

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ О.А. Бобарчук
« ____ » _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 186 «ВИДАВНИЦТВО ТА ПОЛІГРАФІЯ»

Тема: «Брендбук станції обслуговування автомобілів VIC SERVICE, місто Вишневе»

Виконавець _____ студент групи ВП-316ст Куценко Сергій Вікторович
(студент, група, прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____ зав. кафедри Бобарчук Олександр Анатолійович
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

Нормоконтролер:

_____ (підпис)

_____ (ПІБ)

КИЇВ 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

Напрямок (спеціальність, спеціалізація) 186 «Видавництво та поліграфія»

(шифр, найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ О.А. Бобарчук

«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Куценка Сергія Вікторовича

(П.І.Б. випускника)

1. Тема проекту: «Брендбук станції обслуговування автомобілів VIC SERVICE, місто Вишневе» затверджена наказом ректора від «31» березня 2023 р. № 441/ст.
2. Термін виконання роботи: з 22.05.2023 р. по 25.06.2023 р.
3. Вихідні дані проекту: текстова складова макету брендбуку, елементи фірмового стилю станції обслуговування автомобілів «VIC SERVICE»
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичне обґрунтування, опис та обґрунтування вибору програмного забезпечення, практична реалізація проекту, нормативно-правове регулювання прав на авторство фірмового стилю в Україні.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: таблиці, рисунки, діаграми, графіки.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Ознайомитись із предметною областю	16.05.2022 – 17.05.2022	
2	Провести аналіз науково-методичної літератури	17.05.2022 – 19.05.2022	
3	Розглянути теоретичні засади фірмового стилю та розробки брендбуків	19.05.2022 – 21.05.2022	
4	Розробити дизайн-концепцію Макету брендбуку	21.05.2022 – 22.05.2022	
5	Здійснити вибір програмного забезпечення для розробки видання	23.05.2022 – 24.05.2022	
6	Здійснити підготовку текстової та графічної складової видання	24.05.2022 – 25.05.2022	
7	Провести верстку макета видання	26.05.2022 – 03.06.2022	
8	Розробити електронну версію видання. Здійснити вибір поліграфічного обладнання	03.06.2022 – 07.06.2022	
9	Підготувати презентаційний матеріал	07.06.2022 – 10.06.2022	

7. Дата видачі завдання: « ____ » _____ 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис керівника)

Бобарчук О.А.
(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис випускника)

Куценко С.В.
(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи: «Брендбук станції обслуговування автомобілів VIC SERVICE, місто Вишневе» складається з 43 сторінок, містить 48 рисунків, 3 таблиць та 37 використаних джерел.

БРЕНДБУК, ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, АЙДЕНТИКА, КОНЦЕПЦІЯ ВИДАННЯ, ВЕБСТОРІНКА, ЕЛЕКТРОННИЙ МАКЕТ.

Об'єкт дослідження – брендбук станції обслуговування автомобілів «VIC SERVICE»

Предмет дослідження – друкований та електронний макет брендбуку станції обслуговування автомобілів «VIC SERVICE».

Мета роботи – розробка фізичної та електронної версії брендбуку та розробка фірмового стилю для станції обслуговування автомобілів «VIC SERVICE».

Методи дослідження: теоретичні (аналіз та систематизація) та практичні (моделювання та макетування).

Практичне значення кваліфікаційної роботи: розроблений брендбук (друкована та електронна версія) може використовуватись станцією обслуговування автомобілів «VIC SERVICE» для організації елементів фірмового стилю, проведення рекламної діяльності.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1	9
ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ДАНОГО ТИПУ ВИДАННЯ	9
1.1. Тип та вид видання	9
1.2. Стандарти для оформлення	9
1.3. Порівняння вже існуючих видань такого типу та виду видання	10
Висновок по розділу 1	12
РОЗДІЛ 2	13
ОПИС ТА ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	13
2.1. Програмне забезпечення для обробки текстових матеріалів	13
2.2. Програмне забезпечення для обробки ілюстративних матеріалів	14
2.3. Обґрунтування вибору програмного забезпечення	20
Висновок по розділу 2	20
РОЗДІЛ 3	21
ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ВИДАННЯ	21
3.1. Розробка концепції	21
3.3. Розробка макету друкованого видання	26
3.4. Елементи інтерактивності	29
3.5. Вибір устаткування для друку фірмової продукції	30
Висновок по розділу 3	33
РОЗДІЛ 4	34
ПРАВА НА АВТОРСТВО ФІРМОВОГО СТИЛЮ В УКРАЇНІ	34
4.1. Нормативні документи які регулюють права на авторство фірмового стилю в Україні	34
Висновок по розділу 4	35
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	37
ДОДАТОК А	42

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ

Айдентика – ідентифікатори бренду, «візуальна» мова, яка допомагає створити необхідний образ бренду.

Брендбук – це офіційний документ, в якому наведено стандарти візуального стилю певної компанії.

Видання – це документ, що пройшов цикл редакційно-видавничого опрацювання, виготовлений шляхом друкування, тиснення або іншим способом та містить інформацію, призначену для поширення.

Фірмовий стиль – це сукупність засобів та прийомів, які забезпечують концептуальну єдність представлення товарів фірми, її рекламних заходів та інших способів взаємодії з інформаційним оточенням; спрямовані на підвищення рівня запам'ятовуваності і сприйняття покупцями та партнерами, а також надають можливість протиставити власну діяльність товарам та діяльності конкурентів у певному сегменті ринку.

ВСТУП

Метою кваліфікаційної роботи є:

- Розробка макету брендбуку
- Створення фірмового стилю компанії на задану тему
- Аналіз сфери діяльності компанії-замовника
- Аналіз фірмових стилів компаній-конкурентів
- Підготовка пояснювальної записки до квапроекту
- Створення презентації

Мета розробки брендбуку - створення візуального образу автосервісу «VIC SERVICE».

Завдання брендбуку – створення цілісного образу з метою формування позитивного сприйняття споживачами.

Функції фірмового стилю:

- Відображення основних цілей та ідей компанії.
- Формування довіри до компанії.
- Забезпечення асоціативного зв'язку між споживачем і компанією.
- Презентування діяльності компанії, її товарів або послуг.
- Виділення компанії серед конкурентів.
- Заява про успішність компанії

Фірмовий стиль компанії включає:

- Фірмовий знак і логотип;
- Фірмовий блок ;
- Фірмові кольори;
- Фірмовий шрифт;

Брендбук, також відомий як стильовий посібник або брендовий посібник, є важливим інструментом управління брендом для компаній та організацій. Це документ, який визначає стандарти та правила використання елементів бренду, таких як логотип, кольори, шрифти, графічні елементи та інші візуальні складники, з метою забезпечення єдності і консистентності візуального представлення бренду.

Брендбук виконує кілька важливих функцій. По-перше, він слугує як керівництво для комунікаційних та маркетингових спеціалістів, а також для всіх сторонніх партнерів і постачальників, які працюють з брендом. Він надає чіткі і конкретні вказівки щодо використання елементів бренду, що допомагає забезпечити єдність у всіх комунікаціях та матеріалах, пов'язаних з брендом.

По-друге, брендбук є інструментом збереження та зміцнення ідентичності бренду. Він допомагає забезпечити консистентне використання кольорів, шрифтів та інших візуальних елементів, що робить бренд легким впізнаванням і підсилює його унікальний характер. Це особливо важливо в умовах, коли бренд використовується на різних платформах та в різних контекстах.

Крім того, брендбук є інструментом контролю якості. Він дозволяє забезпечити, що весь матеріал, пов'язаний з брендом, відповідає встановленим стандартам і використовується відповідно до заданих правил. Це забезпечує професійний та узгоджений вигляд усіх комунікаційних засобів, що сприяє позитивному сприйняттю бренду клієнтами та споживачами.

