

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский государственный педагогический университет»  
Институт музыкального и художественного образования  
Кафедра художественного образования

**ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ МБОУ ДОД ЦЕНТР «ОСТРОВ»  
Г. СЕВЕРОУРАЛЬСК**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа  
Допущена к защите  
Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_

дата

\_\_\_\_\_

подпись

Руководитель ОПОП

\_\_\_\_\_

подпись

Исполнитель:  
Тверитина Валерия Вячеславовна  
обучающаяся БД-51z группы

\_\_\_\_\_

(подпись)

Научный руководитель:  
Кардашев Арсен Владимирович  
доцент кафедры художественного  
образования

\_\_\_\_\_

(подпись)

Екатеринбург, 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. АНАЛИЗ ПРОЕКТНОЙ СИТУАЦИИ.....	7
1.1. Анализ проектной ситуации.....	7
1.2. Анализ прямых и косвенных аналогов.....	9
1.3. Портрет потребителя.....	30
ГЛАВА II. ФОРМУЛИРОВКА ПРОЕКТНОЙ КОНЦЕПЦИИ.....	34
2.1. Проектные проблемы.....	34
2.2. Проектные задачи.....	35
2.3. Видовой образ и проектная концепция .....	36
ГЛАВА III. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ.....	39
3.1. Описание формального решения.....	39
3.2. Обоснование цветографического решения.....	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	43
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	44
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	47

## ВВЕДЕНИЕ

Графический дизайн в наше время становится востребованным с развитием конкуренции на рынке товаров и услуг, обеспечивает создание гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды и вносит инновационный вклад в развитие культурной и социально-экономической сферы. Графический дизайнер придает полиграфической продукции особую стилистическую индивидуальность, поэтому одной из востребованных услуг дизайнера является разработка логотипа или фирменного стиля. Фирменный стиль считается одним из главных инструментов рекламы и является неотъемлемой составляющей успеха организации.

В данной выпускной квалификационной работе разрабатывается фирменный стиль на примере студии рисования «Клякса». В разработку фирменного стиля студии рисования входит логотип, изобразительный знак, фирменные цвета и шрифт.

Фирменный стиль на сегодняшний день – важная составляющая любого успешного учреждения, поэтому данная студия рисования не может существовать без логотипа, изобразительного знака, фирменного шрифта и цветовой гаммы. Уникальный фирменный стиль сделает студию рисования узнаваемой среди конкурентов. Фирменный стиль детской студии рисования «Клякса» формирует имидж организации, гарантирует хорошую рекламу, привлекает внимание детей. Для разработки данного проекта требуются обширные знания в области дизайна, композиции, колористики, изобразительной деятельности, детской психологии.

Среди основных функций фирменного стиля для студии рисования «Клякса» можно выделить:

- Имидж организации. Формирование оригинального и узнаваемого образа организации способствует повышению ее престижа и репутации.

- Идентификация. Фирменный стиль студии рисования позволяет потребителю узнать нужную организацию и выделить среди других по определенным внешним признакам.

- Реклама. Фирменный стиль помогает повысить эффективность рекламы. Все носители фирменного стиля также являются рекламой.

Актуальность работы заключается в разработке фирменного стиля студии рисования «Клякса» для создания имиджа учреждения дополнительного образования. Фирменный стиль студии рисования есть единство постоянных визуальных и текстовых элементов, отличающих ее от конкурентов. Набор словесных, цветовых и графических решений обеспечивает визуальное и смысловое единство предложений от организации. Новизной данного фирменного стиля является то, чтобы посредством индивидуальности выделиться среди конкурентов, стать узнаваемым и хорошо запоминаемым. Наличие актуального фирменного стиля значительно повышает эффективность рекламы. Положительное восприятие организации целевой аудиторией переносится на ее продукцию и перечень услуг.

Фирменный стиль студии рисования «Клякса» ориентирован на определенного потребителя, портрет которого формируется следующими критериями: целевая аудитория, социальный статус, заинтересованность услугой, усидчивость, состояние здоровья.

**Цель:** разработка фирменного стиля для студии рисования «Клякса».

**Объект проектирования** - фирменный стиль студии рисования «Клякса»

**Предмет проектирования** – элементы фирменного стиля студии рисования «Клякса»

Для того, чтобы цель проектирования была достигнута, поставлены следующие **задачи:**

1. Изучить аналоги конкурентов, выявить достоинства и недостатки.
2. Определить особенности фирменного стиля для студии рисования.
3. Выявить необходимые инструменты дизайна и рекламы, которые можно эффективно использовать для создания фирменного стиля студии рисования.
4. Составить портрет потребителя студии рисования.
5. Выявить проблемы и задачи, возникшие во время разработки проекта.
6. Разработать проект с учетом эстетической выразительности и функциональности стиля.

**Ключевые слова:** ОРИГИНАЛЬНОСТЬ, ДЕТСТВО, РИСОВАНИЕ, ТВОРЧЕСТВО, РЕБЯЧЕСТВО, СЛУЧАЙНОСТЬ.

Выпускная квалификационная работа выполнена в два этапа. Первый этап включает в себя аналитическую работу и создание предварительных эскизов. Второй этап – разработка творческого проекта и окончательное решение данного фирменного стиля.

В процессе работы над художественно-творческим проектом для достижения цели и задач использовались следующие методы:

- *теоретические:* изучение литературы, анализ аналогов, анализ проектной ситуации;
- *эмпирические:* дизайн-проектирование, эскизирование.

#### **Практическая значимость проекта:**

Разработанный фирменный стиль студии рисования «Клякса» может быть использован в дизайне сайта; при оформлении стендов, наружной рекламы; при оформлении визиток, портфолио детских рисунков, бейджиков, реквизитов студии, грамот, сертификатов, пригласительных на мастер-классы, рекламных брошюр.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, одной теоретической и двух практических частей, заключения, библиографического списка, приложений.

В выпускной квалификационной работе представлены материалы: пояснительная записка, три оформленных планшета, цифровая презентация, брендбук.

# ГЛАВА I. АНАЛИЗ ПРОЕКТНОЙ СИТУАЦИИ

## 1.1 Анализ проектной ситуации

В современном обществе дети заинтересованы виртуальными играми, социальными сетями, использованием гаджетов, а это отрицательно сказывается на эмоциональном состоянии ребенка. Поэтому возникает необходимость создавать такие места, где дети смогут с пользой проводить свое свободное время после детского сада или школы, развиваться и создавать собственные творческие продукты. В каждом городе появляются центры дополнительного образования и семейного досуга, школы развития, а также студии рисования и творчества.

Родители заинтересованы в занятости и развитии творчества своего ребенка и записывают своих детей в студии рисования, ведь рисование и творчество положительно влияет на мозговую деятельность, помогает снять психологическое напряжение, развивает образное мышление, улучшает практические умения и навыки владения карандашами и кистью. В книге Ильина В. П. приведено мнение: «Воображение и фантазия присущи каждому человеку, но различаются люди по направленности этой фантазии, ее силе и яркости. Особенно ярко выражены эти два процесса в детстве» [12, стр. 104]

Творческая студия «Клякса» начала свою работу в учреждении дополнительного образования Центре психолого-педагогической помощи «Остров», а для наилучшей рекламы и идентификации необходимо разработать фирменный стиль и логотип студии.

В рамках уже существующей концепции необходимо выявить специфику (студия рисования предназначена для проведения творческих занятий для детей от 3 до 10 лет), композиционное решение (фирменному стилю студии необходимо быть узнаваемым, запоминающимся среди конкурентов с помощью графики, цветов, фирменных шрифтов). Название

«Клякса» напрямую ассоциируется с изобразительной деятельностью, детством, озорством, поэтому оно выбрано для студии рисования.

