

## АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИЙ ЛОГОТИПА КАК ОСНОВНОЙ КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ООО «МЕДИНСОФТ»

*Попова А.В., доц., Рязанов В.О., студ.*

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Рассмотрены вопросы значимости фирменного стиля для компании, проектирования логотипа как основной константы фирменного стиля, разработано и проанализировано три концепции фирменного логотипа для компании ООО «МедИнСофт», которые лягут в основу разработки итогового варианта знака и фирменного стиля.

Ключевые слова: логотип, ООО «МедИнСофт», концепция, фирменный стиль, IT-компания.

В условиях современной рыночной экономики и конкурентной среды, в ситуации, когда только в одной стране существует большое количество предприятий, для каждого из них вопрос о собственном логотипе, как основе фирменного стиля, становится наиболее острым, поскольку его разработка – длительный и сложный процесс. Сегодня разработка и использование собственного логотипа и фирменного стиля становится все более популярным атрибутом стратегии развития возрастающего числа компаний.

Фирменный стиль и прежде всего логотип нужны компании для того, чтобы посредством индивидуальности и единства графических и других констант выделиться среди конкурентов, стать узнаваемым и хорошо запоминаемым.

Актуальность проекта определена значимостью и даже необходимостью наличия у компании ООО «МедИнСофт» собственного логотипа и, соответственно, собственного фирменного стиля для успешного продвижения на рынке собственного продукта и услуг.

Целью проекта является поиск и создание логотипа для IT-компании «MedInSoft» в коммуникационной среде. Для достижения данной цели необходимо решить ряд практических задач:

- во-первых, придумать дизайн-концепцию, которая бы была востребованной для целевой аудитории данной компании.
- во-вторых, разработать элементы фирменного стиля, которые бы выделяли компанию на рынке услуг среди конкурентов.
- в-третьих, нельзя перегружать проект.

Сегодня характерна типографичность, графическая ясность, в какой-то степени минимализм, по отношению к информационному наполнению. Должны быть задействованы все каналы восприятия человека, для лучшего донесения информации. Трендом сегодня является стилизация знаков, создание единой системы, в которой растворяется привычная схема «картинка-подпись». Еще одна важная деталь: не должно быть ничего лишнего. Функционализм способствует сосредотачивать свое внимание на главном.

Основной задачей является разработка логотипа и в последствии основных констант фирменного стиля, направленных на развитие имиджа в целом, в том числе стилистику плакатов, буклетов, сайта и т.д.

Логотип является главным атрибутом фирменного стиля компании. Его разработка необходима для привлечения внимания к организации или её товару, это визуальное выражение концепта и идеи торговой марки. Он прост, гармоничен, вызывает ассоциативный ряд, закладывает в подсознании потребителя образ продукта.

Качественный логотип – это символ, по которому можно прочесть идею бренда, миссию компании, ее отношение к потребителю и позиционирование на рынке. Главная задача – разработать логотип, который бы выделялся, запоминался и согласовывался с маркетинговой стратегией компании. Логотип не может существовать сам по себе, он должен гармонично вписываться в рекламную концепцию.

Перед началом работы и поиском идей, был проведён общий брифинг, в процессе которого был проведён общий разбор компании. В ходе проектирования для ООО «МедИнСофт» было разработано три концепции фирменного логотипа.

Компания ООО «МедИнСофт» занимается информатизацией учреждений

здравоохранений, создает и продает программное обеспечение для медицинских учреждений по всей стране. Основные особенности, которые можно выделить из брифа – это спокойная цветовая гамма в синих, бирюзовых и голубых тонах, а также присутствие в логотипе узнаваемого знака.

В основе первой концепции лежит образ приоткрытой медицинской карточки, т. к. программное обеспечение, которым занимается компания, направлена на хранение и использование медицинскими работниками большой объединённой базы данных. В знаке присутствует образ буквы «М», отсылающий к названию компании (рис. 1).



Рисунок 1 – Первая концепция логотипа компании МедИнСофт

Во второй концепции показан образ окна в перспективе и информационных данных входящих и выходящих за его пределы, что полностью передает всю сущность компании (рис. 2).



Рисунок 2 – Вторая концепция логотипа компании МедИнСофт

В основе третьей концепции было решено отойти от каких-либо узнаваемых образов и пойти по пути динамической айдентики. Данный логотип может трансформироваться в различные вариации и оставаться узнаваемым (рис. 3).

