

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Факультет искусств

Кафедра дизайна

Евтушенко Анастасия Андреевна

4 курс

Пояснительная записка

к выпускной квалификационной работе

**Разработка фирменного стиля для компании по производству и
продаже нерудных материалов “Неруд-Трейд”**

Направление 54.03.01 «Дизайн»

квалификация: бакалавр дизайна (графический дизайн)

Руководитель дипломного проекта:

Никитина Анна Александровна, старший

Руководитель теоретической части:

Позднякова Ксения Григорьевна

Санкт-Петербург

2024

Содержание

Вводная часть:

1. Тема выпускной квалификационной работы
2. Основание для выполнения работы
3. Актуальность выбранной темы
4. Цель работы
5. Задачи
6. Практическая значимость разработки
7. Целевая аудитория

Основные этапы работы:

1. Предпроектное исследование
2. Концепция проекта
3. Эскизное проектирование
4. Компьютерная разработка проекта
5. Вывод на планируемые носители информации.

Вводная часть

1. Тема выпускной квалификационной работы

Разработка фирменного стиля для компании по производству и продаже нерудных материалов “Неруд-Трейд”

2. Основание для выполнения работы

Тема проекта была выбрана в связи с личной заинтересованностью в брендировании компаний.

Также, поступил запрос организации: компания "Неруд-Трейд" является заказчиком данного проекта и выразила свою заинтересованность в разработке.

3. Актуальность

Помощь в развитии бизнеса, создание фирменного стиля, который будет способствовать узнаваемости и привлечению клиентов и укрепить свои позиции на рынке.

4. Цель проекта

Разработка фирменного стиля для компании по производству и продаже нерудных материалов “Неруд-Трейд”

Помочь сформулировать послание, которое компания хочет транслировать своим клиентам и выразить его вербально (в слоганах, логлайнах) и невербально (сайт, фирменный стиль, сувенирная продукция: календари, канцелярия)

5. Задачи проекта

1. Провести интервью с заказчиком для определения требований к фирменному стилю.
2. Изучить и проанализировать аналоги в отрасли для определения

особенностей дизайна фирменного стиля.

3. Проанализировать целевую аудиторию для понимания их потребностей и предпочтений.
4. Разработать концепцию проекта, отражающую ценности и уникальность компании.
5. Определить основные носители фирменного стиля, такие как упаковка продукции, веб-сайт, рекламные материалы.
6. Разработать ключевые элементы фирменного стиля - логотип, знак, цвета, шрифт, графика.
7. Разработать печатные носители фирменного стиля, такие как визитки, бланки, буклеты.

6. Практическая значимость проекта

Компания “Неруд-Трейд” заинтересована в развитии и продвижении. Разработанный проект может быть в дальнейшем реализован.

Проект является долгосрочной инвестицией в развитие бренда. Он позволяет создать стабильный и узнаваемый образ компании, который будет использоваться в течение длительного времени. Разработка фирменного стиля для "Неруд-Трейд" будет служить основой для всех последующих маркетинговых и рекламных активностей компании.

Предпроектное исследование:

Анализ аналогов

Своей целью в создании фирменного стиля я ставлю отражение характера, ценностей и преимуществ компании через визуал. Стиль также должен быть универсальным и комплексным

ОИК

Завод легких металлоконструкций

<https://hsbranding.ru/projects/oik/>



Удачным моментом, на мой взгляд, является отражение в айдентике характера и ценностей компании. Мне нравится то, как используется сетка, создается паттерн, ассоциирующийся с металлоконструкциями.

Модульный паттерн применимы в различной среде и на различных носителях, что делает проект универсальным и легким в дальнейшем использовании.

Айдентика Корпорации морского приборостроения

В этом аналоге мне понравилось, что характер, ценности, миссия компании отражены в айдентике, а главное образ четко считывается.

Использование дорожных элементов в дизайне создает прямую ассоциацию с сферой деятельности.

Сайт компании «Дёке»

<https://www.artlebedev.ru/docke/site/>



Этот аналог интересен тем, что показывает как можно интересно оформить сайт магазина, который внешне ничем не выделяется. Отмечу также, что дизайн решает проблему схожих маркетинговых и дизайнерских ходов, (для сайтов характерна бесконечно сложная навигация, суетливая риторика вместо товара лицом).

Айдентика компании «ТрансДорТех»

<https://www.artlebedev.ru/transdorteh/>



В данном аналоге я нахожу интересным, что паттерн может использоваться как в виде отдельных деталей на форме рабочих, так и для оформления разных документов и корпоративных соцсетей, такой комплексный подход я бы хотела создать и в своей работе.

