

**КУРСОВАЯ РАБОТА  
ТЕМА: ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ  
НА ПРИМЕРЕ  
АРТ-ДИЗАЙН СТУДИИ  
«ИНТЕРКОВКАКОМ»**

**Выполнила: студентка группы 41 РБ Стрельникова Мария Александровна**

**Преподаватели Березина Анна Олеговна,  
Заварзин Константин Александрович**

# ЦЕЛЬ РАБОТЫ

- **ЦЕЛЬЮ** ДАННОЙ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ЯВЛЯЕТСЯ ОЦЕНИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ АРТ-ДИЗАЙН СТУДИИ «ИНТЕРКОВКАКОМ».

# ЗАДАЧИ

- ДАТЬ ОПРЕДЕЛЕНИЕ «ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ»
- ОПИСАТЬ ПРОЦЕСС ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
- ПРОВЕСТИ СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ
- РАЗРАБОТАТЬ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
- ОЦЕНИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

В ПЕРВОМ РАЗДЕЛЕ ПРЕДСТАВЛЕНА ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ РАБОТЫ, РАСКРЫТА РОЛЬ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В ФОРМИРОВАНИИ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Подводя итоги данному разделу, можно сказать, что, образно говоря, фирменный стиль — это язык, а его составные части — это буквы, слова, предложения.

Если рекламная коммуникация — это сообщение, то фирменный стиль — это язык, благодаря которому это сообщение создается. Таким образом роль фирменного стиля в формировании рекламной коммуникации — это создание определенного шифра, языка, с помощью которого это сообщение будет воспринято целевой аудиторией.

# «ИНТЕР КОВКА КОМ»

- КОМПАНИЯ «ИНТЕРКОВКАКОМ» ЗАНИМАЕТСЯ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КОВКОЙ, НА РЫНКЕ С 2010 ГОДА. ФИРМА НАХОДИТСЯ НА СТАДИИ ЗРЕЛОСТИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА КОМПАНИИ. РУКОВОДИТЕЛЬ ФИРМЫ, ВАДИМ КОМАРОВ, КОТОРЫЙ САМ ЯВЛЯЕТСЯ ХУДОЖНИКОМ ПО МЕТАЛЛУ.
- ТЕРРИТОРИАЛЬНО КОМПАНИЯ «ИНТЕРКОВКАКОМ» НАХОДИТСЯ В МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ, ГОРОДЕ КРАСНОАРМЕЙСКЕ. У ВАДИМА ОБОРУДОВАНА КУЗНЯ НА ТЕРРИТОРИИ СВОЕГО ДОМА.
- КОМПАНИЯ «ИНТЕРКОВКАКОМ» ИЗГОТОВЛЯЕТ ИЗ МЕТАЛЛА ТАКИЕ ИЗДЕЛИЯ, КАК: КАМИНЫ, РЕШЕТКИ, ФОНАРИ, ЗАБОРЫ, ЛЕСТНИЦЫ, СТОЛЫ, ВОРОТА, КОЗЫРЬКИ, А ТАКЖЕ ДЕКОРАТИВНЫЕ ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА И ЭКСТЕРЬЕРА С УНИКАЛЬНЫМ РЕШЕНИЕМ, ПРЕДОСТАВЛЯЕТ УСЛУГИ ПО ПОРОШКОВОЙ ОКРАСКЕ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ.
- ОСНОВНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ НА ФОНЕ КОНКУРЕНТОВ ЯВЛЯЕТСЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КАЖДОМУ ЭСКИЗУ, «ИНТЕРКОВКАКОМ» НЕ РАБОТАЕТ ПО ЗАГОТОВЛЕННЫМ ЭСКИЗАМ, А ВСЕГДА ПРИДУМЫВАЕТ УНИКАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ. ДОСТАВКА У «ИНТЕРКОВКАКОМ» БЕСПЛАТНАЯ, В ОТЛИЧИЕ ОТ МНОГИХ КОНКУРЕНТОВ

# СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

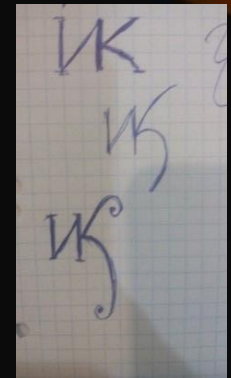
<b>О компании</b>	У компании «ИнтерКовкаКом» за счет индивидуального подхода к каждому эскизу выявлено уникальное торговое предложение, что обязательно надо учесть при разработке фирменного стиля и подчеркнуть это.
<b>Целевая аудитория</b>	При разработке фирменного стиля следует учитывать в особенности пункт «мотивация», т.е. ради чего приобретается данный товар, чтобы фирменный стиль не противоречил ей, а наоборот усиливал. Для разных целевых групп мотивация к покупке разная, например, в группе «принимаящие решение» это: подтверждение высокого статуса, возможность самореализации, эстетическое наслаждение. А в группе «вливающие на принятие решения» (архитекторы и дизайнеры) это: надежный исполнитель, качество товара, высокая репутация.
<b>Конкуренты</b>	Компания «ИнтерКовкаКом» должна отличаться и выделяться от остальных компаний, и чтобы подчеркнуть это, необходимо создать уникальный и непохожий на другие фирменный стиль. У конкурентов в основном преобладают белый, золотой, желтый, коричневые цвета в фирменном стиле. Белый – в качестве фона, а остальные – для графических начертаний.
<b>Анализ рынка</b>	«ИнтерКовкаКом» создает уникальные решения по цене стандартных, в отличие от конкурентов.
<b>SWOT-анализ</b>	Территориальное расположение и незнание потенциальных потребителей об УТП компании – это основные слабые стороны компании. Таким образом, главной задачей фирменного стиля становится – выделение УТП «ИнтерКовкаКом».

# ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

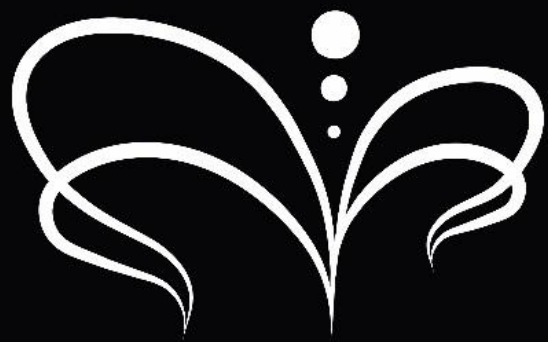
В ТРЕТЬЕМ РАЗДЕЛЕ ПРЕДСТАВЛЕНА РАЗРАБОТКА И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ.

ПЕРВЫМ ЭТАПОМ В РАЗРАБОТКЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ СТАЛО СОСТАВЛЕНИЕ И ПОДПИСАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО БРИФА ЗАКАЗЧИКОМ. ТАКИМ ОБРАЗОМ БЫЛИ ЗАДАНЫ КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ, ВЕДЬ ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЗАКАЗЧИКА ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ.

ДАЛЕЕ БЫЛИ РАЗРАБОТАНЫ ЭСКИЗЫ РАЗНЫХ ВАРИАНТОВ ЛОГОТИПА



- ЗАТЕМ, ПОНРАВИВШИЕСЯ ЗАКАЗЧИКУ, БЫЛИ ОТРИСОВАНЫ В ГРАФИЧЕСКОЙ ПРОГРАММЕ



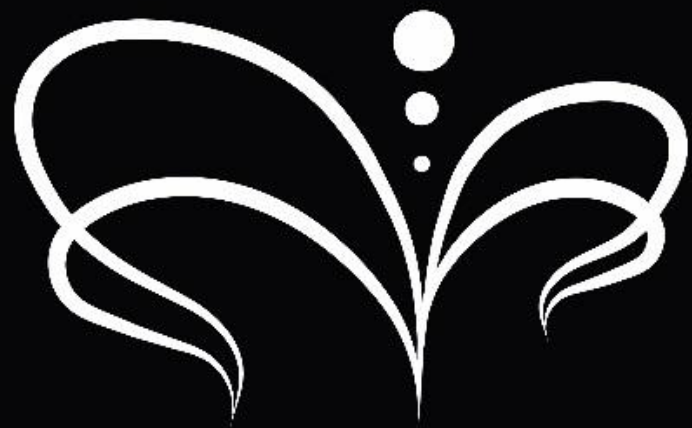
ИНТЕР•КОВКА•КОМ



ИНТЕР КОВКА КОМ



ЗАКАЗЧИКОМ БЫЛ ВЫБРАН СЛЕДУЮЩИЙ ВАРИАНТ ЛОГОТИПА



ИНТЕР • КОВКА • КОМ

ДАЛЕЕ БЫЛ РАЗРАБОТАН ДИЗАЙН ВИЗИТОК РАЗМЕРОМ 90x50 мм (ЗАКАЗЧИКОМ  
БЫЛ ВЫБРАН ЦВЕТНОЙ ВАРИАНТ)



ИНТЕР•КОВКА•КОМ

ИНТЕР•КОВКА•КОМ

*Ваш дом уникален, так же,  
как и Вы...*

• ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КОВКА •  
ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ЭСКИЗАМ

*Вадим Комаров*  
+7 (916) 617-97-76  
[www.interkovkacom.ru](http://www.interkovkacom.ru)



ИНТЕР•КОВКА•КОМ

ИНТЕР•КОВКА•КОМ

*Ваш дом уникален, так же,  
как и Вы...*

• ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КОВКА •  
ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ЭСКИЗАМ

*Вадим Комаров*  
+7 (916) 617-97-76  
[www.interkovkacom.ru](http://www.interkovkacom.ru)

