

**Правительство Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный университет**

Факультет искусств
Кафедра дизайна

Степаненко Анастасия Игоревна, 4 курс

Пояснительная записка

к выпускной квалификационной работе

ТЕМА:

Комплексное графическое сопровождение

Направление 54.03.01 «Дизайн»

квалификация: бакалавр дизайна (графический дизайн)

Руководителей: член союза художников России, член союза дизайнеров
России Левандовская Тамара Венидиктовна

Руководитель теоретической части: кандидат искусствоведения,
доцент с возложенными функциями заведующего
кафедрой дизайна К.Г. Позднякова

Санкт-Петербург, 2017 год

СОДЕРЖАНИЕ

Вводная часть

Тема выпускной квалификационной работы.....	3
Основание для выполнения работы.....	3
Актуальность выбранной темы	3
Цель работы.....	4
Задачи.....	4
Практическая значимость разработки, возможные условия внедрения или рекомендации для дальнейшего использования.....	4

Основные этапы работы

Анализ аналогов по теме дипломного проекта.....	4
Концепция проекта.....	6
Эскизное проектирование.....	8
Компьютерная разработка проекта.....	9
Вывод на планируемые носители.....	10
Графические и компьютерные техники и технологии, использованные в дипломном проекте.....	10

Список использованной литературы и интернет – ресурсов 11

Иллюстративное приложение

Аналоги.....	12
Эскизы.....	16
Реализованный проект.....s.....	19

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

Тема выпускной квалификационной работы

Разработка фирменного стиля для КФХ (крестьянское фермерское хозяйство)

Основание для выполнения работы

Данный проект выполнен по заявке работодателя

Актуальность выбранной темы

Основной вид деятелей данного КФХ - рыбоводство. Меня заинтересовала эта тема в связи с интенсивным развитием сельского хозяйства в последнее время. Продукты сельского хозяйства пользуются большим спросом среди населения. Основная часть потребителей предпочитает продукцию рыбных хозяйств, в то время, как мясная продукция отодвигается на второй план. Ключевыми критериями в выборе рыбной продукции является то, что мясо рыбы диетическое, а также это связано с популярностью вегетарианского питания. Так же потребитель заинтересован в качественном свежем продукте.

В связи с государственной программой импортозамещения на российском рынке возникли незаполненные ниши, и увеличился спектр неудовлетворенных потребностей населения. Развитие отечественного сельского хозяйства является актуальным на государственном уровне. Для его стимулирования разработан и внедрен ряд государственных программ поддержки.

Цель работы

Разработка фирменного стиля для КФХ; создаваемый стиль должен помочь предприятию выделиться на рынке и привлечь устойчивую клиентскую аудиторию.

Задачи

- 1 Анализ аналогов по данной теме,
- 2 создание концепции фирменного стиля,
- 3 выбор названия для КФХ,
- 4 создание логотипа и дополнительных графических элементов,
- 5 разработка фирменные носители,
- 6 разработка видео ролик,
- 7 разработка руководство по использованию фирменного стиля;

Практическая значимость разработки, возможные условия внедрения или рекомендации для дальнейшего использования.

Практическая значимость разработки фирменного стиля для КФХ состоит в том, что его можно использовать для привлечения новых клиентов и партнеров, для продвижения бренда в конкурентной среде. Также фирменный стиль может послужить аналогом в родственных сферах и КФХ.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАБОТЫ

Анализ аналогов по теме дипломного проекта

Аналоги которые были мной собраны я разделила на две группы: прямые и стилистические.

(См. Приложение 1)

В процессе ознакомления с темой, мною были просмотрены многочисленные примеры графических стилей КФХ (крестьянское фермерское хозяйство), их я отнесла к прямым аналогам. Дизайн для г аналогичных проектов по выращиванию мальков я не нашла, поэтому я рассматривала различные КФХ: по выращиванию овощей, мясной продукции и фруктов. Могу сказать, что подобных компаний нет из за того, что продукция идет не напрямую покупателю, а покупают юридические лица — в основном, для дальнейшего использования продукта.

