

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

КОРПОРАТИВНЫЙ ДИЗАЙН

Методические указания
к выполнению практических заданий
для студентов
обучающихся по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Воронеж 2020

УДК
ББК

Составители: Н.В. Перова

КОРПОРАТИВНЫЙ ДИЗАЙН: метод. указания к вып. практических заданий для студентов обучающихся по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)/ сост.: Н.В.Перова.; Воронежский ГТУ; - Воронеж, 2020.- с.

Дается описание выполнения практических заданий по корпоративному дизайну

Предназначены для студентов специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Ил. . Табл. . Библиогр.: назв.

УДК
ББК

*Печатается по решению учебно-методического совета
Воронежского государственного технического университета*

Рецензист – С.И. Сергеева

Введение. Графический дизайн и основные понятия.

Современный графический дизайн это сфера художественно-проектной деятельности по созданию эффективной визуально-печатной среды. Графический дизайн совмещает в себе традиции в оформлении полиграфической продукции и современные представления восприятия среды.

Графические дизайнеры создают изображения, тексты для формирования визуальных представлений идей и сообщений. Они используют типографию, изобразительное искусство и методы компьютерной вёрстки для создания визуальных композиций. Можно выделить несколько определяющих разновидностей графического дизайна:

-корпоративный дизайн (фирменный стиль, логотип, поведение логотипа, визитка, бейдж, бланк письма, конверт, электронные письма, пропуск, фирменная папка, фирменный паттерн , брендинг, сувенирная продукция)

-информационный дизайн (билборды, афиши, плакаты, постер, рекламный модуль, рекламная стойка, листовки, флаер, дизайн мобильных приложений, дизайн сайта, рекламный модуль на сайте, билет, открытка, карты, инфографика, салфетки, буклет.)

-многостраничный дизайн (книги, каталоги, журналы, брошюры)

-дизайн упаковки

Графический дизайн необходим при формировании лица компании или продукта. Разрабатываемая, графическими дизайнерами, айдентика фирменного стиля (логотип, фирменные цвета, текст, графические элементы) является частью брендинга. Брендинг (branding) как элемент рекламы способна концентрировать внимание потребителей. Это целый процесс, в котором командой специалистов, в число которых входят и графические дизайнеры, создается уникальное «лицо» компании или продукта способное выделить его на современном рынке. Графический дизайн объединяет деловые и творческие цели.

ЧЕЛОВЕК И ПРИРОДА

21 - 25
СЕНТЯБРЯ
2018 ГОДА

ИРКУТСК
УЛ МУХИНОЙ, 2А

17 байкальский международный кинофестиваль имени В.Г. Распутина



Министерства
культуры Российской
Федерации
Правительства
Иркутской области
Министерства культуры
и архивов Иркутской
области

тел. +7 (3952) 56-70-60
e-mail: baikal.festival@gmail.com

Афиша. Информационный дизайн. Разработала студентка ВГТУ ФСПО
Бодрова И., преподаватель Перова Н.В.

Материализация объектов графического дизайна представляет собой дизайнерскую деятельность по эстетическому освоению предметно-пространственного окружения человека. Уровень точности проектирования визуально-коммуникативной среды определяется не только владением технических навыков у дизайнера, но и его проектным мышлением. Процесс разработки объектов графического дизайна (логотипы, знаки, шрифты) предполагает развитых творческих знаний и умений которые помогут студенту

решать поставленные проектные задачи с помощью художественных средств , нацеленных на создания художественной подаче способную;

-привлекать внимание

-позиционировать компанию или ее продукцию, выделять ее среди конкурентов

-информировать, иллюстрировать смысловую часть

-стимулировать продажи

Карьера в графическом дизайне охватывает все части творческого спектра и часто пересекается. Работники выполняют специализированные задачи, такие как дизайнерские услуги, издательская деятельность, реклама и связи с общественностью. Основные должности в отрасли часто зависят от страны. Они могут включать в себя: графический дизайнер, арт-директор, творческий директор, художник-мультипликатор и художник начального уровня производства. В обязанности могут входить специальные навыки, такие как иллюстрация, фотография, мультипликация или интерактивный дизайн.

