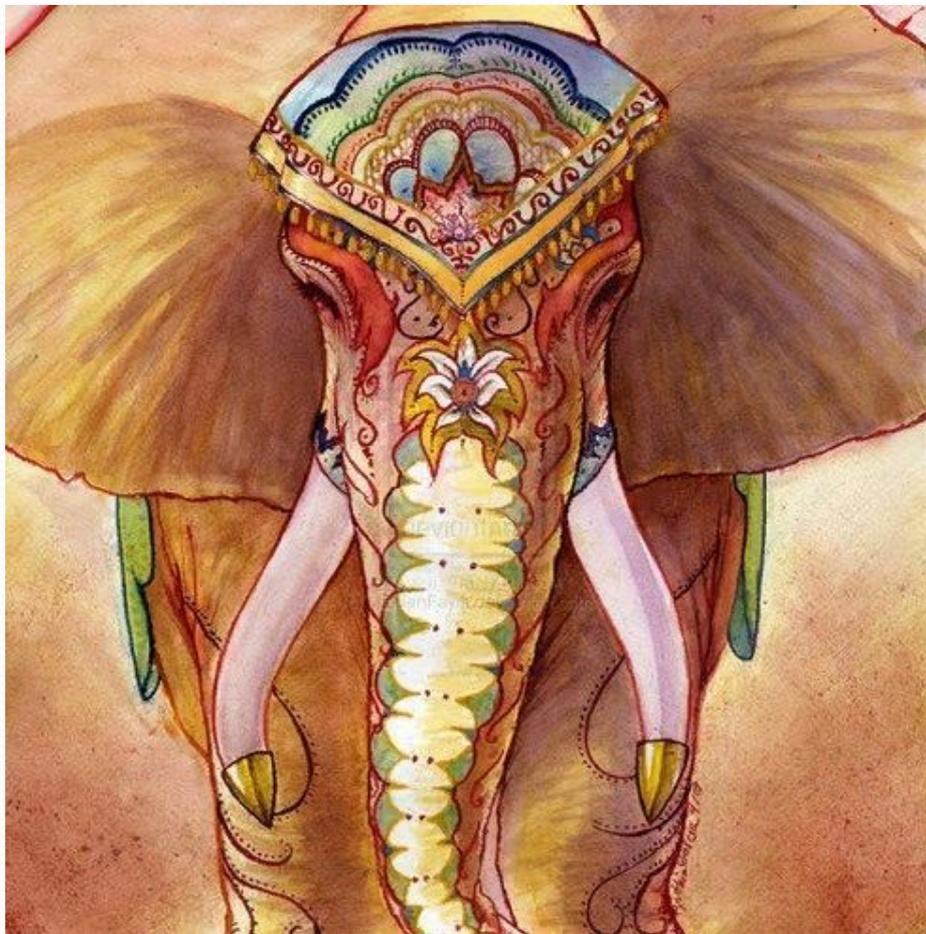
# Анализ дизайна туристических фирм на современном рынке

# Анализ дизайна туристических фирм г. Тобольска

	«СЛОН»	«Тобольский Арбат»	«География»
СЛОГАН	Самый Лучший Отдых с Нами.	Путешествуйте с лёгкостью, познавайте с радостью!	Турагентство хоть куда
ЛОГОТИП	есть	есть	есть
САЙТ	Вк и инстаграмм, сайт не рабочий	Вконтакте, инстаграмм. <a href="http://www.tobarbat.ru/p0003.htm">http://www.tobarbat.ru/p0003.htm</a>	Вконтакте, инстаграмм.
ЦВЕТОВОЙ ФОН	Красно-оранжевый	Персиковый	Синий
ФИРМЕННЫЙ ЗНАК	есть	есть	есть
МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА	по необходимости и на ТВ и радио и в ТЦ города	Не была замечена	Не была замечена
СОЦ СЕТИ	Вк, инстаграмм	Вконтакте, инстаграмм	Вк, инстаграмм
ПЕЧАТНАЯ ПРОДУКЦИЯ	Брошюры были	Визитные карточки, календари	Визитные карточки
НАРУЖНЯЯ РЕКЛАМА	Баннеры были и на автобусах города	Не была замечена	Беннеры
ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ	Работоспособное население 25-55 лет	Работоспособное население 25-55 лет	Работоспособное население 25-55 лет
ОТЗЫВЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	Смотрите в соц сетях	На сайте <a href="http://www.tobarbat.ru/p0003.htm">http://www.tobarbat.ru/p0003.htm</a>	В Вконтакте

- В отличие от множества подобных предприятий туристического сервиса, а также от конкурентных предприятий, фирменный стиль туристической фирмы «СЛОН» четко определен и сформирован. В основном это касается внутренней отделки помещений – выбрана цветовая гамма, направление дизайна, продумано освещение, декоративные элементы, мебель и материалы.
- Фирменные цвета составляют палитру теплых солнечных цветов. Основной акцент – яркость, теплые тона, легкость. Цвет стен в кабинете теплых и умеренных тонов, с преобладанием красно-оранжевых элементов. Обстановка кабинетов также полностью соответствует палитре, на стенах представлены географическая карта мира, дипломы туристического агентства и менеджеров, а так же фотографии туристов, магнитная доска и картины туристических направлений.

