ЦАТ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

РАЗРАБОТКА ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ И АНИМАЦИОННОГО ВИДЕОРОЛИКА

Студент: Мартынова В.М.

Руководитель: к.т.н. доцент Дроботун Н.В.
Конультант: ст. преп. Князева И.К.

ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Фирменный стиль и анимационный ролик в гостиничном деле.

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы и стратегии формирования фирменного стиля для гостиничного предприятия, методы и способы создания анимационного ролика для бренда.

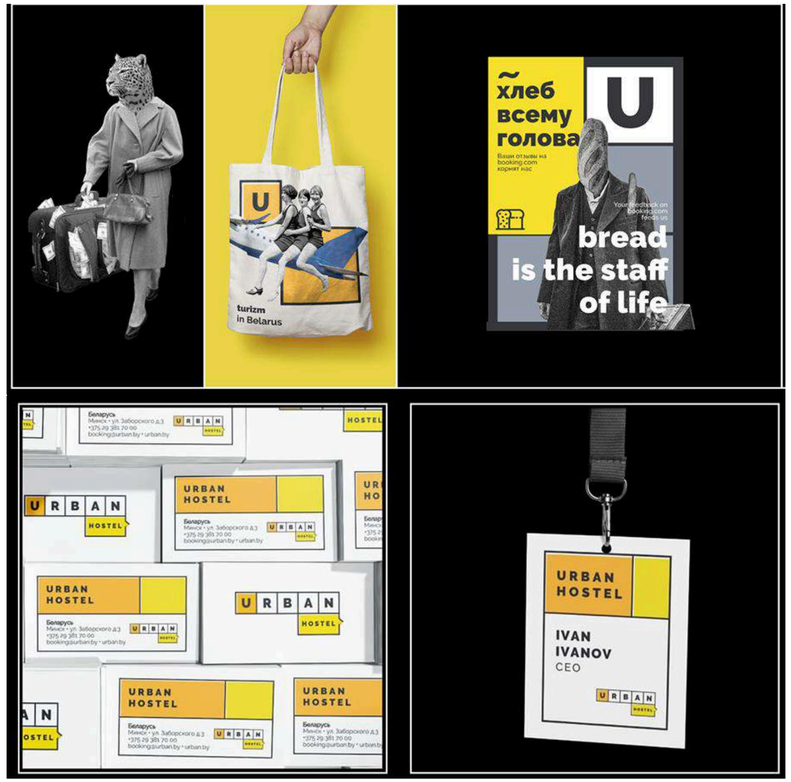
ЦЕЛЬ РАБОТЫ

Разработка элементов фирменного стиля для отеля и создание для него анимационного ролика.

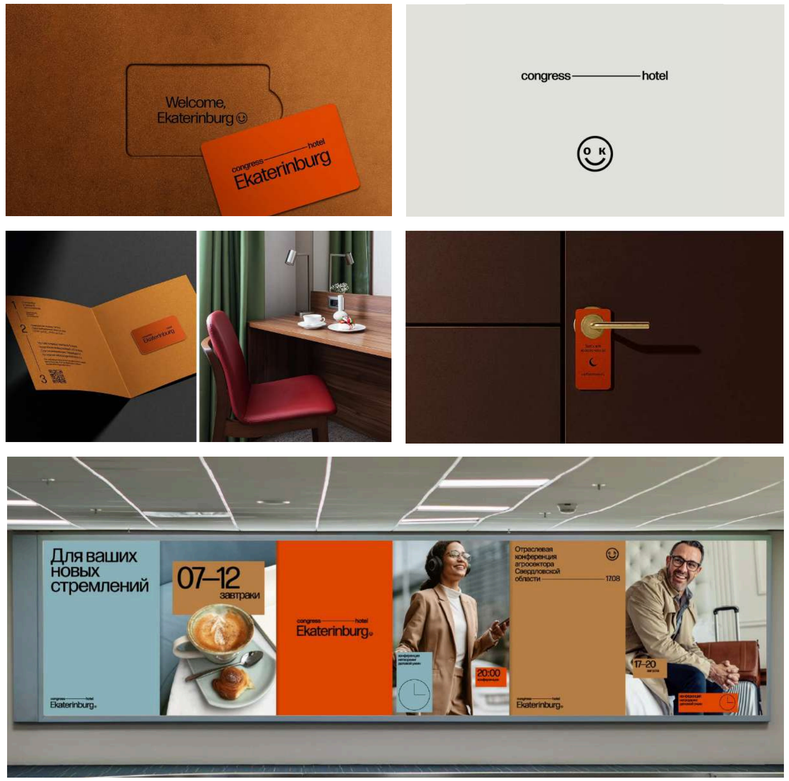
ЗАДАЧИ РАБОТЫ:

- рассмотреть теоретические основы брендинга, фирменного стиля и анимационного ролика;
- проанализировать существующие гостиничные предприятия, их видеорекламу и аналоги с похожими стилевыми приёмами концепции проекта;
- разработать собственную концепцию фирменного стиля и анимационного ролика для исследуемого бренда.

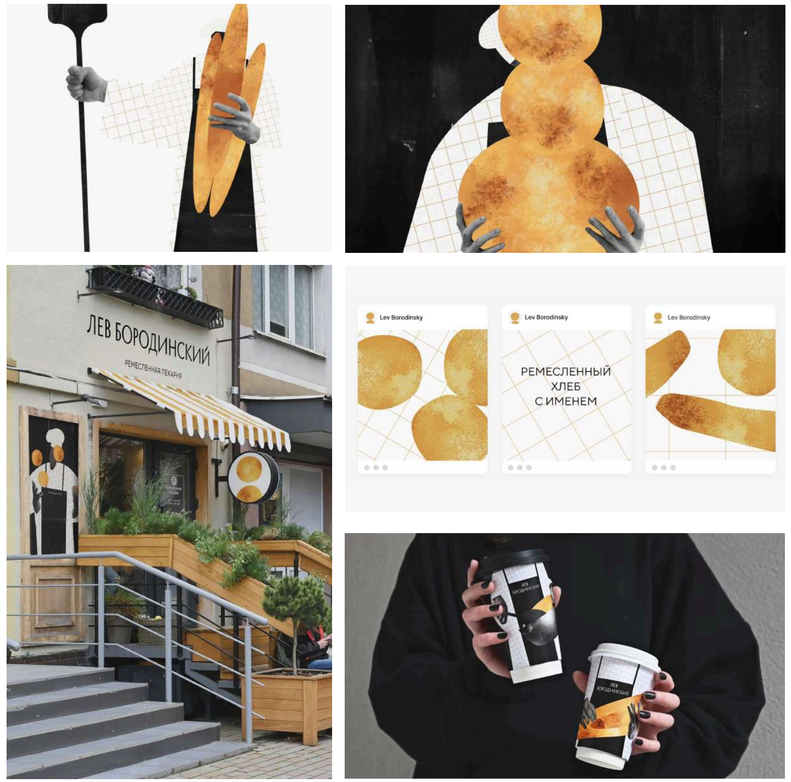
АНАЛОГИ ДЛЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ



Хостел Urban

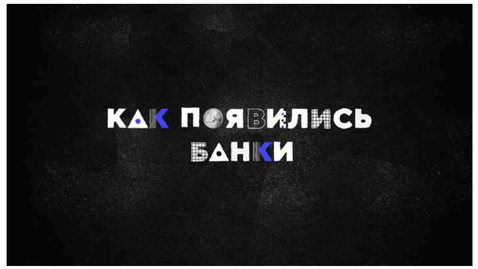


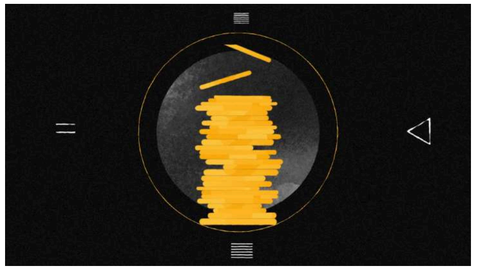
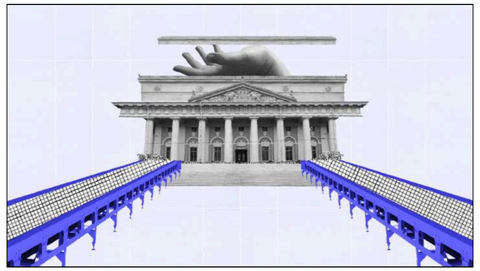
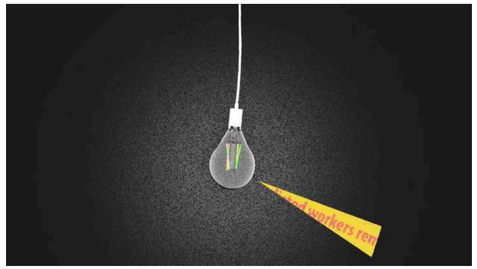
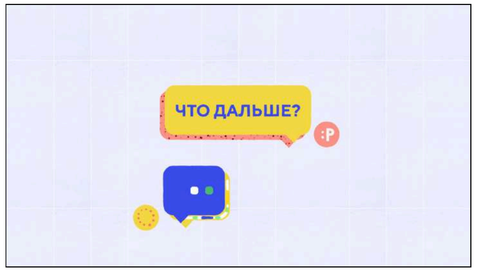
Конгресс-отель Екатеринбург



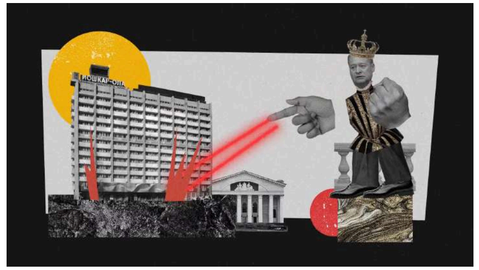
Пекарня Лев Бородинский

АНАЛОГИ ДЛЯ АНИМАЦИОННОГО РОЛИКА



Ролик «Банки» от студии prand



Ролик «Oblivion» («Забвение») для проекта «Йошкар-Ола настоящая»

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Отель, расположенный в здании «Красное знамя», для тех, кто ценит литературу, историю и уникальный культурный опыт.

ТЕМАТИКА ОТЕЛЯ

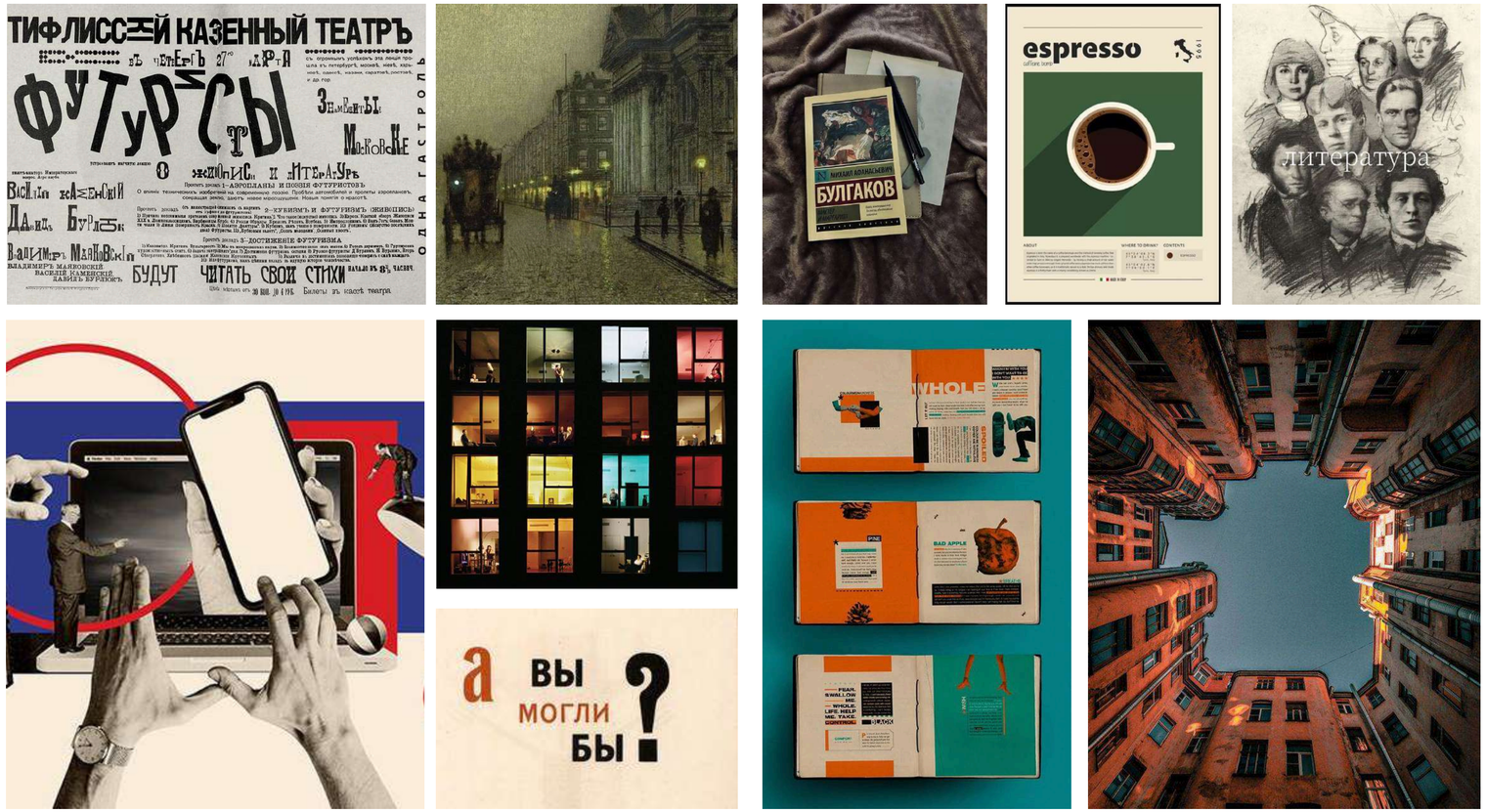
Русская литература 20 века, интерьер в авангардном стиле с элементами декора, отсылающими к известным произведениям писателей 20 века.

