

Программа «Графический дизайнер: старт карьеры»

Преподаватели: Денисова Мария Александровна
Михеева Евгения Михайловна

Рабус Татьяна Игорьевна

Группа 812

Разработка проекта по формированию
комплексного фирменного стиля компании
с учетом современных тенденций дизайна

СОДЕЙСТВИЕ | Федеральный
ЗАНЯТОСТИ | проект

2023

Разработка фирменного стиля
магазина детской одежды
«Кроха лук»

г.Обнинск

Цель и задачи проекта

Цель – создание уникального и запоминающегося образа компании для привлечения внимания широкой аудитории

Задачи:

- Проанализировать рынок конкурентов
- Проработать цветовую гамму, которая станет акцентом фирменного стиля, шрифты, выработать концепцию
- Разработать шрифтовой логотип с добавлением графических элементов
- Разработать дизайн (сайта, визиток, листовок, фирменных пакетов)
- Отстроится от конкурентов
- Привлечь новых клиентов

Концепция проекта

Компания «Кроха лук» это магазин одежды для детей с рождения. Только вышла на рынок, поэтому необходимо для неё сделать что-то яркое, запоминающиеся и лаконичное.



Мудборд



Разработка эскизов



Основная версия логотипа

Идея логотипа заключается в том, что он состоит из иконки и названия. Иконка в виде буквы К, состоящей из плечиков для одежды и двух листиков цветка.

Основная версия логотипа состоит из оригинального шрифтового начертания Cocomat Pro Medium.

При отсутствии технических ограничений основная версия логотипа используется во всех видах визуальных коммуникаций.



Черно-белая версия логотипа



Данные вариации логотипа используются, когда нет возможности напечатать полноцветную версию. Например, нанесение лого плёнкой в один цвет на автомобиль, или нанесение на текстиль методом шелкографии.

Фирменные цвета

Основные цвета



Pantone P 17-5 C
CMYK 0-25-59-0
RGB 252-201-122
FCC97A

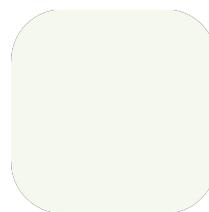


Pantone P 52-6 C
CMYK 0-72-59-0
RGB 236-102-91
EC665B



Pantone P 55-8 C
CMYK 0-98-71-0
RGB 229-19-58
E5133A

Дополнительные цвета



Pantone P 154-1 C
CMYK 6-0-10-0
RGB 244-248-237
F4F8ED

Основная задача фирменного цвета – вызывать у людей определенные эмоции и ассоциации с компанией. Также они выражают идею корпоративного стиля компании в целом.

Типографика

Акцентная гарнитура

Cocomat Pro Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;'"(?!)+-*/=

Основная гарнитура

Cocomat Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;'"(?!)+-*/=

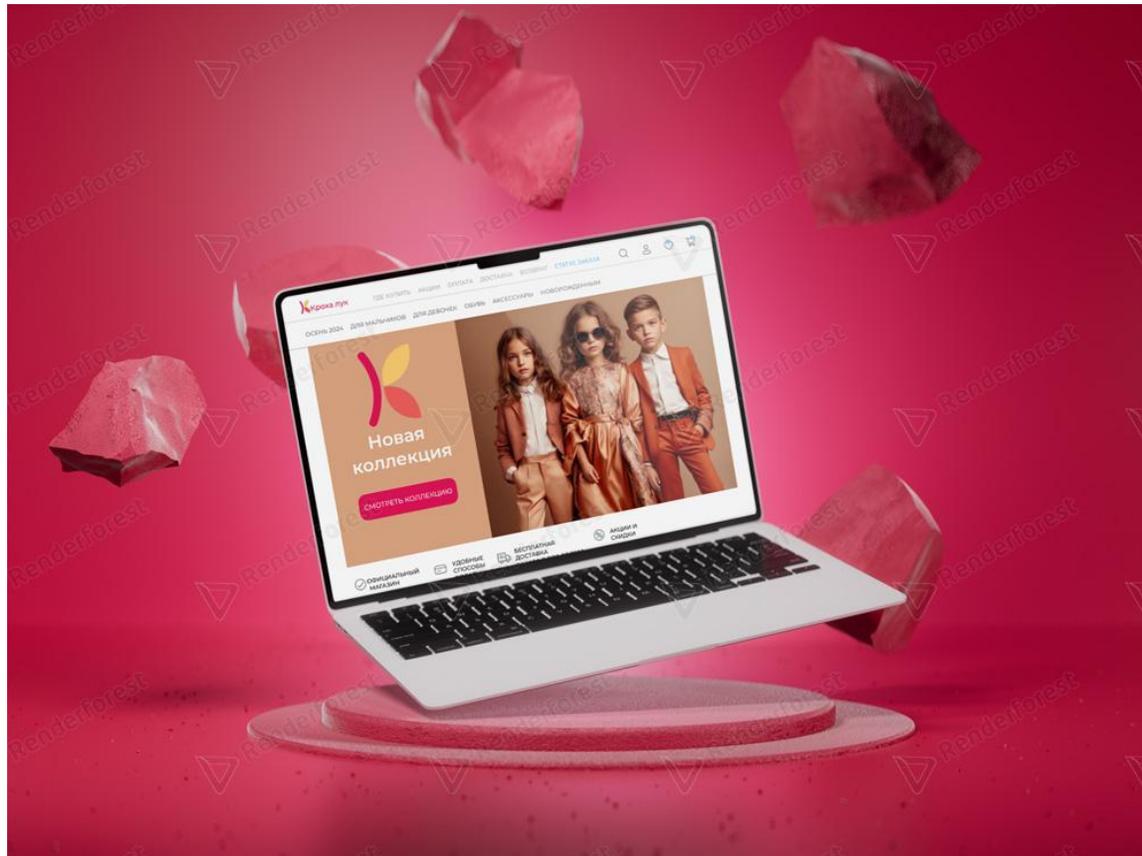
Шрифты нужны для того, чтобы привлечь внимание людей к деятельности \ продуктам компании. Они позволяют акцентировать внимание на важных элементах, способствуют запоминанию информации.

