

Программа «Графический дизайнер: старт карьеры»

Преподаватели: Денисова Мария Александровна
Михеева Евгения Михайловна

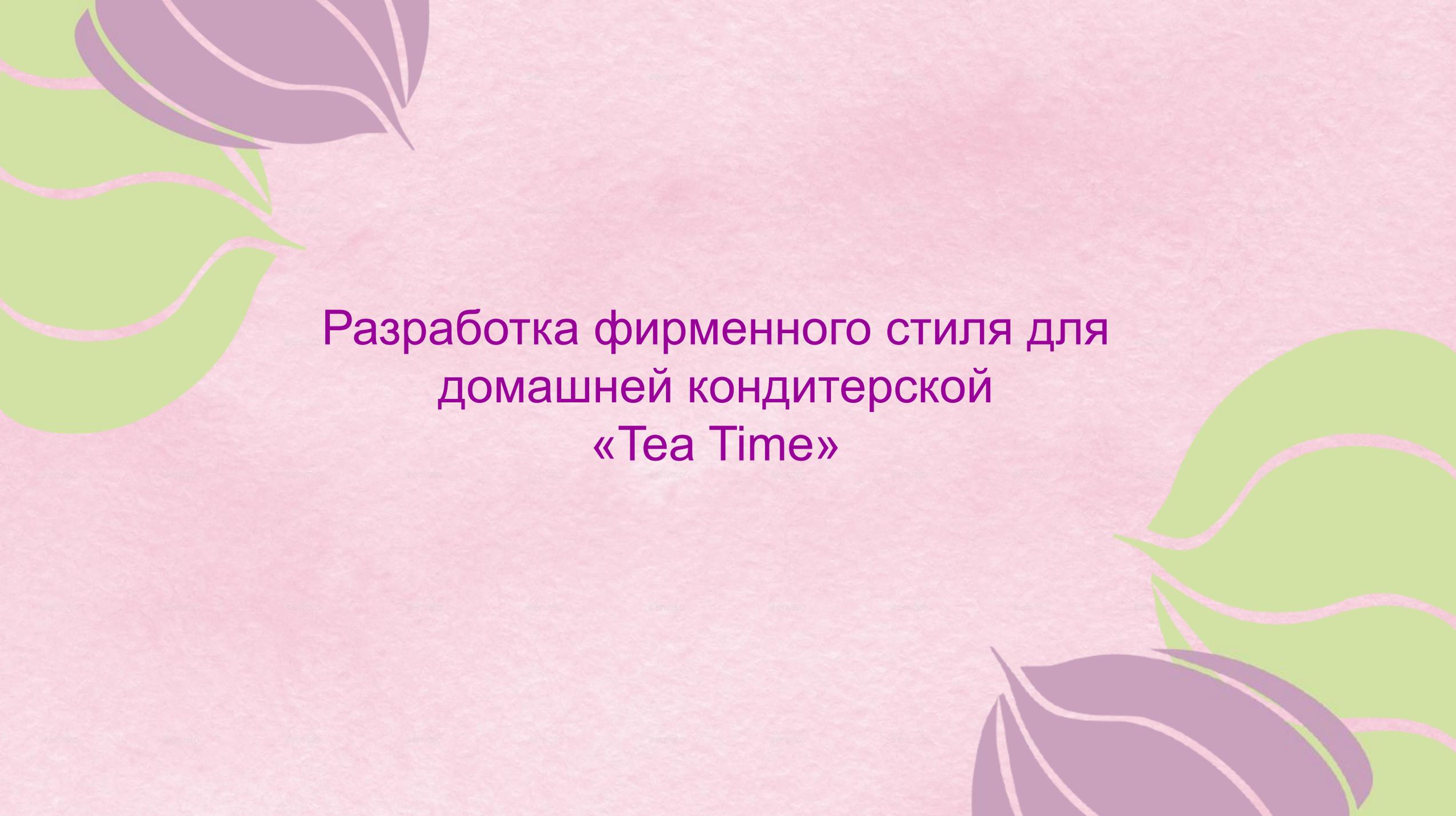
Рычкова Марианна Анатольевна

Группа 812

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

**СОДЕЙСТВИЕ
ЗАНЯТОСТИ** | Федеральный
проект

2023

The background is a light pink color with a subtle, repeating pattern of small, faint floral or leaf motifs. In the corners, there are large, stylized leaf shapes. The top-left and bottom-right corners feature purple leaves with white outlines, while the middle-left and middle-right corners feature bright green leaves with white outlines. The text is centered in the middle of the page.