УСЛУГИ ОТЕЛЯ

- обычные и тематические номера;
- культурные мероприятия, такие как литературные вечера, лекции.

ИДЕЯ РОЛИКА

Ролик, рассказывающий об услугах отеля + история о здании «Красное знамя».



Мудбор настроения

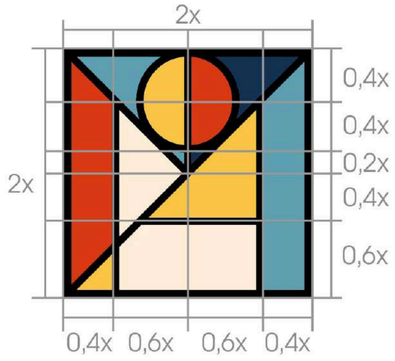
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

МОЛОДЫЕ ЛЮДИ, ИНТЕРЕСУЮЩИЕСЯ ТВОРЧЕСКИМ ТУРИЗМОМ, 20-30 ЛЕТ

- **Доход:** От 130 тыс. руб.
- **География:** Туристы из России и зарубежья, путешествующие по культурным маршрутам.
- **Интересы:** Литература, театры, музеи, искусство, история, культурные путешествия.
- **Черты характера:** Интеллектуальные, любознательные, ценящие красоту и эстетику, стремящиеся к саморазвитию, открытые новым впечатлениям, ведут активный образ жизни.
- **Что важно:** Уникальная атмосфера, близость к достопримечательностям, качество обслуживания.
- **Боли**: Несоответствие ожиданиям по качеству и комфорту, недостаток уникальности у отелей, сложности с бронированием и поиском информации, нехватка отзывов, отсутствие информации о мероприятиях.

ЛОГОТИП

Эскизы логотипа

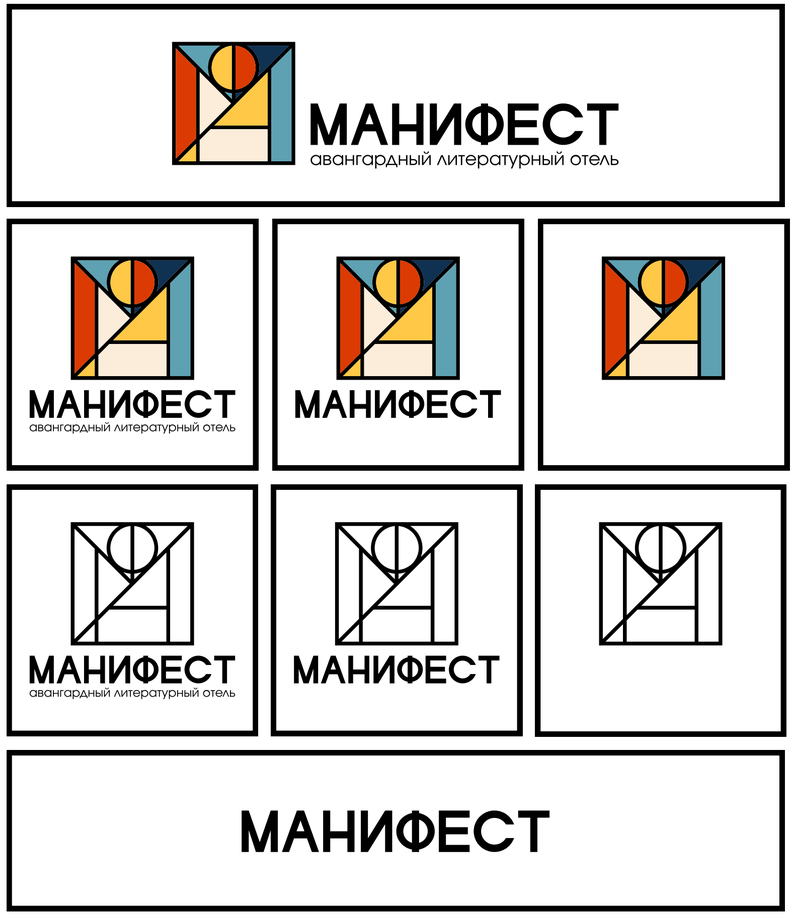


Построение знаковой части логотипа

Построение вертикальной версии логотипа

Построение горизональной версии логотипа

МОДИФИКАЦИИ ЛОГОТИПА



Варианты компоновки логотипа, цветной и контурный варианты

Цветовые решения логотипа

ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ЖЕЛТЫЙ HEX: #FFC947 RGB: 255, 201, 71 CMYK: 0%, 24%, 79%, 0%	КРАСНЫЙ HEX: #DB3C04 RGB: 219, 60, 4 CMYK: 7%, 87%, 100%, 1%
КРЕМОВЫЙ HEX: #FCEDDA RGB: 171, 100, 103 CMYK: 0%, 8%, 17%, 0%	ГОЛУБОЙ HEX: #5DA1B4 RGB: 93, 161, 180 CMYK: 64%, 21%, 25%, 3%
ЧЕРНЫЙ HEX: #000000 RGB: 0, 0, 0 CMYK: 0%, 0%, 0%, 1%	СИНИЙ HEX: #103152 RGB: 16, 49, 82 CMYK: 100%, 79%, 40%, 36%