Графические дизайнеры могут работать в компаниях, специально предназначенных для этой отрасли, таких как дизайнерские консультации или брендинговые агентства, другие могут работать в издательских, маркетинговых или других коммуникационных компаниях. Особенно после появления персональных компьютеров многие графические дизайнеры работают в качестве дизайнеров в организациях, не ориентированных на дизайн.

На сегодняшний день развивается такое направление как опытный графический дизайн. Опытный графический дизайн это совокупность знаний и умений обеспечивающие изучение, анализ и развитие взаимодействия человека с компанией или ее продуктами. От специалиста работающего в этой отрасли требуется применять коммуникативные навыки в искусственной среде, понимать физические установки. Опытные графические дизайнеры решают проблемы направления информационного дизайна (таблички, фирменные среды, выставки и музейные экспозиции, общественные и цифровые среды.

Опытный графический дизайн — это применение коммуникативных навыков в искусственной среде. Эта область графического дизайна требует, чтобы практикующие специалисты понимали физические установки, которые должны быть изготовлены, и выдерживали те же условия окружающей среды, что и здания. Таким образом, это междисциплинарный совместный процесс с

участием дизайнеров, производителей, градостроителей, архитекторов, производителей и строительных бригад.

В процессе работы над практическими занятиями корпоративного дизайна студент учится:

- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
- использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;
- работать над модельными проектами в условиях командной проектной деятельности;
- практикуют возможность быстрого и эффективного повествования сложной идеи в простые для понимания визуальные эффекты;
- самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, осознанно планировать образовательные траектории;
- ориентироваться в современном рынке и следить за развитием технологий данной отрасли;
- проводить глубокий тематический анализ для разработки будущих проектов;
- работать с необходимой нормативной документацией;
- осуществлять процесс проектирования с учетом современных тенденций в области графического дизайна;
- выполнять эскизы, клаузуры, коллажи, проекты с использованием различных графических средств.

Корпоративный дизайн-это единообразное оформление всех визуальных носителей компании. Качественный корпоративный дизайн включает в себя минимальные требования к общей стилистике и с сохранением разработанной айдентики позволит реализовывать разнообразные узнаваемые композиционные составляющие бренда.



Поиск идеи логотипа. Разработала студентка ВГТУ СПК Гунькина А.

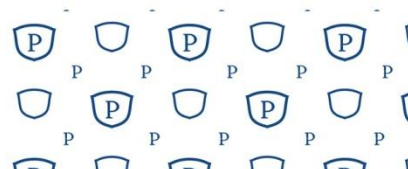


C 98%
M 76%
Y 18%
K 5%
R 26
G 70
B 132

C 85%
M 53%
Y 0%
K 0%
R 37
G 109
B 181

C 35%
M 7%
Y 0%
K 0%
R 177
G 213
B 242

TRAJAN PRO 3
AA EXTRA LIGHT
LIGHT
REGULAR
SEMIBOLD
BOLD
BLACK



Разработка элементов фирменного стиля. Выполнила студентка ВГТУ ФСПО
Гуныкина А. преподаватель Перова Н.В.

Фирменный стиль (айдентика) – это визуальный образ и единство элементов стиля (логотип, визитка, конверт, бланк и другая продукция), идентифицирующих принадлежность всего к определенной компании. Он нужен для того, чтобы сделать компанию более презентабельной перед партнерами и клиентами, а также повысить узнаваемость фирмы и уровень доверия.