У кінцевому підсумку, брендбук є важливим інструментом для створення, управління та зміцнення бренду. Він забезпечує єдність, консистентність та впізнаваність бренду в усіх комунікаціях та матеріалах. Брендбук є ключовим компонентом успішної стратегії бренду, допомагаючи зберегти його ідентичність та позиціонування на ринку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ДАНОГО ТИПУ ВИДАННЯ

1.1. Тип та вид видання

Брендбук (також відомий як стильовий посібник або книга стандартів бренду) - це документ, який визначає ключові елементи і правила використання бренду компанії. Це комплексний посібник, який описує вигляд, стиль і спосіб використання логотипу, кольорів, шрифтів, графічних елементів та інших естетичних атрибутів бренду.

Брендбук має на меті забезпечити єдність в способах представлення бренду в усіх комунікаційних матеріалах компанії. Він допомагає забезпечити консистентність та впізнаваність бренду в різних медіа-каналах, таких як рекламні матеріали, веб-сайт, соціальні медіа, пакування продукту та інші.

1.2. Стандарти для оформлення

Не існує єдиного стандарту для оформлення брендбуку. Безумовно, кожна книга бренду містить основні елементи — використання логотипу, слогану, фірмових кольорів і шрифтів. Інші елементи брендбуку розробляються за необхідності, його структура і обсяг залежить від індивідуальних особливостей бренду.

Основні елементи брендбуку:

1) Фірмовий знак:

- Ідеологія і концептуальний опис фірмового знаку.
- Рішення з візуалізації знаку (допустимі кольори, варіанти чорно-білого рішення)
- Правила відтворення фірмового знаку.
- Допустимі умови зміни розміру знаку (збільшення чи зменшення) за допомогою масштабної сітки.
- Стандарти побудови знаку, як у графічній, так і в цифровій формі – комбінація знаку з іншими графічними або текстовими об'єктами, іншими знаками

допустимим розташуванням цих об'єктів, межі фірмового знаку, допустимого колірнього фону.

2) Логотип:

- Опис логотипу.
- Варіанти його написання різними мовами.
- Допустимі кольорові і чорно-білі рішення для логотипу.
- Умови зміни його розмірів.
- Схеми побудови лого в кольоровій і графічній формі, а також комбінації

з іншими об'єктами.

3) Фірмовий блок: опис концепції фірмового блоку, варіантів його розміщення на різноманітній документації, колірні рішення для фірмового блоку, схеми його побудови.

4) Фірмові кольори: визначення основного фірмового кольору і додаткових кольорів, дозволених комбінацій кольорів.

5) Фірмові шрифти: вибір основного фірмового шрифту, а також додаткових, згід правил щодо їх використання.

Крім правил оформлення, прописуються варіанти неприпустимого використання графічних елементів бренду.

1.3. Порівняння вже існуючих видань такого типу та виду видання

Приклад брендбуку: *Walmart*

Про те, як робити брендбук, знають в *Walmart* - найбільшої роздрібною мережі з більш ніж 7000 магазинів в 14 країнах світу. У гігантської мережі є не тільки супермаркети, а й маленькі магазинчики, в яких можна купити все, від книги до пилососа, від медикаментів до трун (причому, в розстрочку). «*Walmart*» - поєднання двох слів: *Wal* - від прізвища засновника Сема Уолтона (*Sam Walton*) і *Mart* - торговий центр.

Скільки коштувало розробити брендбук, компанія не розголошує. Але цей брендбук і гайдлайн - приклад докладної інструкції по використанню ідентифікують елементів і впровадження політики компанії, яку вона розробляла протягом кількох десятиліть.



Рис. 1 – Брендбук «Walmart»

Приклад брендбуку: *Animal Planet*

Дочірня телевізійна станція *Discovery Channel* прагне познайомити світ з мільйонами видів тварин, що населяють нашу Землю, більшість з яких занесені в Червону книгу. Вона завоювала свою репутацію і розширила свій брендінг, вийшовши на міжнародний рівень. Їх класні логотипи і колірна палітра допоможуть зрозуміти, як молодим брендам успішно представити себе. Структура брендбуку *Animal Planet* - проста і зрозуміла. У ньому міститься місія компанії, інформація про лого і про фірмових кольорах.

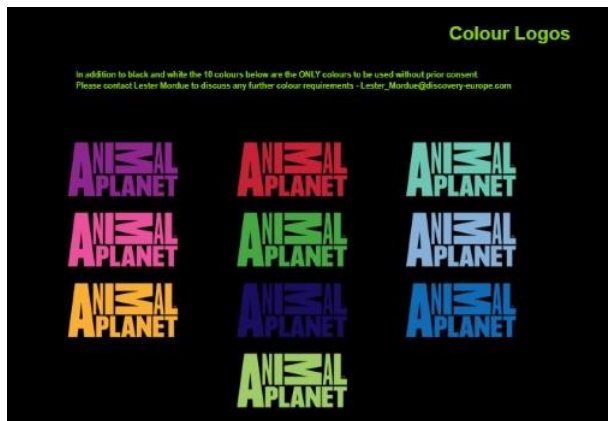


Рис. 2 – Брендбуку *Animal Planet*

Висновок по розділу 1

В даному розділі було описано:

- Тип та вид видання
- Стандарти для оформлення брендбуку
- Порівняння вже існуючих видань такого типу та виду видання

РОЗДІЛ 2

ОПИС ТА ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

2.1. Програмне забезпечення для обробки текстових матеріалів

Microsoft Word є одним з найпопулярніших текстових редакторів, розроблених компанією Microsoft, і використовується для створення, редагування та форматування документів на українській мові. Він має інтуїтивний і зручний інтерфейс, що дозволяє користувачам легко працювати з текстом, графікою та іншими елементами документів.

Переваги:

1. Багатофункціональність: Microsoft Word має великий набір функцій, таких як форматування тексту, вставка зображень, таблиць, діаграм, використання стилів, граматична перевірка та багато іншого. Він дозволяє створювати професійно оформлені документи з різноманітними елементами.

2. Інтеграція з іншими продуктами Microsoft: Microsoft Word легко інтегрується з іншими продуктами Microsoft, такими як Excel, PowerPoint, Outlook та OneDrive. Це дозволяє зручно обмінюватися документами, використовувати спільні ресурси та працювати в одній екосистемі.

Недоліки:

1. Вартість: Microsoft Word є комерційним програмним забезпеченням, що вимагає придбання ліцензії. Це може бути дорогим варіантом, особливо для деяких користувачів, які не використовують всі його функції.

2. Сумісність: Іноді можуть виникати проблеми з сумісністю між різними версіями Microsoft Word, особливо при співпраці на документах з різних версій програми. Це може викликати проблеми з форматуванням та відображенням документів.

3. Обмежена мобільність: Версії Microsoft Word для мобільних пристроїв можуть мати обмежені можливості порівняно з повнофункціональною версією

настільних комп'ютерах. Це може бути незручним для користувачів, які використовують програму

На даному рисунку зображено власний скріншот набору тексту у середовищі *Microsoft Word*

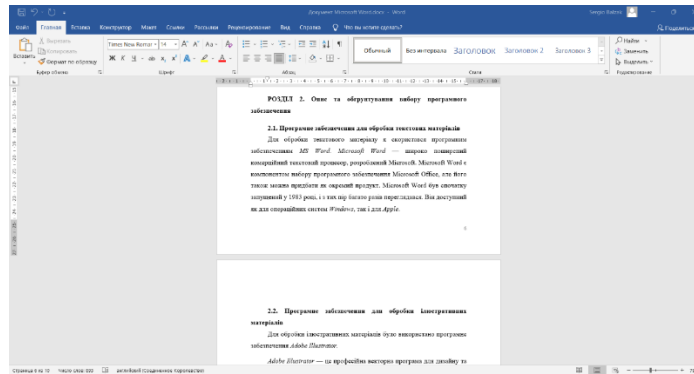


Рис. 3 – Програмне забезпечення *Microsoft Word*

2.2. Програмне забезпечення для обробки ілюстративних матеріалів

Для обробки ілюстративних матеріалів було використано програмне забезпечення *Adobe Illustrator*.