- Агентство путешествий «СЛОН» имеет свой логотип и фирменный знак, который полностью соответствует названию фирмы. На логотипе туристической фирмы изображен слон на фоне яркого солнца, стремящийся вверх, слон с поднятым хоботом символизирует свободу, гармонию, счастье. Правильно подобранная цветовая гамма добавляет целостность и помогает сформировать правильное восприятие организации с полной ассоциацией родом деятельности фирмы, так как оранжевый цвет - цвет тепла, олицетворение тропиков, роскоши, экзотики.





Агентство путешествий «СЛООН»  
переходит на ЗИМНИЙ график работы

**Понедельник - пятница**  
**10.00 - 18.00**

Суббота - по договоренности  
Воскресенье - выходной

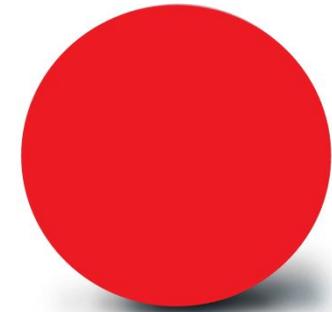
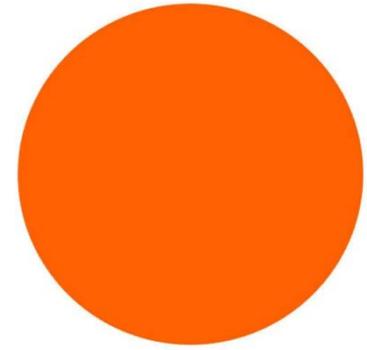


- Фирменный слоган агентство путешествий «СЛООН» разработан по названию турфирмы «Самый Лучший Отдых с Нами» - этот слоган обращен к подсознанию, то есть он находится на стадии вовлечения. Вовлечение через слоган означает, что потребитель осознает, что слоган обращен именно к нему и начинает причислять себя к целевой аудитории компании.



- Так же разработаны визитные карточки, как с общей информацией, так и с индивидуальной информацией менеджера. Агентство заботится о своих туристах для полной сохранности договора и туристической путевки есть красочные конверты, которые полностью выдерживают фирменный стиль фирмы. Индивидуальный подход в туристическом агентстве прослеживается во всем, чтобы каждый клиент знал, что он важен и о нем помнят, в агентстве существует традиция – поздравлять каждого клиента с днем рождения, и его семью с новым годом. А для постоянных клиентов с 2014 года введены скидочные карты «Любимый клиент».

- Агентство путешествий «СЛОН» как нельзя точно выбрали свои фирменные цвета (оранжевый, красный, желтый) - цвета туристической компании. Под воздействием желтого цвета человек быстро принимает решение. Фирменный стиль компании легко узнаваем, понятен и доступен, поэтому восприятие его элементов, как сотрудниками, так и клиентами приводит к формированию устойчивого имиджа компании, а именно имиджа успешной туристической компании.



● Однако, при вышеперечисленных достоинствах, имеется и ряд недостатков:

- оформление рекламно-полиграфической продукции либо устаревшее, либо полностью отсутствует. Так, к примеру, нет информационных буклетов с информацией об агентстве и предоставляемых услугах;
- отсутствие фирменного бейджа или униформы у персонала, указывающих на принадлежность к данному туристскому предприятию;
- частичное отсутствие информации об агентстве на сайтах в интернете.