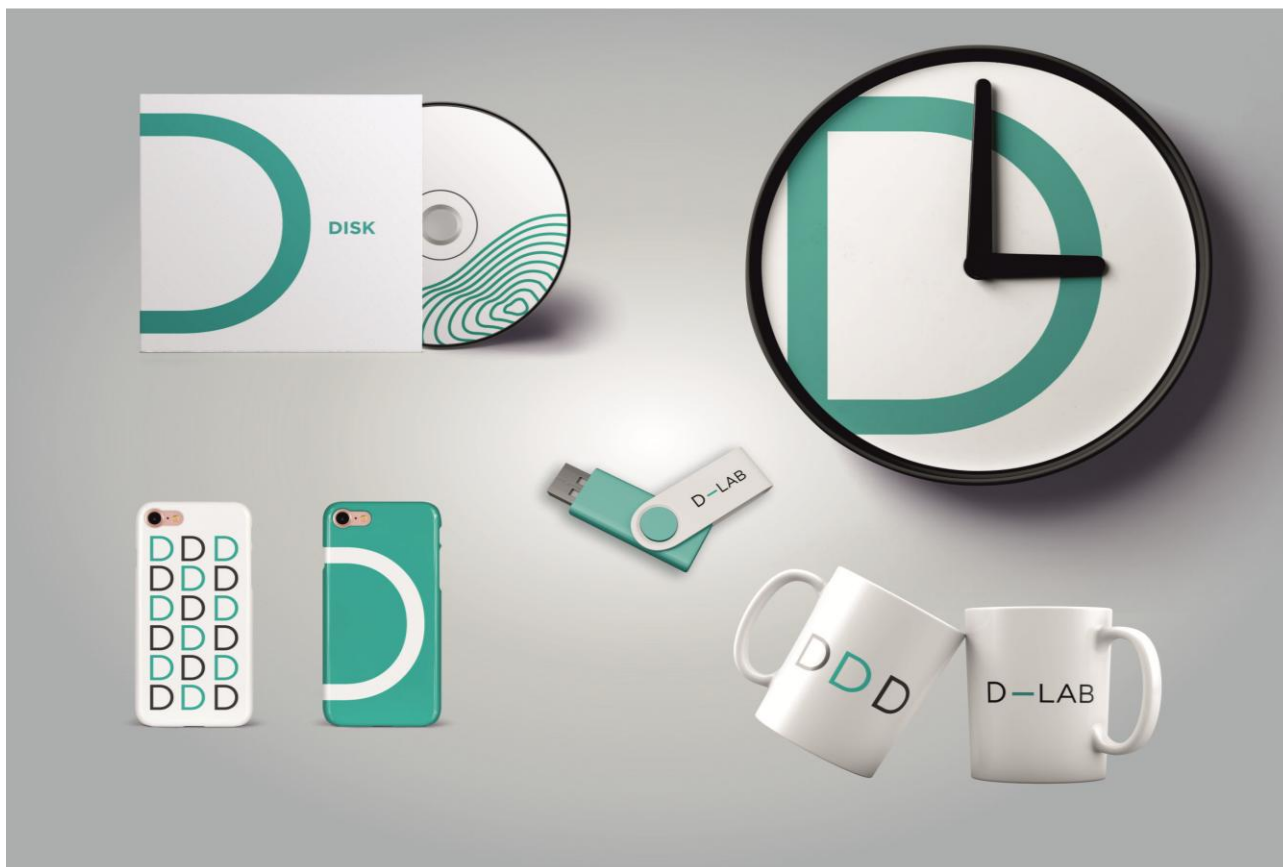
Фирменный стиль нужен, чтобы;

- выделить и сделать узнаваемой компанию среди конкурентов
- гармоничный, красивый и грамотный стиль вызывает доверие у потребителя
- для позиционирования и демонстрации деятельности

Фирменный стиль, должен быть индивидуальным, эстетичным, уместным и соответствовать технологическим требованиям.

В выполнении практических заданий студентам предложена следующая система фирменной айдентики корпоративного дизайна:

- товарный знак, логотип, фирменный бланк, фирменный паттерн, фирменный лозунг (слоган);
- фирменная гамма цветов;
- фирменный комплект шрифтов;
- прочие фирменные константы;



Сувенирная продукция. Разработала студентка ВГТУ СПК Стрекалова В.

Раздел 1 – Рекомендации по выполнению практических заданий

1. Практическое задание №1

Графическая работа: «Разработка логотипа, товарного знака»

1.1. Цель практического задания – разработать авторский, уникальный логотип для компании или продукта компании. При разработке использовать знания и умения формирующие творческий процесс при выполнении данного задания.

