

**Фирменный стиль — это один из наиболее современных и актуальных видов рекламы.**



## **Функции фирменного стиля в жизни организации:**

**Имиджевая функция.** Формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа компании, что способствует повышению ее престижа и репутации.

**Идентифицирующая функция.** Фирменный стиль способствует идентификации товаров и рекламы, указывает на их связь с фирмой и их общее происхождение.

**Дифференцирующая функция.** Выделение товаров и рекламы фирмы из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю ориентироваться в потоке товаров и рекламы, облегчает процесс выбора.

## К системе фирменного стиля относят следующие основные элементы:

товарный знак;

логотип;

фирменный блок;

фирменный лозунг (слоган);

фирменная гамма цветов;

фирменный комплект шрифтов;

прочие фирменные константы.



## Товарный знак.

Выделяют пять основных типов товарных знаков: словесный, изобразительный, объемный, звуковой, комбинированный.





Логотип — это самый распространенный тип товарных знаков





**BR** baskin  
robbins™

**amazon.com**®  


**Фирменный блок.** Этот следующий элемент фирменной символики представляет собой традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля (двух или более двух).



**СБЕРБАНК**

Основан в 1841 году



**Фирменный лозунг (слоган).** Слоган может создаваться не только как фраза, передающая в яркой и образной форме основную идею конкретной рекламной кампании, но и как постоянно используемый, оригинальный девиз компании. В этом случае он становится важной составляющей фирменного стиля (может даже регистрироваться как товарный знак)



L'ORÉAL

*"Because you're worth it."*



**Фирменная гамма цветов.** Многие компании можно мгновенно узнать по характерному сочетанию цветов.



**Фирменный комплект шрифтов.** Важной частью фирменного стиля являются постоянно используемые шрифты в оформлении текстовых материалов. Они, как и другие элементы фирменного стиля, должны соотноситься с его стержневой идеей, подчеркивать особенности образа марки, соответствовать специфике деятельности компании



oriflame  
natural swedish cosmetics

The logo for Oriflame features the brand name in a lowercase, rounded sans-serif font. A thin horizontal line is positioned below the text. Underneath the line, the tagline "natural swedish cosmetics" is written in a smaller, lowercase sans-serif font. The background is a vibrant magenta color with a subtle, close-up image of lips.

УРАЛСИБ

The logo for UralSIB consists of a white stylized icon on a dark blue background. The icon depicts a tower or industrial structure within a circular frame. To the right of the icon, the name "УРАЛСИБ" is written in a bold, uppercase, sans-serif font. Below the blue background, there are horizontal stripes of yellow and green.

MARY KAY®

The logo for Mary Kay features the brand name in a large, elegant, serif font. The letters are a light pink color. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the word "KAY". The background is plain white.

**Прочие фирменные константы.** К фирменному стилю могут быть отнесены и некоторые другие элементы, постоянно используемые в сфере коммуникаций компании и играющие важную роль в формировании ее образа