Айдентика «СтроимПросто»

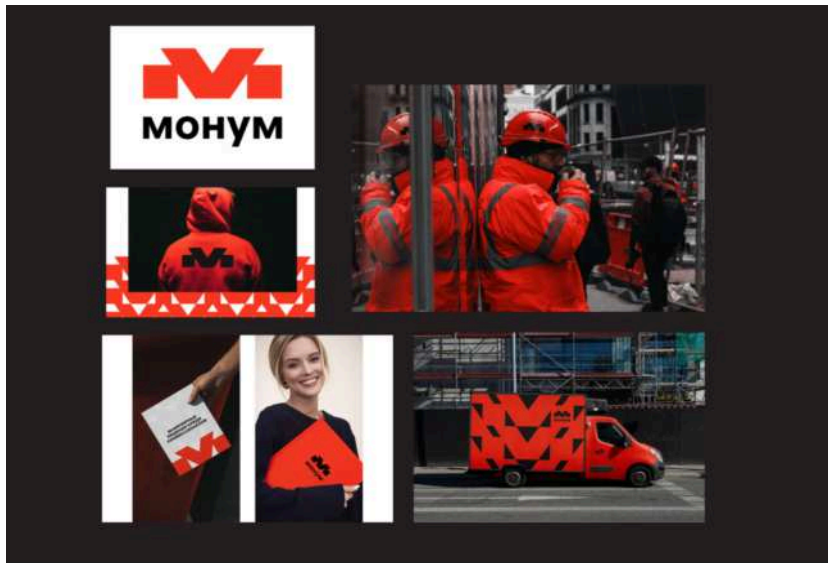
<https://www.artlebedev.ru/stroimprosto/identity/>



Удачным моментом, на мой взгляд, является геометричная рамка, которая в зависимости от носителя незначительно меняется, гибко подстраиваясь под текстовый блок, такую рамку можно адаптировать под различные носители и цели брендинга.

Логотип компании «Монум»

<https://www.artlebedev.ru/monum/>

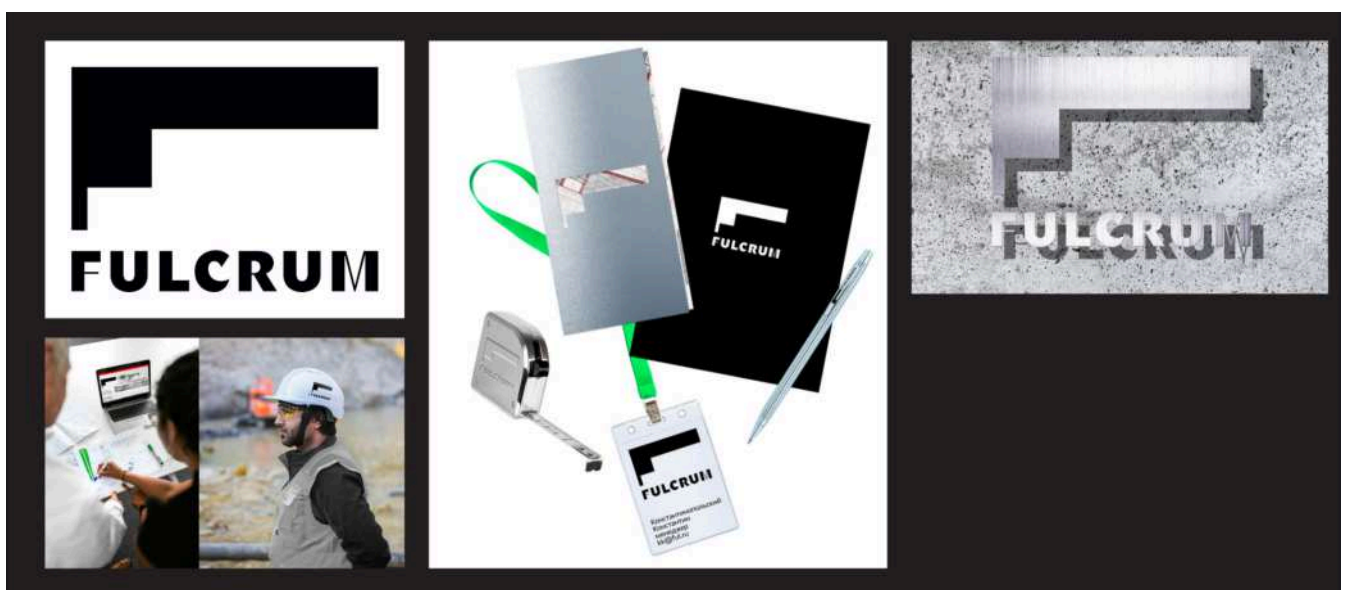


В этой работе я нахожу интересной динамику паттерна, из простой геометрии выстраивается паттерн. Крупные основательные формы задают образ надежной технологичной. Отражается строительная симметрия.