Для наилучшего результата идея фирменного стиля детской студии рисования «Клякса» должна передавать задумку, суть, направленность студии и смысл названия.

Основными особенностями студии является непринужденная атмосфера, творческая обстановка, организация занятий с учетом возрастных и психологических особенностей детей, удобное расположение столов и мольбертов и множество интересных и увлекательных занятий для дошкольников.

Основные направления студии рисования «Клякса»:

- Различные способы рисования (рисование сказок, арт-терапевтические упражнения, игровая деятельность, кляксография, нетрадиционные техники рисования, задания на изучение законов композиции и колористики, рисование музыки, рисование с натуры);
- Декоративно-прикладное творчество (аппликация, лепка, конструирование)
- Проведение открытых студий (занятие могут посетить все желающие);
- Проведение мастер-классов для детей и их родителей;
- Возможность общения детей друг с другом;
- Дружелюбное общение педагога с детьми;
- Непринужденная атмосфера во время занятий;
- Принятие и поддержание педагогом и родителями любых проявлений творчества у ребенка.

Проанализировав проектную ситуацию, можно сделать вывод, что для студии рисования «Клякса» необходимо разработать фирменный стиль.



## 1.2. Анализ прямых и косвенных аналогов

Разработка любого фирменного стиля начинается с изучения уже существующих товарных знаков и стилей. Важно проанализировать фирменные стили конкурентов студии рисования «Клякса» для того, чтобы не повторять чужие идеи. К тому же, данное название распространено не только как для студии рисования, но и для других видов деятельности, и трудно создавать нечто новое, непохожее на уже существующие концепции. Для того, чтобы сделать уникальный фирменный стиль, нужно рассмотреть аналоги фирменных стилей конкурентов на примерах, представленных ниже.

### 1. Художественная студия ArtLand.

Логотип данной художественной студии – стилизованное написание названия организации. Art в переводе с английского языка означает «искусство», Land – это «земля». Название говорит о том, что творческие возможности безграничны, что каждый человек, живущий на Земле, способен создавать что-то необычное своими руками.

Разноцветные буквы с необычным «принтом», похожим на линии, нарисованные кистью, напоминают о том, что студия предназначена для выполнения творческих задач. Также белые линии схожи с отпечатками пальцев, что символизирует наличие в студии нетрадиционных техник рисования. Сочетание цветных букв и белых пятен очень удачное.

Студия предлагает перечень услуг:

- художественная школа для детей
- развивающие занятия для малышей от 1,5 лет
- творческая студия для взрослых
- мастер-классы для детей и взрослых



Рис. 1. Фирменный стиль художественной студии «ArtLand».

## 2. Студия дизайна «Idea Lux»

Логотип для студии дизайна «IDEA LUX» разработан дизайнером Ольгой Болдасенко. Интересное сочетание линий и цветных кругов привлекает внимание. Заглавная буква в знаке имеет очертания человечка с поднятыми вверх руками, что символизирует успех, развитие, открытость всему новому.

Название «Идея» подходит для студии дизайна, потому что данный термин ассоциируется с чем-то новым, только что изобретенным, это определенная задумка, которая должна воплотиться или воплощена в реальность. «Люкс» означает, что студия ведет свою работу для высоких социальных слоев населения, что дизайнеры разрабатывают эксклюзивные вещи и предметы интерьера класса люкс.

Для данного логотипа использован как авторский, так и простой, легко читающийся шрифт. Идея автора заключалась в образовании букв с помощью круга, толщина линий говорит о разноплановости работы студии. К сфере деятельности фирмы можно отнести веб-дизайн, дизайн интерьера, а также поддержка и продвижение сайтов. Разнообразие услуг также говорит о том, что дизайнеры студии воплощают в реальность множество идей.

Для данного логотипа использованы желтый, голубой, оранжевый и розовый цвета, а также черный цвет для контура и фиолетовый цвет для слова «Люкс». Цветовое решение сочное, данные цвета символизируют свежесть.



Рис. 2. Логотип студии интерьера и дизайна «Idea Lux»

### 3. Студия рисования «Пикассо».

Эту студию назвали в честь испанского художника, скульптора, графика, дизайнера и основоположника кубизма Пабло Пикассо. Задумкой логотипа студии «Пикассо» является перевернутая буква «А», представленная в виде карандаша, которая выражает неординарность, свойственная художнику, в честь которого названа студия. Акцент на букву «А» позволяет понять, что это ударение на слог. Данный прием можно назвать буквенно-изобразительным.

Также хорошим изобразительным приемом является грифельный след от карандаша, что символизирует процесс рисования. Легкая, свободная, изогнутая линия смело ложится на бумагу и повторяет характерные для использованного шрифта завитки. Использован вензельный, легко читающийся шрифт. Визуальное восприятие логотипа соответствует виду деятельности студии.

Для данного комбинированного логотипа использован черный и голубой цвет.

Черный – классический, строгий, содержательный, сдержанный и стильный цвет. Часто используется при написании логотипов, так как смотрится очень выигрышно и контрастно.

Голубой – чистый, легкий, воздушный, прохладный, спокойный цвет. Символизирует чистоту, разум и постоянство. Голубой цвет считается цветом креативности, цветом «общения». В психологии есть утверждение, что этот цвет помогает при негативных психических состояниях, нормализует и улучшает общее настроение. С помощью голубого цвета можно остаться наедине со своим внутренним миром, спокойно размышлять и созерцать. Данный цвет используется для студии «Пикассо», потому что на занятиях дети и взрослые погружаются в арт-терапевтические упражнения, способствующие расслаблению и наилучшему пониманию собственного «Я» [29].

Для рекламы данного фирменного стиля разработаны: логотип организации, фирменные значки-иконки для сайта, оформление рекламных брошюр. Особенностью оформления является то, что информация о студии, фотографии с занятий, расписание вписаны в окружности, что выглядит очень эффектно.

Оформление рекламных брошюр и рекламы на сайте оригинальное тем, что круги, внутрь которых помещены изображения посетителей студии, расположены друг за другом и соединены линией, напоминающей тот самый след от карандаша, использованный в логотипе. Фотографии разделены по целевым аудиториям: слева расположены фото с детских занятий, посередине – базовый курс для взрослых и справа – курс по живописи для взрослых. В самом низу на сайте есть активная кнопка, позволяющая желающим записаться на пробное занятие.

В расписании подробно указано время занятий. Дни недели написаны в голубых окружностях, это смотрится очень информативно и целостно. Время занятий написано черным цветом на белом фоне, а рядом для обозначения пунктов и различия нарисованы темно-бордовые круги.

Данный логотип эффективно работает, удачно подобрана цветовая гамма, хорошо оформлен сайт, а также нужно отметить соответствующее названию и смыслу буквенно-изобразительное решение.



