



Universitatea Tehnică a Moldovei

Design – Concept
“Brandbook
Memories And Moments Design Studio”

Masterand:

Ghirghilijiu Ana

Conducător:

conf. univ. Podborschi Valeriu

Chișinău – 2018

REZUMAT

la lucrarea de diplomă “Brandbook Memories And Moments Design Studio”

La momentul actual, piata de produse si servicii este foarte variata. Pentru a se manifesta si a rezista concurentei, companiile au nevoie de o imagine bine definita care va evidentia produsele si serviciile propuse.

Din aceste considerente vrem sa remarcam ca designul grafic reprezinta unul din pilonii de baza care ajuta la crearea unei imagini individuale a companiilor. Astfel, neam propus elaborarea design-ului concept “ Brandbook Memories And Moments Design Studio”.

Prin acesta lucrare am efectuat un studiu a normelor si componentelor ce implica un manual de identitate vizuala. Lucrarea incepe cu un studiu asupra notiunilor generale despre brand si branding. S-au cercetat definitiile, modul de reprezentare si promovare precum si elementele de identitate ale acestuia: numele, logoul si sloganul.

Numele brandului este primul pas în comunicarea cu utilizatorii și consumatorii. Un nume reușit devine prin sine însuși o formă de publicitate. Logoul reprezintă o soluție creativă, stilizată și de lungă durată a identității brandului. Funcția practică a unui logo este aceea de a identifica și diferenția o companie, un produs sau un serviciu. În profunzime însă, sarcina unui logo este mult mai complexă și ține de funcțiile simbolice ale acestuia: crearea de asocieri mentale cu valorile brandului.

Importanta logo-ului pentru o companie este evidentiata in capitolul analizei analogilor. In capitolul dat au fost analizate patru companii ce actioneaza in diferite domenii. Acest fapt a ajutat la evidentierea caracteristicilor comune pentru toate cele patru companii, stabilind relurile de baza pe care se bazeaza elaborarea imaginii companiei.

In cele din urma, ultimul capitol reprezinta analiza modelului propus. Au fost analizate scopurile si obiectivele companiei , precum si domeniul se activitate. Toate acestea au ajutat la crearea unui logo care sa caracterizeze cit mai bine compania. S-au stabilit culorile de baza a brandului, regulile de utilizare a imaginilor vizuale precum si componentele de baza ce tin de activitatea companiei: cartea de vizita, foaia de antet si plicul. Lucrarea este insotita cu elemente grafice care ajuta la perceperea corecta a studiului.

ABSTRACT
to the thesis "Brandbook Memories And Moments Design Studio"

Nowadays, the product and service market is very diverse. Because of this, companies need a good visual image that will highlight the products and services they offer.

For these reasons, we want to remark that graphic design is one of the basic pillars that help create an individual image of companies. Therefore, through this work we decided to create a design concept "Brandbook Memories And Moments Design Studio".

Through this work we have done a study of norms and components specific for elaboration a visual identity book. The work begins with a study about the general notions of brand and branding. The definitions of those, the way of representation and promotion, as well as its identity elements were researched: name, logo and slogan.

Brand name is the first step in communicating with users and consumers. A successful name becomes itself a form of advertising. The logo is a creative, stylized and long-lasting brand identity. The practical function of a logo is to identify and differentiate a company, product or service. But, the task of a logo is much more complex and is based on its symbolic functions: creating mental associations with brand values.

The importance of the logo for a company is highlighted in the analogue chapter. In this chapter were analyzed four companies that act in different fields. This has helped to highlight the common features of all four companies, establishing the core roots on which the company's image is based.

The last chapter represents the analysis of the proposed model. We have analyzed the goals and objectives of the company, as well as the field of activity. All this helped create a logo that characterizes the company the best. Also, we have defined the basic colors of the brand, the rules for the use of visual images, as well as the basic components related to the company's activity: the business card, the letterhead and the envelope. The work is accompanied by graphic elements that help to perceive the study correctly.