Просмотрев компании под названием : Фермский дворик, КФХ Ланге, Ягудин, Нозин С.В (выращивает арбузы), Клявлинское форелевое хозяйство, и многие другие, я отметила, что во всех компаниях допущены схожие ошибки: нет четкой структуры подачи графических элементов, отсутствует комплексный подход в разработке элементов стиля, недостаточное количество фирменных элементов, нет единого стиля, не разработано универсальное применение для различных носителей, графику можно было бы сделать более динамичной и привлекательной, в некоторых компаниях структурировать информацию для потребителя, в логотипных блоках не хватает лаконичного решения.

Также, я рассмотрела европейские аналоги, в основном рыбководство скандинавских стран. В зарубежных компаниях выращивание рыбы поставлено на поток, за счет этого фирменному стилю уделяют больше внимания. Просмотрев сайты компаний: Hүүру veski trahter, Tutustu Suomen Kalankasvattajaliiton ruokakalan-ja poikaskalantuottajiin, Savon Taimen Yhtiöryhmä, Sjømat Norge могу сделать вывод что сайты выглядят структурировано, чувствуется комплексный подход в разработке фирменного стиля, но существует такая же проблема как и в Российских КФХ- не достаточное количество фирменных элементов.

(См. Приложение 2)

К стилистическим аналогам я отнесла графические проекты из разных направлений: логотипы, плакаты, графические элементы. Я отбирала аналоги интересные мне по цветовому решению, графической динамике. Также я рассматривала логотипы на тему «рыбы», изучала оптические плакаты, большое внимание уделила работам в которых были использованы графические элементы: круг и точка. Работа со стилистическими аналогами вдохновила меня на творческий подход к решению поставленной задачи.

Концепция проекта

Фермерское дело – наиболее актуальное направление ведения предпринимательской деятельности. Это связано с тем, что в следствии нехватки товаров высокого качества, остается неудовлетворенным большая часть потребителей. Однако, в связи с введением санкций в отношении РФ, фермерские хозяйства России получили возможность занять ключевые позиции на рынке.

Целевую аудиторию можно подразделить на два сегмента: B2B (когда продукцию покупают юридические лица — в основном, для дальнейшей перепродажи или использование товара) и B2G (отношение между бизнесом и государством). Самые активные клиенты первого сегмента — региональные и федеральные торговые сети (закупка мальков и выпускают их в собственные пруды: для рыбалки, для выращивания малька и поставки в магазины). Второй сегмент это государство, которое приобретает мальков с целью возмещения эко-ущерба и запруднения водоемов в которых по какой либо причине отсутствует рыба.

В основе графического образа проекта лежит идея систематизировать беспорядочное, хаотичное и оптическое движение.

Рыбы это удивительные создания живой природы. Продуктом жизнедеятельности этих существ является икра. Наблюдая за ней - она напомнила мне маленькие шарики, что и подсказало мне взять за основу главный графический элемент – круг, как главную ассоциацию к данному проекту.

Жизнедеятельность рыб основана на сложных формах поведения которая обусловленная выработанными разнообразнейшими инстинктами, поэтому мальки появившиеся из икринок в большом количестве, держатся вместе, двигаются хаотически и напоминают некую иллюзию, которая помогла мне определиться с графической стилистикой работы.

В работе мною была поставлена задача предоставить потребителю и контрагенту фирмы логотип, вызывающий чувство стабильности и непотопляемости. Образ компании в соответствии с концепцией должен иметь отсылку к скандинавскому стилю, так как основная направленность этих стран заключается в выращивании, добыче и переработке рыбы.

Выбранный логотип наиболее точно коррелирует со странами, расположенными на севере Европы. Данное направление выбрано исходя из статистики, которая ассоциируется с финансовой и социальной стабильностью, а также успешностью скандинавских государств.

Отличительными особенностями скандинавского стиля является минимализм и простота, именно этим аспектам я придерживаюсь в своей работе.

Скандинавский дизайн отталкивается от идеи, что вся красота, которая окружает человека, должна быть воссоздана в простых формах.

Заказчиком данного проекта была поставлена задача разработать комплексное графическое сопровождение для того, чтобы представлять свою компанию на различных форумах, тендерах и конференциях. Для привлечения внимания клиентов необходимо создание плакатов и медиа ролика, выполненных с элементами фирменной графики, как в интернет среде так же на данных мероприятиях. Данные плакаты должны быть образными без лишней информации, на них могут присутствовать только адрес и телефон. Это необходимо для того что бы потенциальный клиент подошел к информационной стойке и узнал более подробную информацию у специалиста. Также необходимо создать общий фирменный стиль КФХ, в который входит: документация, вывеска, форма, оформление грузовика.