В айдентике присутствует акцентный красный цвет, это подходит под запрос заказчика, так как они хотели бы выделиться на фоне конкурентов.

Логотип компании «Фолкрум»

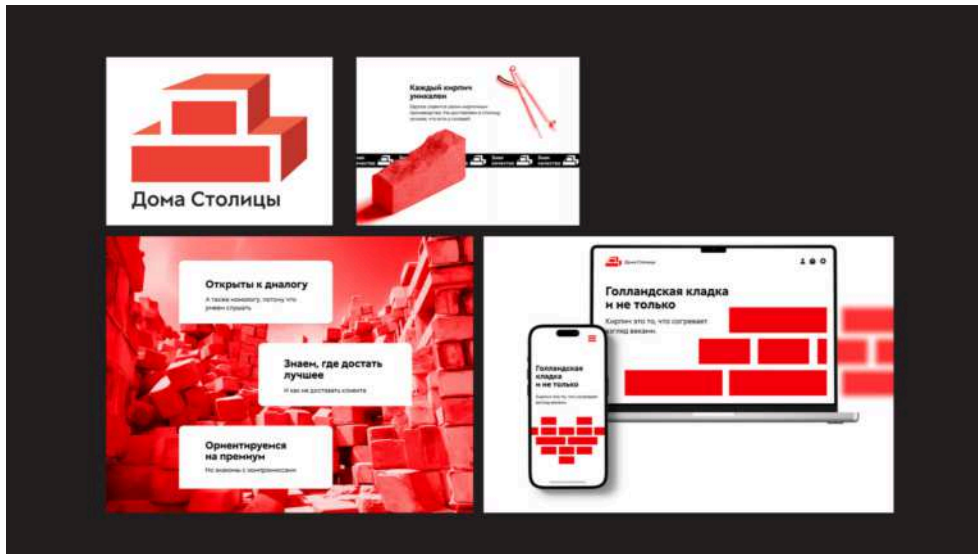
<https://www.artlebedev.ru/fulcrum/>



Удачным решением, на мой взгляд, является отражение в логотипе и носителях характера и ценностей компании. Интересно решен логотип, буква F по форме как чертеж, можно менять текстуры, создать вариативность.

Логотип компании «Дома столицы»

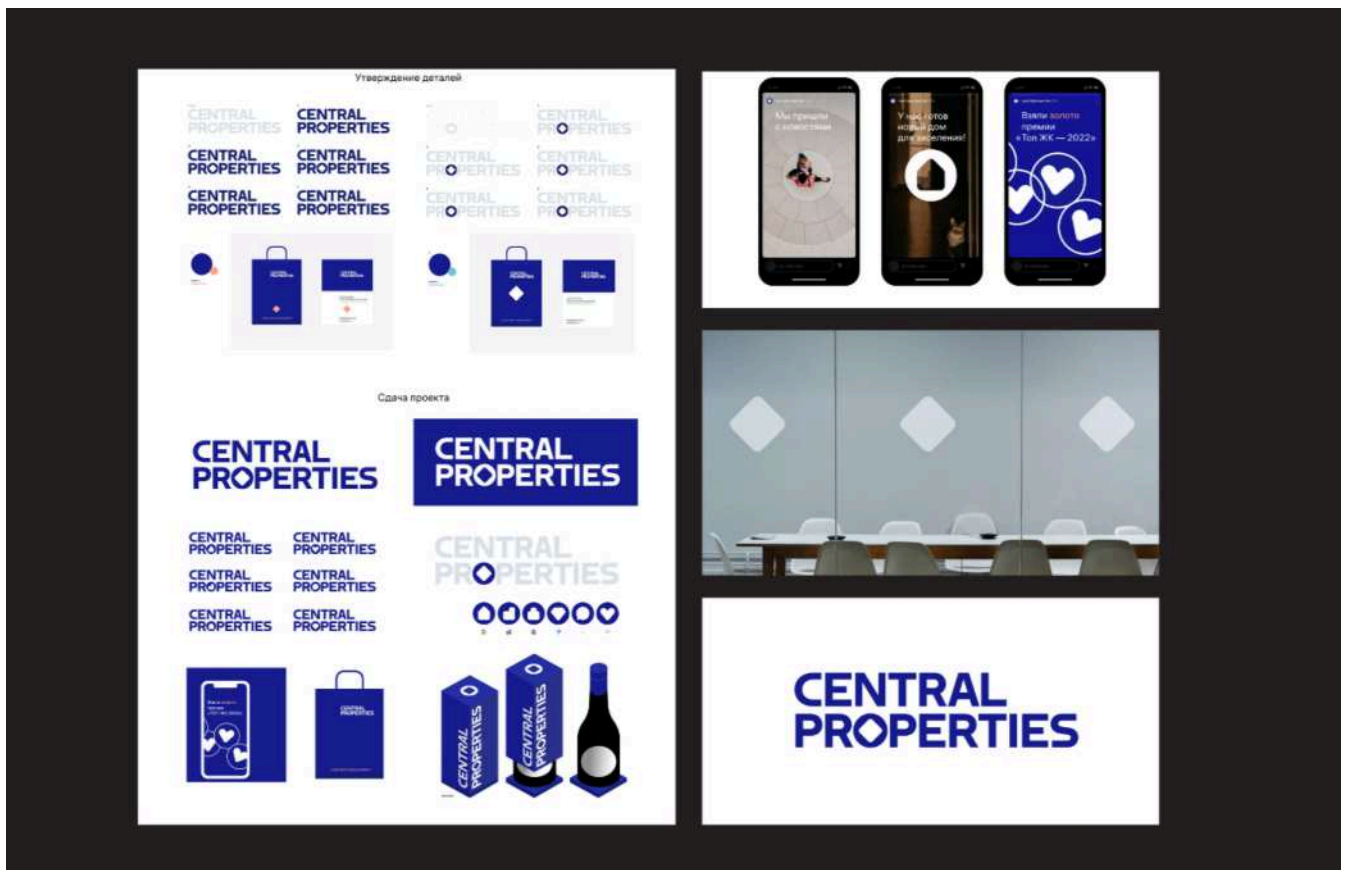
<https://www.artlebedev.ru/doma-stolitsy/>



