

Ком'ютерний дизайн фірмового стилю



«Ось цей – креативний та агресивний, той – старомодний та витончений, а ось той – затишний та комфортний»

Майже так споживачі відчують магазини й торговельні центри, кафе й ресторани, підприємства й установи, з якими мають справу

к.с.-г.н. доцент кафедри менеджменту, маркетингу та ІТ
ЛАРЧЕНКО О.В.

Навчальна дисципліна «Комп'ютерний дизайн фірмового стилю» **буде корисна** майбутнім спеціалістам з менеджменту, маркетингу, реклами, PR.

Сьогодні на ринку, фактично, конкурують не компанії, не їхні товари, а їхні іміджі

Створений індивідуальний образ дозволяє покупцеві виділити компанію на загальному тлі, запам'ятати її. І цей образ треба створювати грамотно – на основі знання принципів **графічної композиції та дизайну**.

На формування іміджу компаній впливають багато факторів. І один з найважливіших – це **візуальний образ компанії**, який створюється засобами графічного дизайну.

Цей образ формується з багатьох речей: **логотип, колірна гама, шрифти, композиція рекламних зображень, верстка веб-сайту та презентацій...**

Вивчення цієї дисципліни дає можливість здобувачу:



- формулювати вимоги до елементів графічного фірмового стилю (логотип, слоган, фірмові кольори, фірмові шрифти, ...);



- оформляти технічне завдання на розробку графічного дизайну;



- розробляти елементи графічного фірмового стилю;



- обирати види корпоративних видань задля формування заданого корпоративного іміджу (календар, листівка, журнал, газета, книга, презентація, блог, сайт, ...);



- формулювати вимоги до дизайну корпоративних видань

Метою викладання даної навчальної дисципліни є формування у здобувачів компетентностей з управління процесом розробки елементів графічного фірмового стилю компанії та дизайну корпоративних видань на основі знання принципів художньої композиції та графічного дизайну.

