

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

TRƯƠNG NGỌC NAM

**THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU
“NỘI THẤT NAM ANH”**

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

THÁI NGUYÊN, NĂM 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
“NỘI THẤT NAM ANH”**

SV THỰC HIỆN : TRƯƠNG NGỌC NAM
MÃ SINH VIÊN : DTC20H2104030043
LỚP : THIẾT KẾ ĐỒ HỌA K19A
GV HƯỚNG DẪN : Th.S. TRẦN NGUYỄN DUY TRUNG

THÁI NGUYÊN, NĂM 2024

LỜI CẢM ƠN

Em tên là Trương Ngọc Nam - là sinh viên ngành

Thiết Kế Đồ Họa - Khoa Nghệ Thuật và Truyền Thông – Trường Đại Học Công Nghệ Thông Tin và Truyền Thông Thái Nguyên

Trong quá trình thực hiện đề án này , em muốn bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến những người đã đóng góp vào thành công của luận văn này.

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến thầy Th.s Trần Nguyễn Duy Trung đã dành thời gian và kiến thức để giảng dạy và hướng dẫn em trong suốt quá trình thực hiện luận văn. Sự chỉ dẫn và góp ý của thầy đã giúp em vượt qua những khó khăn và phát triển kỹ năng chuyên môn.

Em cũng bày tỏ lòng biết ơn đến các thầy cô trong khoa Nghệ Thuật và Truyền Thông, Những người đã chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm của mình trong suốt quãng thời gian học tập tại trường. Sự hỗ trợ của các thầy cô đã đóng vai trò quan trọng trong quá trình học tập và nắm bắt kiến thức chuyên môn của em.

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 Trần Nguyễn Duy Trung. Đây là phần nghiên cứu và thực hiện đồ án tốt nghiệp của riêng em. Nếu sai em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2024

Người cam đoan

Trương Ngọc Nam

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài
2. Mục đích nghiên cứu
3. Tình hình nghiên cứu
4. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu
5. Kết cấu của khóa luận

NỘI DUNG

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU	1
1.1. Tổng quan về thiết kế	1
1.1.1. Khái niệm về thiết kế	3
1.1.2. Khái niệm đồ họa	4
1.2. Tổng quan về Bộ Nhận Diện Thương Hiệu.....	6
1.2.1. Khái niệm về bộ nhận diện thương hiệu.....	6
1.2.2. Quá trình hình thành của Nội Thất	7
1.2.3. Lịch sử Bộ nhận diện thương hiệu.....	8
1.3. Các phần mềm sử dụng chính trong đồ án:	10
Tiểu kết chương I	16
CHƯƠNG II: NGHIÊN CỨU CHUNG VỀ THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU	17
2.1. Giới thiệu chung	17
2.2. Những yếu tố để xây dựng bộ nhận diện thương hiệu	17
2.2.1. Logo.....	17
2.2.2. Màu sắc	18
2.2.3. Hình ảnh	25
2.2.4. Ngôn ngữ	27
2.2.5. Bố cục trong thiết kế bộ nhận diện thương hiệu.....	29

2.2.6. Tìm hiểu về bộ nhận diện thương hiệu.....	30
2.3. Các thành phần của bộ nhận diện thương hiệu	30
2.3.1. Bộ nhận diện thương hiệu văn phòng	30
2.3.2. Bộ nhận diện thương hiệu ấn phẩm truyền thông.....	32
2.4. Vai trò thực tiễn của bộ nhận diện thương hiệu	33
2.4.1. Tạo sức hút.....	34
2.4.2. Tạo sự đồng bộ	35
2.4.3. Tạo sự gắn kết.....	36
2.4.4. Tạo hiệu quả quảng cáo, trên thông.....	37
2.5. Những giá trị mà bộ nhận diện thương hiệu mang lại cho doanh nghiệp	37
2.5.1. Xác định tên thương hiệu.....	38
2.5.2. Giá trị của logo trong bộ nhận diện thương hiệu.....	39
2.5.3. Sử dụng họa tiết với bộ nhận diện thương hiệu	40
Tiểu kết chương II	43
CHƯƠNG III: BÁO CÁO SẢN PHẨM THIẾT KẾ	44
3.1. Khái quát về nội thất.....	44
3.2. Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu	44
3.2.1. Lên ý tưởng.....	44
3.2.2. Màu sắc chủ đạo.....	45
3.2.3. Logo.....	46
3.2.4. Các sản phẩm hoàn thành	48
Tiểu kết chương 3	71
KẾT LUẬN	72
TÀI LIỆU THAM KHẢO	74
NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN.....	75

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Thiết kế trên Adobe Illustrator CC.....	13
Hình 1.2. Thiết kế trên Adobe Photoshop CC.....	15
Hình 2.1. Ví dụ về màu sắc trong thiết kế bộ nhận diện thương hiệu	20
Hình 2.2. Ví dụ về ấn tượng màu sắc trong tranh của Stjepko Mamic.....	22
Hình 2.3. Ví dụ về màu sắc trong thiên nhiên.....	23
Hình 2.4. ví dụ về màu sắc trong đời sống con người.....	24
Hình 2.5. Ví dụ về sự khác nhau giữa hình ảnh 2D và 3D	27
Hình 2.6. Chữ viết trong bộ nhận diện thương hiệu.....	28
Hình 2.7. Ví dụ về Bộ nhận diện thương hiệu	30
Hình 2.8. Bộ nhận diện văn phòng	32
Hình 2.9. Ấn phẩm truyền thông, poster, tạp chí... ..	33
Hình 2.10. Logo của thương hiệu KFC	40
Hình 2.11. Logo của thương hiệu cocacola	40
Hình 2.12. Các họa tiết có trong bộ nhận diện thương hiệu.....	42
Hình 3.1. Màu sắc chính trong bộ nhận diện	45
Hình 3.2 Ý tưởng logo	46
Hình 3.3. Các phương án của logo	46
Hình 3.4. Logo được lựa chọn và hoàn thiện.....	47
Hình 3.5. Quy chuẩn của logo	47
Hình 3.6. Logo hoàn thiện.....	49
Hình 3.7. mockup logo.....	50
Hình 3.8. Thẻ nhân viên.....	51
Hình 3.9. Card Visit.....	53
Hình 3.10. Mockup Card Visit.....	53
Hình 3.11. Phong bì thư	55
Hình 3.12. Mockup phong bì thư	55
Hình 3.13. Giấy viết thư.....	56
Hình 3.14. Mockup Giấy viết thư.....	57
Hình 3.15. Phong bì thư A4.....	58
.....	59