Фирменные цвета

Involve

Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
(. , ! ? % « » “ ” ; : ’ & @ # / *)

Medium

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
(. , ! ? % « » “ ” ; : ’ & @ # / *)

SemiBold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
(. , ! ? % « » “ ” ; : ’ & @ # / *)

Bold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
(. , ! ? % « » “ ” ; : ’ & @ # / *)

Фирменный шрифт

Фирменные символы

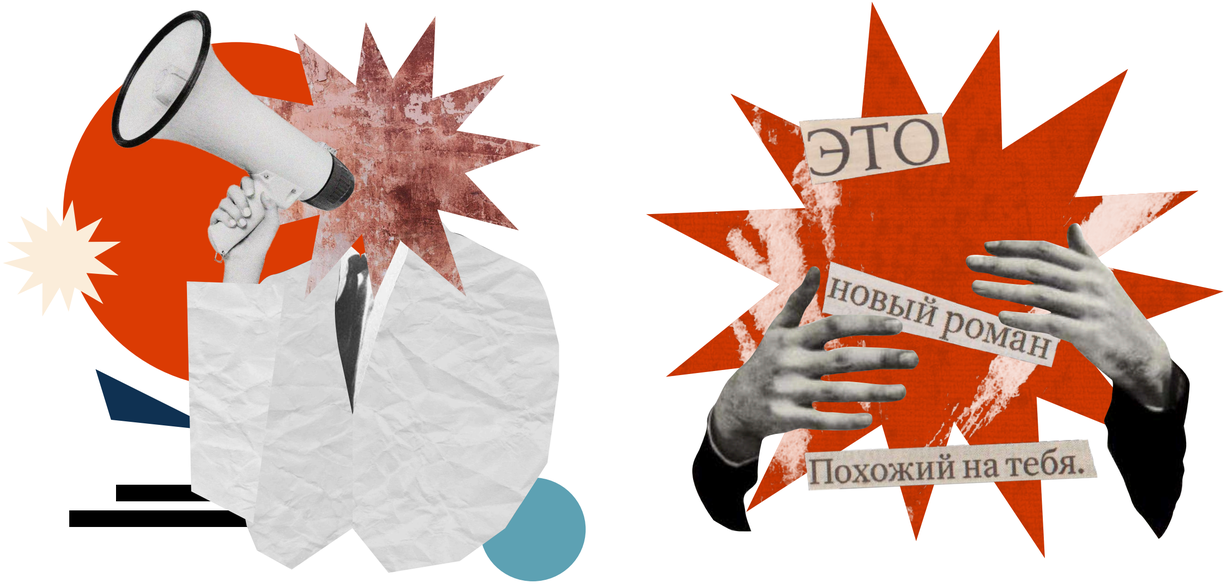
ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Блок паттерна

Цветовые решения паттерна

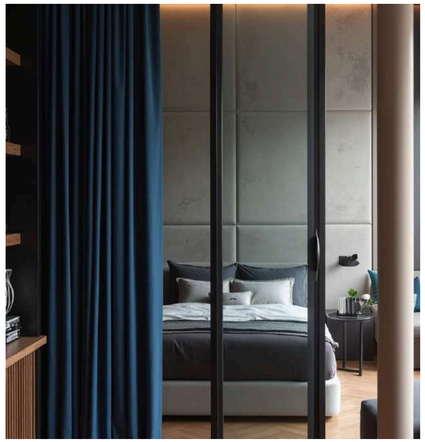
ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

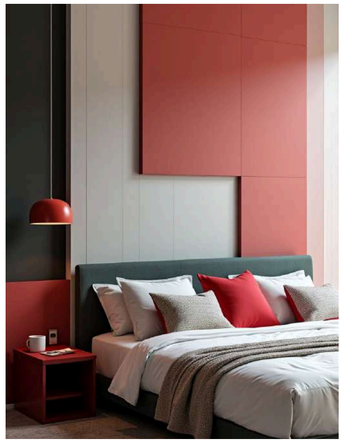
Вариант композиции



Варианты иллюстраций

ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

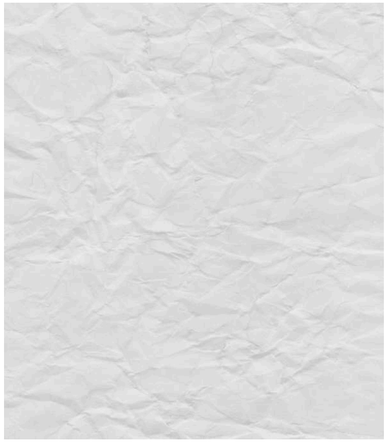




Фотостиль

Пример кадрирования

Использование масок



Пример текстур

НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Бейдж

Корпоративная визитка

Брелоки для ключей

Ручки, карандаши

Именная визитка

Дорхенгеры

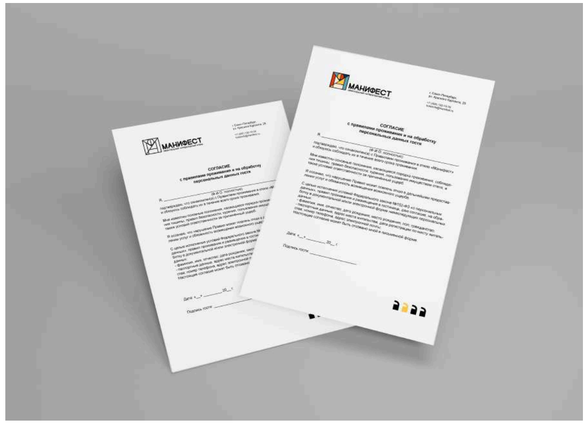
НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Конверт