Cuprins

INTRODUCERE.....	9
I. NOȚIUNI GENERALE DESPRE BRAND-ING.....	10
1.1. Definiții ale conceptului de Brand	11
1.1.1. Brandingul ca mod de reprezentare și promovare	12
1.2. Elementele de identitate ale Brandului.....	13
1.2.1. Numele Brandului.....	13
1.2.2. Logoul Brandului.....	18
1.2.3. Sloganul Brandului.....	23
1.3. Prezentare Brandului.....	26
II. ANALIZA REGULILOR DE ELABORARE A MANUALULUI DE IDENTITATE VIZUALĂ (BRAND BOOK)	32
2.1. Noțiunea de Manual de identitate vizuală	33
2.2. Etape de dezvoltare a sistemului de identitate vizuală	34
2.3. Crearea Manualului de identitate vizuala pas cu pas	35
2.3.1. Colectarea surselor de inspirație	35
2.3.2. Definirea celor 6 elemente esențiale	36
2.3.3. Elaborarea listei cu alte elemente de brand	43
2.3.4. Construirea Manualului de identitate vizuală	43
2.3.5. Planul de evoluție	44
III. ANALIZA ANALOGILOR.....	46
3.1. ChemPoint	47
3.2. Crucea Roșie.....	50
3.3. Evolution Fresh	52
3.4. Alaska Airlines	54
IV. ARGUMENTAREA VARIANTEI PROPUSE.....	57
Concluzie.....	64
BIBLIOGRAFIE	65
ANEXE	66

INTRODUCERE

Vrem să începem această lucrare de la ideea susținută de Robert Kiyosaki, și anume: ” să mergi la școală, să iei note bune și după ce termini toate studiile să-ți înființezi propria companie”. Acesta este drumul cel mai greu, dar este drumul care îți garantează succesul și posibilitatea transformării viselor tale în realitate, precum și calea către independență financiară.

Înainte să-ți înființezi propria firmă sunt totuși necesari câțiva pași, și aici nu este vorba să mergi la o școală de afaceri, o astfel de școală nu te face antreprenor. Cine crede așa ceva este timpul să se trezească și să revină cu picioarele pe pământ. Secretul atingerii succesului este alcătuit din multă muncă, focusare, strategie, tenacitate, cunoștințe și nu are legătură cu norocul. Dacă este să ai noroc, atunci să știi că el nu pică din cer, ci tu îl faci pentru tine.

Așadar, ar fi indicat înainte de a intra în lumea afacerilor să ai cât mai multe cunoștințe despre branding, pentru că un brand puternic, înseamnă reputație pe măsură. Brandul este bunul cel mai de preț al unei companii, aceasta o spun toți cei care au construit de la zero cele mai puternice branduri din lume.

Prin actuala lucrare vom încerca să sintetizăm câteva idei, principii sau cunoștințe care stau la baza conceperii unui brand, atât din punct de vedere a marketingului cât și din punct de vedere a designului grafic, și importanța acestuia în crearea sistemului de identitate a brandului.

Brandingul este vital pentru orice afacere, și în cele ce urmează vom analiza cât de important este crearea unei imagini unice pentru succesul unui brand.

BIBLIOGRAFIE

1. <http://www.mindlens.ro/article/view/1>
2. <http://danieltanase.com/5lucruri-brandputernic/>
3. <http://siglasilozinca.ro/servicii-branding/nume-firma-brand-naming/>
4. <https://www.academia.edu>
5. http://www.ebirouvirtual.ro/sites/default/files/articole_bv/131007%20Construirea%20Brandului
6. <https://www.scribd.com/doc/21728083/Brand-Branding-siglata-ro>
7. <https://codemyviews.com/blog/how-to-build-a-brand-bible-visual-style-guide>
8. <https://www.flipsnack.com/blog/how-to-create-a-brand-book-guide-and-examples/>
9. <https://99designs.com/blog/tips/how-to-create-a-brand-style-guide/>
10. <http://www.hornallanderson.com/casestudy/even-a-chemistry-brand-needs-brand-chemistry>
11. <http://www.hornallanderson.com/casestudy/a-fresh-take-on-fresh>
12. <https://en.wikipedia.org/wiki/Branding>
13. <https://www.behance.net/search?field=109>
14. <http://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/branding----the-basics/>
15. https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_identity
16. <https://www.marketing-partners.com/conversations2/logo-corporate-identity-or-brand-whats-the-difference>
17. <https://creativemarket.com/ThemeDevisers/918008-Corporate-Identity>
18. <https://www.freepik.com/>