Adobe Illustrator має багатий набір інструментів, які дозволяють художникам і дизайнерам творити складні векторні зображення з високою роздільною здатністю. Зокрема, він має інструменти для малювання фігур, створення кривих, редагування кінцівок, роботи з кольорами, градієнтами та текстом.

Одним з найбільш потужних функцій *Adobe Illustrator* є його можливості для редагування та маніпулювання векторними об'єктами. Векторні зображення можуть бути розширені або зменшені без втрати якості, що робить *Adobe Illustrator* ідеальним інструментом для роботи з логотипами та іншими графічними елементами, які потребують масштабування.

Переваги *Adobe Illustrator*:

1. Векторна графіка: *Adobe Illustrator* базується на векторній графіці, що дозволяє створювати графічні об'єкти, які можна масштабувати без втрати якості. Це

робить Illustrator ідеальним інструментом для створення логотипів, іконок, веб-графіки та інших векторних елементів.

2. Професійні можливості малювання: Adobe Illustrator має потужний набір інструментів для малювання, що дозволяє користувачам створювати складні графічні композиції, включаючи малювання олівцем, пензлем, кривими Безьє та багато іншого. Це робить його відмінним вибором для художників та дизайнерів.

3. Інтеграція з іншими програмами Adobe: Adobe Illustrator добре інтегрується з іншими програмами Adobe, такими як Adobe Photoshop та Adobe InDesign. Це дозволяє зручно обмінюватися проектами між різними програмами та використовувати їх разом в одному дизайні.

4. Редагування тексту: Illustrator має потужні інструменти редагування тексту, включаючи можливість використовувати різні шрифти, розташовувати текст по кривих, застосовувати ефекти до тексту та багато іншого. Це дозволяє створювати складні дизайни, включаючи тексти.

5. Гнучкість в роботі з кольорами: Adobe Illustrator дозволяє користувачам працювати зі зручними палітрами кольорів, створювати власні кольорові бібліотеки, застосовувати різні кольорові режими та керувати кольоровими налаштуваннями. Це дозволяє точно налаштувати

Недоліки Adobe Illustrator:

1. Висока складність: Adobe Illustrator є досить складним програмним забезпеченням, і вимагає часу та зусиль для того, щоб оволодіти всіма його функціями та можливостями. Новачкам може бути складно оволодіти цілком векторним середовищем та особливостями роботи з векторною графікою.

2. Висока вартість: Adobe Illustrator входить в платний пакет програм Adobe Creative Cloud, тому використання його вимагає підписки на цей пакет, що може бути вартісним для окремих користувачів або малих бізнесів.

3. Великий обсяг функцій: Ілюстратор має велику кількість функцій та налаштувань, що можуть бути великим завданням для користувачів, які шукають простий інтерфейс або малу кількість функцій.

4. Обмежена робота з растровою графікою: Illustrator є векторним редактором, тому робота з растровими зображеннями (наприклад, фотографіями) може бути обмеженою, порівняно з Adobe Photoshop, який є більш потужним редактором растрової графіки.



Рис. 4 - Adobe Illustrator

Графічний редактор *Adobe Photoshop*

Adobe Photoshop - це один з найпопулярніших графічних редакторів, який використовується для обробки зображень, створення графічних дизайнів, ретуші фотографій, малювання, створення веб-елементів, та багато іншого. Він має великий набір функцій, інструментів та можливостей, які дозволяють професіоналам і любителям створювати вражаючі візуальні роботи.

Переваги Photoshop:

1. Розширений функціонал: Photoshop має великий набір функцій, таких як редакція кольорів, корекція зображень, масковий режим, режими змішування, фільтри, текстури, і багато іншого. Це дозволяє редагувати зображення в деталях та створювати складні графічні композиції.

2. Професійна якість: Photoshop забезпечує високу якість редагування зображень, зберігаючи деталі та роздільну здатність. Він широко використовується професіоналами в галузі фотографії, дизайну, реклами та маркетингу.

3. Гнучкість: Photoshop дозволяє працювати з різними форматами файлів, такими як JPEG, PNG, TIFF, PSD (власний формат Photoshop), RAW та багатьма

іншими. Він також підтримує роботу з різними кольоровими просторами, роздільними здатностями та режимами кольорового відображення.

4. Інтеграція з іншими програмами Adobe: Photoshop інтегрований з іншими популярними програмами Adobe, такими як Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Lightroom та багато інших, що дозволяє зручно працювати з різними графічними проектами.

Недоліки Photoshop:

1. Складний для початківців: Photoshop має велику кількість функцій та можливостей, що може зробити його складним для новачків. Вивчення всіх функцій та навичок редагування може зайняти час та зусилля.

2. Висока вартість: Adobe Photoshop є комерційним програмним забезпеченням, що вимагає місячної або річної підписки. Це може бути високим фінансовим бар'єром для деяких користувачів, особливо для студентів або невеликих бізнесів.

3. Високі системні вимоги: Photoshop вимагає потужного комп'ютера з великою кількістю оперативної пам'яті та вільного місця на жорсткому диску. Нестача ресурсів може призвести до падінь продуктивності або обмеження функціоналу.

4. Складність роботи з векторною графікою: В редакторі Photoshop робота з векторними графічними елементами може бути менш зручною порівняно з Adobe Illustrator, спеціалізованим векторним редактором.

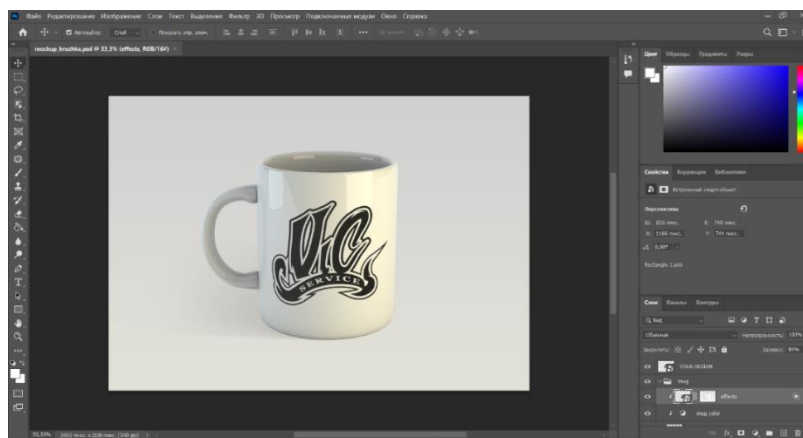


Рис. 5 - Adobe Photoshop

Програма для верстки видань Adobe InDesign

Adobe InDesign є професійним програмним забезпеченням макетування та верстки, що використовується в галузі дизайну та видавництва для створення публікацій, таких як журнали, книги, брошури, буклети, плакати, банери та інші типи документів. Ось деякі переваги та недоліки Adobe InDesign:

Переваги:

1. Професійний рівень верстки: Adobe InDesign надає широкі можливості для створення складних макетів з багатьма сторінками, розташуванням тексту, графіки та зображень на сторінці, керуванням колонками та вирівнюванням елементів.