Рис. 3.1. Логотип студии рисования «Пикассо»



Рис. 3.2. Оформление рекламных брошюр и сайта

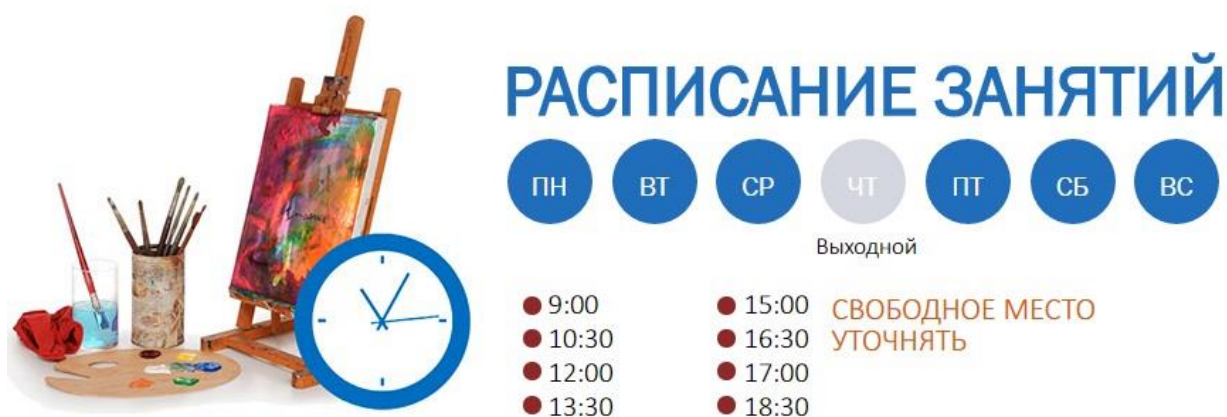


Рис. 3.3. Оформление расписания занятий

#### 4. Школа рисунка и живописи «Рисуем играя».

Данная школа рисунка и живописи расположена в городе Екатеринбурге и ее отличительной особенностью является то, что занятия, как детские, так и взрослые, проходят в игровой форме. Дети знакомятся с интересными техниками рисования, учатся их совмещать. Логотип школы представлен в виде озорной кисточки, которая размахивает краску в разные стороны, наличие клякс также говорит о непосредственности и непринужденной атмосфере.

В школе рисунка и живописи обучают рисунку с нуля, имеется большое количество программ, спецкурсов разного уровня, занятия проводят опытные преподаватели-художники, проводятся индивидуальные и групповые занятия, расписание составляют согласно пожеланиям посетителей.

Студия просторная, светлая, со множеством мольбертов, стендов для постановок, зона для детских и взрослых занятий.

Цветовая гамма фирменного стиля легкая, нежная и в то же время яркая, характерная для школы рисования, где занятия проходят в игровой форме.

Шрифт легко читается, голубой цвет шрифта нейтральный, не «кричащий».





Рис. 4.1. Логотип студии «Рисуем играя»

» ИЗО студия рисования «Рисуем играя» Екатеринбург

- Подготовка к поступлению в УрФУ, дизайнерские специальности. Екатеринбург.
- Рисуем с удовольствием
- Школа искусств «Мир». Творческие курсы и мастер-классы.
- Японский сад: стилистика, создание, своими руками
- **ИЗО студия рисования «Рисуем играя» Екатеринбург**
  - Курсы живописи маслом. Обучение с нуля. Екатеринбург.
  - Детская школа-студия творчества
  - Каталог садовых растений
  - Новости ландшафтного дизайна в Екатеринбурге
  - Курс «Дизайн цветников своими руками» для садоводов в Екатеринбурге
  - Цветник своими руками
  - Курсы флористики за 1-2 недели. Дневная группа, обучение, Екатеринбург
  - Строительные материалы и технологии
  - Ландшафтный дизайн своими руками
  - Сады мира (ландшафтные путешествия)

**Приглашаем Вас в Школу-студию рисования «Рисуем играя»**  
**Рисунки для детей и взрослых.**

Обучение в Школе-студии построено на уникальной игровой методике, легкой для освоения и дающей быстрые результаты, развивающей творческое мышление. Уникальность методики состоит в ее доступности для любого человека: ребенка, начинающего взрослого. После каждого занятия Вы будете иметь готовую декоративную работу, выполненную своими руками.

**Отзывы**  
о преподавателях студии «Рисуем играя»:

... Живо! Ярко! Содержательно!  
Большое спасибо всем организаторам семинара за содержательную работу и прекрасный отдых!  
Есть учителя, которые учат, а есть учителя, у которых хочется учиться...  
Спасибо всем!  
18.06 - 22.06.2014  
*Русанова Ольга Александровна,  
педагог дополнительного образования,  
Пермский край, г. Чайковский*

**Методика обучения рисованию взрослых и детей.**

**Графика и композиция.**  
В рамках базового курса Вы освоите все основные приемы графики. Поскольку обучение рисованию в школе построено в игровой форме, обучаться на курсе могут и

Рис. 4.2. Сайт школы рисунка и живописи «Рисуем играя»

## 5. Детская ИЗО-студия «Полосатый жираф»

Фирменный стиль детской студии «Полосатый жираф» очень интересный и необычный. Основным элементом является комбинированный знак, состоящий из логотипа и изобразительного знака. Изобразительным знаком является полосатый жираф, стоящий на палитре с цветными красками, что передает детскую неординарность, озорство, вымышленность, изобразительную деятельность за счет наличия палитры.

Все слова, кроме «ИЗО», написаны одинаковым шрифтом, в названии «Полосатый жираф» каждая буква написана разным цветом. Из всех слов, характеризующих данную студию, выделено слово «ИЗО», так как оно ключевое.

Концепцией логотипа является неправильность форм, персонаж, которого в принципе не существует, создание ощущения того, как будто это детский рисунок.

Логотип выполнен в разных цветах, толщина линий разная, неровная, автор передал в написании след от фломастеров.

Использованы локальные цвета, то есть цвета, которые нельзя смешать (дети дошкольного возраста не умеют смешивать цвета), что также создает ощущение, что это детский рисунок фломастерами. Цветовая гамма яркая, присутствует светло-зеленый, желтый, сиреневый, голубой, красный, темно-зеленый, розовый, оранжевый, синий цвет.



Рис. 5.1. Логотип студии рисования «Полосатый жираф»



Рис. 5.2. Альтернативный вариант логотипа

## 6. Творческая студия «Мольберт»

Отличительной особенностью стала заглавная буква названия, изображенная на мольберте.

Данный знак является комбинированным, он состоит из изобразительного и буквенного элемента, изображение стилизованное, так как мольберт нарисован не полностью, изображена только его верхняя и нижняя часть.

Фирменные цвета – темно-коричневый и голубой, очень сочное сочетание. Устойчивость мольберта, творческая составляющая, олицетворяет деятельность студии.

Фирменный стиль творческой студии выдержан в стиле конструктивизм. Строгость, монументальность данного логотипа говорят о том, что данная студия рассчитана на взрослую целевую аудиторию и занятия нацелены на глубокое изучение законов изобразительного искусства.

Шрифт хорошо читается, выдержан в стиле направленности студии.

Оформление сайта удачное, текстовые блоки на голубом фоне выглядят контрастно, информативно. На сайте есть разделы, где изложена информация о курсах, онлайн-курсах, преподавателях, фотогалерея, адрес учреждения и отзывы посетителей.

На сайте есть активные ссылки в форме круга, нажав на которые, можно узнать информацию о деталях и задать интересующие вопросы администраторам.

В данной студии высокий уровень преподавания, удобно оснащенная студия, занятия проводятся по авторским методикам преподавателей, имеется студия для отдыха с чаем и книгами.