Передо мной стояла задача придумать название для КФХ: после ряда многочисленных вариантов я остановилась на названии MALĚK (МАЛĚК). Почему MALĚK? Данное КФХ занимается развод рыбы, а именно мальков для дальнейшей продажи. Название как нельзя лучше отражает суть и компетенции бренда. Использовать написание будет на латинском языке, так как название будет понятно зарубежным партнерам, которые владеют хоть каким - нибудь западным языком (данное КФХ сотрудничает со странами СНГ). В границах нашей страны латинское название может обратить на себя внимание и выделить КФХ из ряда конкурирующих фирм.

Эскизное проектирование.

Для начала я ознакомилась и проанализировала продукт, посетила КФХ, узнала о процессе выращивания мальков. Разработка фирменного стиля началась с подбора слов-маркеров, которые помогли мне углубиться в тему и определить ход действия работы. После теоретических исследований я приступила к первичным поискам графических элементов, мною на бумаге были отрисованы различные варианты написания названия компании с

помощью линии, круга, штриха, точки и многих других графических элементов (См. Приложение 3). Я целенаправленно отказалась от рисованных образов в пользу лаконичного подхода решения задач. За основу графического элемента я взяла круг. Данная форма является основным элементом матрицы работы, на основе этой фигуры строится проект. Затем наиболее удачные эскизные варианты я начала разрабатывать с помощью графической компьютерной программы. Когда все варианты были отрисованы я снова произвела отбор лучших знаков и остановилась на итоговом варианте. (См. Приложение 4)

Шрифтовой логотип, наряду со знаком, является важным языковым символом бренда. Дальнейшая моя работа заключалась в поиске шрифтового решения для логотипа. Логотипных блока в моем проекте три для того, чтобы в различных задачах он смог раскрыть себя более полно и максимально привлечь внимание клиента. (См. Приложение 5)

Далее я начала подбирать цветовое решение: цвета подбирались в соответствии с ассоциациями из природы. Основные цвета красный- икра, синий- вода, дополнительный цвет это серый-чешуя.

Фирменный паттерн наряду с фирменным цветом, является отличительным элементом фирменного стиля: я пыталась создать эффектный паттерн, подчеркивающий основную идею проекта. Базовый элемент для фирменного узора представляет собой упрощенный вид мальков (разные по диаметру окружности). Данные паттерны можно использовать как в полном виде, также и их отдельные элементы.

Далее я приступила к разработке комплексного состава проекта который включает в себя: фирменных носители (такие как рабочая форма:сапоги, фартук, майки, суперграфика для корпоративного автобуса, элементы навигации, вывеска, серия плакатов, видео ролик (который будет работать как заставка на конференциях) , руководство по использованию фирменного стиля.

Компьютерная разработка проекта

В процессе проектирования, как я уже говорила, я использовала компьютерные программы для разработки: логотипа, всего состава проекта и верстки текстовой части. В моем дипломном проекте компьютер это основной инструмент. Для создания логотипа и графических элементов я использовала программу Adobe Illustrator, для верстки Adobe InDesign, для создания видео ролика Adobe After Effects, так же мною была использована программа Adobe Photoshop.

Вывод на планируемые носители

- 1 Фартук
- 2 Футболка
- 3 Сапоги
- 4 Форма
- 5 Серия плакатов
- 6 Вывеска
- 7 Указатель
- 8 Деловая документация
- 9 Оформление корпоративного автобуса
- 10 Медиа ролик

Графические и компьютерные техники и технологии, использованные в дипломном проекте.

В своем дипломном проекте я использовала программы пакета Adobe, так же мною была проделана предпечатная подготовка макета, и сделана презентация. Постпечатная обработка- резка.