Папки

Зубная щетка

Подушки



Бланки документов

Бритва, гребень

Тапочки, полотенце

НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Плакаты

Буклет

НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Шоппер

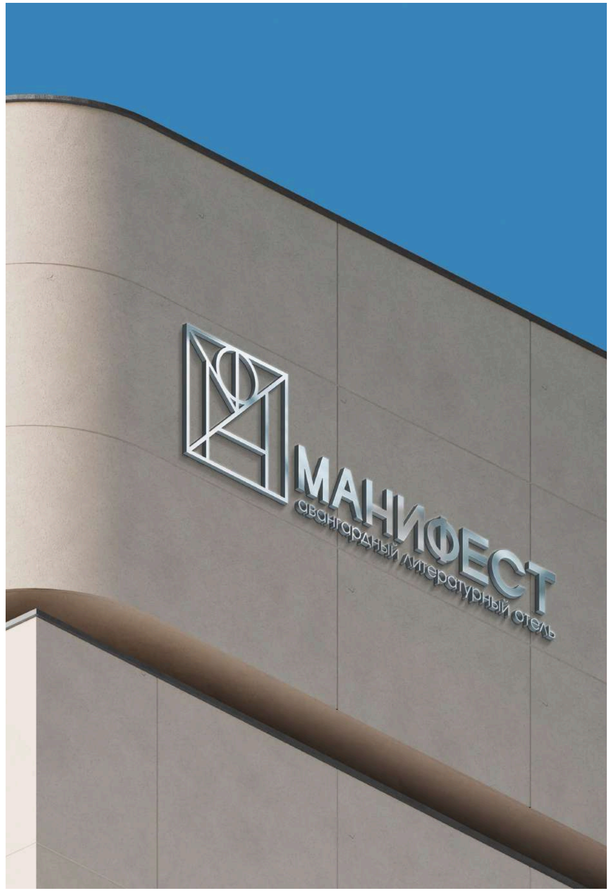
Календарь

Шоппер

Блокноты

Открытки

НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