Характер и ценности компании отражены в айдентике. Яркий цвет кирпича, акцентный цвет, интересное решение с прямым использованием продукта

Айдентика компании «Сентрал пропертиз»

<https://www.artlebedev.ru/central-properties/process/>



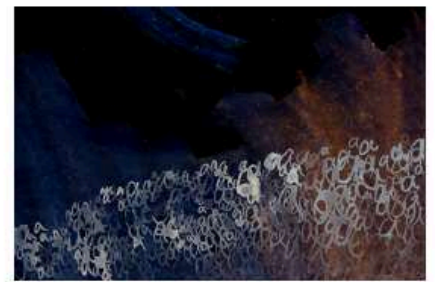
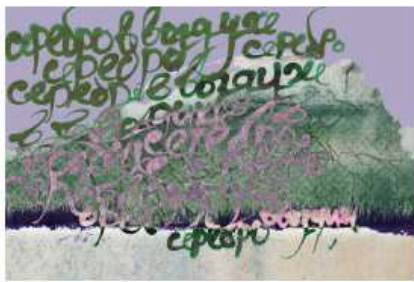
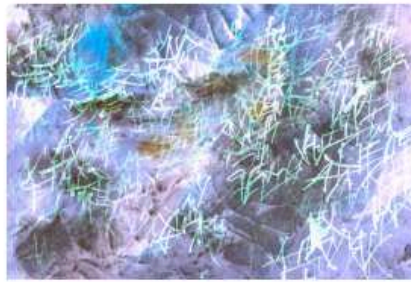
Для себя в этой работе я выделила прием с акцентом в виде ромба в букве О

простор для множества различных трактовок, лаконичное и вариативное решение, которое удобно масштабировать.

Стилистические аналоги

Дизайн арт-путеводителя по Северной Осетии-Алании

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_23/kovalchuk.html



В своем проекте я хотела бы использовать природную текстуру камня, стилистически эта работа мне подходит. Стилистически в этом аналоге мне понравился перевод в графику проекта различных природных материалов.

Разработка визуальной концепции форума креативных практик «новая материальность»

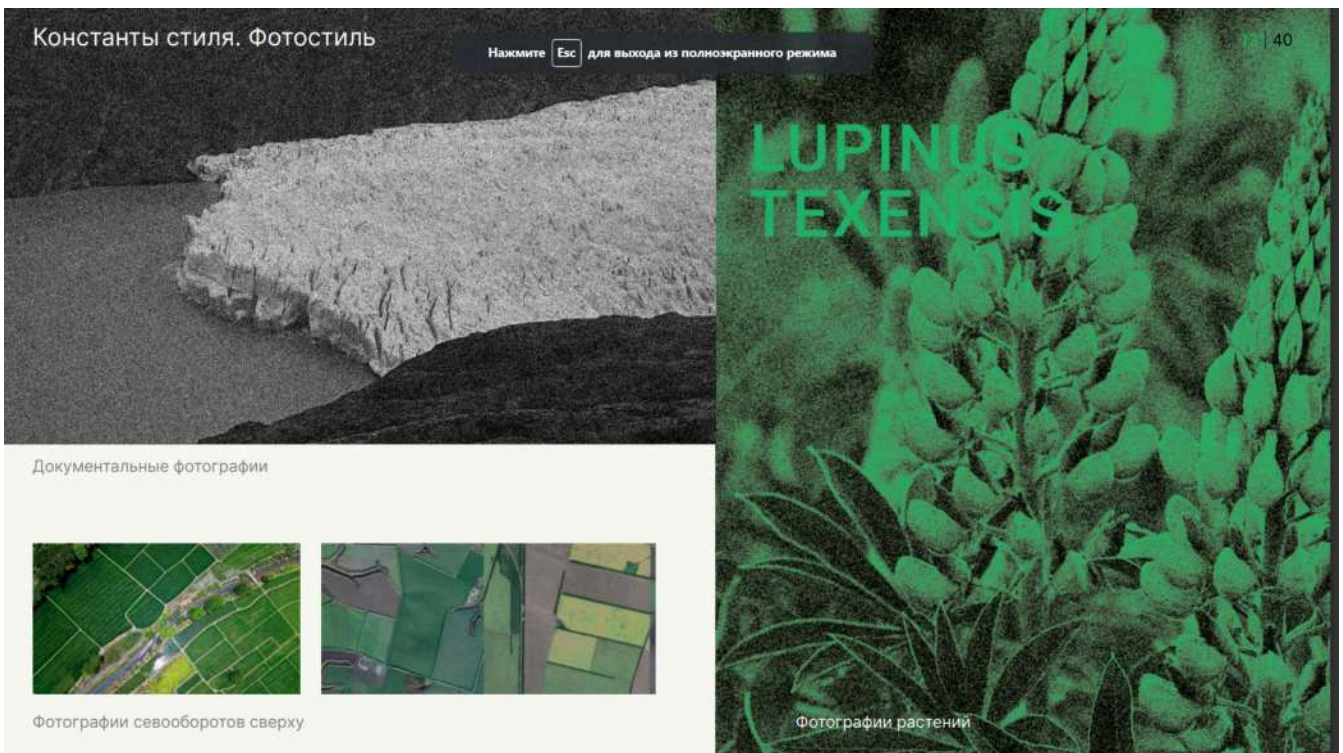
https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_23/khamatianova.html



Меня привлекает графика и текстуры, в своем проекте хотелось бы использовать такой прием

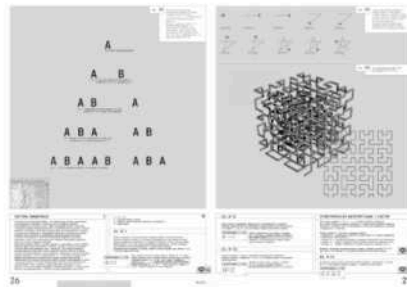
Дизайн информационных материалов для научно-просветительского проекта «климат. почва. углерод»

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_23/volkova.html



Разработка дизайн-проекта о связи биологического и цифрового мира

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_22/vodolazova.html

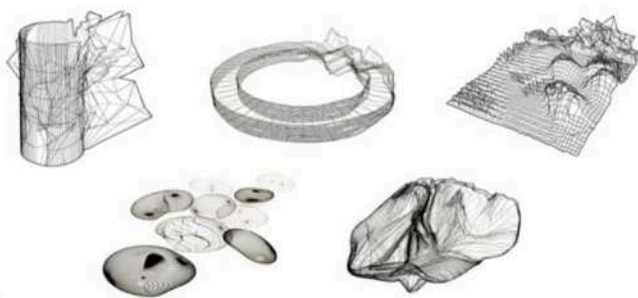


В двух данных аналогах мне понравилось использование фото природы с обработкой.

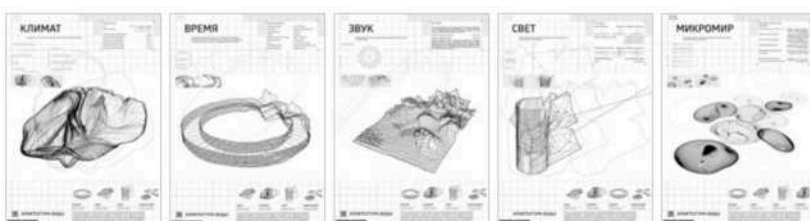
Моделирование восприятия природного окружения в городской среде на примере проекта “архитектура воды”

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_22/kalashnik.html

5 инсталляций



серия плакатов



сайт



Анализ аналогов позволил выявить основные конкурентные продукты, их ключевые характеристики и особенности, помог мне понять специфику графических решений для строительной сферы. На основе этого анализа было

найденно несколько успешных визуальных ходов, помогло сформировать стиль и дальнейшую концепцию темы