Список использованной литературы и интернет- ресурсов

1. Lift, right, up, down- new directions in signage and wayfinding, Published by Gestalten, Berlin 2010
2. Los logos compass, Published by Gestalten, Berlin 2010
3. [pinterest.com](https://www.pinterest.com)
4. Regular graphic design today, Published by Gestalten, Berlin 2009
5. svoy-biznes.com
6. Серов С.И. « Дан Райзингер», издательство «Alma matter», Москва 2008
7. Джеймс Крейг, Ирина Король Скала «Шрифт и дизайн» издательство «Питер», Санкт-Петербург 2016

ИЛЛЮСТРАТИВНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

Аналоги

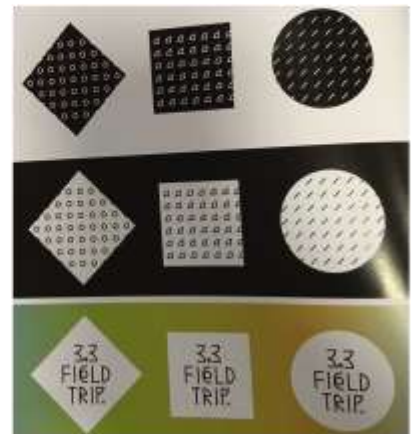
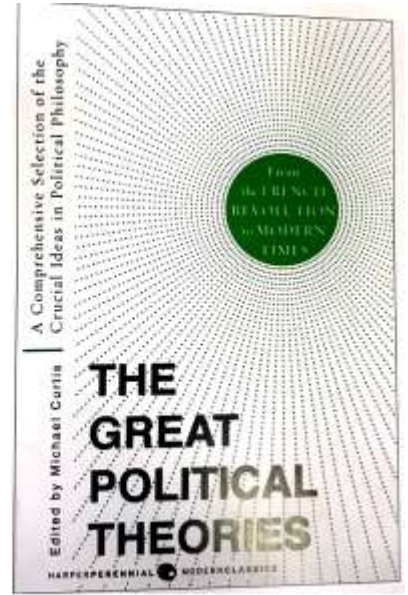
Прямые





