

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
KHOA NGHỆ THUẬT VÀ TRUYỀN THÔNG

NGUYỄN ĐỨC ANH

THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU
“CÔNG TY WAUP”

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH THIẾT KẾ ĐỒ HỌA

Thái Nguyên - 2024

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
KHOA NGHỆ THUẬT VÀ TRUYỀN THÔNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH THIẾT KẾ ĐỒ HỌA

Đề tài:

THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU:
“CÔNG TY WAUP”

SV THỰC HIỆN : NGUYỄN ĐỨC ANH
MÃ SINH VIÊN : DTC2052104030010
LỚP : THIẾT KẾ ĐỒ HỌA K19A
GV HƯỚNG DẪN : Th.s HOÀNG XUÂN TRƯỜNG

Thái Nguyên – 2024

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên cho em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới toàn thể các thầy, cô giảng viên Khoa Nghệ thuật và truyền thông đã tận tình giúp đỡ chúng em trong quá trình học tập, tìm hiểu và thực hành trên giảng đường cũng như đời sống hàng ngày, giúp chúng em trang bị đầy đủ kỹ năng, vốn kiến thức cần thiết để chúng em tự tin bước trên con đường mà mình đã chọn.

Sự quan tâm và sự tận tâm của thầy giáo đã thúc đẩy tôi vượt qua những thách thức và phát triển kỹ năng của mình một cách toàn diện. Em cảm thấy may mắn và tự hào khi có một người thầy như thầy giáo, người luôn sẵn lòng chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm của mình.

Và em cũng xin trân trọng cảm ơn Th.s Hoàng Xuân Trường là người trực tiếp hướng dẫn em thực hiện Đồ án tốt nghiệp lần này, thầy đã tận tình chỉ bảo, giúp đỡ em trong từng giai đoạn của đồ án, giúp em cải thiện những yếu kém, thiếu sót để hoàn thiện bài của mình hơn.

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.

Cuối cùng, em xin gửi lời chúc sức khỏe tới các thầy, cô để tiếp tục sự nghiệp trồng người, tiếp tục sứ mệnh cao cả của người giáo viên.

Em xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng năm 204

Sinh viên thực hiện

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan đồ án tốt nghiệp với đề tài Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu “Công ty WAUP” là do em thực hiện với sự hướng dẫn trực tiếp của giảng viên hướng dẫn Th.s Hoàng Xuân Trường. Đây là kết quả em tự tìm hiểu và thực hiện đồ án tốt nghiệp của riêng em, không sao chép dưới bất kỳ hình thức nào của các đồ án khác. Nếu sai phạm em xin chịu hoàn toàn mọi trách nhiệm trước thầy cô và Hội đồng.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2024

Người cam đoan

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH

I. PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài:
2. Mục đích nghiên cứu của đề tài.
3. Tình hình nghiên cứu
4. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu.

II. PHẦN NỘI DUNG

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ THIẾT KẾ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU ...	1
1.1. Khái quát về thiết kế đồ họa.....	1
1.2. Khái quát về nhận diện thương hiệu	1
1.3. Các bước xây dựng một bộ nhận diện thương hiệu chuyên nghiệp.....	2
1.4. Vai trò của nhận diện thương hiệu	4
1.5. Khái quát về bộ nhận diện thương hiệu công ty WAUP	5
1.6. Những yếu tố đồ họa khác trong thiết kế bộ nhận diện.	6
1.6.1. Logo	6
1.6.2. Màu sắc	6
1.6.3. Hình ảnh.....	7
1.6.4. Typography	9
1.6.5. Bố cục.....	10
1.7. Phần mềm thiết kế bộ nhận diện.	11
1.7.1. Adobe Photoshop	12
1.7.2. Adobe Illustrator	14
Tiểu kết chương 1.....	16
CHƯƠNG 2. NGHIÊN CỨU CHUNG VỀ THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU	18