Разработка фирменного стиля для
домашней кондитерской
«Tea Time»

Цель и задачи проекта

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

Задачи:

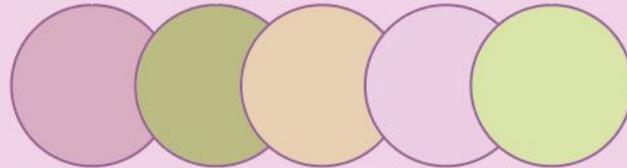
- Проанализировать рынок конкурентов
- Проработать цветовую гамму, которая станет акцентом фирменного стиля, шрифты, выработать концепцию
- Разработать шрифтовой логотип с добавлением графических элементов
- Разработать дизайн (меню, бумажных стаканов, упаковки для выпечки, открыток, визиток, формы, сайта)
- Отстранится от конкурентов
- Привлечь новых клиентов



Мудборд

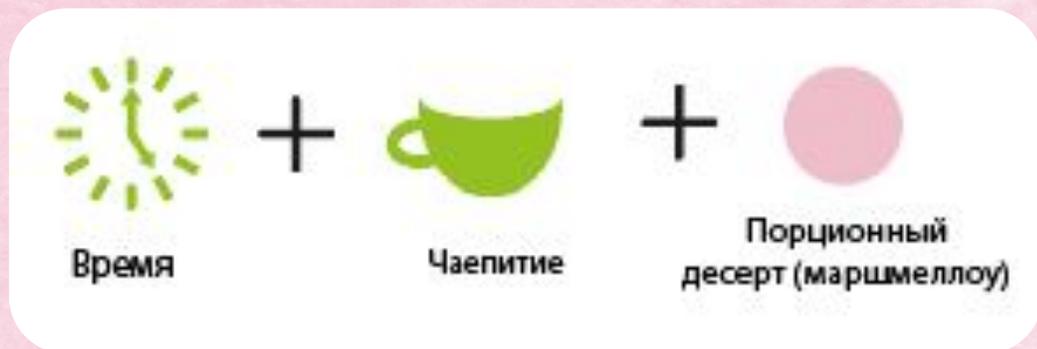


Macho Blask
Macho Bold



Концепция проекта

Время чаепития, в нашем мире, сложно представить без сладостей. Кап Кейк, в переводе с английского, это чашечный торт. Данная кондитерская делает упор на порционные десерты, маршмеллоу, зефир, бенто-торт и торт в стакане.



Разработка эскизов



Основная версия логотипа

Идея логотипа заключается в том, что он реализует в себе задуманную концепцию. Основная версия логотипа состоит из уникальной, привлекающей внимание иконки и оригинального шрифтового начертания Macho Blask, Macho Bold.

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.

Фирменные цвета

Основные цвета



PANTONE 165-11
CMYK 11-46-28
RGB 186-187-132



PANTONE 77-3
CMYK 33-16
RGB 218-173-195

Дополнительные цвета



PANTONE 121-2
CMYK 18-0-5-0
RGB 217-238-244



PANTONE 83-1
CMYK 4-11-0-0
RGB 245-233-244



PANTONE 73-3
CMYK 0-40-5-0
RGB 245-180-204



PANTONE 121-2
CMYK 18-0-5-0
RGB 217-238-244



PANTONE 121-2
CMYK 18-0-5-0
RGB 217-238-244



PANTONE Black
CMYK 0-0-0-100
RGB 29-29-27

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

Типографика

Macho Blask

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

Macho Regular

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
Абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
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, меню, а также подчеркивают индивидуальность бренда