2. Інтеграція з іншими Adobe-продуктами: Adobe InDesign може легко взаємодіяти з іншими продуктами Adobe, такими як Adobe Photoshop та Adobe Illustrator, що дозволяє імпортувати графіку та зображення, створені в цих програмах, безпосередньо до макету InDesign.

3. Підтримка мови: Adobe InDesign має розширену підтримку мов, включаючи багатомовну верстку, обробку тексту зліва направо, а також режими складання для різних мов світу.

4. Можливості друку: Adobe InDesign надає ряд інструментів та налаштувань, що дозволяють вирішувати завдання, пов'язані з друком, такі як

налаштування кольорових профілів, контроль за перекриттям кольорів, експорт в форматах, зручних для друку, тощо.

5. Автоматизація: Adobe InDesign має можливості автоматизації, такі як створення стилів, бібліотек елементів, налаштування макетів з використанням майстрів, що дозволяє ефективно працювати з повторюваними елементами та прискорює робочий процес.

Недоліки:

1. Висока складність: Adobe InDesign є потужним та складним програмним забезпеченням, що може вимагати від користувача значної кількості часу та зусиль для оволодіння всіма його функціями та можливостями. Він може бути викликом для новачків або тих, хто не має попереднього досвіду роботи з програмами Adobe.

2. Вартість: Adobe InDesign входить в пакет Adobe Creative Cloud, який є платним програмним забезпеченням на підписку. Це може бути високим фінансовим обтяженням для окремих користувачів або невеликих бізнесів, особливо якщо вони використовують програму рідко або для обмеженого набору функцій.

3. Вимоги до обладнання: Adobe InDesign може вимагати потужного обладнання, особливо при роботі з великими документами або складними макетами з багатьма графічними елементами. Це може бути викликом для користувачів з менш потужними комп'ютерами або обмеженими ресурсами.

4. Відсутність підтримки для деяких форматів файлів: Adobe InDesign має підтримку великої кількості форматів файлів, проте, деякі менш поширені формати можуть не бути повністю підтримані, що може викликати проблеми при співпраці з іншими програмами або обмежувати можливості обробки файлів.

5. Навантаження на системні ресурси: Adobe InDesign може використовувати значну кількість системних ресурсів, таких як процесор, оперативна пам'ять та дисковий простір, особливо при роботі з великими документами або складними макетами, що може впливати на продуктивність комп'ютера та робочий процес.

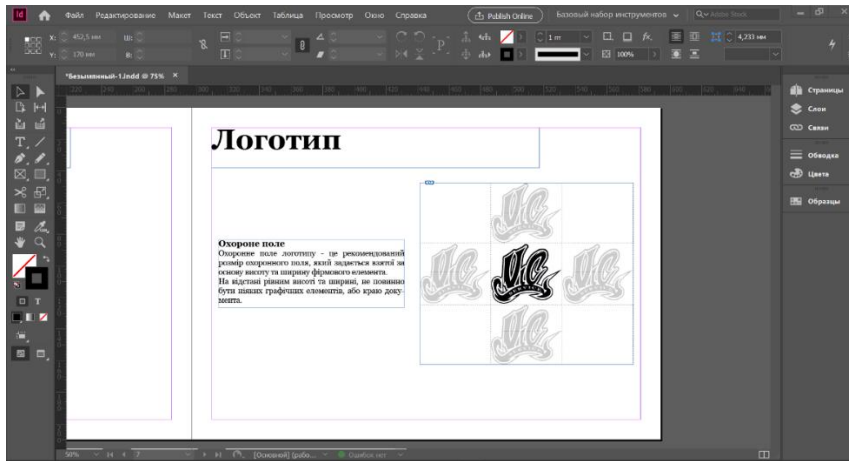


Рис. 6 - Adobe InDesign

2.3. Обґрунтування вибору програмного забезпечення

Було обрано саме таке програмне забезпечення по декільком причинам:

- Широкий спектр інструментів.
- Всі представники є найпопулярнішими програмами у своєму сегменті.
- Зручний інтерфейс.
- Багаторічний досвід роботи у програмах лінійки *Adobe*.
- Сумісність програм в одній системі.

Висновок по розділу 2

В даному розділі було оглянути програмне забезпечення, яке використовувалося в даній кваліфікаційній роботі.

Програмне забезпечення:

- *Microsoft Word*
- *Adobe InDesign*
- *Adobe Photoshop*
- *Adobe Illustrator*

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ВИДАННЯ

3.1. Розробка концепції

Приклад для логотипу було взято з логотипу автомайстерні «*West Coast Customs*». *West Coast Customs* — це авторемонтна майстерня, яка спеціалізується на налаштуванні транспортних засобів. Його започаткували співзасновники Райан Фрідлінгхаус та Квінтон Додсон у 1993 році.



Рис. 7 – Логотип «*West Coast Customs*»

Створення та налаштування логотипу здійснювалося в основному за допомогою інструменту «перо».



Рис. 8 – Створення та налаштування логотипу



Рис. 9 – Логотип СТО «VIC SERVICE»

Кольори логотипу було підбрано чорний та білий щоб в даному логотипі в подальшому можна було змінювати кольори для редагування на власний смак.

Шрифт для підпису логотипу був обраний *Georgia Bold*, так як він більше за всі шрифти під стиль логотипу.

Georgia Bold - це насичений, виразний шрифт, який належить до сімейства шрифтів Georgia. Він відомий своїм класичним і елегантним виглядом, який робить його популярним в друкованих матеріалах та на веб-сайтах.

Шрифт *Georgia Bold* має сильний контур, що додає йому ваги та чіткості. Його геометричні форми є стабільними та добре збалансованими, що робить його легким для читання навіть при менших розмірах.

Верхні та нижні кінці літер мають невеликі зубці, що надає шрифту Georgia Bold певного характеру та оригінальності. Він поєднує в собі класичні риси серії шрифтів Georgia з більш виразними формами.

Шрифт *Georgia Bold* має універсальний характер і підходить для різних типів дизайну. Він часто використовується для заголовків, підзаголовків, акцентних елементів та інших важливих елементів документів або веб-сторінок.

Цей шрифт добре комбінується з іншими шрифтами, доповнюючи їх та забезпечуючи високу читабельність. Він володіє елегантною та професійною аурую, що робить його популярним в друкарській та рекламній галузях.

Загалом, шрифт *Georgia Bold* - це вишуканий та стильний шрифт з чіткими лініями та впізнаваними формами, який забезпечує якісне візуальне враження та зручну читабельність.

A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

Рис. 10 - *Georgia Bold*

Основним шрифтом брендбуку є Gill Sans Nova.

Шрифт Gill Sans є гарнітурою (шрифтом), розробленою британським дизайнером Еріком Гіллом в 1926 році. Він став одним з найвідоміших та популярних шрифтів у світі і досі широко використовується у різних галузях дизайну.

Gill Sans має чистий і простий вигляд з округлими кутами та сучасними пропорціями літер. Його особливістю є комбінація геометричних та гуманістичних рис, що робить його універсальним для різних типів проєктів.

Цей шрифт відомий своїм економічним дизайном, де кожна літера має оптимальну використану площу. Він часто використовується в логотипах, плакатах, надписах та інших виданнях. Gill Sans також часто використовується у дизайні книг, оскільки його легкість читання та чудова чіткість допомагають забезпечити комфорт при читанні довгих текстів.

Шрифт Gill Sans має кілька варіантів товщини, стилів та розширень, що дозволяє йому бути гнучким і використовуватися в різних дизайнерських концепціях.

Його легко розпізнати за округлими літерами, відсутністю засічок і збалансованим виглядом.

В Україні шрифт Gill Sans використовується в різних проектах, які вимагають сучасного та стильного дизайну. Його можна побачити на рекламних матеріалах, брендових елементах, веб-дизайні, упаковці та багатьох інших місцях, де потрібно передати чіткість та елегантність.