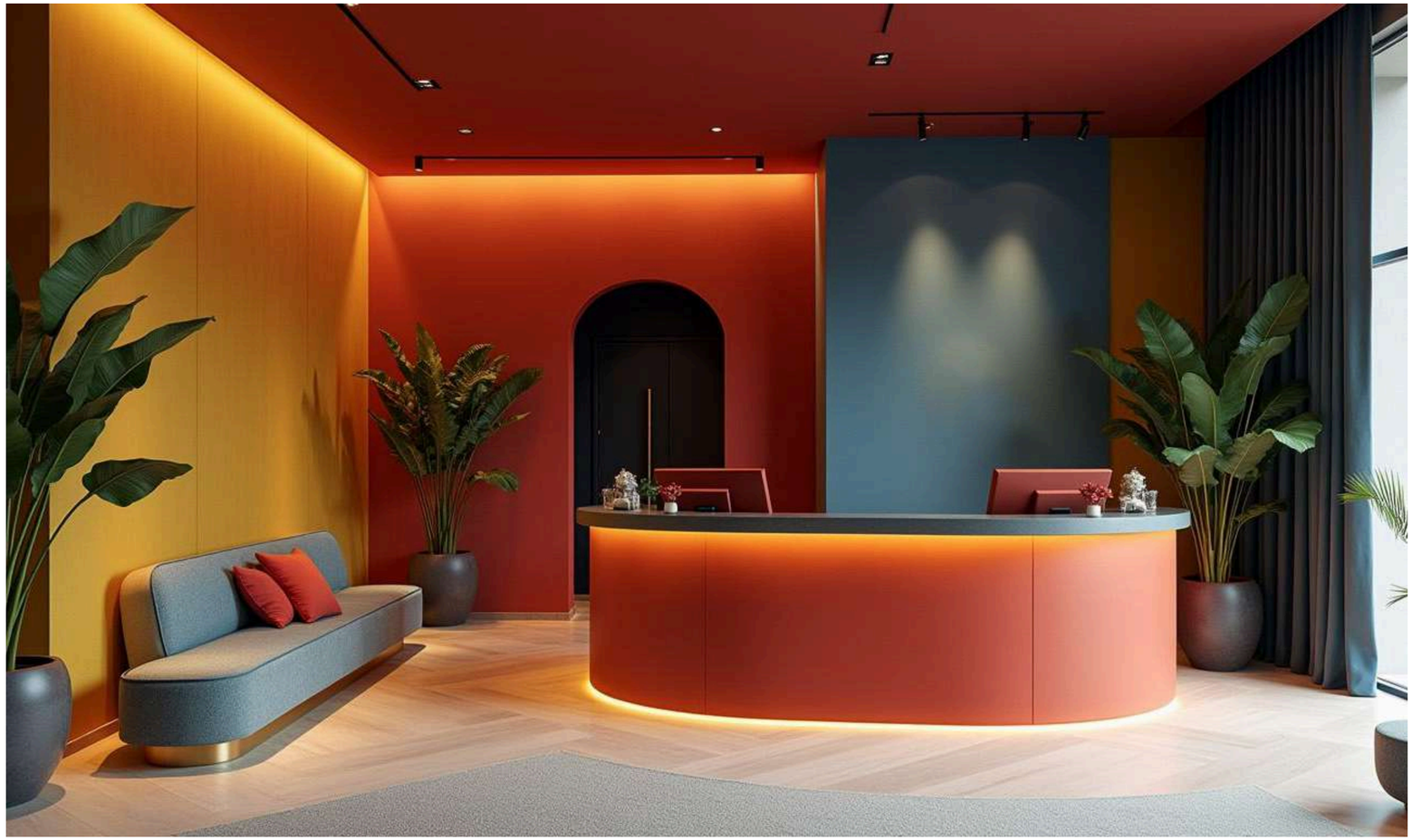


Наружная вывеска

Внутренняя вывеска

Наружная вывеска

НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ



Ресепшен

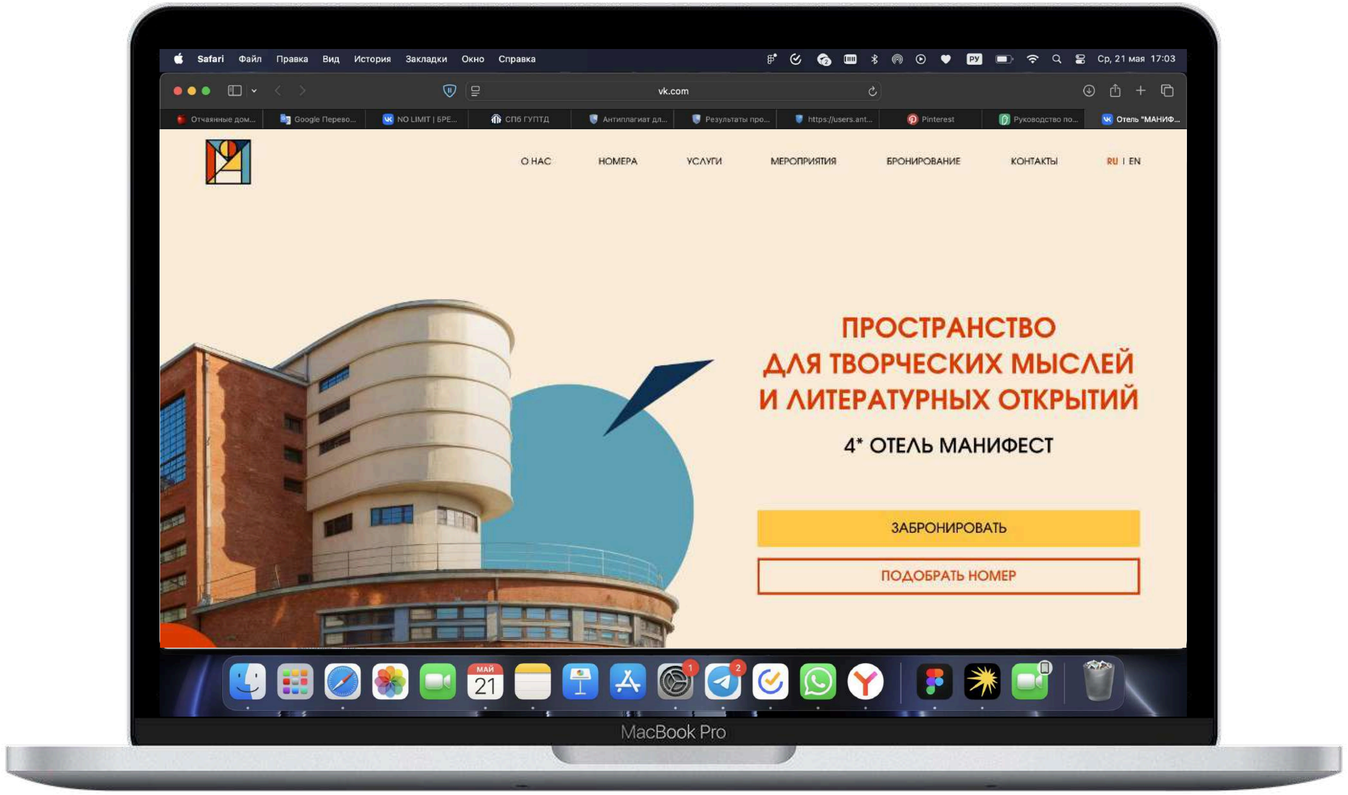
Фирменная форма сотрудников

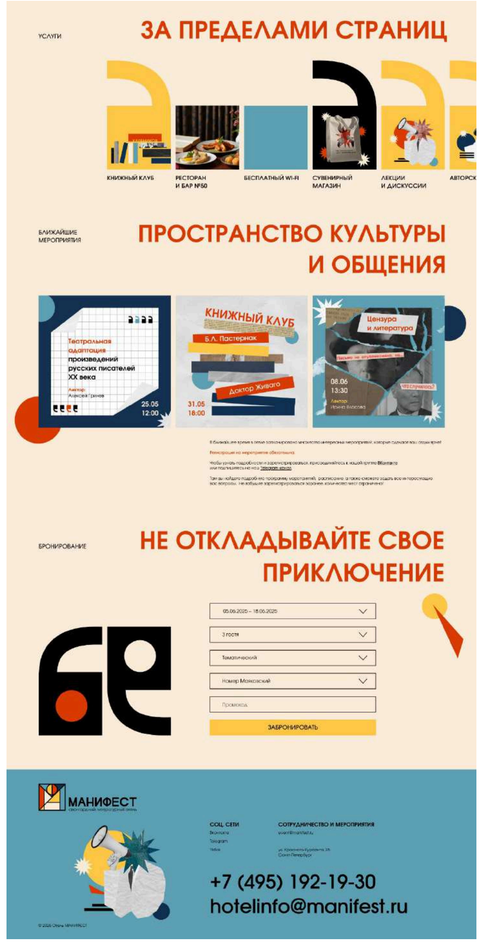
НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Оформление группы Вконтакте