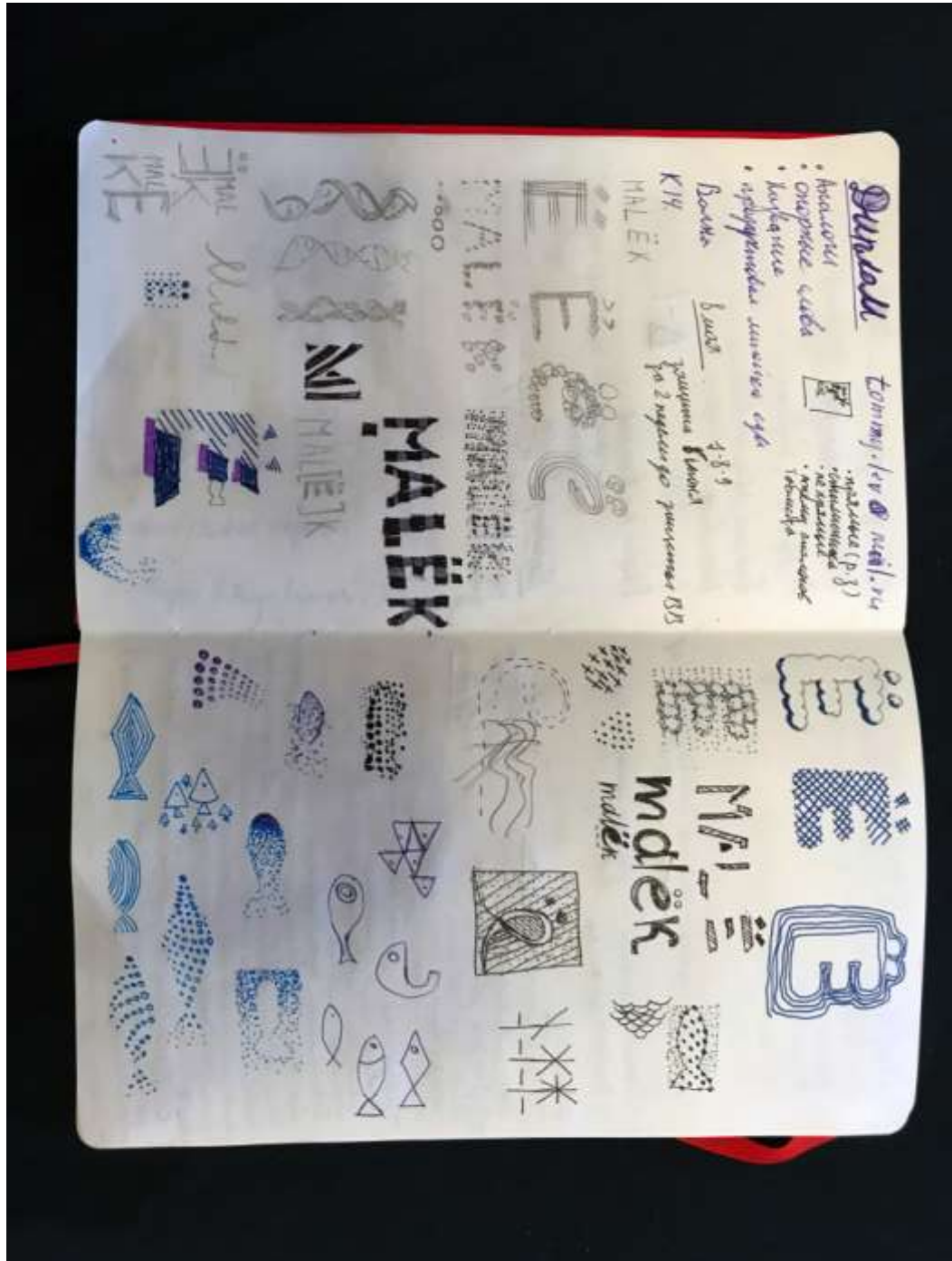
Стилистические аналоги



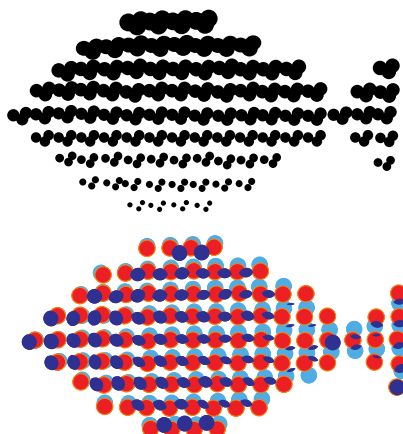
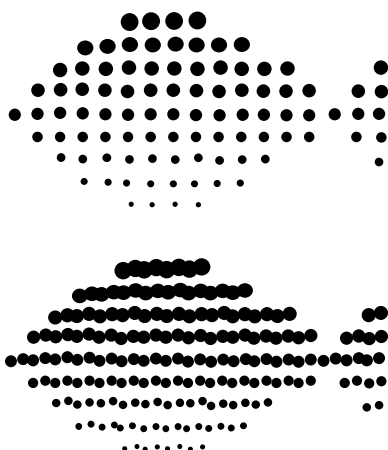
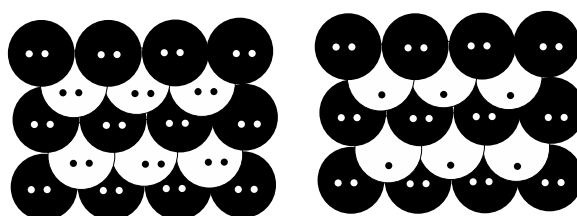