Обычный

Зима

Осень

Весна

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

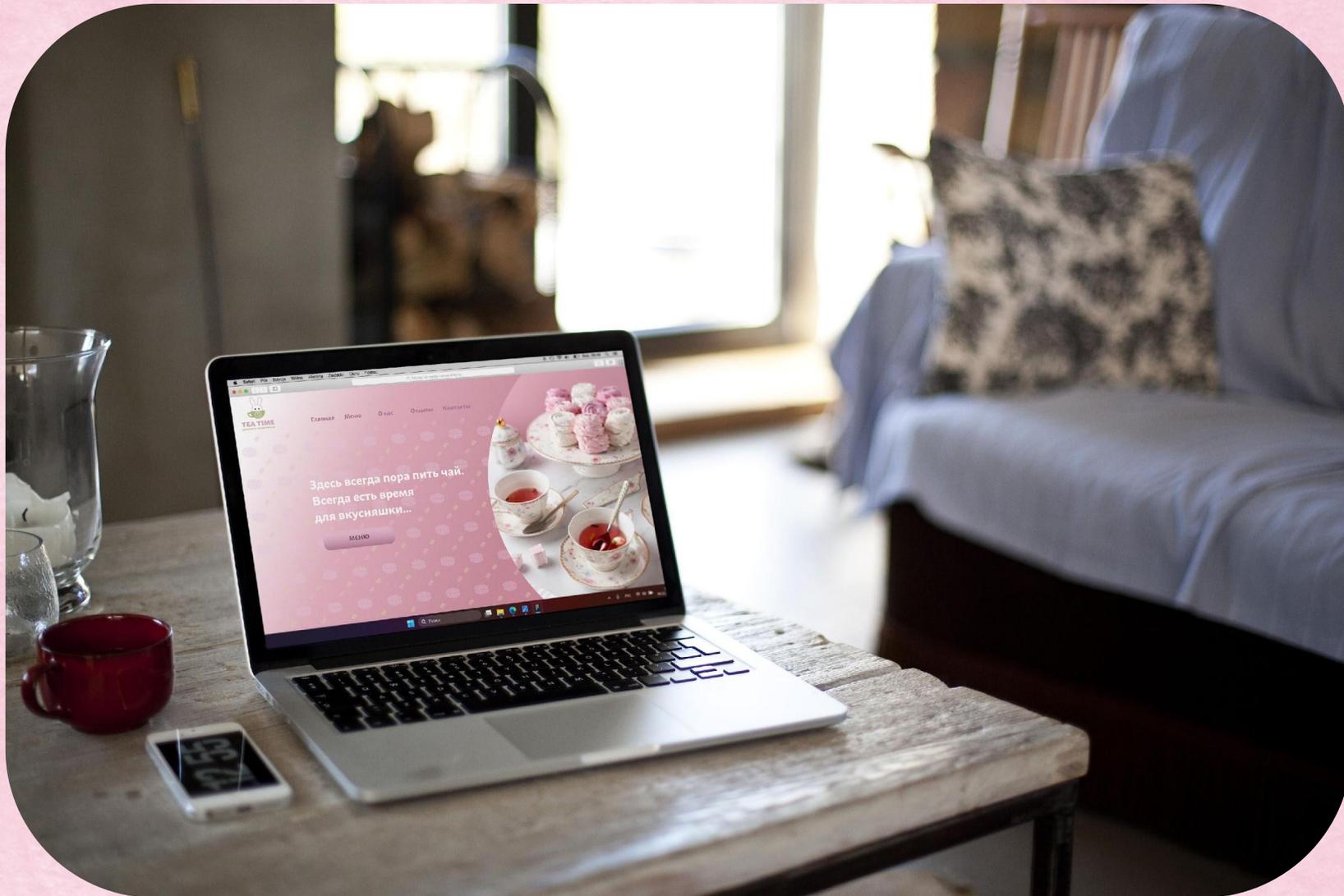
Упаковка для десерта «Торт в стакане»
адаптированная под сезонные праздники.