Посты для соц. сетей

НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ





Сайт

ГАЙДЛАЙН

Гайдлайн

Гайдлайн

Электронная версия гайдлайна

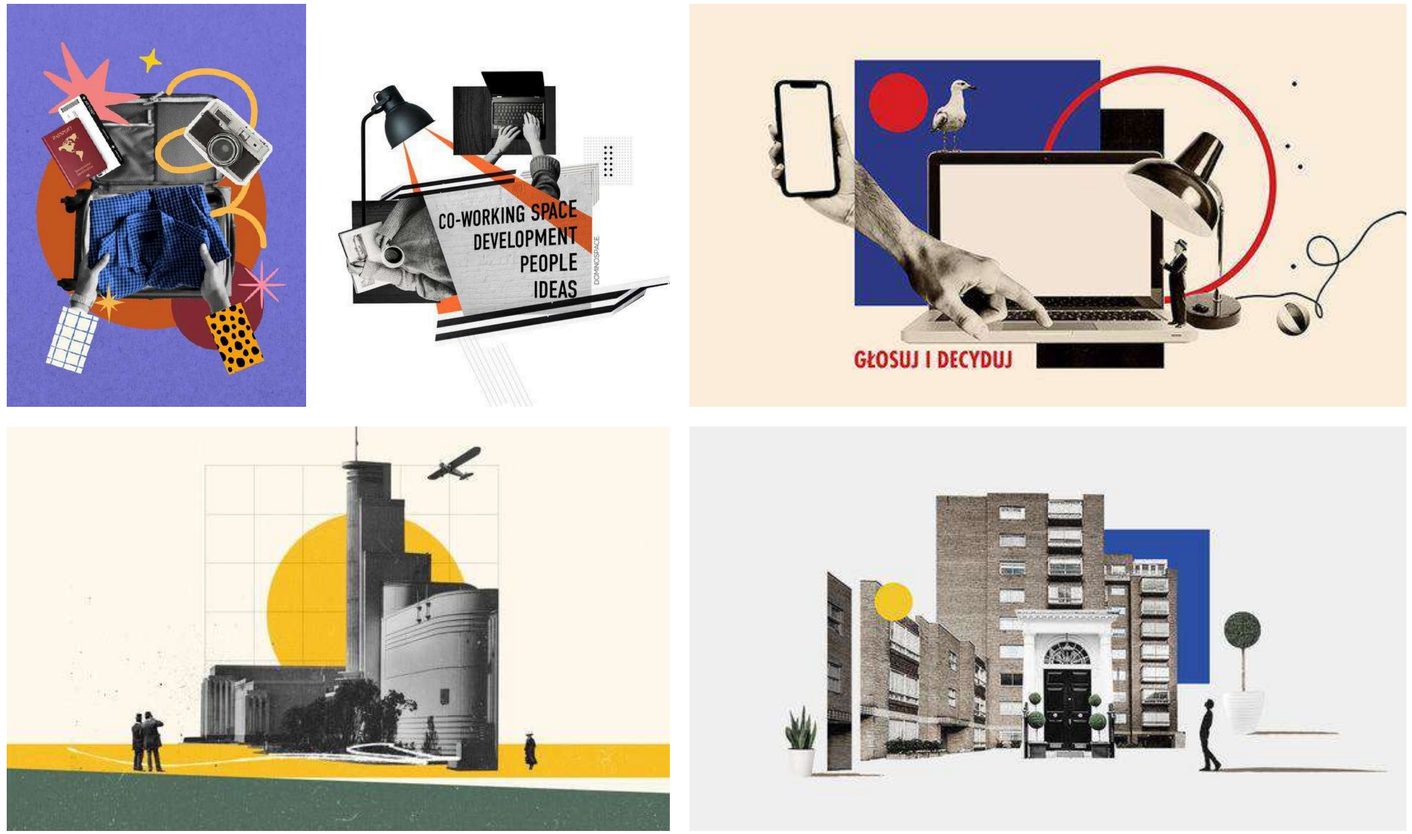
АНИМАЦИОННЫЙ РОЛИК

СИНОПСИС

Ролик начинается с панорамного вида Санкт-Петербурга. Далее кратко рассказывается история здания «Кнасное знамя».
Далее показаны три тематических номера, основанные на творчестве русских писателей XX века: Бориса Пастернака, Владимира Маяковского и Анны Ахматовой.

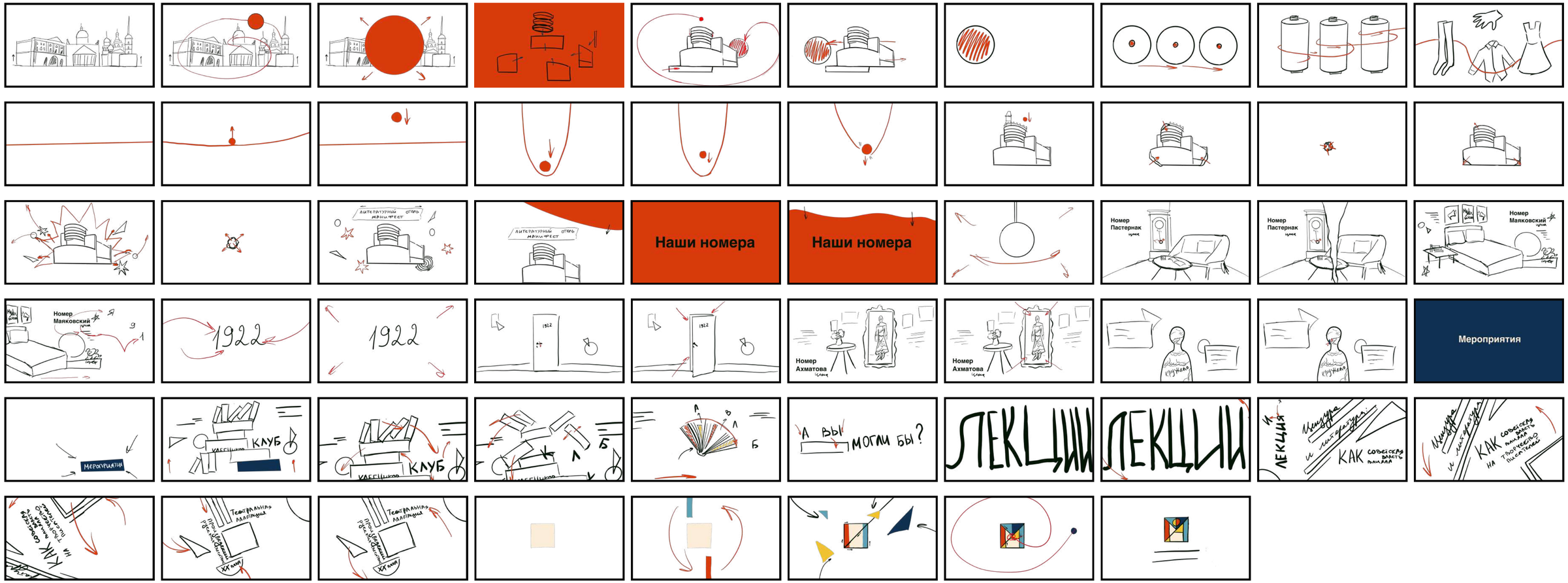
- Номер Пастернака: Часы с маятником символизируют концепцию времени.
- Номер Маяковского: Эффект разрыва бумаги и появление геометрических фигур, символизирующих создание нового.
- Номер Ахматовой: Интерьер с вазой цветов и строчками стихов, тёмные цвета символизируют скорбь.