Рис. 6.1. Логотип творческой студии «Мольберт»

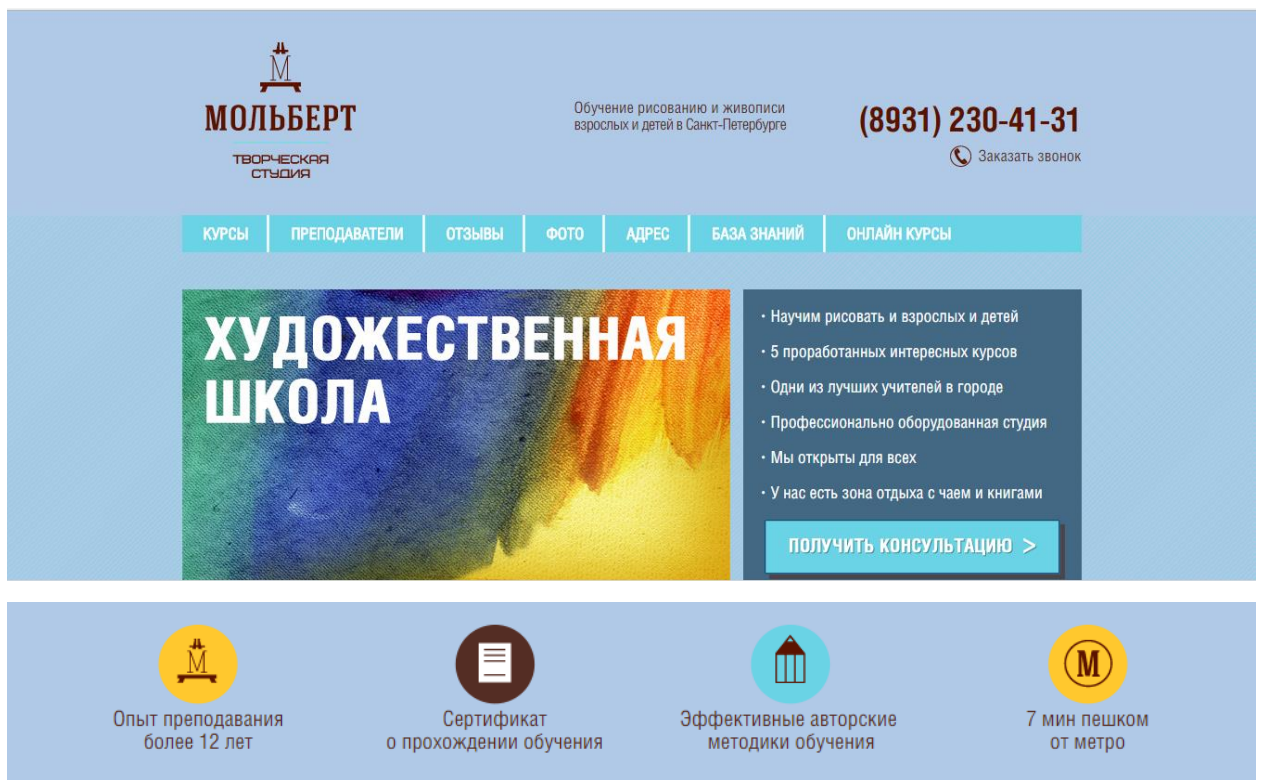


Рис. 6.2. Оформление сайта студии

## 7. Творческая мастерская «Арт-песочница»

Фирменный стиль состоит из товарного знака, текстового блока, фона. Логотип разработала графический дизайнер Елена Стукалова. В мастерской главным материалом для творчества является песок – сыпучий, податливый, приятный на ощупь. Из песка можно построить замок, можно провести арт-терапевтическое занятие, песочную церемонию, из песка можно выложить картину, а также с его помощью можно создавать самые настоящие рисунки! Изобразительный прием данного логотипа можно охарактеризовать так: карандаш как символ изобразительной деятельности, высыпавшийся песок – материал, с помощью которого дети познают себя и создают маленькие шедевры.

Формообразование – сыпучий и податливый песок и строгий, держащий форму карандаш, как основа творческого процесса. Карандаш даже можно сравнить с рукой мастера, который твердо и уверенно создает нечто неповторимое с помощью такого рыхлого материала, как песок.

В рассматриваемом аналоге очень выразительный изобразительный знак, он полностью передает смысл студии.

Логотип – «АРТ» написано крупными буквами, монументальным шрифтом, что выражает акцент на данное слово, и «песочница», шрифт написан будто бы вручную, с засечками – акцент на детскость. Автору удалось передать связь большого искусства и детской песочницы, в которой дети создают незамысловатые фигурки из песка.

Удачно в данном фирменном стиле подобран фон, на котором изображены горки разноцветного песка, а это – основной материал мастерской.





Рис. 7.1. Логотип творческой мастерской «АРТ – песочница»



Рис. 7.2. Оформление рекламных брошюр

## 8. Студия изобразительного искусства для детей и взрослых «Матисс»

Эту студию назвали в честь французского художника, скульптора и импрессиониста Анри Матисса, который в своих работах передает эмоции через форму и цвет.

Логотип представляет из себя авторский шрифт, характерный для студии изобразительного искусства, каждая буква изображена своим цветом. Яркое название привлекает внимание, разноцветные буквы передают содержание и замысел студии. Используются черный, красный, оранжевый, сиреневый, голубой, бирюзовый, а также цвет охра.

Помимо логотипа студии разработана рекламная продукция: брошюры и приглашения на разнообразные мастер-классы. Шрифт хорошо читающийся, черные и темно-красные строчки в брошюре гармонично сочетаются, и в целом пространство не кажется перегруженным. В приглашениях на мастер-класс есть своя изюминка: фон листовки характерен тематике предлагаемого мастер-класса. На цветном сложном фоне выигрышно смотрится текстовый блок белого цвета.

Обстановка в студии располагает к творчеству, очень уютная и комфортная. Нейтральные оттенки стен и яркие детали и элементы декора создают общее впечатление равновесия.





студия изобразительного искусства  
для детей и взрослых

Рис. 8.1. Фирменный стиль студии изобразительного искусства для детей и взрослых «Матисс»



Рис. 8.2. Рекламная продукция



Рис. 8.3. Интерьер студии «Матисс»

## 9. Логотип для студии дизайна и интерьера «Детали».

Данные фирменные знаки были спроектированы в рамках конкурса на лучший логотип для студии дизайна и интерьера «Детали». Заказчик установил для участников следующие требования:

Концепция логотипа – изобразить детали в названии, подчеркнув миссию студии.

Задумка – буква «А» как элемент декора, светильник, либо ваза.

Предпочитаемые цвета заказчика - насыщенный красный, серый и белый.

Эмоциональный посыл логотипа:

- Дороговизна
- Женственность
- Классика
- Тонкость
- Серьезность

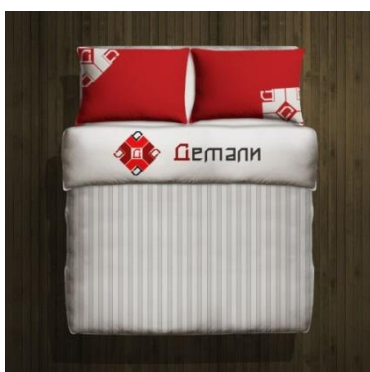
Студия придерживается простого принципа: главное в дизайне интерьера – детали. В своей работе дизайнеры данной студии уделяют большое внимание деталям, так как даже самый маленький акцент способен дополнить общий образ и подчеркнуть тот стиль, который задумал дизайнер. Поэтому девизы студии – «Детали важнее всего» и «Интерьер кроется в деталях». Именно это значение пытаются передать авторы логотипов с помощью изобразительных приемов.

Шрифты в данном фирменном стиле хорошо читаются, буквы расположены на разном уровне, что выражает неординарность решения.

