

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG  
KHOA TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN**

-----o0o-----

**NGUYỄN PHÚ QUÝ**

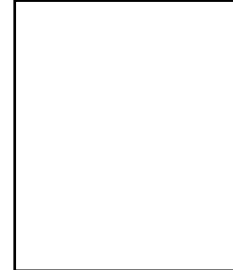
**THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU  
CÔNG TY QUẢNG CÁO KIỀU OANH**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC  
NGÀNH THIẾT KẾ ĐỒ HỌA**

**Thái Nguyên, năm 2023**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG  
KHOA TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN

-----o0o-----



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**  
**NGÀNH THIẾT KẾ ĐỒ HỌA**

**Đề tài:**

**THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU  
CÔNG TY QUẢNG CÁO KIỀU OANH**

Sinh viên thực hiện : NGUYỄN PHÚ QUÝ  
Mã sinh viên : DTC1952104030115  
Lớp : TKĐH-K18C  
Giáo viên hướng dẫn : ThS. NGHIÊM QUANG HOÀNG

Thái Nguyên, tháng 06 năm 2023

## LỜI CẢM ƠN

Em xin gửi lời cảm ơn trân trọng nhất đến các thầy cô của khoa Truyền thông đa phương tiện, nhờ sự giúp đỡ của các thầy cô và giảng viên hướng dẫn Nghiêm Quang Hoàng – Thạc Sĩ – Giảng viên bộ môn Thiết kế đồ họa – Khoa Truyền thông đa phương tiện em đã hoàn thiện được đồ án tốt nghiệp năm 2023.

**Thầy Nghiêm Quang Hoàng** đã dành nhiều thời gian và tâm huyết theo sát, chỉ bảo em những mặt được và chưa được để em có thể hoàn thành đề tài một cách tốt nhất. Em xin chân thành cảm ơn thầy.

Tuy nhiên đồ án của em vẫn còn rất nhiều khuyết điểm. Em rất mong nhận được những lời nhận xét, lời phê bình và ý kiến đóng góp của các thầy, cô để em có thể phát triển, hoàn thiện bản thân, hoàn thiện kỹ năng cũng như tư duy thiết kế.

Và lời cuối em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc, chân thành nhất tới tất cả các thầy cô, bạn bè và các đơn vị thực tập đã bên cạnh động viên em suốt thời gian qua, đã giúp em trưởng thành như ngày hôm nay, giúp em có được những kiến thức quý báu, vững vàng và tự tin hơn trước con đường tương lai.

## LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan những nội dung trong báo cáo là do em tự thực hiện với sự hướng dẫn trực tiếp của giảng viên hướng dẫn **Th.s Nghiêm Quang Hoàng**. Đây là phần nghiên cứu và thực hiện đồ án tốt nghiệp của riêng em, không sao chép của các đồ án khác. Nếu sai em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

Thái Nguyên, ngày      tháng      năm 2023

*Người cam đoan*

**Quý**

**Nguyễn Phú Quý**

# MỤC LỤC

**LỜI CẢM ƠN**

**LỜI CAM ĐOAN**

**MỤC LỤC**

**DANH MỤC HÌNH ẢNH**

## **I. MỞ ĐẦU**

1. Lý do chọn đề tài
2. Mục đích nghiên cứu
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu
4. Phương pháp nghiên cứu
5. Kết cấu của đề tài

## **II. PHẦN NỘI DUNG**

Chương 1: TỔNG QUAN VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU .....	1
1.1. Khái niệm chung về Mỹ thuật ứng dụng: .....	1
1.2. Khái niệm về thiết kế:.....	2
1.3. Khái niệm về đồ hoạ:.....	2
1.4. Khái niệm về bộ nhận diện thương hiệu: .....	2
1.5. Phần mềm sử dụng chính trong đồ án: .....	3
1.5.1. Phần mềm Adobe Illustrator CC:.....	6
1.5.2. Phần mềm Adobe Photoshop CC:.....	9
1.6. Thương hiệu quảng cáo Kiều Oanh.....	12
1.6.1. Khái quát về lĩnh vực kinh doanh: .....	12
1.6.2. Đặc điểm kinh doanh của công ty Quảng cáo Kiều Oanh .....	12
1.6.3. Mục tiêu và chiến lược cho Thương hiệu Quảng cáo Kiều oanh .....	12
Tiểu kết chương 1 .....	13
Chương 2: NHỮNG YẾU TỐ ĐỂ XÂY DỰNG VÀ THIẾT KẾ .....	16
BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU .....	16
2.1. Những yếu tố để xây dựng bộ nhận diện thương hiệu: .....	16
2.1.1. Logo .....	16
2.1.2. Màu sắc .....	16
2.1.3. Hình ảnh .....	20