Заключительная часть представляет основные виды программ отеля: книжный клуб и лекции. В конце ролика из геометрических фигур формируется логотип.



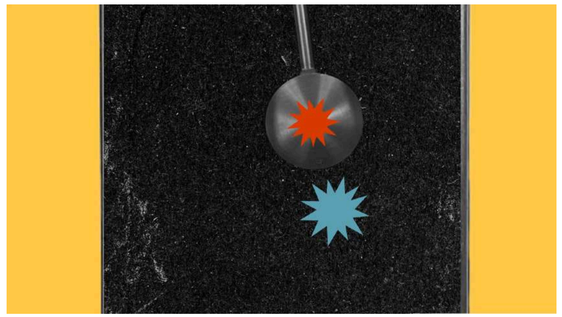
Мудбор концепции ролика

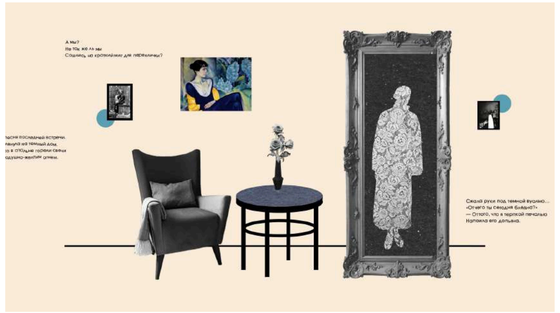
РАСКАДРОВКА

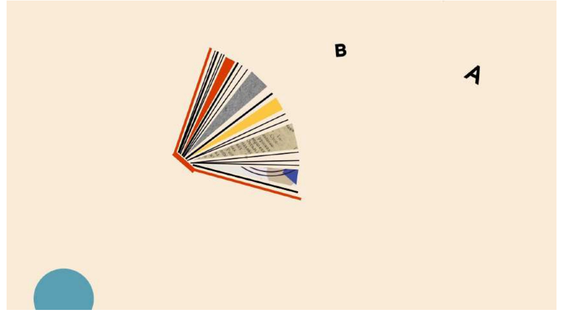


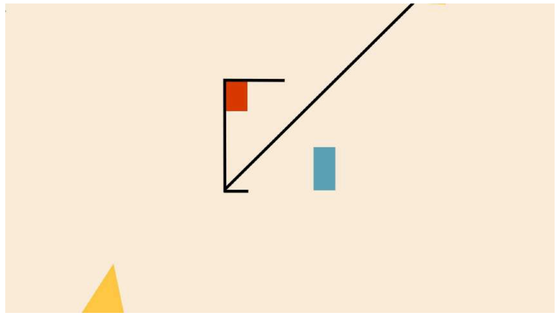
Раскадровка анимационного ролика

ИТОГОВЫЙ АНИМАЦИОННЫЙ РОЛИК







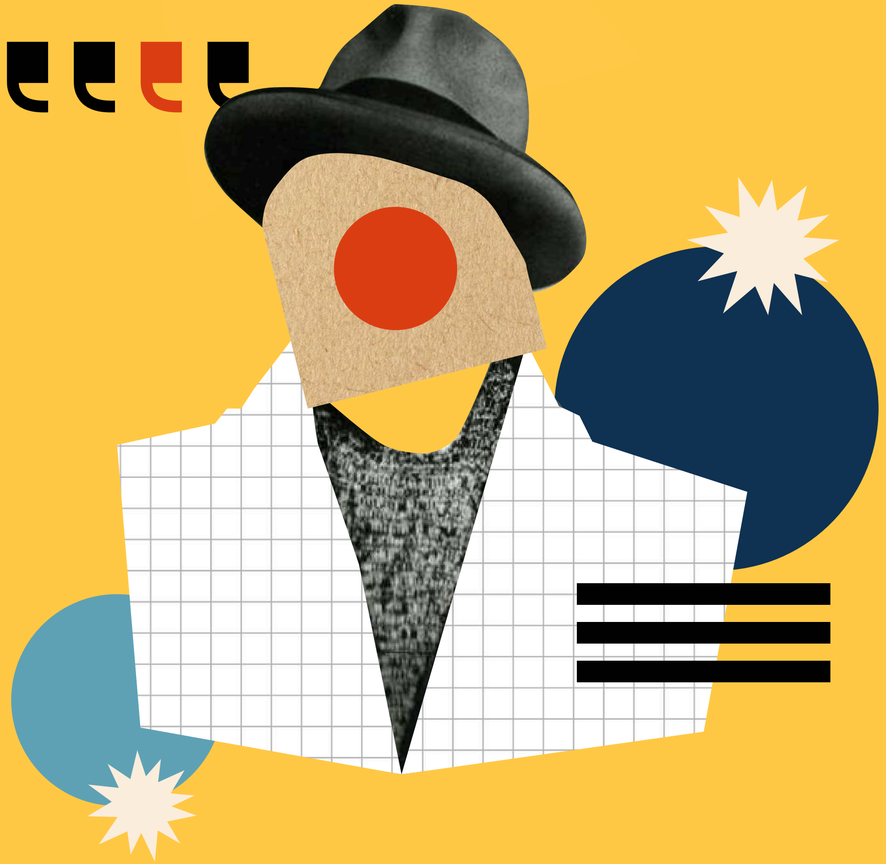


ВЫВОДЫ

В рамках выполнения поставленных задач:

- были сформированы и прописаны смысловая и визуальная части концепции бренда;
- разработан фирменный стиль для отеля «Манифест», а именно: логотип, цвета, шрифты, фирменная графика и фотостиль;
- создан рекламный анимационный ролик, который может быть использован в рекламных кампаниях, на сайте отеля, а также в социальных сетях, что поможет привлечь внимание широкой аудитории и подчеркнуть уникальность концепции отеля;
- разработан гайдлайн, внутри которого продемонстрированы фирменные элементы, описаны основные правила по их использованию;
- разработаны фирменные носители отеля «Манифест».

Таким образом, в рамках проекта **была достигнута поставленная цель** – разработаны элементы фирменного стиля и анимационный ролик для отеля.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!