7. Целевая аудитория

основные потребители

Заказывают материалы только в проверенных местах, так как ценят пунктуальность и исполнения договора. Все рассчитано по часам, когда идёт стройка нет времени ждать машину с материалом. Неприемлемы ошибки в фракциях и объемах щебня, тк это замедлит стройку, как следствие вызовет недоверие если они будут знать, что их не подведут – будут обращаться постоянно и заказывать только в одном месте

гостевые потребители

Хотят сэкономить, переходят от одной компании к другой, сверяют цены и ищут самое выгодное предложение, им не столь важна точная доставка, но нужно, чтобы качество было хорошим. Когда нужно в срок они обращаются в нашу компанию, готовы переплатить за точность доставки, но обычно ищут самое выгодное предложение

Концепция

Создаем хорошее расположение духа покупателям. Все компании говорят об одинаковых преимуществах: качество товара, доставка в срок и надежность. Выделиться интонацией: давать и создавать эмоциональную обстановку, четко работать, чтобы клиенты были расслаблены в хорошем приподнятом настроении, вели бы себя как с лучшим другом, которому полностью доверяют.

Эскизное проектирование

На начальном этапе разработки проекта проводилось интервью с заказчиком для определения требований к фирменному стилю.

Был осуществлен сбор информации по деятельности организации, составлен

дизайн-бриф.

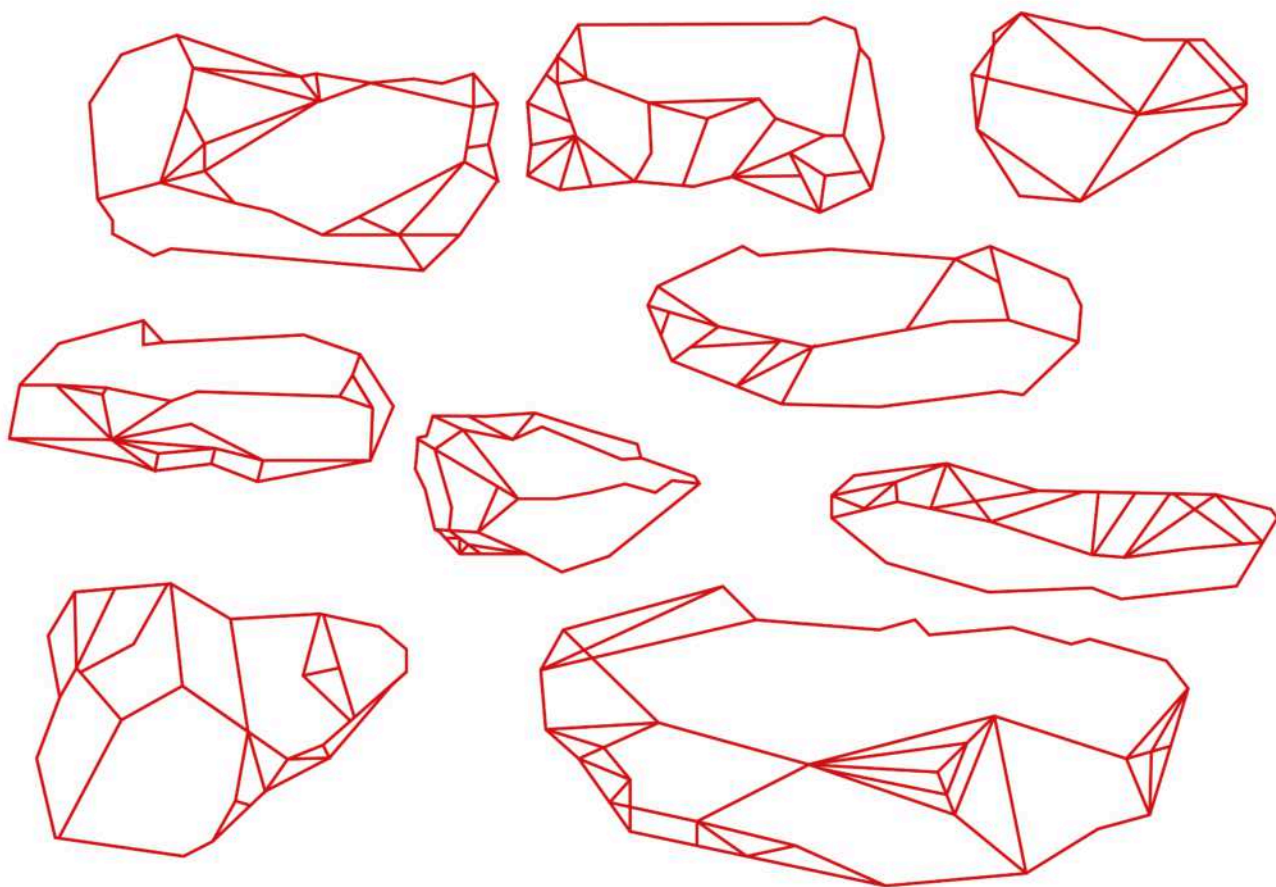
Были изучены аналоги в отрасли для определения особенностей дизайна фирменного стиля. Проанализирована целевая аудитория для понимания потребностей и предпочтений.