1.2. Задача практического задания:

- изучить историю и аналоги, провести анализ среди логотипов схожей тематики,
- сформировать концепцию авторского видения одного из вида логотипов;
- составить макет (коллаж) из необходимых изображений включающих в себя изображение поведения логотипа (основного цветного логотипа, основного логотипа с применением дополнительных цветов, черно-белого изображения данного логотипа и его черно-белая выворотка) .

1.3. Задание на выполнение практического задания:

Выбрать сферу деятельности компании и исследовать ее предполагаемую целевую аудиторию:

- 1) строительная сфера
- 2) магазин или производство сферы легкой промышленности
- 3) магазин или производство с детской тематикой
- 4) банковская сфера
- 5) творческая сфера
- 6) сфера питания
- 7) сфера туризма и спорта
- 8) предложенная любая, драя сфера целевой аудитории студентом

Каждый студент выбирает уникальную тему, не повторяющийся с уже выбранными другими студентами темами.

Изучает историю и проводит анализ фирм конкурентов..

Разрабатывает нейминг компании .

Разрабатывает логотип . Логотип-это основной элемент фирменного стиля. Работа дизайнера по созданию логотипа основана на разработке лаконичного образа в стиле компании с учетом ее целевой аудитории. Логотип является знаком с правильно подобранной цветовой схеме и композиции. Хороший логотип разработан в простейшей форме. Выбранный логотип может быть разработан в нескольких видах;

- знаковый логотип
- шрифтовой
- комбинированный

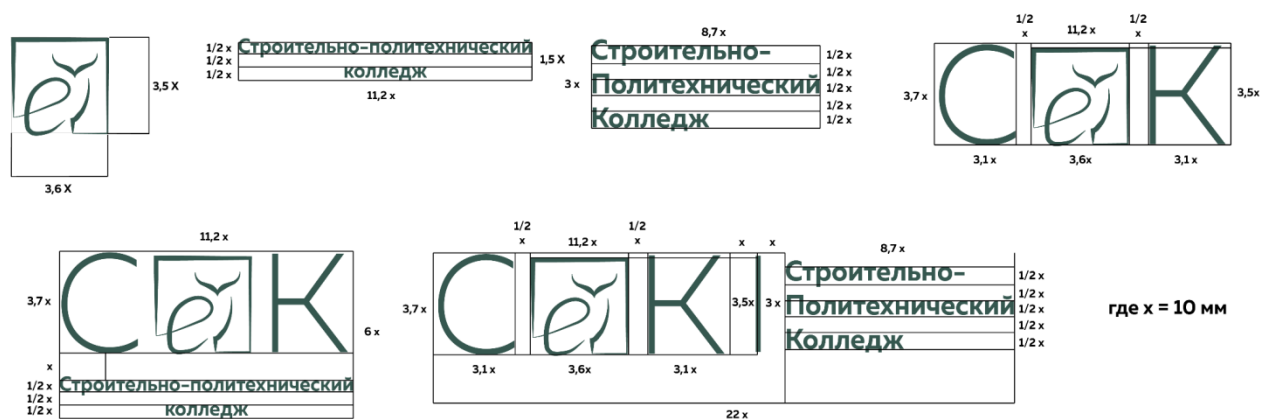
Логотип представляется на выбор в вертикальной или горизонтальной ориентации.

При разработке логотипа для компании или ее продукта студенту необходимо учесть то, что логотип должен быть:

- запоминающимся
- уникальным
- оригинальным
- вызывать правильные ассоциации
- функциональным
- креативным
- читаемым
- простым

Необходимо выполнять поставленные задачи при разработке логотипа и его поведение в соответствии с техническими требованиями данной отрасли.

1.4. Состав практического задания: на листе форма А4 расположить уникальный, разработанный логотип, применение логотипа на цветной подложке, черно-белый вариант логотипа и вариант черно-белой выворотки



Разработка логотипа. Выполнила студентка ВГТУ СПК Бодрова И.