# КАРМАННЫЕ КАЛЕНДАРИ РАЗМЕРОМ 100x70 мм

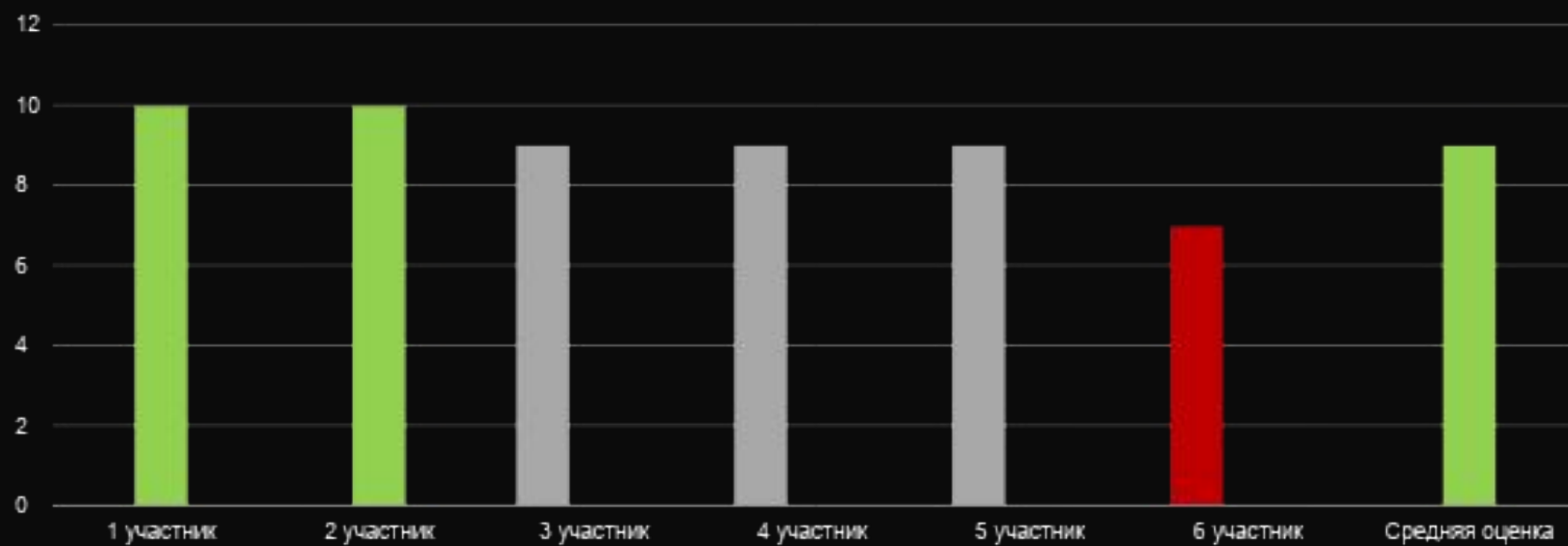


# ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Вопросы для опросной анкеты были предложены следующие:

- Оцените предложенную продукцию от 1 до 10 баллов.
- Какова основная мысль информации в визитке?
- Понравился ли Вам предложенный дизайн?
- С чем у Вас ассоциируется компания «ИнтерКовкаКом» после просмотра данного материала?
- Стали бы Вы пользоваться предложенными карманными календарями?

## Оценка продукции по 10-бальной шкале



## КАКОВА ОСНОВНАЯ МЫСЛЬ ИНФОРМАЦИИ В ВИЗИТКЕ?

«ВАШ ДОМ УНИКАЛЕН ТАКЖЕ, КАК И ВЫ  
БЛАГОДАРЯ «ИНТЕРКОВКАКОМ»»

«ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КОВКА  
ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ЭСКИЗАМ»»

С ЧЕМ У ВАС АССОЦИИРУЕТСЯ КОМПАНИЯ  
«ИНТЕРКОВКАКОМ» ПОСЛЕ ПРОСМОТРА ДАННОГО  
МАТЕРИАЛА?

КОМПАНИЯ АССОЦИИРУЕТСЯ С СОЛИДНОЙ И УСПЕШНОЙ  
ОРГАНИЗАЦИЕЙ, ПРЕДЛАГАЮЩЕЙ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ  
КАЖДОГО КЛИЕНТА.

# ВЫВОДЫ О ПРОДЕЛАННОЙ РАБОТЕ

ТАКИМ ОБРАЗОМ, МОЖНО СДЕЛАТЬ ВЫВОД, ЧТО ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОШЛА УСПЕШНО И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ БЫЛ РАЗРАБОТАН ЭФФЕКТИВНЫМ И ПРОИЗВОДИТ НУЖНОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ, ДОВОДЯ ДО СОЗНАНИЯ КЛИЕНТОВ УТП КОМПАНИИ.

В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОВЕДЕННОЙ РАБОТЫ МОЖНО СДЕЛАТЬ ВЫВОД, ЧТО НИ ОДНА УСПЕШНАЯ КОМПАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ НЕ МОЖЕТ ОБОЙТИСЬ БЕЗ РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЙ. А ЛЮБАЯ ПРОДУМАННАЯ РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ ДОЛЖНА НАЧИНАТЬСЯ С ВОПРОСА О НАЛИЧИИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ. ВЕДЬ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ НЕЗАМЕНИМЫЙ, А ИНОГДА И КЛЮЧЕВОЙ МОМЕНТ В РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ.