

Викладач: Ренгевич О.В.

Предмет: Інформатика

Урок 56

13.06.2022

Тема уроку: Створення логотипів. Брендгайд. Брендбук

Вивчення нового матеріалу

Опорний конспект

Алгоритм створення логотипу

1. **Починайте з обговорення:** щоб зрозуміти потреби бізнесу та цільову аудиторію, під час обговорення можна задати кілька питань, а також обов'язково подивитись на сайт клієнта, якщо такий є.
2. **Створюйте ескізи:** Це можуть бути навіть не ескізи в графічному редакторі, а створені олівцем на папері в той момент коли на думку спала блискаucha ідея.
3. **Колір:** колір має не лише привертати увагу, але й передавати значення.
4. **Пропорція та симетричність:** у створенні логотипу завжди дотримуйтесь основних правил пропорції, використовуйте графічну розмітку та [золотий переріз](#).
5. **Простір,** використання негативного простору та подвійне значення: логотип має привертати увагу сам по собі і в ідеалі виглядати добре на будь-якому фоні.
6. **Шрифт:** при створенні унікального логотипу краще ввімкнути трохи більше креативності, та попрацювати над дизайном тексту.
7. **Не повторюйтесь:** кліше та однотипність – це те, що може зіпсувати будь-який, навіть найкраще скомпонований логотип.
8. **Асоціативність:** знайти правильну історію та асоціації можна на етапі обговорення ідеї з клієнтом .
9. **Простота:** не завжди наявність великої кількості деталей допомагає.
10. **Емоції:** для тих, хто думає як створити ідеальний логотип, це апелювати до емоцій.

Перегляньте відеоматеріал “Як створити логотип” за посиланням:
<https://www.youtube.com/watch?v=0fL6iiJAUEM&t=13s>

Перегляньте відеоматеріал “10 головних законів грамотного логотипу” за посиланням:

https://www.youtube.com/watch?v=Nd9NgQJCEK4&ab_channel=WAYUP%26%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%93%D0%B0%D0%B2%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B2

Психология цвета в маркетинге и брендинге. Значение основных цветов.

ФИОЛЕТОВЫЙ	РОСКОШЬ И КАПРИЗ		
СИНИЙ	СПОКОЙСТВИЕ И ЛОГИКА		
ЗЕЛЕНЫЙ	ПОЛЬЗА И ЭКОЛОГИЧНОСТЬ		
ЖЕЛТЫЙ	ПЕСЕЛЫЕ И ДРУЖЕЛЮБНЫЕ		
ОРАНЖЕВЫЙ	ИГРИВОСТЬ И КОМФОРТ		
КРАСНЫЙ	СИЛА И СТРАСТЬ		
РОЗОВЫЙ	СЛАДОСТЬ И СЕКСУАЛЬНОСТЬ		
КОРИЧНЕВЫЙ	ТЕПЛО И НАДЕЖНОСТЬ		
ЧЕРНЫЙ	ЭКСКЛЮЗИВ И ГЛАМУР		

Брендбук

Брендбук (Brandbook) - досить об'ємне видання, що містить в собі інформацію по фірмовому стилі компанії та правила його використання.

Брендбук - головна книга компанії. Його відмінність від фірмового стилю полягає в тому, що фірмовий стиль призначений для споживача і покликаний виділити бренд з ряду конкурентів. Тоді як брендбук призначається для працівників компанії, в першу чергу для тих, хто займається просуванням бренду на ринку.

Покликання брендбука - це опис цінностей бренду і способів донесення їх до споживачів:

- Місія і філософія компанії (звичайно, якщо це не порожні слова, а визначальні фактори ведення бізнесу);
- Опис цінностей бренду;
- Опис ключових ідентифікаторів бренду;
- Опис повідомлення бренду, яке передається споживачеві;
- Опис каналів передачі повідомлення;
- Опис методів передачі повідомлення (аудіо, відео, фото, тексти).