2.1.4. Ngôn ngữ.....	21
2.2. Tìm hiểu về bộ nhận diện thương hiệu:.....	21
2.3. Các thành phần của bộ nhận diện thương hiệu: .....	22
2.3.1. Bộ nhận diện thương hiệu văn phòng .....	22
2.3.2. Bộ nhận diện thương hiệu thể hiện trên sản phẩm.....	24
2.3.3. Bộ nhận diện thương hiệu trên ấn phẩm truyền thông.....	25
2.4. Vai trò thực tiễn của bộ nhận diện thương hiệu: .....	26
2.4.1. Nhận diện thương hiệu .....	26
2.4.2. Tạo sức hút.....	27
2.4.3. Tạo sự đồng bộ.....	28
2.4.4. Tạo sự gắn kết .....	29
2.4.5. Tăng hiệu quả truyền thông, quảng cáo, marketing.....	29
2.5. Những giá trị mà bộ nhận diện thương hiệu mang lại cho doanh nghiệp .....	29
2.6. Những yếu tố cơ bản để xây dựng bộ nhận diện thương hiệu:.....	30
2.6.1. Xác định được tên thương hiệu .....	30
2.6.2. Giá trị của logo trong bộ nhận diện thương hiệu .....	31
2.6.3. Sử dụng họa tiết đi kèm với bộ nhận diện thương hiệu .....	32
2.7. Những yếu tố đồ họa làm nên một bộ nhận diện thương hiệu .....	33
2.7.1. Màu sắc trong thiết kế bộ nhận diện thương hiệu .....	33
2.7.2. Chữ viết trong thiết kế bộ nhận diện thương hiệu .....	34
2.7.3. Bố cục trong thiết kế bộ nhận diện thương hiệu .....	36
Tiểu kết chương 2 .....	39
<b>Chương 3: BÁO CÁO SẢN PHẨM THIẾT KẾ.....</b>	<b>41</b>
3.1. Đồ án thiết kế:.....	41
3.1.1. Màu sắc chủ đạo.....	41
3.1.2. Thiết kế logo: .....	42
3.2. Bộ nhận diện ấn phẩm truyền thông:.....	62
3.2.1. Hệ thống website:.....	62
3.2.2. Poster.....	64
3.2.3. Catalogue.....	66
3.2.4. Brochure .....	68

3.2.5. Bigboard .....	69
Tiểu kết chương 3 .....	71
KẾT LUẬN .....	72
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	74
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	75

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1: Thiết kế trên Adobe Illustrator CC.....	8
Hình 2: Thiết kế trên Adobe Photoshop CC.....	10
Hình 3. Màu nóng trong hội họa .....	19
Hình 4. Màu nóng – màu lạnh .....	20
Hình 5. Bộ nhận diện thương hiệu .....	22
Hình 6. Bộ nhận diện thương hiệu văn phòng.....	24
Hình 7. Bộ nhận diện thương hiệu thể hiện trên sản phẩm .....	25
Hình 8. Standee, banner, poster.....	26
Hình 9. Logo Vinfast.....	31
Hình 10. Logo Mazda.....	32
Hình 11. Họa tiết trong thương hiệu.....	33
Hình 12. Ví dụ màu sắc trong thiết kế thương hiệu .....	34
Hình 13. Chữ viết trong nhận diện thương hiệu.....	36
Hình 14. Màu sắc chính trong bộ nhận diện.....	41
Hình 15. Ý tưởng logo.....	42
Hình 16. Các phương án phác thảo logo .....	42
Hình 17. Logo hoàn thiện.....	43
Hình 18. Quy chuẩn logo.....	44
Hình 19. Mockup Logo .....	46
Hình 20. Logo hoàn thành .....	47
Hình 21. Card visit .....	48
Hình 22. Mockup Card visit .....	48
Hình 23. Phong bì thư.....	49
Hình 24. Mockup phong bì thư .....	50
Hình 25. Giấy viết thư .....	51
Hình 26. Mokup giấy viết thư .....	51
Hình 27. Kẹp tài liệu .....	52
Hình 28. Mockup kẹp tài liệu .....	53
Hình 29. Thẻ nhân viên .....	54
Hình 30. Mockup thẻ nhân viên .....	54