Паттерн или стилеобразующие элементы

Они вносят некое оживление в дизайн упаковки, визитки, фирменного бланка, а также подчеркивают индивидуальность бренда

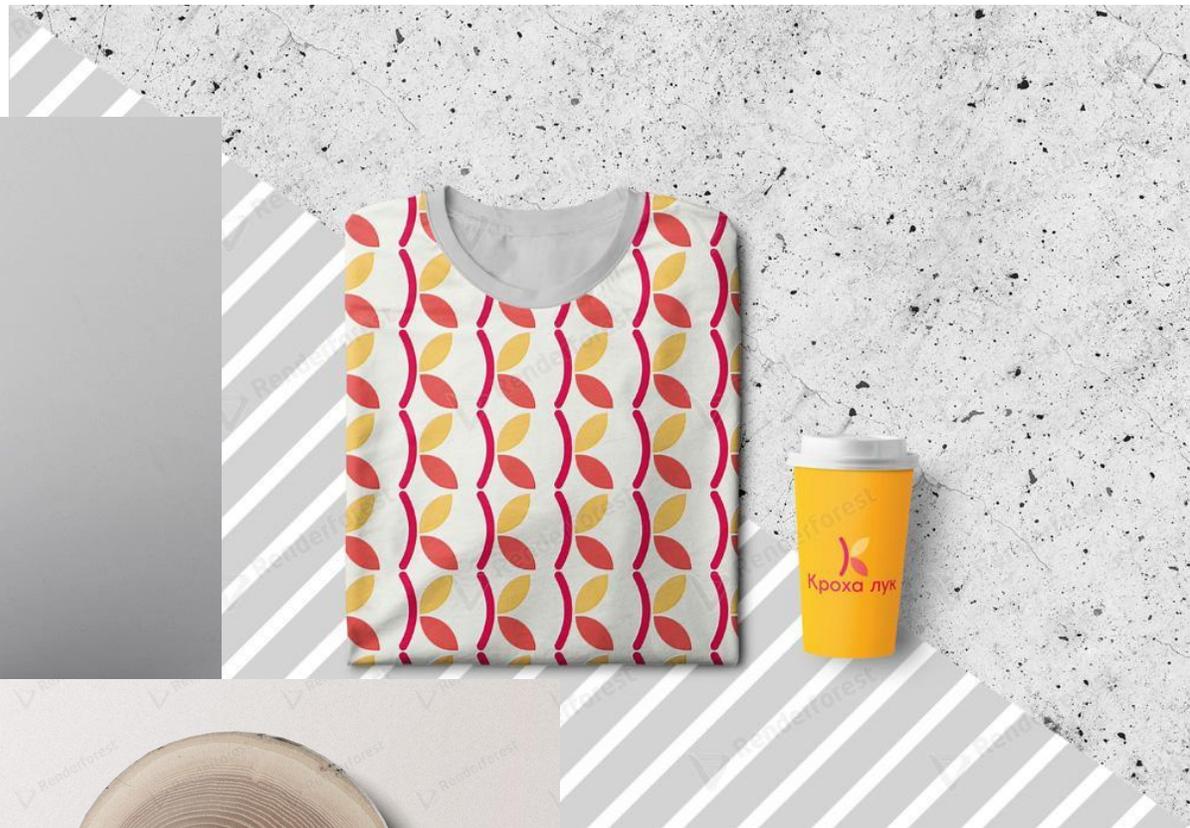


Носители фирменного стиля



Основные средства коммуникации с потребителем, на которых размещены главные элементы бренда. Носители передают информацию о бренде и показывают принадлежность к нему. Это такие точки контакта, через которые аудитория знакомится с компанией, запоминает бренд и узнает продукт среди обилия аналогов





Обоснование успешности выбранной концепции

В результате работы был разработан логотип и стиль компании . Были разработаны паттерны на основе элементов логотипа. Данный образ будет привлекать клиентов своей лаконичностью и хорошо запоминаться. Разработанная концепция фирменного стиля является успешной, т.к. лучше отражает мировые тренды в современных технологиях, чем фирменный стиль большинства конкурентов.



Разработка фирменного стиля
магазина детской одежды
«Кроха лук»

Рабус Татьяна Игорьевна

Группа 812