



**Рис. 3. Плакаты с авторскими иллюстрациями для магазина женской одежды «Шкафф»**

Основные тенденции в графическом дизайне, которые послужили вдохновением при создании логотипа и рекламно-информационной поддержки стали причудливые персонажи, плоские иллюстрации, негативное пространство и минимализм.

Разработанная рекламно-информационная поддержка актуальна, так как разработана на основе современных графических тенденций в дизайне. Новизна проекта отображается в авторских графических приёмах изображения.

Практическая значимость проекта заключена в том, что рекламно-информационная поддержка поспособствует повышению популярности магазина и поможет заказчику стать конкурентоспособным на рынке в сфере продаж, так как добавит потребителей за счет улучшенной запоминаемости магазина. Проект внедрен.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кириллова И.Л. Композиция в иллюстрации / Тезисы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. Витебск, 2021. С. 232-233.

УДК 659

### **ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ПРОЕКТИРОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ИТ-КОМПАНИИ «MEDINSOFT» FEATURES OF THE CORPORATE IDENTITY DESIGN PROCESS FOR THE IT COMPANY «MEDINSOFT»**

**Попова А.В., Рязанов В.О.  
Pорова А.V., Ryazanov V.O.**

Витебский государственный технологический университет  
Vitebsk State Technological University  
(e-mail: sashka\_20@mail.ru; ryazanov.diz@mail.ru)

**Аннотация:** Рассмотрены особенности процесса проектирования фирменного стиля для ИТ-компании, проведен анализ спроектированного логотипа для «МедИнСофт», основных носителей фирменного стиля: деловая документация, рекламные буклеты, сувенирная продукция.

**Abstract:** The features of the corporate identity design process for an IT company are considered, the analysis of the designed logo for MedInSoft, the main carriers of corporate identity: business documentation, advertising booklets, souvenir products is carried out.

**Ключевые слова:** фирменный стиль, корпоративная айдентика, логотип, IT-компания, «MedInSoft».

**Keywords:** corporate identity, corporate identity, logo, IT company, MedInSoft.

Актуальность темы обусловлена тем, что для того, чтобы компания продолжала развиваться, становилась все более узнаваемой, конкурентоспособной и заметной, необходимо подстраиваться под быстро меняющиеся условия современного рынка и расширять горизонты. Разработка фирменного стиля для компании по созданию и предоставлению доступа к медицинскому программному обеспечению является не простой задачей с точки зрения дизайна. В настоящее время в Республике Беларусь существует весьма ограниченное количество аналогичных компаний. Фирменный стиль – важная составляющая часть коммуникационного процесса между компанией и её адресатами.

Дизайн-проект для IT-компания «MedInSoft» ставит перед собой множество задач, которые необходимо решить:

- маркетинговые задачи предполагают увеличение клиентской базы и привлечение новых финансовых ресурсов. Эта задача может быть выполнена посредством визуально активного рекламного наполнения;

- экономическая задача – экономия средств бюджета, как основного источника финансирования. Средства, затраченные на рекламную поддержку коммерческого проекта, могут регулироваться;

- информационная задача проекта – повысить уровень визуальной культуры, отказаться от устаревшей стилистики. Презентовать проект как интеллектуально значимый и визуально адаптивный для целевой аудитории и ее территориальных рамок. Донести информацию до своей целевой аудитории. Укрепить коммуникационные связи с потребителем.

Конкурентоспособность коммерческого проекта среди подобных компаний – цель дизайн-продукта, на которую акцентируют свое внимание сотрудники и руководство предприятия. Образ должен обозначить уверенность, функциональность и безопасность. Вся ответственность проекта лежит на выборе креатива и визуальной части дизайна.

По результатам социологических исследований было выявлено, что возраст целевой аудитории составляет 35–50 лет, соотношение мужчин и женщин 50%.

Автоматизация и информатизация учреждений здравоохранения интересуют 95% потребителей, доступ к своей медицинской электронной карте, с возможностью записи к специалистам – 40%. Таким образом при разработке дизайна выделился основной подход, а именно более строгое оформление деловой документации и минималистичное, более свободное для печатной и сувенирной продукции.

Проект рассчитан на продолжительное использование, но многие факторы могут влиять на временные рамки. Разработка печатной продукции планируется для рекламной поддержки проведения деловых встреч и конференций. Территориальные рамки относят реализацию проекта к рамкам как городской, так и республиканской среды, возможно развитие и открытие офисов в других городах Беларуси.

Необходимыми составляющими проекта являются: фирменная деловая документация, рекламные буклеты, сувенирная продукция.

Креативная идея проекта вербализируется, непосредственно, в логотипе для ООО «МедИнСофт». При разработке идеи, был использован стилизованный знак, образ которого отражал бы направленность деятельности компании. После разработки нескольких концепций логотипа, в ходе общения с заказчиком был выбран наиболее удачный (рис. 1).