Hình 31. Bìa đĩa.....	55
Hình 32. Đĩa CD .....	56
Hình 33. Mockup đĩa CD .....	56
Hình 34. Túi giấy.....	57
Hình 35. Mokup Túi giấy .....	57
Hình 36. Áo đồng phục .....	59
Hình 37. Sổ tay và bút bi .....	59
Hình 38. Mockup sổ tay và bút bi .....	60
Hình 39. Cốc quà tặng .....	60
Hình 40. Bộ ấm chén quà tặng .....	61
Hình 41. Tổng thể bộ nhận diện .....	61
Hình 42. Trang chủ Website.....	63
Hình 43. Mokup website .....	64
Hình 44. Poster .....	65
Hình 45. Mockup poster .....	66
Hình 46. Catalogue .....	67
Hình 47. Mockup Catalogue.....	67
Hình 48. Brochure .....	68
Hình 49. Bigboard .....	69
Hình 50. Toàn bộ sản phẩm trình bày .....	70

# I. MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Con người ngay từ khi biết tạo dựng cuộc sống đã bắt đầu chính sách ý thức về cái đẹp dù chỉ là cái đẹp thô sơ thông qua các hình vẽ trên các hang động cổ, đồ trang sức, trang phục thậm chí các đồ dùng vận dụng hàng ngày bằng đá, đồng. Từ những ý niệm sơ khai ban đầu theo thời gian và quá trình phát triển của xã hội loài người, con người ngày nay càng quan tâm hơn, chú trọng hơn đến việc tìm tòi cái đẹp và đưa nó vào cuộc sống thông qua các hình thái văn học, âm nhạc, hội họa, kiến trúc... Chính vì thế ngày nay ngành thiết kế đồ họa ra đời và ngày càng khẳng định vai trò của mình trong xã hội.

Chúng ta đang ngày càng phát huy hết khả năng sáng tạo, cách nhìn tinh tế và công hiến những sản phẩm thẩm mỹ cao cho xã hội. Đó là những sản phẩm với những hình thức mẫu mã đẹp hơn, tiện dụng hơn cho nhu cầu sử dụng của con người. Người thiết kế phải biết giải quyết nhu cầu thẩm mỹ của con người tiêu dùng thông qua sản phẩm và làm tăng độ hấp dẫn của hàng hoá từ đó kích thích nhu cầu tiêu dùng... Là một sinh viên ngành thiết kế đồ họa, hiểu rõ được những mục tiêu mà ngành đã đề ra cũng như muốn củng cố lại những kiến thức đã học, tìm kiếm hướng phát triển đúng đắn cho tương lai cũng như ước mơ của mình.

Xuất phát từ những thực tế trên, em đã chọn đề tài: “Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu Công ty quảng cáo Kiều Oanh” làm đề tài nghiên cứu cho luận văn của mình.

## 2. Mục đích nghiên cứu

- Làm rõ vấn đề tổng quan lý luận thiết kế thương hiệu.
- Tìm hiểu, phân tích, khái quát về việc thiết kế thương hiệu, trên cơ sở đó phân tích làm rõ được ứng dụng của thương hiệu trong đời sống hàng ngày.
- Trên cơ sở kiến thức đã tìm hiểu, ứng dụng thiết kế bộ nhận diện thương hiệu Công ty quảng cáo Kiều Oanh.

## 3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu và tình hình nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là: Công ty quảng cáo Kiều Oanh.

- Phạm vi nghiên cứu: Các thiết kế thương hiệu của Việt Nam và Thế giới giai đoạn từ trước đến nay.
- Tình hình nghiên cứu là: Trong nước