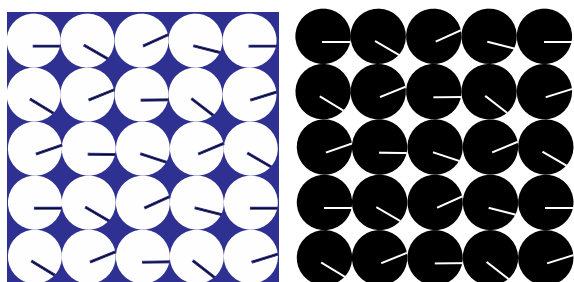
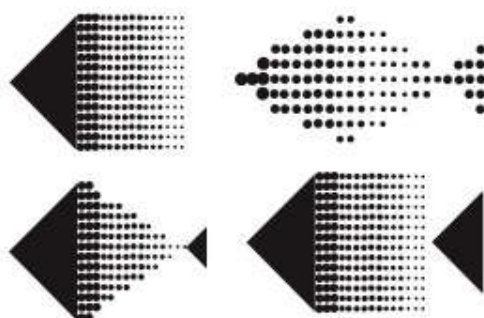
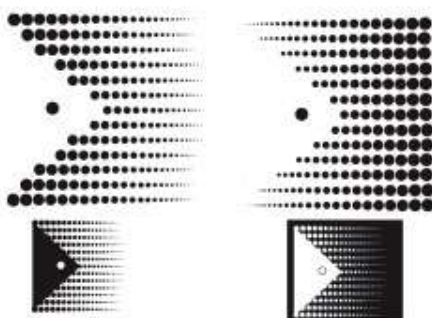
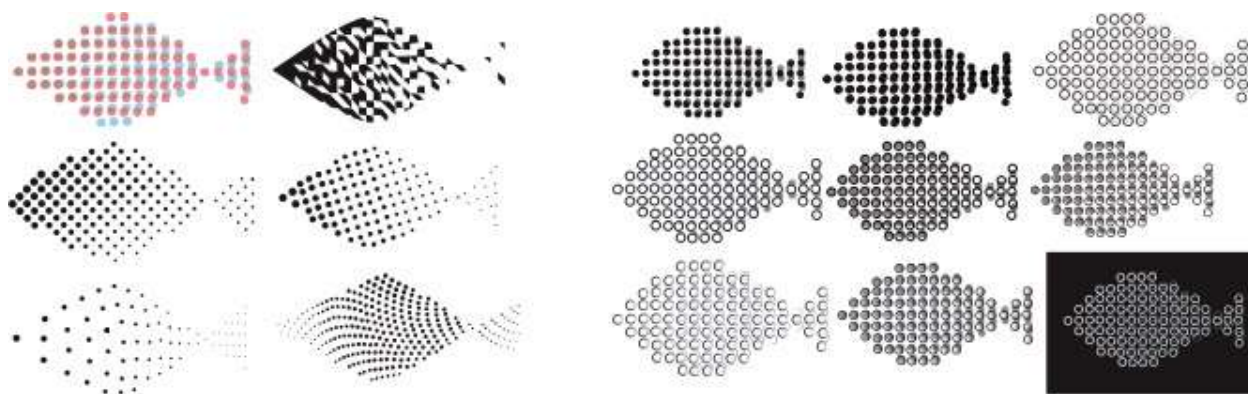