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
0123456789

Рис. 11 - *Gill Sans*

3.2. Використання логотипу

Приклади, які показані повинні використовуватись як керівництво для вибору правильних розміщень логотипу та надпису бренду.

При застосуванні підпису до фотографічного фону завжди треба старатися ставити підпис у області мінімальної текстури.



Світлий фон

Це кращий метод відтворення логотипу



Темний фон

Зворотний варіант підпису необхідно використовувати на темному тлі.

Старатися взагалі не ставити його в сильно текстурованому фоні. Розбірливість тексту повинна бути завжди досягнута таким чином щоб забезпечувати хороший контраст між текстом і фоном.



Рис. 12 – Приклад правильного використання логотипу

Маніпуляції, які заборонено використовувати з логотипом, щоб не втрачалась впізнаваність компанії.



Рис. 13 – Приклад правильного розміщення логотипу та надпису бренду

3.3. Розробка макету друкованого видання

Кожен брендбук починається з вибору формату. Формат брендбуку буде А4, так як це один з найпоширеніших форматів для друку брендбуків. На такому форматі можна компактно (без переносів) умістити всю потрібну інформацію та ілюстрації. Після цього в налаштування обирається кількість стовбців та рядків, та налаштовуються випуски за обріз.

Після вибору формату брендбуку першим етапом є створення обкладинки. Головна задача обкладинки це привернути увагу клієнта. Для створення обкладинки було використано програмне забезпечення *Adobe InDesign*.

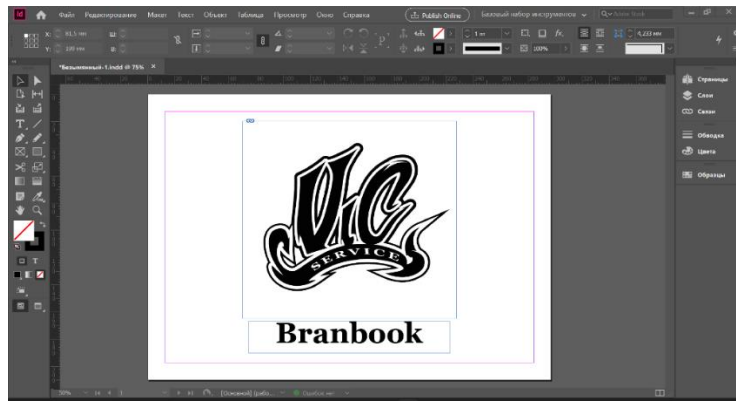


Рис. 14 – Обкладинка брендбуку

Ключовими можна вважати такі складові брендбука:

- Детальний опис позиціонування або платформа бренду. Вона включає в себе місію та цінності компанії, унікальну торгову пропозицію, емоційні та раціональні переваги.
- Портрет споживача – опис цільової аудиторії бренду. Стратегія просування бренду.
- Назва бренду: його значення, написання та вимова — якщо воно складне і неочевидне.
- Слоган чи дескриптор, якщо є.
- Фірмовий знак, його допустимі та неприпустимі варіанти.
- Охоронне поле логотипу — мінімальна відстань від фірмового знака до інших елементів на макеті, необхідна для збереження читаності.

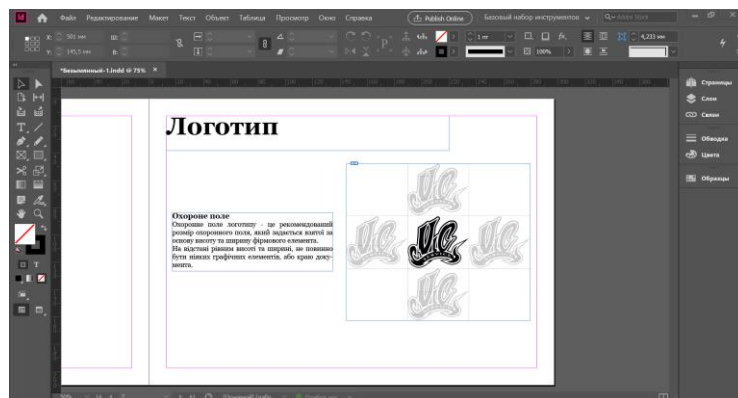


Рис. 15 – Охоронне поле логотипу

- Фірмові шрифти та способи їх поєднання.
- Фірмові кольори та способи їх поєднання.
- Додаткова фірмова графіка: патерни, текстури, ілюстрації, іконографіка, особливості роботи з фотозображеннями, модульні сітки для верстки друкованих та цифрових матеріалів, правила створення дизайн-макетів.
- Приклад оформлення носіїв. У цьому розділі брендбука показують, як дизайн може виглядати на реальних об'єктах. Наприклад, на упаковках товарів, сувенірах, документах, уніформі співробітників та інших носіях, актуальних для конкретного бренду.

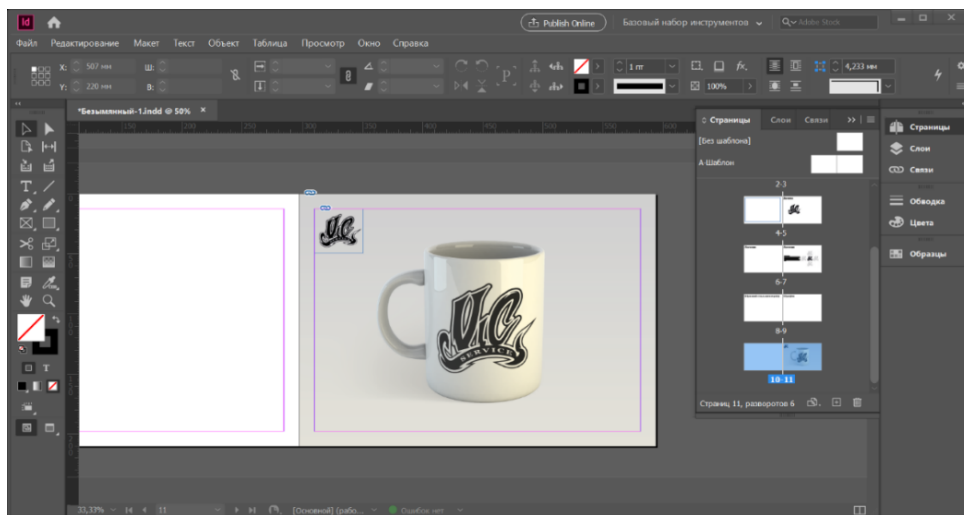


Рис. 16 – Фірмова продукція



Рис. 17 – Фірмова продукція 2

3.4. Елементи інтерактивності

QR-код (або Quick Response-код) є спеціальним типом двовимірного штрих-коду, який може зберігати велику кількість інформації. Він складається з чорних квадратних модулів, розташованих на білому фоні, і може бути сканований за допомогою смартфонів, планшетів або спеціальних QR-код-сканерів.

QR-коди можуть містити різноманітну інформацію, таку як текст, URL-адреси, контактні дані, посилання на веб-сторінки, номери телефонів, електронні повідомлення тощо. Вони широко використовуються в різних галузях, включаючи маркетинг, рекламу, логістику, продажі, туризм, а також у особистих цілях.

Таким чином, QR-код є елементом, який додає додатковий шар інтерактивності та зручності до різних матеріалів, включаючи брендбуки. Включення QR-коду в брендбук може дозволити користувачам отримувати більше інформації про бренд, переходити на веб-сторінки з додатковими ресурсами, завантажувати додатки або контактувати з компанією, забезпечуючи зручний спосіб комунікації та взаємодії з аудиторією.

На сайті обираємо назву коду та посилання на яке він буде вести, при використанні QR-коду.