2.1. Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu là gì?.....	18
2.2. Nhận diện thương hiệu thể hiện giá trị thương hiệu.	19
2.3. Nguyên tắc nhất quán trong thiết kế bộ nhận diện thương hiệu.	20
2.4. Nguyên tắc thiết kế bộ nhận diện thương hiệu về mặt phong thuỷ	23
2.5. Nguyên tắc khác biệt hoá	24
2.7. Chú ý đến trải nghiệm khách hàng.....	26
2.8. Những yếu tố đồ họa làm nên bộ nhận diện thương hiệu.	27
2.8.1. Màu sắc trong thiết kế bộ nhận diện thương hiệu.....	27
2.8.2. Chữ viết thiết kế bộ nhận diện thương hiệu.....	28
2.8.3. Bố cục trong thiết kế bộ nhận diện thương hiệu.....	29
2.8.4. Tạo độ tương phản thiết kế	30
2.8.5. Căn chỉnh nội dung	30
2.8.6. Tạo vòng lặp.....	31
2.9. Bộ nhận diện thương hiệu bao gồm những gì?	33
2.9.1. Nhận diện thương hiệu dựa vào màu sắc và thiết kế logo	33
2.9.2 Nhận diện thương hiệu trên sản phẩm	35
2.9.3. Nhận diện thương hiệu văn phòng.....	36
2.9.4 Nhận diện thương hiệu marketing, digital	37
2.9.5 Nhận diện thương hiệu sản phẩm ngoài trời.....	38
Tiểu kết chương 2.....	41
CHƯƠNG 3. BÁO CÁO KẾT QUẢ SẢN PHẨM.....	43
3.1. Nghiên cứu, tìm hiểu và lên ý tưởng cho bộ nhận diện thương hiệu.....	43
3.2. Thiết kế logo và họa tiết.....	43
3.3. Danh mục các ấn phẩm trong bộ nhận diện công ty WAUP	45
Tiểu kết chương 3.....	60
III. KẾT LUẬN	62
TƯ LIỆU THAM KHẢO	64
NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN	65

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Bộ nhận diện thương hiệu	2
Hình 1.2. Các bước xây dựng bộ nhận diện thương hiệu.....	3
Hình 1.3. Logo một số thương hiệu nổi tiếng	6
Hình 1.4. Màu sắc logo của một số thương hiệu nổi tiếng.....	7
Hình 1.5. Bộ nhận diện thương hiệu	8
Hình 1.6. Logo typo một số thương hiệu	9
Hình 1.7. Bố cục trong thiết kế là gì?.....	10
Hình 1.8. Adobe Photoshop 2024.....	13
Hình 1.9. Giao diện cơ bản Photoshop 2024.....	13
Hình 1.10. Adobe Illustrator 2024.....	15
Hình 1.11. Giao diện cơ bản của Illustrator 2024	15
Hình 2.1. Bộ nhận diện thương hiệu cơ bản.....	19
Hình 2.2. Giá trị thương hiệu	20
Hình 2.3. Nhất quán hướng thiết kế	21
Hình 2.4. Nhất quán về màu sắc.....	22
Hình 2.5. Tránh lặp lại ý tưởng	23
Hình 2.6. Nguyên tắc phong thủy.....	24
Hình 2.7. Nguyên tắc khác biệt	25
Hình 2.8. Nguyên tắc khơi gợi cảm xúc.....	25
Hình 2.9. Trải nghiệm của khách hàng là yếu tố quan trọng	26
Hình 2.10. Màu sắc trong thiết kế	27
Hình 2.11. Chữ viết trong thiết kế bộ nhận diện	28
Hình 2.12. Bố cục trong thiết kế bộ nhận diện.....	29
Hình 2.13. Sự tương phản trong thiết kế	30
Hình 2.14. Nghệ thuật căn chỉnh trong thiết kế.....	31
Hình 2.15. Ứng dụng của tạo vòng lặp trong thiết kế	32
Hình 2.16. Màu sắc và logo giúp định hình thương hiệu	34
Hình 2.17. Nhận diện thương hiệu trên sản phẩm.....	35
Hình 2.18. Bộ nhận diện thương hiệu văn phòng.....	36
Hình 2.19. Nhận diện thương hiệu marketing	38

Hình 2.20. Nhận diện thương hiệu biển quảng cáo	39
Hình 2.21. Nhận diện thương hiệu standee	39
Hình 2.22. Nhận diện thương hiệu bằng Mascot.....	40
Hình 3.1. Logo của Công Ty TNHH Công Nghệ & Truyền Thông WAUP	43
Hình 3.2. Quy chuẩn màu của Logo.....	44
Hình 3.3. Thiết kế card visit.	45
Hình 3.4. Thiết kế thẻ nhân viên	45
Hình 3.5. Giấy viết thư	47
Hình 3.6. Mockup giấy viết thư.....	48
Hình 3.7. Phong bì thư.....	49
Hình 3.8. Thiết kế Mũ và Mockup Mũ.....	50
Hình 3.9. Thiết kế Bút và Mockup Bút	51
Hình 3.10. Thiết kế đồng phục và Mockup đồng phục	52
Hình 3.11. Thiết kế cốc và Mockup cốc	53
Hình 3.12. Thiết kế túi quà tặng	54
Hình 3.13. Thiết kế đồng hồ treo tường	55
Hình 3.14. Thiết kế hợp đồng lao động.....	56
Hình 3.15. Thiết kế Vở đĩa & Đĩa	57
Hình 3.16. Thiết kế Mockup Kẹp tài liệu.....	58
Hình 3.17. Bộ nhận diện công ty WAUP	59

I. PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài:

Từ lâu, “thương hiệu” đã trở thành một thành phần không thể thiếu của xã hội tiêu dùng hiện đại. Thương hiệu tồn tại ở mọi nơi, từ đôi giày chúng ta mang cho đến chiếc xe chúng ta chạy trên đường hàng ngày. Tuy nhiên, mặt trái của sự bùng nổ này chính là việc người tiêu dùng ngày càng có quá nhiều lựa chọn và quá ít thời gian để quyết định. Một người chỉ vừa tìm kiếm chiếc áo để mua trên các sàn thương mại, trên Google, ngay lập tức sẽ có hàng triệu kết quả liên quan xuất hiện. Vậy làm sao để thương hiệu có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh khác biệt trong bối cảnh như thế? Có rất nhiều cách để thực hiện việc khác biệt hóa, và một trong số đó chính là bộ nhận diện thương hiệu.

Bộ nhận diện thương hiệu là một phần quan trọng không thể thiếu trong việc Marketing và xây dựng thương hiệu. Bộ nhận diện thương hiệu là bộ mặt của công ty, của thương hiệu, là cái nhìn đầu tiên của người dùng đối với thương hiệu đó. Vì thế, nó cần được nhìn nhận và thực hiện nghiêm túc, chuyên nghiệp.

Nói riêng về thương hiệu Công ty TNHH Truyền Thông & Công Nghệ WAUP, là một thương hiệu về hoạt động phát hành phim điện ảnh, phim video và chương trình truyền hình vì thế nó phải vừa thể hiện được đặc trưng của ngành và vừa thể hiện được dấu ấn thương hiệu.

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài.

- Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu giúp cho hình ảnh của một thương hiệu trở nên chuyên nghiệp hơn trong mắt khách hàng.

- Được cọ sát thực tế, nâng cao tư duy sáng tạo, tư duy thiết kế, dần hoàn thiện kỹ năng, kiến thức và củng cố những điều còn thiếu sót về thiết kế, áp dụng vào thực tiễn giúp nâng cao kinh nghiệm của bản thân trong các sản phẩm đồ họa tới.

- Trên cơ sở kiến thức đã tìm hiểu và học hỏi được em đã ứng dụng thiết kế cho bộ nhận diện thương hiệu “Công Ty WAUP”.

3. Tình hình nghiên cứu

Thiết kế nhận diện thương hiệu luôn là bước đi đầu tiên trong quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu đó. Đây là bước đi rất quan trọng nhằm xác định chiến lược, mục tiêu, tham vọng của một doanh nghiệp.

Trong một doanh nghiệp, dù là một doanh nghiệp mới thành lập hay một doanh nghiệp lâu năm thì bộ nhận diện thương hiệu chính là một sản phẩm rất quan trọng giúp

khách hàng có thể nhận biết và nhớ về thương hiệu, sản phẩm của doanh nghiệp đó. Hệ thống nhận diện thương hiệu sẽ đóng vai trò là chiếc cầu nối giữa doanh nghiệp và khách hàng giúp doanh nghiệp thể hiện tính chuyên nghiệp cần có cũng như gia tăng năng suất bán hàng.

4. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu.

Phạm vi nghiên cứu: Thương hiệu công ty WAUP và xu hướng thiết kế hiện nay

Phương pháp nghiên cứu: Để có thể thiết được bộ nhận diện cho thương hiệu công ty WAUP thì phải hoàn thành các công việc bao gồm:

- Tìm hiểu về thiết kế bộ nhận diện thương hiệu qua internet, đồng thời tham khảo những bộ nhận diện thương hiệu khác.
- Thu thập những dữ liệu và hình ảnh liên quan đến thương hiệu.
- Tiến hành khảo sát, thảo luận để hiểu rõ hơn về mong muốn, nhu cầu và thái độ của đối tượng khách hàng đối với thương hiệu
- Lấy cảm hứng sáng tạo và thiết kế.
- Sử dụng công cụ Adobe Illustrator để thiết kế và sử dụng công cụ Adobe Photoshop để chỉnh sửa hình ảnh.

5. Kết cấu của đề tài

Đề tài ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, phụ lục, được cấu trúc thành 3 chương:

Chương 1: Tổng quan về vấn đề nghiên cứu.

Chương 2: Nghiên cứu chung về thiết kế bộ nhận diện thương hiệu.

Chương 3: Báo cáo kết quả sản phẩm.