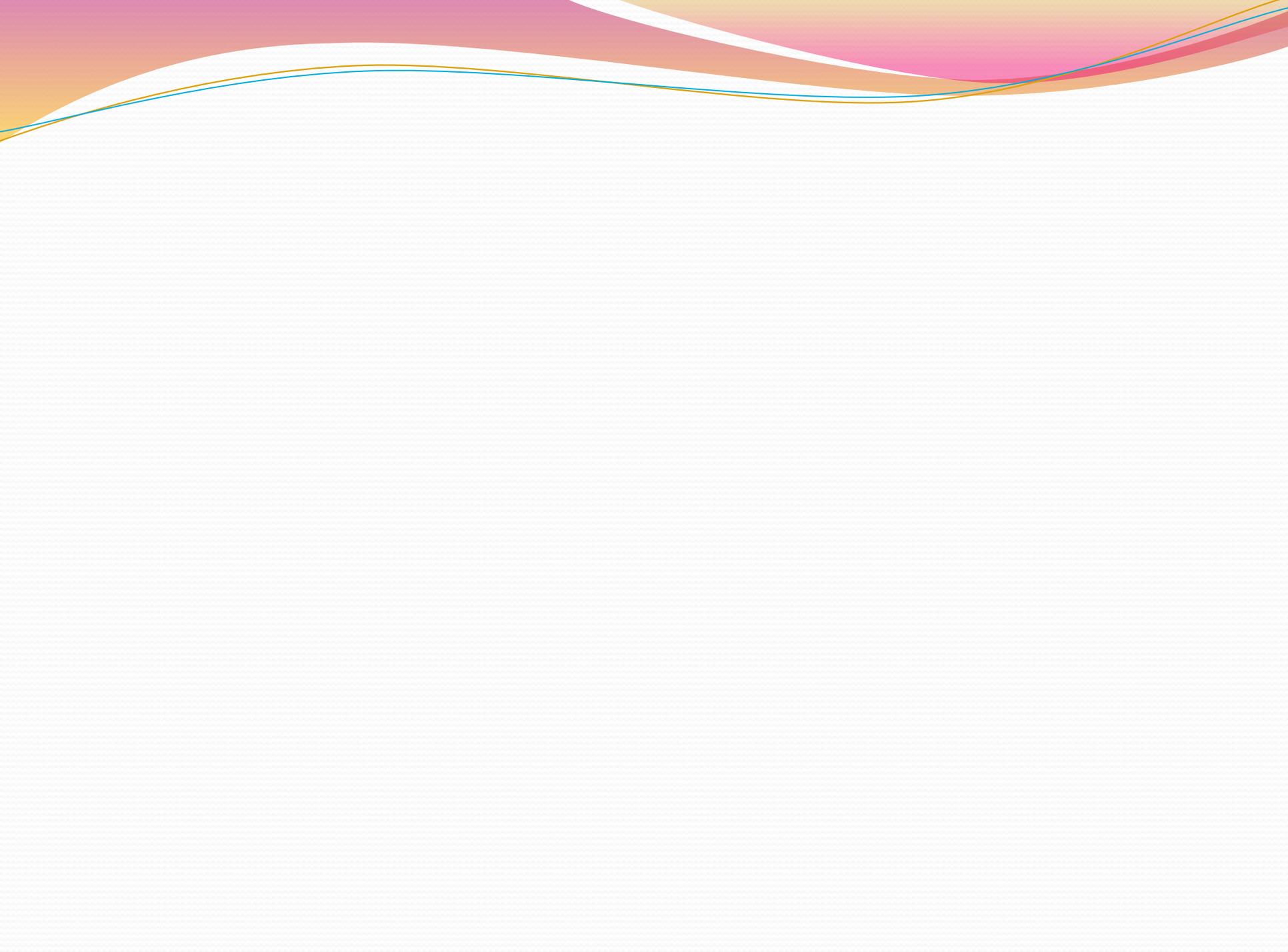


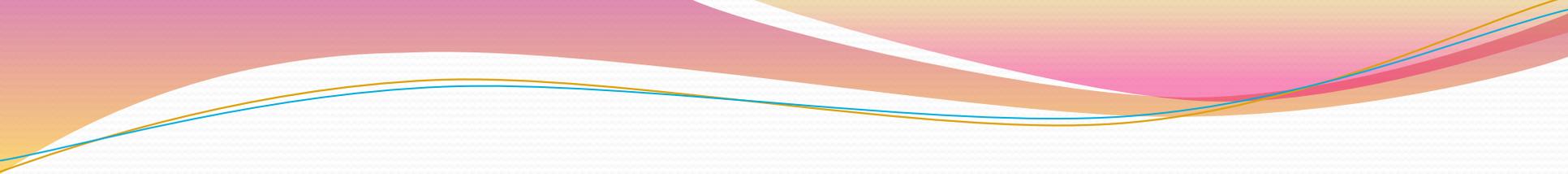
Было



Предложение  
сменить на ЭТОТ  
ЛОГОТИП

Предложения по улучшению дизайна туристических фирм города Тобольска при формировании дизайна  
(возможно на два слайда расписать)





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!