Брендбук - це збір документів, що комплексно описують цінності бренду і стиль донесення їх до споживача, керівництво по правильному використанню фірмового стилю і образу бренду.

Основне завдання брендбуку - підтримувати однаковість ідеї бренду і його айдентики (фірмового стилю) у всіх вербальних і візуальних каналах комунікації, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Часто у багатьох виникає плутанина у визначенні того, що таке брендбук, так як в різних матеріалах можна зустріти різні описи цього документа. Пояснюється це просто. Бренд-бук компанії як матрьошка: він може складатися з різної кількості розділів, найбільш повно описують конкретний бренд і який відбиває сферу бізнесу.

Найчастіше в брендбук включаються:

1. **Бренд-гайд (brandguide)**, де описується стратегічна платформа бренду: цільова аудиторія, позиціонування, основна ідея бренду, платформа бренду, повідомлення та ін. елементи, що мають відношення до стратегії бренду (За кордоном часто саме цей розділ називається брендбуком, він не містить правил і описів фірмового стилю, а містить опис суті бренду і його стратегії). Часто даний документ є внутрішнім документом компанії, не призначеним для надання зовнішнім підрядникам, так як є комерційною таємницею.

2. **Гайдлайн (guideline)** - паспорт стандартів фірмового стилю, який описує основну візуальну ідею бренду, правила побудови та використання фірмового стилю, фірмової айдентики (В Україні саме цю частину бренд-стандартів найчастіше називають брендбуком, хоча вона не містить опису стратегічної частини бренду, а представляє паспорт стандартів візуальної айдентики).

3. **Катгайд (cutguide)** - це паспорт певного процесу чи певного елемента комплексу маркетингу, критично важливого для бренду. Це можуть бути схеми з мерчандайзингу для товарів FMCG або фірмові стандарти будівництва та оздоблення роздрібних точок рітейлера. Катгайд це фактично інструкція з повним описом матеріалів і технологій, необхідних для реалізації маркетингового елемента. Настільки докладна інструкція необхідна підрядникам, що здійснюють виробництво носіїв фірмового стилю або лінійному персоналу компанії для

якісної реалізації фірмових стандартів на місцях. Катгайд дозволяє компанії контролювати підрядників і співробітників і отримувати результат, відповідний стандартам бренду.

При розробці брендбуку проводиться комплексний аналіз бренду і його атрибутів, формалізуються стандарти фірмового стилю і стандарти бренду.

Практичне завдання на ПК

Під час роботи за ПК дотримуйтесь правил безпеки

1. Працюйте з чистими руками.
2. Не робіть різких ударів при роботі з клавіатурою.
3. Припиняйте роботу при появі незвичайного звуку, запаху або самовільного вимикання ПК і негайно повідомте про це дорослих.
4. Після виконання роботи не забудьте вимкнути комп'ютер.

Завдання: Створіть логотип для вигаданої компанії

1. Оберіть сферу діяльності компанії для якої буде створений логотип. Вигадайте назву компанії.
2. Виберіть кольорову гаму, використавши раніше вивчені матеріали до уроків.
3. Подивіться відео урок про створення логотипу. Створіть кілька ескізів, оберіть найбільш вдалий. Оберіть фігури і тексти, за допомогою яких буде побудоване зображення.
4. Оберіть програмний продукт за допомогою якого буде побудований логотип.

Наприклад: [Безкоштовний Logo Maker](#), [Wix Logo Maker](#), [Turbo Logo](#), [Designimo](#) , [Inkscape](#), [Gimp](#) тощо.

5. Побудуйте графічне зображення дотримуючись вимог симетрії, пропорції, асоціативності, простоти, емоціональності.
6. Збережіть отримане зображення.

ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ:

1. Опрацюйте теоретичний матеріал.
2. Зробіть стислий конспект.
3. Виконайте практичне завдання на ПК

Зробіть скриншот виконаного домашнього завдання та надішліть на e-mail:

ksenija.rengevich@gmail.com або на Viber (096 699 17 66)