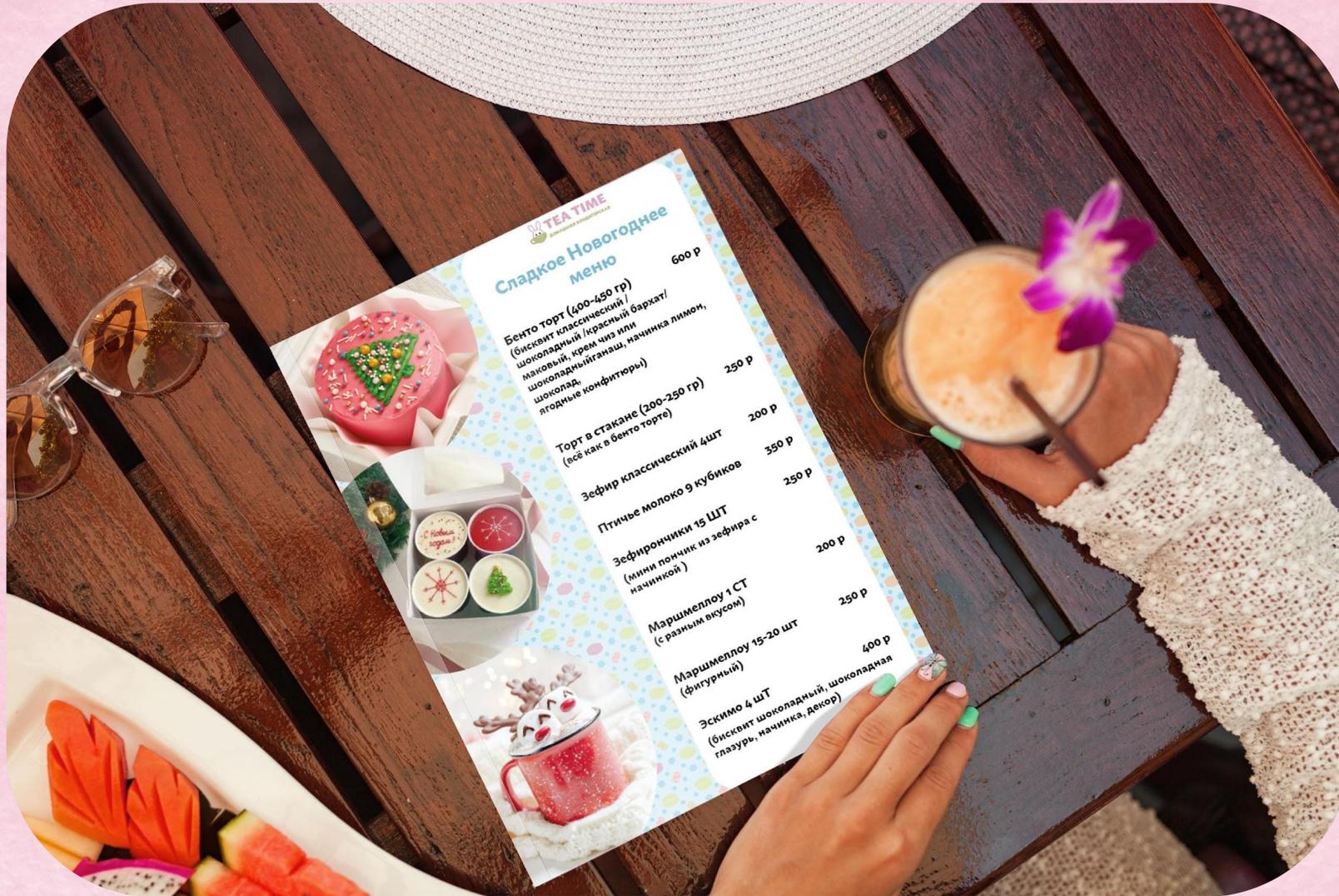
Открытка.



Сайт.



Меню.



Элементы фирменной одежды. Фартук.



Фирменная кружка для участия в розыгрышах.



Обоснование успешности выбранной концепции

В результате работы был создан привлекающий внимание логотип, который будет меняться в зависимости от предстоящих праздников. Были разработаны паттерны на каждый сезон.

Данный образ будет привлекать клиентов своей лаконичностью и хорошо запоминаться. Разработанная концепция фирменного стиля является успешной, т.к. лучше отражает интересы целевой аудитории, чем фирменный стиль большинства конкурентов.





Разработка фирменного стиля для домашней кондитерской «Tea Time»

Рычкова Марианна Анатольевна
Группа 812