

# Дизайн, веб-дизайн и SEO-оптимизация

## 1 Занятие

Основы бренд-концепции

# Что рассмотрим на занятии

## Блок №1

### Выбор темы

- Как выбрать тему?
- Как придумать тему, если пока нет настоящего продукта или компании?

# Что рассмотрим на занятии

## Блок №1

### Выбор темы

- Как выбрать тему?
- Как придумать тему, если пока нет настоящего продукта или компании?

## Блок №2

### Основы брендинга

- Что необходимо рассмотреть в первую очередь в продукте, услуге или компании, чтобы начать выстраивать визуал?

# Что рассмотрим на занятии

## Блок №1

### Выбор темы

- Как выбрать тему?
- Как придумать тему, если пока нет настоящего продукта или компании?

## Блок №3

### Концепт и концепция

- Что такое концепт?
- Чем отличается концепт от концепции?

## Блок №2

### Основы брендинга

- Что необходимо рассмотреть в первую очередь в продукте, услуге или компании, чтобы начать выстраивать визуал?

# Что рассмотрим на занятии

## Блок №1

### Выбор темы

- Как выбрать тему?
- Как придумать тему, если пока нет настоящего продукта или компании?

## Блок №3

### Концепт и концепция

- Что такое концепт?
- Чем отличается концепт от концепции?

## Блок №2

### Основы брендинга

- Что необходимо рассмотреть в первую очередь в продукте, услуге или компании, чтобы начать выстраивать визуал?

## Блок №4

### Нейминг и слоган

- Как придумать?
- Насколько они важны?
- Соотношение с темой

# Концепт и концепция

Что такое концепт?

Чем отличается концепт от концепции?

# Концепт — это

Видение вашего проекта, идейная смысловая часть, понимание вектора развития

На создание нового логотипа нас вдохновил хорошо знакомый образ пчелы. Только теперь он стал не таким буквальным и более абстрактным.

Мы решили не отказываться от черно-желтых полосок пчелы, но сделать их более современными и динамичными.

Эти элементы лежат в основе нашего нового образа. Их использование делает «Билайн» запоминающимся и непохожим на других.



Билайн™

05

© 2011 BeelineKazakhstan LLP



# Концепция — это

Система описательных характеристик, правил и особенностей, которая станет основой для уникальности продукта, и по которым выстраивается коммуникация со зрителем. Более детализированный вариант развития проекта

На создание нового логотипа нас вдохновил хорошо знакомый образ пчелы. Только теперь он стал не таким буквальным и более абстрактным.

Мы решили не отказываться от черно-желтых полосок пчелы, но сделать их более современными и динамичными.

Эти элементы лежат в основе нашего нового образа. Их использование делает «Билайн» запоминающимся и непохожим на других.



Билайн™

05

© 2011 OJSC Beeline 2011

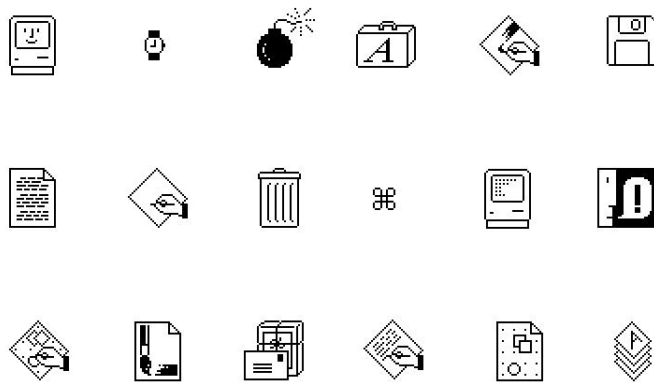


«Хороший дизайн не в том, в какой среде вы работаете. Речь идет о том, чтобы хорошо подумать о том, что вы хотите сделать, и с чем вам нужно работать, прежде чем начать»



### Сьюзен Кэр

Американский художник и графический дизайнер; одна из самых первых пиксельных художников, разработала первые концепт-элементы интерфейса Apple Macintosh



«Ключ к великим идеям не в том, чтобы их воплощать, а в их реализации. Отличные идеи возникают из проблем. Как дизайнеры, мы называем проблемы, задачи и реакции на проблемы, концепции»



### Кейт Моросс

Иллюстратор, известная своими динамическими надписями и яркими цветами. Она внесла концепт-дизайны таким брендам, как Vogue и Cadburys



# Конструкция бренда: айсберг

Основание айсберга  
= платформа + концепция



Вершина айсберга  
= визуал (дизайн)

Но оба они  
= одно целое  
= бренд



# Важность внедрения концепции на примере удачного и неудачного дизайна бренда



Изначально внутри заложена концепция о стремлении и возможности (Just do it)



Формальное неудачное обыгрывание О с появлением незапланированного смысла



# Михаил Сизов

Маркетолог Digital-проектов

## КОНТАКТЫ

*[smichaelofficial@gmail.com](mailto:smichaelofficial@gmail.com)*

*[vk.com/mikhailsoffic](https://vk.com/mikhailsoffic)*

*+7 (777) 983 26 98*