ДЕТАЛИ  
ВАЖНЕЕ ВСЕГО

ДЕТАЛИ  
ВАЖНЕЕ ВСЕГО

важнее всего  
ДЕТАЛИ



ДЕТАЛИ  
интерьер кроется в деталях

Рис. 9. Вариации логотипа и его носителей для студии дизайна и интерьера «Детали»

## 10. Студия живописи «ОХРА»

Охра – приятный теплый цвет, варьируется от светло-желтого до темно-желтого. Данный цвет получают с помощью глины, глина – это материал идеи.

Девиз студии живописи: «Всякий художник был поначалу любителем» призывает к тому, что при стремлении создавать картины своими руками, обязательно все получится.

Название для студии живописи очень удачное, в логотипе присутствует изобразительный знак, оригинальное написание названия студии. Изобразительный знак представляет собой два квадрата, внутри которых находятся круги цвета охры, и внешне напоминает палетку с цветом, краску. Шрифт хорошо читается и подходит для названия студии. Особенностью является то, что в буквах «О», «Р» и «А» отверстия заменены на темно-желтые круги, эта деталь объединяет текстовый блок и изобразительный.

Студия живописи призывает создавать картины маслом для украшения интерьера или для близких людей и попробовать нечто новое. Обстановка в студии располагает к творчеству, очень уютная, светлая, со множеством мольбертов, холстов, картин на стене, выставочных стендов, оборудования для постановок, кресел с пледами, в которых можно понаблюдать за творчеством других.

Основные цвета в логотипе – черный и охра. Выбор этих цветов можно оправдать тем, что студия рассчитана на взрослую аудиторию и изучение академического рисунка.



Рис. 10.1. Firmenный стиль студии живописи «Охра»

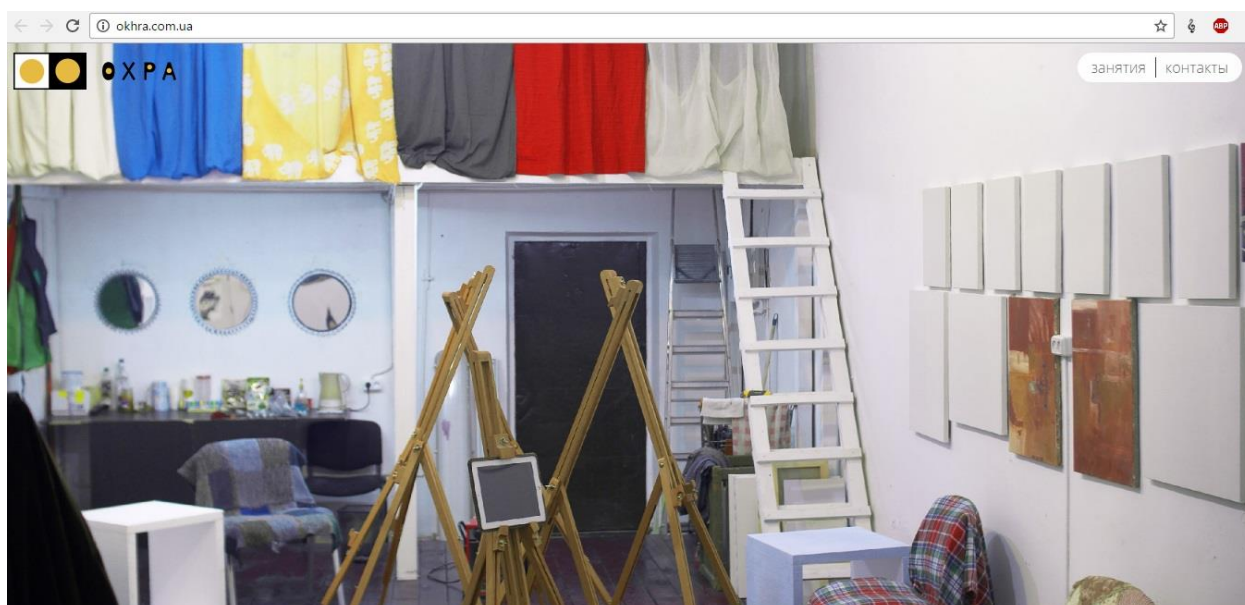


Рис. 10.2. Интерьер студии живописи «ОХРА»



Рис. 10.3 Сайт студии живописи «Охра»

### 1.3. Портрет потребителя

В процессе проектирования важную роль играет определение портрета потребителей, поэтому необходимо выявить целевую аудиторию посетителей студии, их интересы, наклонности, характер, начальные знания и умения, социальный статус, состояние здоровья.

Студия «Клякса» - это студия рисования для детей. Способности к изобразительной деятельности наблюдаются как у мальчиков, так и у девочек, поэтому студию может посетить любой ребенок, заинтересованный услугой студии.

Каждый ребенок индивидуален, у всех разные характеры и уровни социализации, и чтобы учесть это, в студии имеется несколько групп, которые разделяются по возрастным критериям и уже имеющимся знаниям и умениям в области изобразительного искусства. Для того, чтобы дети не потеряли интерес к студии, в течение года педагог знакомит их с разными техниками и приемами рисования, рассматриваются разные направления искусства, огромное количество интересных тем как для мальчиков, так и для девочек, с учетом возрастных особенностей группы. На занятиях ребенок сможет проявить себя, задать интересующие его вопросы, рассказать о себе и о своем творческом продукте, созданном в студии.

В процессе рисования у ребенка формируются творческие способности, наблюдательность, художественный вкус, зрительное восприятие. В дошкольном возрасте рисование - это важнейшее средство познания окружающего мира. Поэтому при обучении рисованию дошкольников нужно учитывать возрастные и психологические особенности. Многие отечественные и современные психологи и педагоги, такие как Л. С. Выготский, М. П. Денисов, Д. Б. Эльконин, Комарова Т.С., В. А. Гуружапов, Л. Б. Фесюкова исследовали возрастные особенности процесса рисования.



Доктор педагогических наук Комарова Т.С. исследовала стадии творческого развития и разработала методику по развитию навыков рисования [16]:

- 1 год – стадия каракулей (необходимо следить, чтобы ребенок не брал карандаш в рот);
- 1,5 года – черчение штрихов и каракулей (давать возможность ребенку рисовать карандашами разных цветов);
- 1,5-2 года – ребенок не пытается изобразить что-то определенное, он получает радость от процесса (в этот период необходимо хвалить ребенка и быть рядом);
- 2-2,5 года – неправильно держит карандаш, спонтанные движения почти не ограничиваются (нужно хвалить ребенка и добавлять пальчиковую технику);
- 2,5-3 года – ребенок ориентирован больше на форму, чем на цвет. Основные линии: вертикаль, горизонталь, бесконечная спираль, круг. Ребенок дает названия своим рисункам (на данной стадии развития нужно задавать вопросы, беседовать с ребенком о рисунке, учить правильно держать кисть и карандаш, начинать работать с гуашью);
- 3-3,5 года – ребенок начинает рисовать осознанно, улучшение координации при вертикальных движениях, но плохое имитационное рисование, т. е. неровные овалы, человечки, солнышко (быть рядом, обязательно хвалить работы ребенка, следить за осанкой и правильным положением карандаша);
- 3,5-4 года – хорошо держит карандаш, копирует рисунки. Ребенок соблюдает пропорции фигур, обводит по контуру. (необходимо развивать мелкую моторику, знакомить с произведениями русских художников);
- 4-5 лет – ребенок рисует человечка, копирует заглавные буквы, звезду, квадрат, овал, раскрашивает простые формы, выполняет

горизонтальную и вертикальную штриховку, называет основные цвета (формировать представление о предметах, их свойствах и качествах, величине, цвете, форме, положении в пространстве, знакомить с произведениями великих художников);

- 5-6 лет – рисует более четкие, ровные линии, пишет буквы и числа, соблюдает размер и пропорции геометрических фигур, рисует семью (знакомить с нестандартными техниками рисования, указывать на неправильные элементы в рисунке и давать возможность их исправить);

- 6-7 лет – рисует семью и вымышленных персонажей, определяет теплые и холодные тона (организовывать различные виды деятельности, проводить пальчиковую гимнастику, посещать вместе с ребенком музеи).