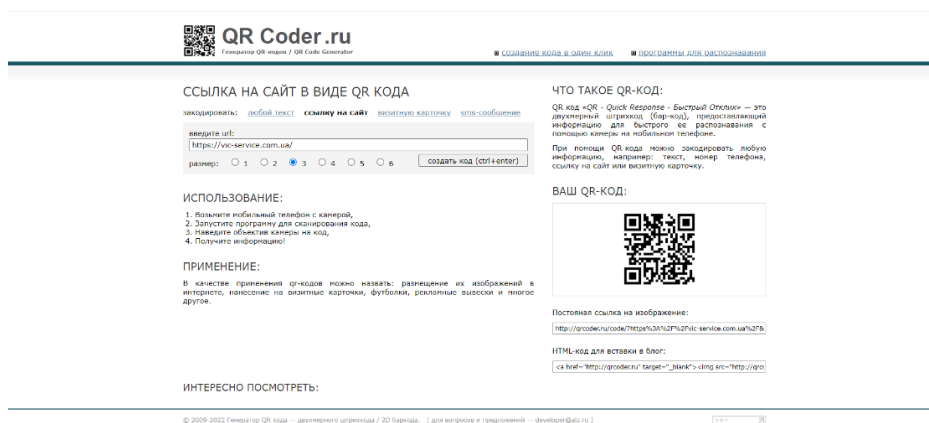


Рис. 18 - налаштування QR-коду



Рис. 19 – QR-код

3.5. Вибір устаткування для друку фірмової продукції

Так як брендбук буде вироблений в одному екземплярі то друкуватися брендбук буде на лазерному принтері.

HP Color LaserJet Enterprise M750: Ця модель підтримує папір щільністю до 300 г/м². Вона пропонує високу продуктивність з швидкістю друку до 30 сторінок на хвилину та роздільною здатністю до 1200 x 1200 dpi.



Рис. 20 - HP Color LaserJet Enterprise M750

Таблиця 3.1

Характеристика	Значення
Тип принтера	Кольоровий лазерний принтер
Функції	Друк
Роздільна здатність друку	До 1200 x 1200 dpi
Швидкість друку	До 30 стор./хв (кольоровий та чорно-білий)

Дуплексний друк	Автоматичний двосторонній друк
Розмір паперу	A3, A4, A5, B4, B5, B6, C5, C6
Ємність лотка для паперу	До 2350 аркушів
Конективність	USB, Ethernet
Мобільний друк	HP ePrint, Apple AirPrint, Mopria
Рекомендований обсяг друку за місяць	До 10 000 - 50 000 стор./міс
Розміри (Ш x Г x В)	704 x 635 x 405 мм
Вага	57.8 кг

Пружинов'язальний станок *Renz SRW 360*

Цей пристрій є автоматичним пружинов'язальним станком, який забезпечує швидке та точне зшивання на пружину. Він має механізм проколювання отворів та автоматичну вставку пружини з великою ємністю. Має можливість регулювання розміру та діаметру пружини.



Рис. 21 - Пружинов'язальний станок *Renz SRW 360*

Таблиця 3.2

Характеристика	Значення
Перфорація листів	25
Тип корпусу:	метал
Максимальний розмір пружин, мм:	16
Вага, кг	26
Кількість отворів, що пробиваються	42

Ножі, що відключаються:	так
Привід перфорації:	електричний
Довжина перфорації, мм:	360
Формат паперу:	будь-який
Глибина перфорації, мм	2 – 4,5
Регулювання глибини перфорації	є
Крок пружини	3:1
Об'єм блоку, що переплітається (80г/м2)	135
Товщина палітурки, мм:	26
Габарити (ШхГхВ), мм:	430 x 560 x 180

УФ-принтер Epson SureColor SC-F2000

Epson SureColor SC-F2000: Цей УФ-принтер розроблений спеціально для друку на текстилі, але також може бути використаний для друку на кружках та ручках. Він володіє високою продуктивністю та можливістю друкувати багато кольорів з високою якістю зображення.



Рис. 22 - УФ-принтер Epson SureColor SC-F2000

Таблиця 3.2

Характеристика	Опис
Технологія друку	Прямий друк на текстильних виробках
Роздільна здатність	До 1440x1440 точок на дюйм

Кількість кольорів	До 8 кольорів (СМΥК, Lc, Lm, біла фарба)
Максимальний розмір друку	406 мм x 508 мм (16" x 20")
Тип чорнила	Водорозчинні UltraChrome DG-чорнила
Підтримувані матеріали	Бавовна, поліестер, суміші та інші текстильні матеріали
Програмне забезпечення	Включає програмне забезпечення Epson Garment Creator
Інтерфейс	USB 2.0, Ethernet (10Base-T/100Base-TX)
Сумісність	Windows та Mac OS
Робоча напруга	АС 100 - 240 В, 50 - 60 Гц
Вага	Приблизно 98 кг

Висновок по розділу 3

В даному розділі було розроблено макет брендбуку СТО «VIC-SERVICE».

Використано таке програмне забезпечення:

- *Microsoft Word*
- *Adobe InDesign*
- *Adobe Photoshop*
- *Adobe Illustrator*

Створено обкладинку та основний блок брендбуку за допомогою різноманітних інструментів програмного забезпечення.

Створено мультимедійний елемент QR-код.

РОЗДІЛ 4

ПРАВА НА АВТОРСТВО ФІРМОВОГО СТИЛЮ В УКРАЇНІ

4.1. Нормативні документи які регулюють права на авторство фірмового стилю в Україні

Україна регулює права на авторство фірмового стилю (бренду) за допомогою різних нормативних документів, які включають:

1. Закон України "Про авторське право та суміжні права" - цей закон регулює загальні принципи авторського права, включаючи захист об'єктів авторського права, які можуть включати фірмовий стиль.

2. Закон України "Про товарні знаки та знаки для товарів і послуг" - цей закон визначає правовий статус товарних знаків, які можуть бути частиною фірмового стилю. Він встановлює процедури реєстрації товарних знаків та правила їх використання.

3. Кодекс України про адміністративні правопорушення - цей кодекс містить положення щодо порушень авторських прав, включаючи випадки, коли фірмовий стиль використовується без згоди автора.

4. Закон України "Про захист прав на знаки для товарів і послуг" - цей закон містить положення про захист прав на знаки для товарів і послуг, включаючи фірмовий стиль. Він встановлює процедури захисту прав та вирішення суперечок.

Україна має законодавство, яке регулює авторські права, включаючи права на логотипи. Згідно зі законом України "Про авторське право та суміжні права" авторське право виникає автоматично з моменту створення твору. Логотип, якщо він має оригінальний характер і є результатом творчого процесу, може бути визнаний об'єктом авторського права.

Авторське право надає автору ряд ексклюзивних прав, включаючи право на використання, розповсюдження, зміну та інші дії щодо свого твору. Ці права

належать автору логотипу, якщо він є його творцем або якщо авторство передане за угодою.

Для отримання офіційного захисту авторських прав на логотип рекомендується зареєструвати його у відповідному державному органі. В Україні таким органом є Державна служба інтелектуальної власності України (ДСІВ). Зареєстрація авторських прав може служити додатковим доказом авторства та прав на логотип.

У разі порушення авторських прав на логотип українське законодавство надає можливість автору звернутися до суду для захисту своїх прав та вимоги компенсації.

Висновок по розділу 4

В даному розділі було описано нормативні документи які регулюють права на авторство фірмового стилю в Україні.