Эскизное проектирование

Скетч бук



Эскизы знака

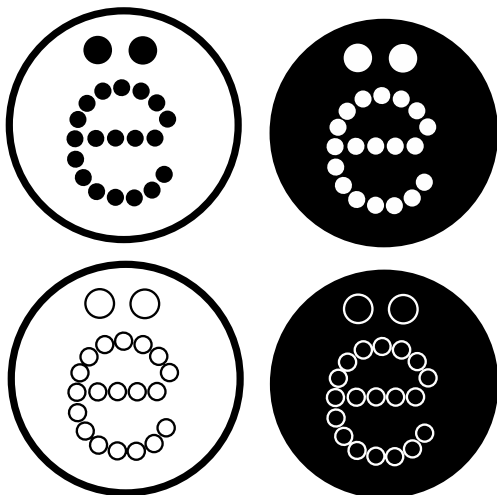


Эскизы логотипа

malek malek
malek malek
MALEK malek
malek
malek **malek**

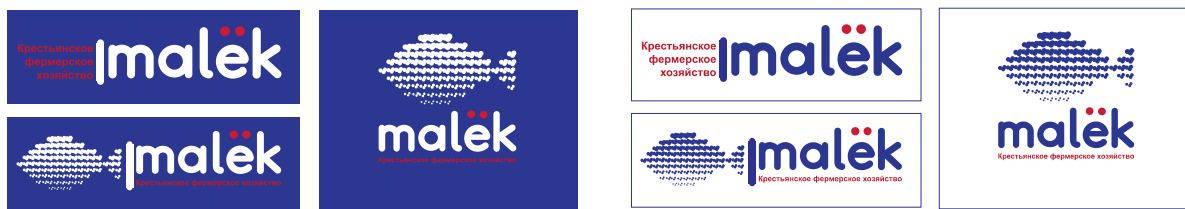
malëk
malëk
Malëk
malëk

malëk
mallëk
MALËK
malëk

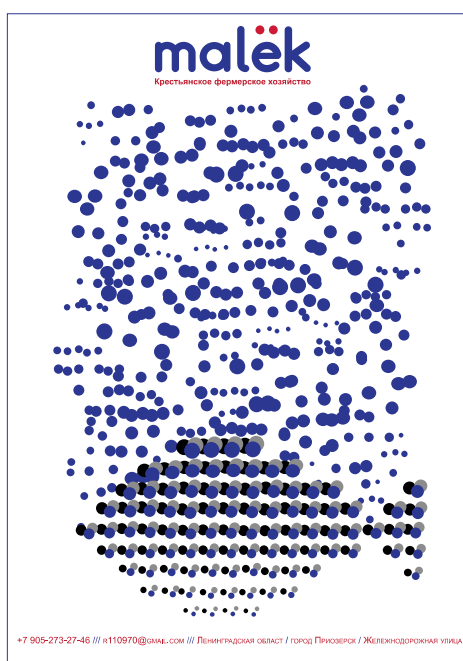
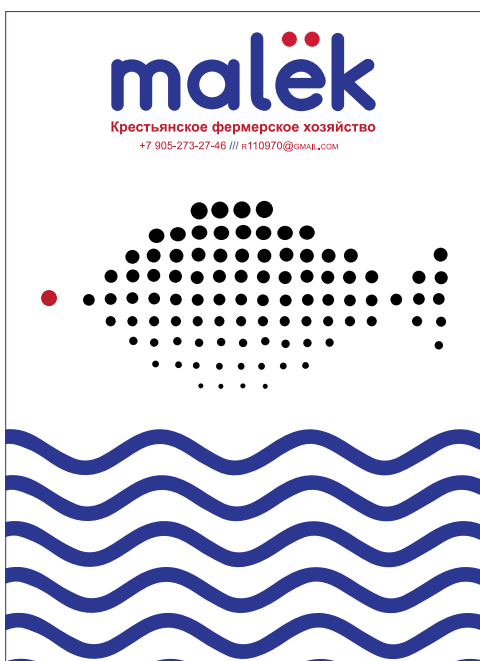
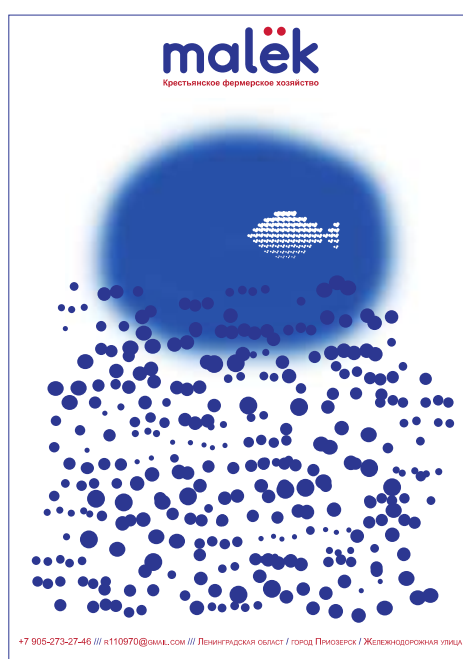
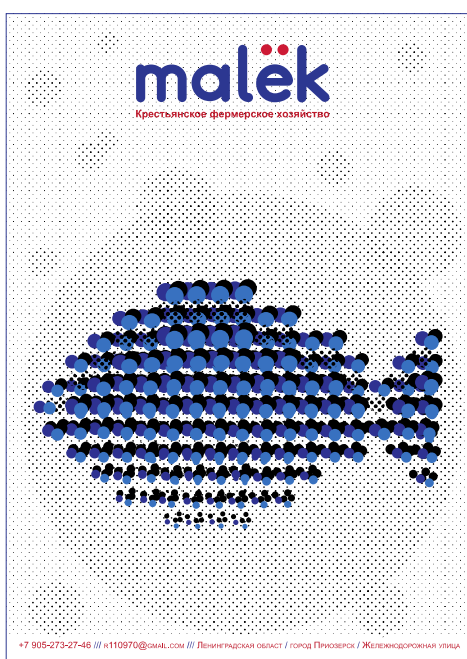


Дипломный проект

Логотипный блок



Серия плакатов



Деловая документация



Вывеска, указатель



Корпоративный автобус