Для всех детей Клякса – образ, который они додумывают. Каждый ребенок в образе Кляксы видит что-то свое, так как у каждого свое воображение, свои фантазии и психологические особенности. Для кого-то это необычный персонаж, для кого-то это образ озорной краски, которая выпрыгнула из палетки, и так далее.

Студия рисования «Клякса» рассчитана на средний уровень потребителей. Посетителями студии являются дети дошкольного и школьного возраста, заказчиками – их родители, либо законные представители.

Социальный статус семей, которые записываются в студию, различен. В основном это семьи со средним и высоким уровнем дохода. Для того, чтобы ходить в студию рисования, необходимо приобрести материалы для творчества, а затраты на материалы у каждой семьи с учетом их финансового состояния.

Родители, являясь участниками образовательного процесса на основании ФЗ №273 «Об образовании в РФ» включаются в работу студии. Несколько раз в году в студии проводятся совместные занятия детей и их родителей, применяются формы урочной и внеурочной деятельности. Также



поступает запрос от родителей проводить занятия по освоению навыков рисования в индивидуальном порядке [31].

В связи с доступностью дополнительного образования и студии, в группы записываются дети с особенными образовательными потребностями (дети с ОВЗ). Благодаря привлекательности разработанного стиля студии родители доверяют своих детей педагогу дополнительного образования. Групповые занятия в студии помогают социализироваться, развивать первоначальные навыки рисования и выходить на новые формы обучения (инклюзия).

Учитывая возрастные особенности и специфику студии, можно сделать вывод, что фирменный стиль должен быть привлекателен для детей разного возраста и пола, и поэтому необходимо создать нечто яркое, запоминающееся, детское, игривое и в то же время напоминающее о рисовании.

Таким образом, потребителями фирменного стиля студии рисования «Клякса» являются дети дошкольного и младшего школьного возраста, а также взрослые разных возрастных групп.

## ГЛАВА II. ФОРМУЛИРОВКА ПРОЕКТНОЙ КОНЦЕПЦИИ

### 2.1. Проектные проблемы

При создании и проектировании фирменного стиля студии рисования возникли проблемы, и одной из них является визуальная идентификация, отличающаяся от логотипов других организаций из этой же сферы деятельности. Изучив аналоги, которые представлены выше, выявляется, что таких студий великое множество, названия, фирменные стили и приемы подачи самые разнообразные. Поэтому становится все труднее создать легко узнаваемый и отличающийся от образов подобных организаций стиль.

Еще одной проектной проблемой является то, что фирменный стиль должен привлекать внимание той целевой аудитории, на которую нацелен, и правильно воздействовать на потребителя. Образ «Кляксы» должен заинтересовать детей от дошкольного до школьного возраста, а также их родителей.

Проблемой также является то, что в данном фирменном стиле необходимо показать «мультичность», так как дети дошкольного возраста в основном воспринимают информацию из мультфильмов намного лучше, им интереснее взаимодействовать с вымышленным персонажем. Поэтому изобразительный прием должен охарактеризовать детскую студию рисования.

Наличие перечисленных проблем необходимо решить, для этого нужно определить пути их решения, то есть поставить задачи.

## 2.2. Проектные задачи

Для того, чтобы сформулировать проектную концепцию, необходимо выявить проблемы и задачи. Исходя из возникших проблем нужно установить и выполнить следующие задачи:

- Подобрать характерный для студии рисования образ (поиск формального хода);
- Разработать логотип, основываясь на подобранном образе;
- Выбрать подходящую цветовую гамму;
- Выбрать шрифт, дополняющий образ;
- Создать фирменный стиль студии рисования.
- Разработать брендбук для логотипа студии.

Пошаговое выполнение проектных задач поможет добиться основной цели и решить возникшие проблемы.

Концепция логотипа должна выражать специфику студии, изобразительный знак – хорошо читаемый, выразительный, запоминающийся, яркий. Необходимо подобрать подходящий образ для успешной реализации.

Следующий этап проектирования – это разработка логотипа.

Актуальный логотип должен отвечать основным требованиям и способствовать решению проектных проблем, должен быть информативным для того, чтобы потребитель понял назначение студии.

Важную роль при создании логотипа играет форма, цвет и шрифт.

Посредством формы создается общее впечатление о деятельности студии. Исходя из основной задумки образа, можно определить, что форма изобразительного знака должна быть неправильная, контрастная.

Цветовая гамма психологически и эмоционально воздействует на человека, поэтому необходимо подобрать цвета, привлекающие внимание детей и соответствующие их эмоциональному состоянию.

Шрифт дополняет общий фирменный блок, поэтому важно выбрать написание, выражающее стилистику образа. Для цельного и хорошо читаемого образа недопустимо использование более трех, разных по стилю шрифтов.

Задача в разработке фирменного стиля – поиск формального хода, соответствующего целевой аудитории студии.

Выполнение всех перечисленных задач способствует решению возникших проблем и способствует наилучшей реализации проекта.

### **2.3. Видовой образ и проектная концепция**

В работе над созданием фирменного стиля студии рисования был выбран характерный образ. Изучив целевую аудиторию, потребности и сферу деятельности студии, создается образ озорного детства, сказочного персонажа. Также нужно передать принадлежность к рисованию, творчеству. Поэтому главным героем студии стала «Клякса» - веселая, непредсказуемая, интересная и живая.

Фирменный стиль детской студии рисования является «лицом» организации, отвечает всем требованиям и передает смысл деятельности учреждения. Фирменный стиль студии рисования «Клякса» отражает его оригинальность и направленность. Главные потребительские качества должны соответствовать и отражать специфику студии и обеспечивать узнаваемость той целевой аудиторией, на которую рассчитаны.

Для наиболее удачного решения при создании фирменного стиля учитывались критерии и качества:

- Лаконичность, простота, четкость и читаемость. Логотип не должен быть слишком сложным и не должен содержать большое количество шрифтов и цветов.

- **Смысл.** Логотип должен напрямую передавать смысл организации. Изобразительный прием должен быть удачным для того, чтобы быть узнаваемым и идентифицированным, а также стать символом для студии.
- **Актуальность.** Логотип должен прослужить долгое время для данной организации, поэтому необходимо найти такое формальное решение, которое не устареет год и более спустя.
- **Размер.** Логотип нужно оптимизировать под экраны и носители с разным разрешением.
- **Цвет.** Необходимо подобрать характерную для студии рисования цветовую гамму, художественность, и учитывать психологические и возрастные особенности цвета [28].

Студия рисования специализируется на творческом развитии в основном детей дошкольного возраста, поэтому видовой образ должен соответствовать детскому восприятию.

