**АНАСТАСИЯ ГАЛАКТИОНОВА**

**КОМПЛЕКСНАЯ БРЕНДИНГОВАЯ РАЗРАБОТКА МАРКИ ТОВАРОВ ДЛЯ СОБАК**

**Актуальность темы и выбора объекта исследования**

Тема, связанная с домашними животными, актуальна уже долгое время, так как они наши спутники и нам небезразлично их благополучие. Домашний питомец — это любимый член семьи со своим характером и потребностями, которые важно учитывать: не каждый резиновый мячик, поводок или корм подойдет конкретной собаке.

Помимо индивидуального подхода к комфорту питомца важно не забывать и потребности его хозяина: образ жизни, работа, увлечения и т. д. Так как жизнь человека и его питомца неразрывно связаны.

Индивидуальный характер этих взаимоотношений Анастасия Галактионова и раскрыла в своей дипломной работе, разработав концепцию бренда товаров для собак — верных друзей человека. Учитывая новые реалии, в которых важна индивидуализация потребностей человека, кажется логичным и интересным создание такого бренда.

**Краткая характеристика структуры работы, взаимного соответствия теоретической и проектной части**

Для создания концепции была проделана исследовательская работа, в которой поставлены задачи, изучен контекст, выявлены проблемы, описаны целевая аудитория и ее инсайты.

После этого исследования был сделан вывод, благодаря которому концепция нашла свое визуальное начало в виде современных иллюстраций и способов коммуникации. Они дифференцируют товары для собак в зависимости от особенностей собаки и ситуации их использования. А вымышленный бренд обрел интересное название, «Джим рядом», ярко отражающее основную идею.

Далее стилистические и коммуникационные находки автора перешли на разнообразные носители, полностью раскрывающие концепцию.

**Достоинства работы (по содержанию и оформлению)**

Основное достоинство работы — убедительная концепция и ее уверенное визуальное звучание. Помимо того, что сама концепция кажется интересной и важной, еще и каждый фирменный элемент старается подчеркнуть ее суть (от композиции иллюстраций до коммуникации персонажей), что является важным аспектом в бренд-дизайне.

Интересной находкой оказалось визуальное отражение коммуникации персонажей, которое помогает дополнительно дифференцировать продукты (помимо цвето-графической концепции и разделения на персонажей) и работает на считывание ситуации потребления.

Нравится стилистическое решение для иллюстраций, динамика композиций и яркое цветовое решение.

Видно трепетное и небезразличное отношение автора к работе — это подкупает.

**Недостатки работы (по содержанию и оформлению)**

К недостаткам можно отнести нехватку работы с фотоимиджами, так как если в концепции говорить о стиле жизни человека и его животного, кажется важным показать, как бренду работать с лайф-стайл-фотографиями и сочетать их с фирменными элементами.

Отсюда вытекает второй недостаток — нехватка фирменных элементов. Несмотря на то, что в достоинствах было написано про уверенное визуальное звучание концепции, фирменных элементов кажется недостаточно на будущую жизнь бренда. Использование только иллюстраций собак на упаковках, в коммуникационных носителях станет скучной рутиной, и есть вероятность, что впоследствии бренду придется придумывать еще какие-то элементы, чтобы доносить свое обращение к аудитории более разнообразно.

Еще кажется, что можно доработать дизайн упаковки, так как сейчас, в сравнении с другими носителями, он кажется немного сырым и незавершенным.

Но это уже задел на дальнейшее развитие — и сейчас никак не портит общего впечатления от дипломной работы Анастасии. Есть куда расти.

**Особые замечания, пожелания и предложения**

Хотелось бы увидеть продолжение и развитие этой дизайн-концепции в дальнейшем, с проработкой указанных недостатков. У Анастасии большое будущее, желаю не потерять неравнодушие и трепет в работе и дальше.

Для дальнейшего развития навыков предлагаю пройти стажировку в студии брендинга DEZA.

**Проект заслуживает отличной оценки**

**Рецензент:**

Самофалова Ольга Павловна

Арт-директор студии брендинга DEZA