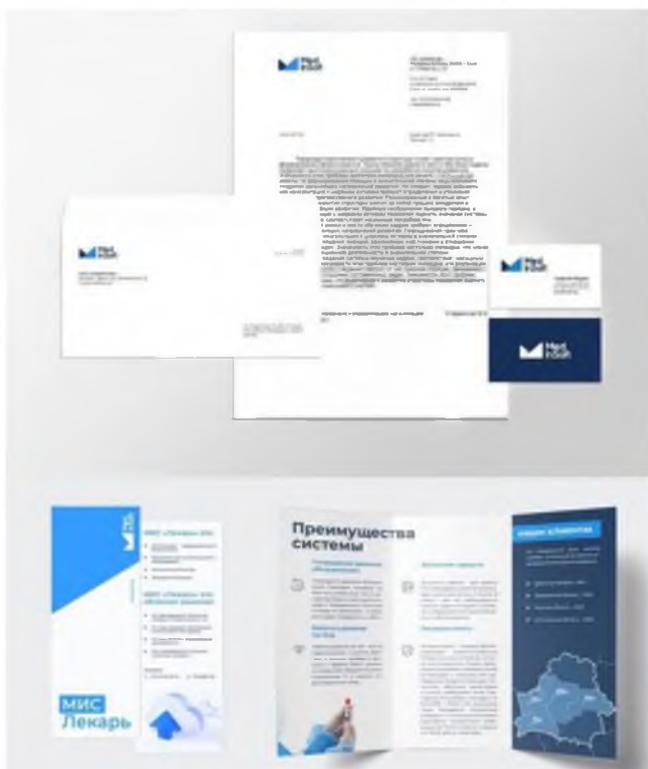


**Рис. 1. Логотип для ООО «МедИнСофт»**

В качестве графической части логотипа использовано изображение двух прямоугольных треугольников, сочетание вместе которых даёт образ буквы «М», отсылающий к названию компании. Они также задают стилистику остальным элементам фирменного стиля, а именно оформлению при помощи простых геометрических форм. Основной идейный посыл знака, это изображение метафоры на отношения компании и клиента, заключающиеся в помощи и цифровой поддержке. Цветовая палитра знака состоит из таких цветов как: аквамарин и насыщенный синий. Данное цветовое решение подходит не только для вида деятельности компании, но и для её медицинской направленности. Так же присутствуют варианты динамической айдентики. В вышеперечисленных константах логотип указывает на направленность компании, подчеркивает простоту и инновационность предоставляемого программного обеспечения, что в свою очередь содействует позитивному контакту потребителя с организацией. Простота и оригинальность графики выделяет компанию среди конкурентов.

Деловая документация проекта выдержана в более строгом стиле, чем сувенирная продукция. Содержит бланки письма с исходными данными и логотипом, визитки. Текст в фирменных элементах окружен пространством для того, чтобы подчеркнуть важность и деловую направленность организации. Визитки для работников и руководства двусторонние. Одна сторона содержит логотип и ключевую информацию. На другой стороне располагается QR-код, который ведёт к более подробной информации.

Важным элементом фирменного стиля является гарнитура шрифта, гармонично сочетающаяся в деловой документации и сувенирной продукции. В полиграфической рекламной продукции, таких как буклет и листовка, более важная информация выделяется как цветом, так и шрифтом (рис. 2).



**Рис. 2. Деловая документация и полиграфическая рекламная продукция для IT-компании «MedInSoft»**

В рамках проекта, разработаны носители сувенирной продукции. Она, как носитель фирменного стиля, эффективный способ вызвать интерес к компании. Обязательными элементами сувенирной продукции является наличие логотипа, использование фирменных шрифтов, элементов общей верстки. Подарки для руководства компаний-партнеров, как правило, подчеркивают деловой характер взаимоотношений, что позволит поддерживать связь с инвесторами, потому крайне популярны в качестве сувениров ежедневники, органайзеры, дорогие шариковые и перьевые ручки и прочие vip-сувениры. Сувениры же, рассчитанные на массового клиента, обычно заказываются в больших объемах, а потому отличаются универсальностью (такой презент как ручка или блокнот будет приятен любому) и экономичностью (выбирается бюджетная модель и способ нанесения). Сувенирная продукция оказывает положительное влияние для привлечения. Характеризуется низкой стоимостью контакта, по сравнению со средствами массовой информации. Повышает уровень доверия и побуждает к последующему обращению к бренду (рис. 3).



**Рис. 3. Сувенирная продукция для IT-компании «MedInSoft»**

Связь всех объектов и констант в проекте в решении конкретной задачи определяет общая заданная стилистика. Такой приём используется с помощью формы, цвета, масштаба элементов. Успехом построения графических элементов является их собранность и целостное восприятие в единой системе. В корпоративной айдентике это особенно важно, но, как и во многом другом, необходимо развитие.

В данном случае развитие – это переход от формального образа векторной графики в деловой документации к более интересному сочетанию с фирменной графикой в айдентике. Современность проекта заключается в использовании простых, стильных шрифтов, композиционной структуре элементов, отказе от объёма в пользу знаковости.

Фирменный стиль для IT-компании «MedInSoft» отличает лаконичность, современность и интерактивность. Стиль не вызывает смешанных чувств. Новизна проекта очевидна в сравнении с существующими дизайнерскими решениями аналогичных компаний.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кириллова И. Л., Динамика кривых линий в композиции // 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., Кириллова И. Л., Кириллова Н. М., Рекламно-информационная поддержка для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников» // Международный научно-практический симпозиум «Прогрессивные технологии и оборудование: текстиль, одежда, обувь» / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 224–227ю

3. Самутина Н. Н., Прокопенко П. П., Элементы фирменного стиля и особенности стилизации героев мультипликационных фильмов / Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 80-82.