ВИСНОВКИ

Під час виконання кваліфікаційної роботи було виконано:

- Розробка макету брендбуку
- Створення фірмового стилю автосервісу «VIC SERVICE»
- Аналіз сфери діяльності компанії-замовника
- Підготовка пояснювальної записки до кваліфікаційної роботи
- Створення презентації

Розроблений фірмовий стиль автосервісу «VIC SERVICE» складається із брендбуку з детальним описом всіх можливих і неможливих варіантів використання елементів фірмового стилю, розробленого фірмового логотипу в декількох версіях для нанесення їх на різні фізичні та електронні носії, створені мокапи для наглядного представлення зовнішнього вигляду фірмового логотипу на носіях, що буде використовувати автосервіс.

Додано елемент доповненої реальності – QR код, який при використанні переводить на сайт автосервісу.

Вибрано устаткування для друку брендбуку та фірмової продукції.

Описано нормативні документи які регулюють права на авторство фірмового стилю в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фірмовий стиль, айдентика, бренд [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://vc.ru/marketing/204053-firmennyu-stil-aydentika-brend-chto-zhe-zakazyvat-v-brandingovom-agentstve> (дата звернення 16.05.2022 р.). – Назва з екрана.
2. Peter Behrens [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.designindex.org/index/design/peter-behrens.html> (дата звернення 16.05.2022 р.). – Назва з екрана.
3. Гніденко С. О. Вибір колірних рішень для ергономічного дизайну веб-сайтів // Політ. Сучасні проблеми науки : матеріали Міжнар. науково-практ. конф. здобувачів вищ. освіти і молодих уч., м. Київ, 5–9 квіт. 2021 р. Київ, 2021. С.382-384.
4. History of Graphic Design [Електронний ресурс]. – режим доступу: https://www.flickr.com/photos/history_of_graphic_design/8472661976 (дата звернення 17.05.2021 р.). – Назва з екрана.
5. Ейр Девід. Логотип та фірмовий стиль. Керівництво дизайнера. Посібник / Ейр Девід ; ТОВ Вид-во «Пітер». – Санкт-Петербург : ТОВ Вид-во «Пітер», 2011. – 208 с. : іл. – Бібліогр.: с. 23-38.
6. Wheeler A. Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team / Wheeler A. ; 3rd ed. Hoboken, N.J : John Wiley & Sons, 2009. – 321 p. – Bibliogr.: p. 6-22.
7. Slade-Brooking C. Creating a Brand Identity: A Guide for Designers. King Publishing, Laurence, 2015. – 160 p. . – Bibliogr.: p. 22-28.
8. Lanham Act [Електронний ресурс]. – режим доступу: https://www.law.cornell.edu/wex/lanham_act (дата звернення 18.05.2022 р.). – Назва з екрана.
9. Тихолаз А. Г. Геракліт. Навчальний посібник з історії давньогрецької філософії / Тихолаз А. Г. ; Абрис. – Київ : Абрис, 1995. – 160 с. : іл. – Бібліогр.: с. 140-142. 75

10. Добробабенко Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки / Добробабенко Н. С. ; М: Инфра-М. – Москва : М: Инфра-М, 2009. – 316 с. : іл. – Бібліогр.: с. 120-134.

11. Crystal Palace Football Club [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.cpfcc.co.uk/> (дата звернення 18.05.2022 р.). – Назва з екрана.

12. What Is the Difference Between a Logo and a Trademark [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.goldsteinpatentlaw.com/what-is-the-difference-between-logo-and-trademark/#:~:text=A%20trademark%20is%20a%20distinguishable,is%20a%20type%20of%20trademark.> (дата звернення 18.05.2022 р.). – Назва з екрана.

13. FedEx Trademark [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.fedex.com/en-ca/home.html> (дата звернення 18.05.2022 р.). – Назва з екрана.

14. What Brand Colors Can Reveal About Your Business [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://blog.marketo.com/2018/05/brand-colors-can-reveal-business.html> (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана.

15. What Brand Colors Say About Your Business – Marketo [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://blog.marketo.com/2012/06/true-colors-what-your-brand-colors-say-about-your-business.html> (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрану.

16. Яцюк О. Г. Основи графічного дизайну на базі комп'ютерних технологій / Яцюк О. Г. ; БХВ-Петербург. – СПб.: БХВ-Петербург, 2004. – 350 с. . : іл. – Бібліогр.: с. 41-134.

17. Денисенко С. М. Теорія кольору. Навчальний посібник. / Денисенко С. М.; К.: Вид-во Нац. Авіац.ун-ту «НАУ-друк». Київ : НАУ, 2021. – 154 с. режим доступу: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/53249/1/Теорія%20кольору_Денисенко.pdf (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана.

18. Brand Book & Guideline Business [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.outcrowd.io/blog/brand-book-guideline> (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана. 76

19. Medium Brand Development [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.behance.net/gallery/7226653/Medium-Brand-Development> (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана.

20. Design Guidelines [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://developer.spotify.com/documentation/general/design-and-branding/> (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана.

21. University of the Arts Helsinki, Branding [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://www.behance.net/gallery/11219015/University-of-the-Arts-Helsinki> (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана.

22. UkraineNOW [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://mip.gov.ua/content/ukrainenow.html> (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана.

23. Головка С. Б. Дизайн ділових періодичних видань: навч. посібник для студентів вузів, що навчаються за спеціальностями «Графіка», «Журналістика», «Інформаційні технології в дизайні», «Реклама» / С. Б. Головка ; М.: ЮНІТІ- ДАНА. – Київ : М.: ЮНІТІ- ДАНА, 2012. – 423 с. – Бібліогр.: с. 40-248.

24. Тімоті Самара. Дизайн публікацій. Посібник / Тімоті Самара ; Ріп- холдінг. – СПб.: Ріп-холдінг, 2006. – 240 с. : іл. – Бібліогр.: с. 10-12.

25. Johannes Itten. L'étoile des couleurs. Dessain et Tolra / Johannes Itten ; 1990. 6 р. Bibliogr.: р. 6-8.

26. Oswald's color wheel. Color basics. Oswald's Star [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://thestrip.ru/en/vidy-makiyazha/color-circle-oswald-fundamentals-of-color/> (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана.

27. Wilhelm Ostwald [Электронный ресурс]. – режим доступа: https://www.colorsystem.com/?page_id=862&lang=en (дата звернення 19.05.2022 р.). – Назва з екрана.

28. Parker R. C., Parker R. Looking Good In Print / Parker R. C. 4th ed. Paraglyph, 2002. 432 p. Bibliogr.: p. 51-82. 77

29. Winston Font Family. [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://www.1001fonts.com/mulinito-font.html> (дата звернення 20.05.2022 р.). – Назва з екрана.

30. 2022 Animation & Motion Graphics Trends [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://fireart.studio/blog/website-animation-types-trends-that-will-dominate-your-screen-in-2020-2021/> (дата звернення 20.05.2022 р.). – Назва з екрана.

31. The Uses & Benefits Of Photoshop [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.itpie.co.uk/blog/the-uses-benefits-of-photoshop> (дата звернення 20.05.2022 р.). – Назва з екрана.

32. How to pick between InDesign, QuarkXPress and other publishing apps [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://appleinsider.com/articles/19/07/18/how-to-pick-between-indesign-quarkxpress-and-other-publishing-apps#:~:text=Quark%20told%20AppleInsider%20that%20it,Quark%20is%20focusing%20on%20this.> (дата звернення 20.05.2022 р.). – Назва з екрана.

33. What are the advantages and disadvantages of Adobe After Effects? [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://notesread.com/what-are-the-advantages-and-disadvantages-of-adobe-after-effects/> (дата звернення 20.05.2022 р.). – Назва з екрана.

34. Огляд Adobe Media Encoder [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://helpx.adobe.com/ru/media-encoder/using/overview-media-encoder-user-interface.html> (дата звернення 20.05.2022 р.). – Назва з екрана.