Hình 3.16. Mockup phong bì thư A4.....	59
Hình 3.17. poster.....	60
Hình 3.18. Muckup poster.....	61
Hình 3.19. Bìa và đĩa CD.....	62
Hình 3.20. Mockup bìa và đĩa cd	62
Hình 3.21. Túi sách tay.....	63
Hình 3.22. Mockup túi sách tay	64
Hình 3.23. Áo đồng phục công ty.....	66
Hình 3.24 Cốc quà tặng.....	66
Hình 3.25 Muckup mũ.....	67
Hình 3.26. Catalogue	67
Hình 3.27. Toàn sản phẩm bộ nhận diện	68
Hình 3.28. Kẹp tài liệu.....	69
Hình 3.29 . Lịch treo tường	69
Hình 3.30 Lịch để bàn.....	70

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh kinh tế thị trường ngày càng phát triển, việc xây dựng và duy trì một thương hiệu mạnh là yếu tố quyết định sự thành công của bất kỳ doanh nghiệp nào. Đặc biệt, trong ngành nội thất, nơi tính thẩm mỹ và sự sáng tạo đóng vai trò quan trọng, một bộ nhận diện thương hiệu chuyên nghiệp và ấn tượng là cực kỳ cần thiết. Việc chọn đề tài nội thất xuất phát từ nhu cầu cấp thiết của doanh nghiệp trong việc tạo dựng và phát triển thương hiệu. Trong ngành nội thất, thương hiệu không chỉ là biểu tượng của chất lượng sản phẩm mà còn là sự cam kết về phong cách và dịch vụ. Một thương hiệu mạnh giúp doanh nghiệp tạo dựng niềm tin với khách hàng, từ đó duy trì và mở rộng thị trường. Thị trường nội thất hiện nay rất cạnh tranh với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp lớn nhỏ. Để Nội Thất Nam Anh có thể nổi bật và thu hút khách hàng, một bộ nhận diện thương hiệu chuyên nghiệp là yếu tố then chốt. Nó không chỉ giúp phân biệt với đối thủ mà còn tạo nên sự khác biệt và giá trị riêng. Một bộ nhận diện thương hiệu đồng bộ và sáng tạo giúp Nội Thất Nam Anh khẳng định vị thế và phong cách riêng của mình. Từ logo, màu sắc, font chữ đến các ấn phẩm truyền thông, tất cả đều cần được thiết kế sao cho phản ánh đúng giá trị và tầm nhìn của doanh nghiệp. Bộ nhận diện thương hiệu còn giúp tăng cường hiệu quả của các chiến dịch marketing, tạo sự nhận diện dễ dàng cho khách hàng. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí quảng cáo mà còn gia tăng hiệu quả trong việc xây dựng lòng trung thành của khách hàng. Việc thiết kế bộ nhận diện thương hiệu cũng cần bắt kịp các xu hướng thiết kế hiện đại và ứng dụng công nghệ. Sự đổi mới và sáng tạo trong thiết kế không chỉ làm mới hình ảnh thương hiệu mà còn mang lại sự thu hút và thích thú cho khách hàng.

Vì những lí do trên em chọn đề tài “**Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu Nội thất Nam Anh**” làm đề tài nghiên cứu và thiết kế cho đồ án của mình. Đề tài này không chỉ giúp nâng cao hình ảnh và giá trị của Nội Thất Nam Anh mà còn mang lại những lợi ích thiết thực trong việc cạnh tranh và mở rộng thị trường.

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 Nội Thất Nam Anh.

3. Tình hình nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu là v đồ nội thất đang được ưa chuộng nhất trong gia đình và tìm hiểu qua các trang sách báo, Pinterest, Behance, Google,... bài trưng bày, và dần dần nhận thức và hình thành ý tưởng về những đồ dùng tổng quan về nội thất.

4. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu

-Đối tượng nghiên cứu; Quy trình thiết kế bộ nhận diện, các bộ nội thất trong gia đình

-Phạm vi nghiên cứu; Những sản phẩm của nội thất trong gia đình

-Để có thể thiết kế được bộ nhận diện thương hiệu Nội thất Nam Anh thì phải hoàn thành các công việc bao gồm:

-Tìm hiểu chung về những đồ nội thất

-Lựa chọn một số hình ảnh phù hợp với thương hiệu

-Lên ý tưởng các thiết kế

-Tìm hiểu thêm về các cách kết hợp màu sắc và hình ảnh để tạo ra sản phẩm hài hòa dễ nhìn và tạo ấn tượng đối với mọi người

-Sử dụng các phần mềm Adobe Photoshop, Adobe Illustrator để thiết các sản phẩm

-Phát triển và hoàn thiện các sản phẩm đi kèm.

5. Kết cấu của khóa luận:

Khóa luận gồm có 3 chương:

Chương I: Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

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

Chương III: Báo cáo kết quả sản phẩm thiết kế