Рассмотрев аналоги, можно сделать вывод, что многие студии рисования называются в честь великих художников, или содержат слово «АРТ», что переводится как «Искусство». Для данной студии выбрано необычное название «Клякса», оно полноценно соотносится с детским творчеством. Создается образ озорной капельки, которая соскользнула с кисточки, выпрыгнула на бумагу, и ребенку можно дорисовать ее и создать совершенно новое. Для детей не составляет труда придумать рассказ по рисунку, у них возникают совершенно неповторимые истории, они могут нарисовать что-то несуществующее, в изобразительной деятельности им важен процесс, а не результат. Они получают незабываемый опыт и узнают что-то новое для себя.

Концепция логотипа – клякса как одушевленное существо, что характерно для детской студии рисования. Персонаж, который привлечет

внимание детей, веселый и озорной, он станет символом и обитателем в студии рисования.

Концепция – клякса как элемент изобразительной деятельности, намек на творчество и детское озорство.

Клякса – очень популярное название для детских персонажей, например, Клякса Феникс – персонаж детского мультсериала «Черный плащ». У нее есть волшебная кисточка, с помощью которой она может проникать внутрь любой картины, дорисовывать детали и даже оживляет то, что захочет. Она умеет создавать волшебную краску и поэтому можно сделать вывод, что у нее есть знания из области химии. Клякса Феникс имеет очень хорошее воображение, потому что она – автор таких необычных вымышленных существ, как кошки с пропеллерами и собаки-тыквы [33].

Помимо Кляксы Феникса существует персонаж из детской книги «Путешествия пана Кляксы». Это произведение известного польского писателя Яна Бжехвы, который по нраву детям. Пан Клякса – очень необычный человек. Главная черта этого персонажа – таинственность, потому что он бывает всяким: всемогущим и беспомощным, изобретательным и не очень, умным и глупым, а еще никто не знает, кто он: взрослый он или ребенок, толстый он или худой, фокусник он или волшебник. Он знаменит в Волшебных странах всех сказок [32].

Знакомые всем кляксы швейцарского психолога Роршаха Германа, которые тестируют испытуемого, исследуют личность на наличие или отсутствие нарушений, вызывают ассоциации с тем или иным предметом, определенные образы, слова или идею. Также и ребенок, который рисует понятные только ему образы, видит в своих рисунках необычное, непонятное для взрослого [34].

Так как в основном посетители студии – это дети дошкольного возраста, за основу логотипа была выбрана «Клякса» - веселый детский персонаж. Образ «Кляксы» - возможность для ребенка додумать, представить, развить свои фантазии и творческое воображение.

## ГЛАВА III. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ

### 3.1. Описание формального решения

Логотип студии рисования «Клякса» является комбинированным и состоит из двух элементов: изобразительный знак и шрифтовая надпись. Их сочетание смотрится целостно, гармонично и презентабельно. Дизайн фирменного стиля положительно воспринимается визуально и запоминается детям.

В качестве смыслообразующего образа для студии рисования «Клякса» выбран одушевленный персонаж, который призван понравиться детям и станет символом студии. Это озорная капелька краски, которая упала на бумагу и превратилась в кляксу.

Формальным решением является «случайность», неправильность форм, капельки, разбрызганные в разные стороны. Брызги характеризуют разносторонность увлечений и направленностей в студии.

Любое, даже сложное формообразование, имеет ассоциативность с простыми формами. Существуют различные формы пятна, в данном случае общий образ кляксы напоминает «амебную» форму. Пятно имеет неопределенную форму, которая не относится к известным геометрическим фигурам. Ее текучесть и неопределенность выражает неустойчивые по характеру образы, которые можно додумать и преобразовать во что-то новое. С помощью таких пятен можно создавать самые неожиданные и различные образы, развивая тем самым фантазию и воображение [30].

Клякса – персонифицированный персонаж, потому что у нее есть глаза, это тоже своеобразная передача эмоций для ребенка и визуальный диалог с персонажем.

Элементами фирменного стиля являются:

- Товарный знак

- Логотип
- Фирменный блок
- Фирменный цвет
- Фирменный шрифт
- Авторский шрифт

Носители фирменного стиля:

- Рекламная брошюра
- Грамота (диплом)
- Портфолио учащегося студии
- Пакет
- Палитра
- Стирательная резинка
- Футболка
- Бейджик
- Расписание
- Рекламная статья на сайте

Для наилучшей визуализации и передачи задумки важно подобрать подходящий шрифт или комплект шрифтов. В данном случае использован авторский шрифт для названия студии.

Уникальное написание логотипа характерно для названия студии. Каждая буква похожа на кляксу, неправильной, нестрогой формы. Буквы расположены в хаотичном порядке, разной величины, толщины и формы. «Каплеобразные» буквы повторяют задумку изобразительного приема. Создается ощущение, будто они образованы от кляксы, главной героини в изобразительном знаке. Формообразование логотипа соответствует смыслу названия, используется схожий с изображением прием. Также формальным приемом является то, что в буквах «Я» и «А» отверстия заменены на форму буквы «К».



Получив определенную форму, можно сделать вывод, что изобразительный знак, логотип и шрифт характерны именно для данной студии и вызывают только положительные эмоции у потенциального потребителя.

### **3.2. Описание цветографического решения.**

Немаловажным фактором при разработке фирменного стиля является выбор цветовой гаммы. Первое впечатление у зрителя формируется благодаря цветовой гамме, так как цвет эмоционально и психологически влияет на человека.

Подбирая цветовую гамму, принималась во внимание специфика организации. Кляксы в общем понимании могут быть черными (кляксы от чернил при письме, кляксы в психологическом тесте), а также темных цветов, и обычно этот образ ассоциируется с помаркой, которую нельзя предотвратить. В данном случае необходимо опровергнуть общепринятое мнение и перевоплотить образ кляксы в детский, поэтому цвет должен быть детским, ярким, жизнерадостным, позитивным. Анализируя характерные для фирменного стиля аспекты, выбор остановился на оранжевом цвете.

Оранжевый цвет означает активность и хорошо развитое творческое начало. Это цвет получается путем смешения двух основных цветов – желтого и красного. Также в цветовом спектре оранжевый находится между желтым и красным, поэтому обладает свойствами этих двух цветов (способствует мыслительному процессу, как желтый, и обладает энергией, как красный).

Оранжевый цвет отличается от черного и других темных и холодных цветов жизнерадостностью, открытостью, оптимизмом, это цвет креативных энтузиастов, как маленьких, так и больших. Этот цвет идеально подходит для дошкольников, которые постоянно стремятся к открытиям. Оранжевый цвет

– теплый, энергичный, детский, быстрый, веселый, озорной, стимулирует эмоциональную сферу, открывает новые горизонты.

Цветовые обозначения (см. рис 3.2.1) представлены для того, чтобы лучше представить цвет и цветовую растяжку. Также указаны цифровые обозначения, чтобы можно было найти цвет в компьютерной программе.



Рис. 3.2.1. Цветовой диапазон

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе была поставлена цель разработать фирменный стиль для студии рисования «Клякса». В процессе достижения поставленной цели были выполнены следующие задачи:

- Изучены аналоги конкурентов, выявлены достоинства и недостатки;
- Определены особенности фирменного стиля для студии рисования.
- Выявлены необходимые инструменты дизайна и рекламы, которые можно эффективно использовать для создания фирменного стиля студии рисования.
- Составлен портрет потребителя студии рисования.
- Выявлены проблемы и задачи, возникшие во время разработки проекта.
- Разработан проект с учетом эстетической выразительности и функциональности стиля.