35. Digital Printing [Электронный ресурс] – режим доступа:<https://www.machineryeurope.com/digital-printing> (дата звернення 20.05.2022 р.). – Назва з екрана.

36. Peacock J. The Print and Production Manual / Peacock J ; 4th ed. Routledge, 1989. 344 p. Bibliogr.: p. 28-29.

37. AccurioPress C3080 [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://www.konicaminolta.at/de-at/hardware/produktionsdruck/accuriopress-c3080> (дата звернення 20.05.2022 р.). – Назва з екрана.

38. Vic-Service [Электронный ресурс]. - режим доступа: <https://vic-service.com.ua/> – Назва з екрана.

ДОДАТОК А



BRANDBOOK «VIC-SERVICE»

Зміст

Характеристика автосервісу	4
Логотип	5
Фірмовий стиль автосервісу	8
Варіанти фонових зображень	9
Шрифти	11
Продукція автосервісу	12
Рекламна продукція	15
Діловодство	17
Наш сайт	18

Характеристика автосервісу

Ремонт авто в автосервісі VIC-Service: більше, ніж ви очікуєте

Шукаєте сервіс з ремонту авто у Вишневому? Аскаво просимо до VIC-Service! Широкий спектр послуг, штат професійних співробітників, сучасне обладнання та програмне забезпечення для комп'ютерної діагностики гарантують якісний результат будь-якої роботи – від заливання масла до ремонту двигуна. Ми оперативно приймаємо заявки та виконуємо ремонт, профілактику чи ТО машини максимально швидко.

5 факторів довіри до VIC-Service

Ремонт авто у автосервісі – це надійно. Ремонт авто в автосервісі – це ще й вигідно, якщо ви звертаєтесь до нас.

- 1920 клієнтів у 2017 році.
- 11 традицій на СТО.
- 20 років ринку автомобільного обслуговування.
- Запчастини до офіційних дилерів виробників.
- Працюємо з 38 марками авто.

Ціни на ремонт у нашому автосервісі зафіксовано у пакетах послуг. Постійним клієнтам ми надаємо знижку. За останній рік ми виконали всього 3 гарантійні ремонти. Як правило, після наших послуг непередбачені поломки не трапляються.

На СТО VIC-Service працюють виключно кваліфіковані спеціалісти. Ми беремо участь у тендерах, постійно розширюємо можливості сервісу. Телефонуйте або замовляйте послуги в один клік прямо на сайті. Наші менеджери зв'яжуться з вами та підберуть зручний час обслуговування.

4

Логотип

Основний логотип



5

Логотип

Маніпуляції, які заборонено використовувати з логотипом, щоб не втрачалась впізнаваність компанії.



Заборонено змінювати та трансформувати логотип

Заборонено змінювати гарнітуру логотипу



Заборонено переміщати елементи в логотипі

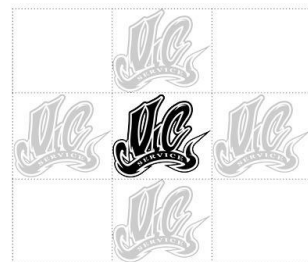
6

Логотип

Охороне поле

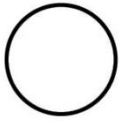
Охоронне поле логотипу - це рекомендований розмір охоронного поля, який задається взятю за основу висоту та ширину фірмового елемента.

На відстані рівним висоті та ширині, не повинно бути ніяких графічних елементів, або краю документа.



7

Фірмовий стиль автосервісу



RGB: 255, 255, 255 CMYK: 0, 0, 0, 0 HEX: ffff



RGB: 0, 0, 0 CMYK: 0, 0, 0, 100 HEX: 00000

8

Варіант фонових зображень

Приклади, які показані повинні використовуватись як керівництво для вибору правильних розміщень логотипу та надпису бренду. При застосуванні підпису до фотографічного фону завжди треба старатися ставити підпис у області мінімальної текстури.



Світлий фон
Це кращий метод відтворення логотипу



Темний фон
Зворотний варіант підпису необхідно використовувати на темному тлі.

9

Варіант фонових зображень

Старатися взагалі не ставити його в сильно текстурованому фоні. Розбірливість тексту повинна бути завжди досягнута таким чином щоб забезпечувати хороший контраст між текстом і фоном



10

Шрифти

Gill Sans Nova

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Georgia

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

11

Продукція автосервісу



12

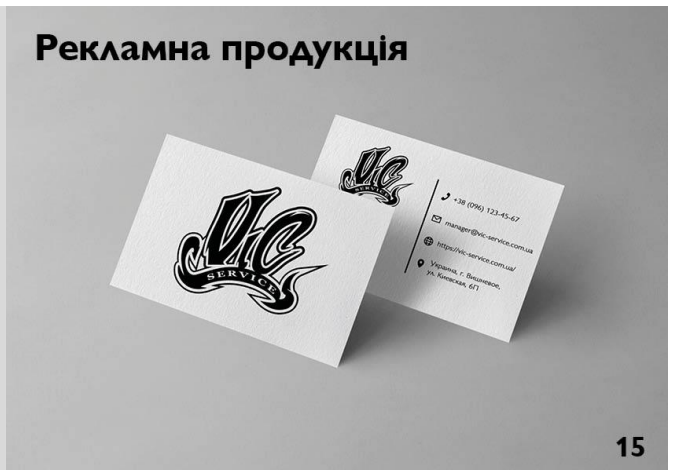


13

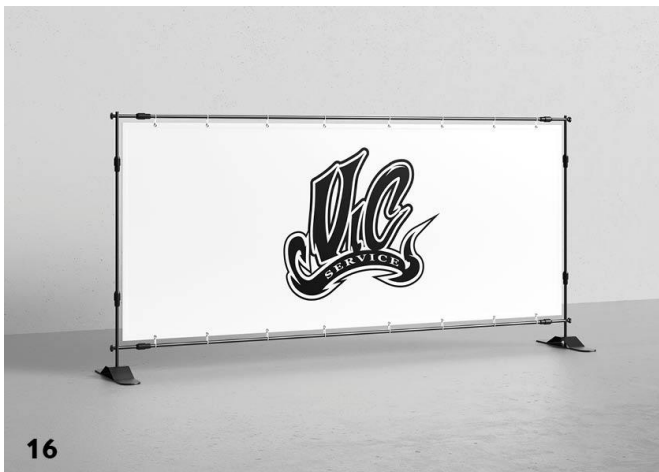


14

Рекламна продукція

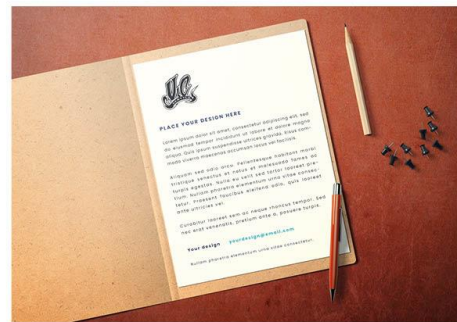


15



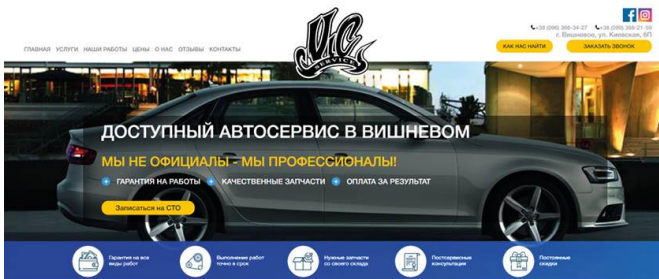
16

Діловодство



17

Наш сайт



18



Видавництво та поліграфія
Куценко Сергій