79, 14, 25 22
CMYK

3, 137, 156
RGB

#03899C
HEX



0, 20, 98, 0
CMYK

255, 204, 0
RGB

#FFCC00
HEX



78, 3, 51, 2
CMYK

0, 167, 147
RGB

#00A793
HEX



96, 100, 0, 0
CMYK

34, 25, 78
RGB

#2219B2
HEX



0, 100, 100, 0
CMYK

243, 0, 33
RGB

#F30021
HEX

Разработка цветовой фирменной палитры. Выполнила студентка ВГТУ СПК
Стрекалова В.

2. Практическое задание №2

Графическая работа: «Разработка визитной карточки»

2.1. Цель практического задания – разработать для компании корпоративную или деловую визитку.

2.2. Задача практического задания - разработать визитную карточку для компании используя ранее созданный логотип и нейминг компании. Применить на практике имеющуюся цветовую палитру, созданный ранее паттерн или уникальный графический знак. При создании макета визитки учесть то, что визитка-это носитель контактной информации о физическом или юридическом лице. Макет визитки создается с учетом выбранного стандарта.

2.3. Задание на выполнение практического задания:
Выбрать с учетом ранее разработанного логотипа или товарного знака ориентацию визитки по вертикали или горизонтали с учетом расположения на ней текста.

Каждый студент выбирает вариант разработанный знак, который у него был в Практической работе №1.

Студент самостоятельно проводить анализ с изучением подобной продукции у конкурентов.

Пользуясь информацией дизайна из Практической работы №1 выполнить дизайн двухсторонней визитки с учетом необходимых при разработке технических параметров.

2.4. Состав практического задания: на 1 лист формата А4 расположить две стороны визитки.



Разработка корпоративной визитки для ВГТУ. Разработала студентка ВГТУ
СПК Гунькина А. преподаватель Перова Н.В,

3. Практическое задание №3

Графическая работа:

«Разработать фирменный бланк, папку фирмы, фирменный конверт, дисконтную карту для компании»

- 3.1. Цель практического задания – разработать фирменный бланк, папку фирмы, фирменный конверт, дисконтную карту для компании с учетом разработанных элементов в Практическом задании №1
- 3.2. Задача практического задания:
 - изучить самостоятельно опыт компаний конкурентов;
 - сформировать концепцию идеи используя эскизы с ручной графикой
 - составить коллаж из изображений.
- 3.3. Задание на выполнение практического задания:

Создать фирменный бланк для компании на листе А4, используя текст и графические уникальные элементы, а так же фирменный паттерн. Бланк должен быть креативным, функциональным, содержать необходимые текстовые данные идентифицирующие компанию. Фирменный бланк- это один из видов полиграфической продукции, содержащий в себе

постоянное, неизменное текстовое содержание, а так же место, отведенное для информации.

Фирменная папка- это изделие из бумаги, полимера, картона, которое предназначено для хранения листов бумаги, используется как элемент фирменного стиля.

Фирменный конверт-это конверт предприятия с элементами фирменного стиля, адресными данными предприятия. Конверты бывают двух типов: Евроконверт (110x220), конверт типа С5(150x210)

Дисконтная карта- один из способов практического использования денежных средств. Помогает приобретать товары или услуги с определенными привилегиями.

3.4. Состав практического задания: выполнить макет фирменного бланка на формате листа А4, использовать разработки с Практического задания №1. . Макет конверта, папки, дисконтной карты выполняется так же каждый на лист А4. Выполнить макет с учетом технических требований отрасли.

4. Практическое задание №4

Графическая работа: «Разработка сувенирной продукции»

4.1. Цель практического задания – разработать сувенирную продукцию используя ранее разработанные элементы с Практического задания №1.

4.2. Задача практического задания - разработать предметы сувенирной продукции с учетом ранее разработанной фирменной айдентики (Практическое задание№1).

4.3. Задание на выполнение практического задания:

Выбрать макеты следующих элементов:

- 1) Кепка, футболка, толстовка
- 2) Сумка, пакет, упаковка
- 3) календарь
- 4) магнит, ручка, флешкарта,
- 5) кружка
- 6) фраг, шарик
- 7) любой предмет на выбор студента соответствующий тематике разработанного предложения с Практического задания №1

Изучить материал выбранной темы. Выполнить макет в виде коллажа из изображений на одном или нескольких листах форма А4

Состав практического задания: Выполнить макет в виде коллажа из изображений на одном или нескольких листах форма А4. Макеты изображений выполняются с учетом технических требований отрасли.

5. Практическое задание №5

Графическая работа:

«Разработка дизайна мобильных приложений или рекламного блока для сайта компании»

5.1. Цель практического задания – спроектировать сложную аллею.

5.2. Задача практического задания – изучить данную тему. Разработать уникальный дизайн для мобильного приложения или рекламный блок для сайта компании (использовать разработки Практического задания №1).

5.3. Задание на выполнение практического задания:

Выбрать один из предложенных вариантов разработки:

1) Дизайн мобильного приложения

2) Дизайн рекламного блока для сайта компании

Самостоятельно изучить примеры их применение и описание в интернете.

Выполнить самостоятельный анализ фирм конкурентов.

Придумать идею для будущего объекта.

5.4. Состав практического задания: на одном или нескольких листах формата А4 расположить макет выбранного для разработке объекта

6. Практическое задание №6

«макет многостраничного издания»

6.1. Цель практического задания – выполнить макет многостраничного издания с применением необходимых для отрасли технических параметров.

6.2. Задача практического задания – выполнить макет малого фирменного стиля для логобука с применением всех ранее разработанных элементов в Практических заданиях №1, №2, №3, №4, №5

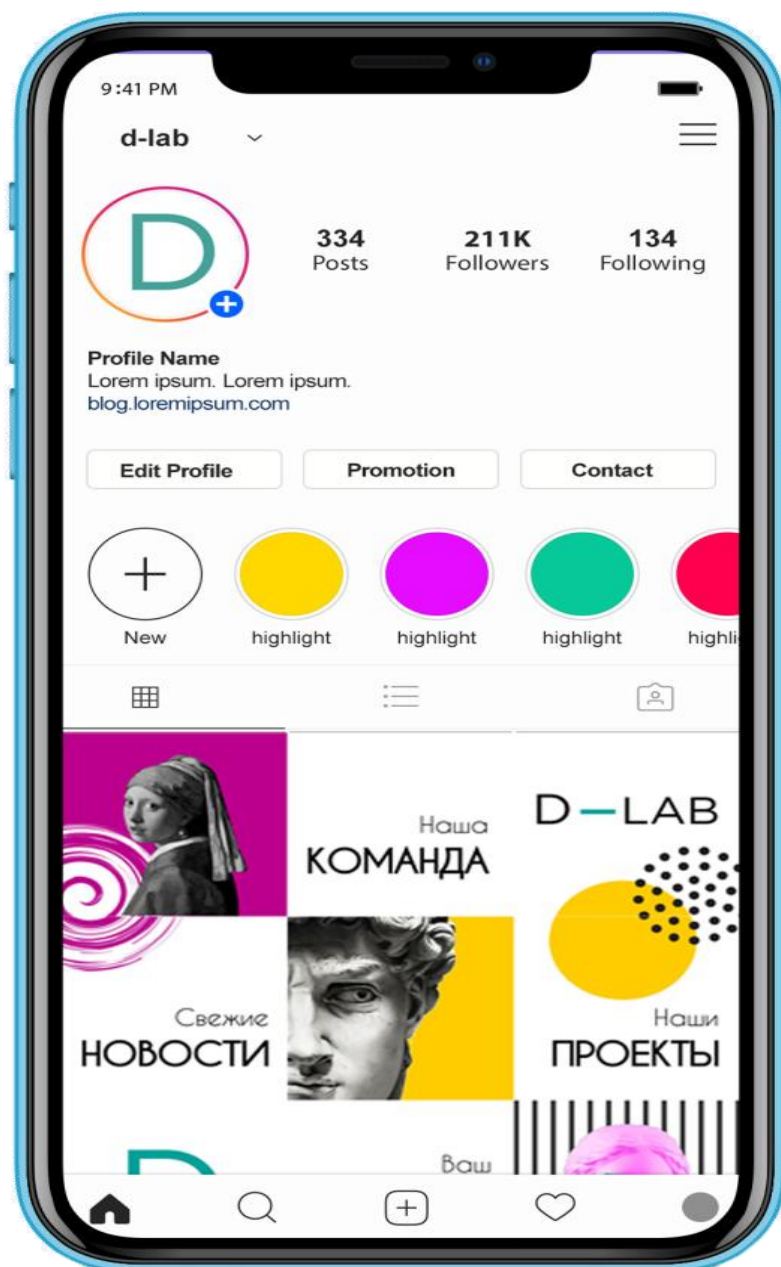
6.3. Задание на выполнение практического задания:

Изучить теоретический материал по составлению многостраничного периодического издания с использованием современных технических параметров данного направления дизайна:

Все элементы компоуются на макете с учетом требований и параметров при работе с версткой.

Составленный макет должен быть выполнен как фирменный элемент и содержать в оформлении разработки Практического задания №1.

Макет выполняется с необходимыми техническими параметрами для данного направления. Макет сдается в печатном виде. Разворот издания соответствует размеру листа формата А4.



Дизайн приложения. Выполнила студентка ВГТУ СПК Стрекалова В.

Приложение 1. Титульный лист реферат.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
СТРОИТЕЛЬНО-ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

РЕФЕРАТ

По дисциплине: Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве)

На тему:

ТЕМА

Выполнил студент ___ курса:

Группа ДИЗ-_____

Специальность дизайн

Проверил преподаватель:

г. Воронеж 202_ г.

Приложение 2. Содержание.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение	1
2.	2
3.	3
4.	4
5. Заключение	5
6. Используемые источники	6

Раздел 3 – Литература

1. Основная литература:

1. Кнабе Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа. текстовые данные.— издательство «Диалектика», 2006.— 736 с.
2. Браун.Т.Дизайн-мышление: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Тим Браун; пер. с англ. Владимира Хозинского. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 256 с.
3. Шпикерманн, Э.О шрифте / Эрик Шпикерманн; пер. англ. Л. Лаврухиной; (науч. ред. Е. Григорьев, А. Блюхер). – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 208с.: ил.

2. Дополнительная литература:

1. Бейрут М.Теперь вы это видите и другие эссе о дизайне / Майкл Бейрут; пер. англ. Александр Токарев; – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 320 с.: 40 ил.
2. Графический дизайн. Судейство: методическое указание/ Дизайн-группа О@О. Москва-2018-100с.

Раздел 4 – Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://www.marketch.ru>– записки маркетолога

<https://obe.ru> – институт бизнеса и дизайна

<https://texterra.ru> – статьи о графическом дизайне

<http://otherreferats.allbest.ru>

<https://logobrand.ru/f>

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение. Графический дизайн и основные понятия.	3
Раздел 1 Рекомендации по выполнению практических работ	10
1. Практическое задание №1 Графическая работа: «Разработка логотипа, товарного знака»	10
2. Практическое задание №2 Графическая работа: «Разработка визитной карточки»	12
3. Практическое задание №3 Графическая работа: «Разработать фирменный бланк, папку фирмы, фирменный конверт, дисконтную карту для компании»	13
4. Практическое задание №2 Графическая работа: «Разработка сувенирной продукции»	14
5. Практическое задание №5 Графическая работа: «Разработка дизайна мобильных приложений или рекламного блока для сайта компании»	15
6. Практическое задание №6 Графическая работа: «макет многостраничного издания»	15
Раздел 2 – Приложения	17
1. Приложение 1. Титульный лист реферат	17
2. Приложение 2. Содержание	18
Раздел 3 – Литература	19
Раздел 4 – Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	19

КОРПОРАТИВНЫЙ ДИЗАЙН

Методические указания
к выполнению практических заданий
для студентов 3-го курса,
обучающихся по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Перова Н.В.

Подписано в печать __.__.____ Формат 64x84 1/16. Уч.-изд. л. 2,0.
Уч.-печ. л. 2,3. Бумага писчая. Тираж 100 экз. Заказ №__.

Отпечатано: отдел оперативной полиграфии издательства учебной литературы
и учебно-методических пособий Воронежского ГТУ

394006 г. Воронеж, ул. 20-летия Октября, 84