Наличие оригинального и хорошо узнаваемого логотипа студии производит благоприятное впечатление и полностью характеризует детскую студию рисования. Был найден характерный образ, передающий предназначение для дошкольников. Изобразительный прием выделяется с помощью идентифицируемого формообразования и подходящей цветовой гаммы.

В результате были разработаны элементы дизайна фирменного стиля:

- Изобразительный знак
- Логотип
- Носители фирменного стиля

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Агостон Ж. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне: Пер с англ., М.: Мир, 1982. 184 с.
2. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Прогресс, 1974. 392 с.
3. Библер В.С. Мышление как творчество. М.: Политиздат, 1975. 400 с.
4. Богуславская З.М. Выделение цвета и формы детьми дошкольниками в зависимости от характера их деятельности // Доклады АПН РСФСР. М., 1958. № 1. 41 с.
5. Беркман К. Товарные знаки: создание, психология, восприятие. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1990. 245 с.
6. Ветер Л. А. Различения формы предметов детьми раннего возраста// Доклады АПН РСФСР. 1962. №2. 65 с.
7. Ветлугина Н. А. «Художественное творчество и ребенок» / Под ред. Ветлугиной Н.А. М.: Педагогика, 1982. 415 с.
8. Гуружапов В.А. «Роль образа в актуализации смыслопорождающих систем понимания искусства детьми» (на материале анализа детьми содержания произведений живописи) //Психологическая наука и образование. 2000. №3. 72 с.
9. Заенчик В.М., Карачев А. А., Шмелев В. Е., «Основы творческо-конструктивной деятельности. Предметная среда и дизайн». Москва: Издательский центр «Академия», 2006. 252 с.
10. Залогова, Л.А. Компьютерная графика. Элективный курс: Практикум / Л.А. Залогова. М.: БИНОМ. ЛЗ, 2011. 212 с.
11. Залогова, Л.А. Компьютерная графика. Элективный курс: Учебное пособие / Л.А. Залогова. М.: БИНОМ. ЛЗ, 2009. 212 с.
12. Ильин В. П. «Психология творчества, креативности, одаренности» Серия: Мастера психологии. Спб: Питер, 2009. 104 с.

13. Казакова Т.Г., Блащук Л. Развитие интереса к изобразительной деятельности // Дошкольное воспитание. 1985. № 1. 175 с.
14. Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория: Учеб. для вузов. М.: Омега-Л, 2006. (Сер. Humanitas). 224 с.
15. Комарова Т.С. Дети в мире творчества М., Мнемозина, 1995. 158 с.
16. Комарова Т.С. Организованный процесс обучения важное условие развития художественного творчества. // Дошкольное воспитание. 1982. № 7. 133 с.
17. Комарова Т.С. Пути и средства формирования замысла в изобразительном творчестве // Дошкольное воспитание. 1981. № 11. 124 с.
18. Комарова Т.С. Что такое изобразительное творчество ребенка // Дошкольное воспитание, 1991. № 1. 158 с.
19. Миронов, Д.Ф. Компьютерная графика в дизайне: Учебник / Д.Ф. Миронов. СПб.: БХВ-Петербург, 2008. 560 с.
20. Обухова Л.Ф. Этапы развития детского мышления. М.: МГУ, 1972. 147 с.
21. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. М.: Юнити-Дана, 2010. 239 с.
22. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка. М.: Педагогика-Пресс, 1999. 526 с.
23. Розенсон И.А. Основы теории дизайна: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2006. 224 с.
24. Сакулина Н. П. Рисование в дошкольном детстве. М.: Просвещение, 1965. 214 с.
25. Туэмлоу Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. М.: Астрель, 2006. 256 с.
26. Ферс Г.М. Тайный мир рисунка. Исцеление через искусство. СПб.: Дементра, 2003. 176 с.

### Электронные ресурсы:

27. Возрастные особенности обучения навыкам рисования детей дошкольного возраста. [Электронный ресурс]. URL: <http://vita-studia.com/2011/02/515/> (Дата обращения: 20.10.2016)
28. Как сделать запоминающийся логотип своими руками. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wix.com/blog/2015/08/> (Дата обращения: 15.10.2016)
29. Колористика. Цвет: характеристика, значение, воздействие. [Электронный ресурс]. URL: <http://iluhin.com/notes/color/> (Дата обращения: 10.10.2016)
30. Культура и искусство. Ассоциативное формообразование. Восприятие формы. [Электронный ресурс]. URL: <http://taketop.ru/articles/kyltyra/tvorsh/kljaksa/assoc-formoob> (Дата обращения: 21.10.2016)
31. Общие положения Федерального закона об образовании 2015-2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://zakon-ob-obrazovanii.ru/> (Дата обращения: 17.10.2016)
32. Путешествия пана Кляксы. [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/puteshestviya\\_pana\\_klyaksi](https://ru.wikipedia.org/wiki/puteshestviya_pana_klyaksi) (Дата обращения: 19.10.2016)
33. Статья «Описание персонажа». [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikifur.com/wiki> (Дата обращения: 25.10.2016)
34. Тест Роршаха. Материал из википедии – свободной энциклопедии. [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/test\\_rorshaха](https://ru.wikipedia.org/wiki/test_rorshaха) (Дата обращения: 20.10.2016).

## ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1.



Рис.1. Фирменный стиль студии рисования «Клякса»



Рис. 2. Носители фирменного стиля





Рис. 3. Грамота для студии рисования «Клякса»



КЛЯКСА – ОДУШЕВЛЕННОЕ СУЩЕСТВО,  
ХАРАКТЕРНОЕ ДЛЯ ДЕТСКОЙ СТУДИИ РИСОВАНИЯ.  
ПЕРСОНАЖ, КОТОРЫЙ ПРИВЛЕЧЕТ ВНИМАНИЕ ДЕТЕЙ,  
ВЕСЕЛЫЙ И ОЗОРНОЙ, ОН СТАНЕТ СИМВОЛОМ И  
ОБИТАТЕЛЕМ В СТУДИИ РИСОВАНИЯ.  
КОНЦЕПЦИЯ – КЛЯКСА КАК ЭЛЕМЕНТ  
ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ,  
НАМЕК НА ТВОРЧЕСТВО  
И ДЕТСКОЕ ОЗОРСТВО.

C: 3  
M: 18  
Y: 44  
K: 0

#F4CF98

C: 5  
M: 31  
Y: 70  
K: 0

#EEB464

C: 0  
M: 38  
Y: 100  
K: 0

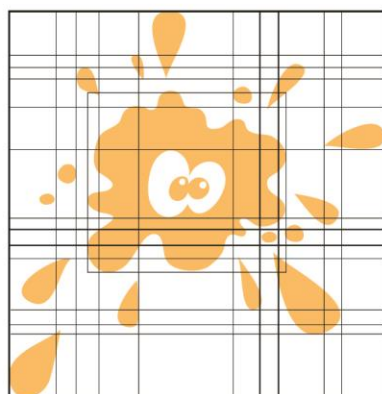
#FAAA18

C: 0  
M: 51  
Y: 100  
K: 0

#F7921D

C: 0  
M: 65  
Y: 100  
K: 0

#F47820



ОН СРАВ  
WILD HONEY REGULAR  
LONDON REGULAR Myriad Pro

ИСПОЛНИТЕЛЬ: ТВЕРИТИНА ВАЛЕРИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА, СТУДЕНТКА ГРУППЫ БД-512  
РУКОВОДИТЕЛЬ: КАРДАШЕВ АРСЕН ВЛАДИМИРОВИЧ, ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Рис. 4. Левый планшет



Рис. 5. Центральный планшет