Для проекта были выбраны гарнитуры Futura и Yu Gothic UI (для логотипа).

Для цветовой гаммы, по желанию заказчика, подобраны акцентные яркие цвета.

Была создана система слоганов на основе переделки фразеологизмов, которые будут выделять компанию, делать ее запоминающейся и отражать ее ценности и клиентские выгоды.

Были разработаны иллюстрации камней для фирменного стиля

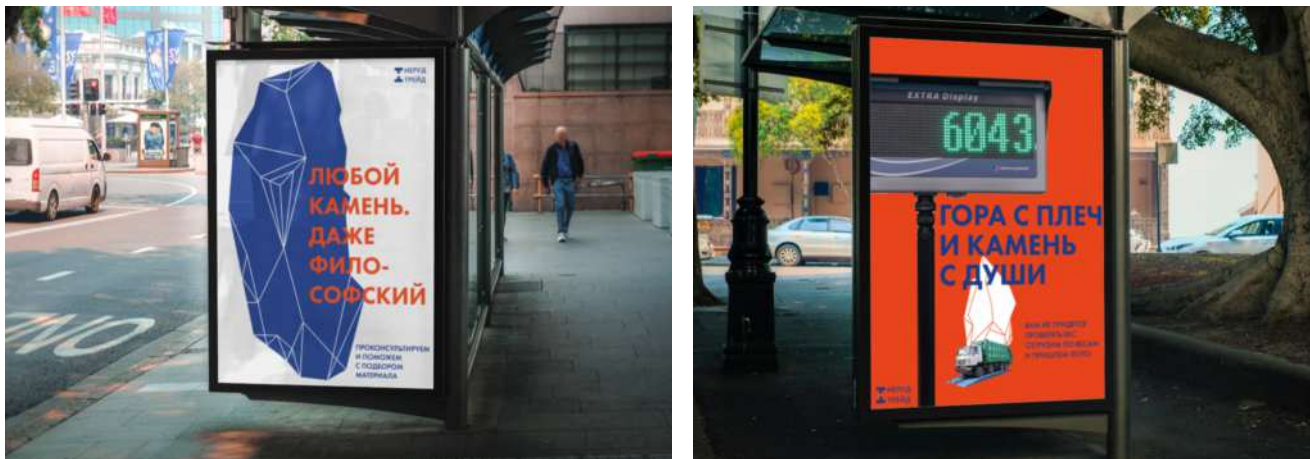


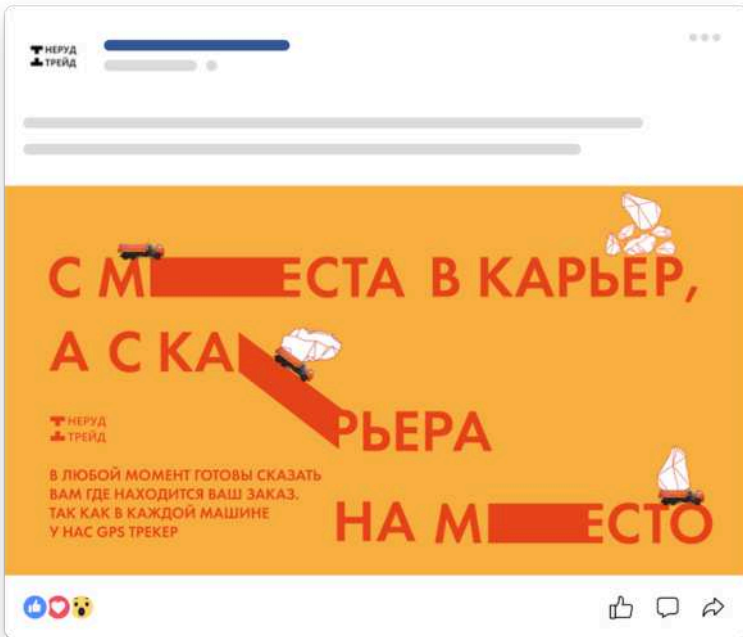
Компьютерная разработка

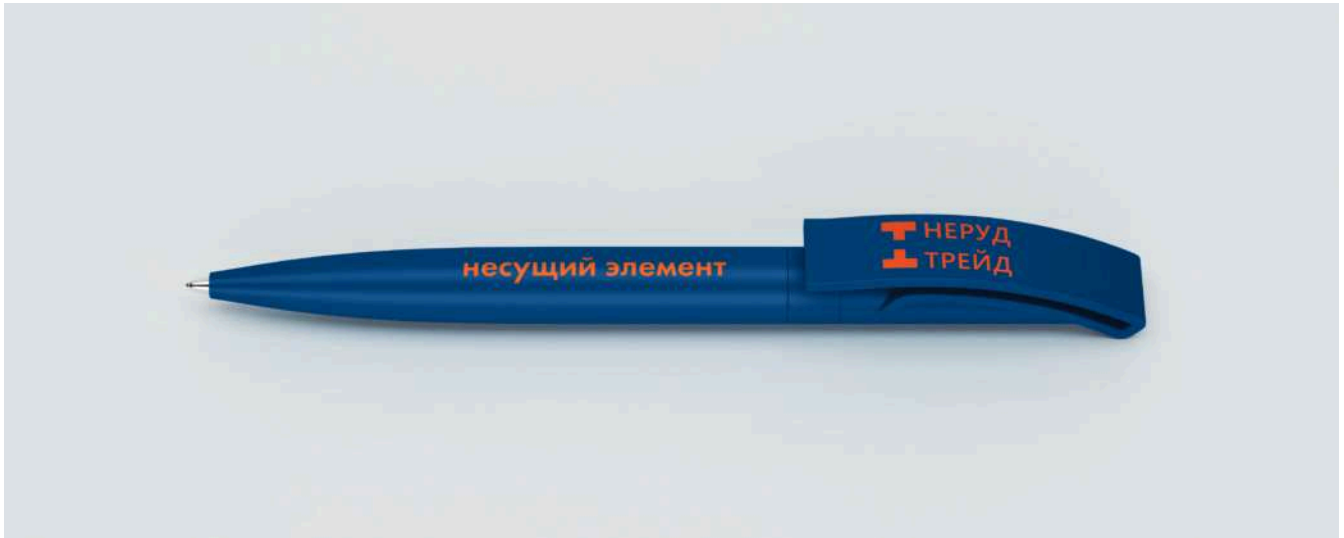
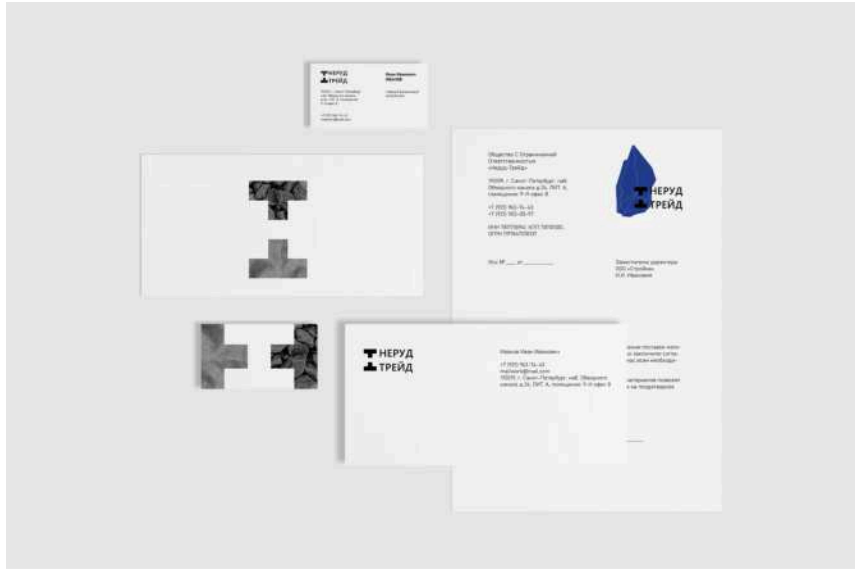
В процессе проектирования я использовала компьютерные программы для разработки фирменного стиля: Adobe Illustrator для создания всей графической составляющей подачи, Adobe InDesign для верстки печатной продукции.



Вывод на планируемые носители информации









Ссылка на сайт

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_24/evtushenko.html

Список использованной литературы и интернет-ресурсов

• Интернет-ресурсы

<https://hsbranding.ru/projects/oik/>

<https://www.artlebedev.ru/kmp/identity/>

<https://www.artlebedev.ru/docke/site/>

<https://hsbranding.ru/projects/kontejnerye-perevozki/>

<https://www.artlebedev.ru/docke/site/>

<https://www.artlebedev.ru/stroimprosto/identity/>

<https://www.artlebedev.ru/monum/>

<https://www.artlebedev.ru/central-properties/process/>

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_23/kovalchuk.html

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_23/khamatianova.html

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_23/volkova.html

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_22/vodolazova.html

https://webdesignprojects.spbu.ru/diploma_22/kalashnik.html