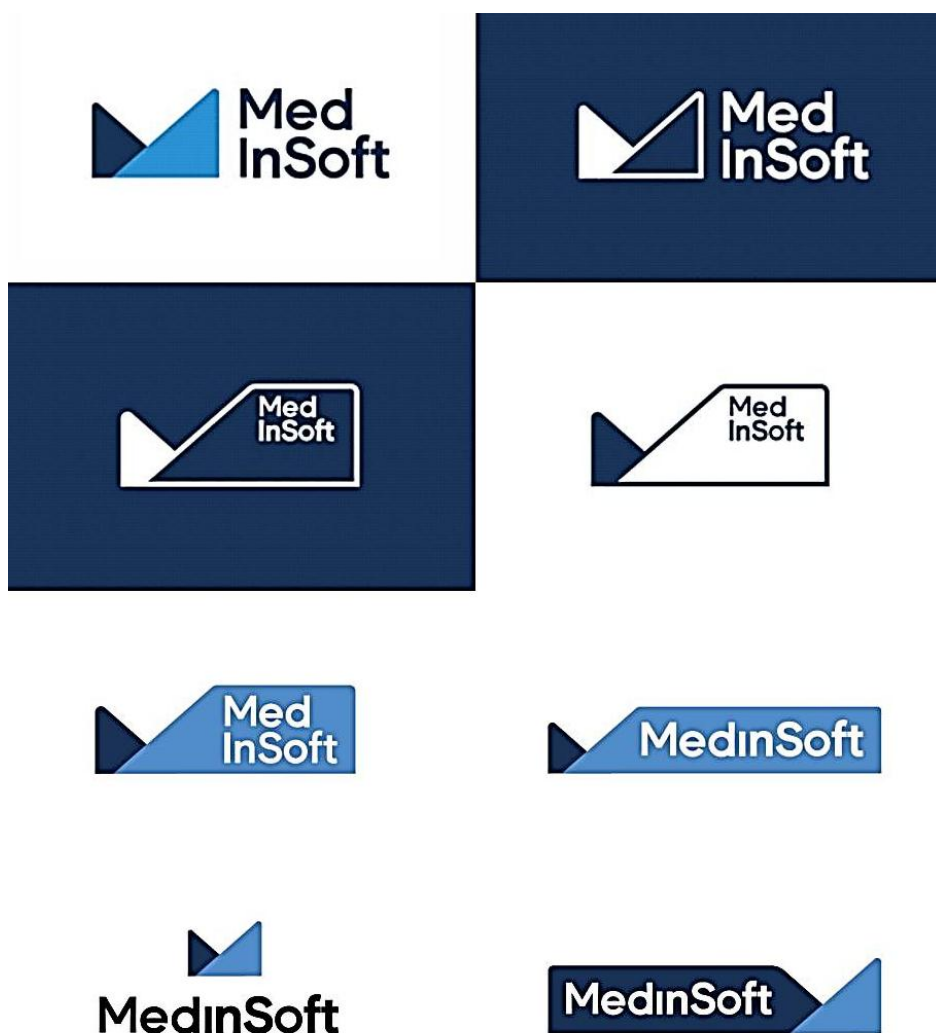


Рисунок 3 – Третья концепция логотипа компании МедИнСофт

В результате были проанализированы современные тренды в логотипе и фирменном стиле, значение разработки главной константы фирменного стиля. Было предложено три концепции логотипа, которые лягут в основу разработки итогового варианта знака и фирменного стиля компании ООО «МедИнСофт».

#### Список использованных источников

1. Кириллова, И. Л. Динамика кривых линий в композиции / И. Л. Кириллова // Материалы докладов 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 195-196.
2. Попова, А. В. Рекламно-информационная поддержка для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников» / А. В. Попова, И. Л. Кириллова, Н. М. Кириллова / Международный научно-практический симпозиум «Прогрессивные технологии и оборудование: текстиль, одежда, обувь», октябрь 2020/ УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 224–227.
3. Самутина, Н. Н. Элементы фирменного стиля и особенности стилизации героев мультипликационных фильмов / Н. Н. Самутина, П. П. Прокопенко // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 80–82.