

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт спорта, туризма и сервиса
Кафедра сервиса и технологии художественной обработки материалов

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой

_____ В.А. Лившиц
«__» _____ 2017 г.

Разработка фирменного стиля и основ технологического процесса
изготовления его элементов

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ-290304.2017.038 ПЗ ВКР

Консультанты:
Экономическая часть,
старший преподаватель
_____ Л.Ю. Костылева
«__» _____ 2017 г.

Технологическая часть,
старший преподаватель
_____ А.А. Фабишевская
«__» _____ 2017 г.

Руководитель работы,
старший преподаватель
_____ П.В. Пискалов
«__» _____ 2017 г.

Автор работы,
студент группы СТ-421
_____ А.С. Фомина
«__» _____ 2017 г.

Нормоконтролер,
старший преподаватель
_____ Е.Н. Лаврова
«__» _____ 2017 г.

АННОТАЦИЯ

Фомина А.С. Разработка фирменного стиля и основ технологического процесса изготовления его элементов. — Челябинск: ЮУрГУ, ИСТиС, 2017. — 60 с., 49 ил., 12 табл., библиогр. список — 14 наим., 1 прил.

В современном мире, разработка фирменного стиля, является отражением самых новейших дизайнерских решений.

В дипломной работе продемонстрированы оригинальные решения, описанные в идее работы.

Составлена технологическая последовательность изготовления фирменного стиля, описаны материалы и необходимое оборудование. Для более быстрого выполнения работы, нужно правильно распределять время и последовательность исполнения.

Рассчитана себестоимость фирменного стиля и его элементов, составившая — 58 000 рублей.

					ЮУрГУ.290304.2017.038ПЗ ВКР			
<i>Изм</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подп.</i>	<i>Дата</i>				
<i>Разраб.</i>	Фомина				<i>Разработка фирменного стиля и основ технологического процесса изготовления его элементов</i>	<i>Лит.</i>	<i>Лист</i>	<i>Листов</i>
<i>Пров.</i>	Пискалов					Д	3	60
<i>Н.контр.</i>	Лаврова					ЮУрГУ Кафедра СuТХОМ		
<i>Утв.</i>	Лившиц							

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ	
1.1 Понятия фирменного стиля, его задачи и функции.....	6
1.2 Анализ новых тенденций в разработке фирменного стиля	8
1.3 Идея в разработке.....	13
1.4 Процесс разработки.....	15
2 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	
2.1 Технологическое описание изготовления стикеров	20
2.2 Технологическое описание изготовления фирменного стиля и его элементов	24
2.3 Линейка размеров.....	40
2.4 Техника безопасности.....	45
3 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	
3.1 Ценовая политика.....	50
3.2 Расчет себестоимости и отпускной цены фирменного стиля и его элементов	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	57
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	58
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Элементы фирменного стиля	60

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность дизайна обусловлена увеличивающимся с каждым годом влиянием новых тенденций на социальную и культурную жизни. Гармоничный дизайн является механизмом привлечения новой аудитории. В современных рыночных отношениях он является некой визитной карточкой, автографом той или иной компании. Дизайн формирует современную картину мира, создаёт новые тенденции, поддерживает традиции, создаёт настроение, демонстрирует модные веяния или акцентирует внимание на прошлом. Является некой ассоциативной машиной времени, которая в свою очередь перекидывает то в будущее, то в прошлое, то в настоящее своими идеями. Он открывает широкие возможности в материализации эстетических идей, открытии новых горизонтов.

На сегодняшний день, существует огромное множество разработок фирменного стиля, но за частую в создании используются устоявшиеся виды разработок. Фирменный стиль должен быть понятен потребительской аудитории, легко запоминаем различными способами, вдобавок практичен в своём использовании.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		5

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

1.1 Понятия фирменного стиля, его задачи и функции

Под фирменным стилем сегодня существует огромное количество определений. К примеру, таких как:

- фирменный стиль — набор различных фирменных элементов, обеспечивающих целостность имиджа фирмы, единство в восприятии производимых товаров и услуг. В фирменном стиле должна быть общая концепция, общее цветовое решение, оформление [12];
- фирменный стиль — это системное явление, где все элементы связаны между собой и влияют друг на друга [8];
- фирменный стиль – это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления [6];
- Фирменный стиль сегодня — это основа всей коммуникационной политики фирмы [14].

Цели задачи:

- Оригинальный подход в транслировании логотипа и всех разработанных элементов фирменного стиля и функциональности на всех носителях;
- выделение бренда из конкурентных предложений;
- создание образа и имиджа бренда [13].

Определений существует множество, но связывает их одно: фирменный стиль должен иметь общую связывающую концепцию.

В задаче дизайнера стоит создать необычную визуализацию того, чем занимается заказчик. История, которую несёт фирменный стиль, должна быть понятна любой аудитории.

Фирменный стиль является рекламой той или иной компании. Он экономит затраты на рекламе и формирует развитие корпоративной культуры.

Существует множество элементов фирменного стиля, к ним относят:

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		6

- логотип;
- слоган;
- товарный знак;
- фирменный блок;
- фирменные цвета;
- фирменные шрифты.

А также, существуют различные носители (рисунок 1.1):

- сувенирная продукция (ручки, календари и т.д.);
- товар, который производит компания;
- печатная продукция (буклеты, листовки и т.д.);
- оформление интерьера офиса (мебель, настенное панно и т.д.);
- элементы делопроизводства (бланки документаций, конверты и т.д.);
- форма сотрудников (футболки, каски и т.д.);
- сайт или группа;
- другие носители (упаковочная бумага, знамя и т.д.).



Рисунок 1.1 — Носители фирменного стиля

Главной целью компании выделиться за счет фирменного стиля, отличаться от конкурентов. Фирменный стиль может гарантировать успех, неся визуализа-

цией положительные эмоции. Качественный товар и качественная разработка фирменного стиля могут привести к росту продаж и за счет этого закрепить на рынке компанию.

К функциям фирменного стиля можно отнести:

- уникальность (фирменный стиль, должен быть уникальным, не похожим ни на кого, только этим можно отличиться от конкурентов);
- доверие (как уже говорилось, фирменный стиль является автографом той или иной компании, наличие этого автографа на продукции вызывает доверие у потребителя, если потребитель убедился в качестве продукции компании, он будет доверят всему остальному товару этой же фирмы);
- реклама (все объекты носящие элементы фирменного стиля, становятся рекламой).

Фирменный стиль является объектом борьбы за клиентов, а также является брендом. Он является механизмом создания торговой марки, а в свою очередь наличие торговой марки с устоявшейся репутацией обеспечивает рост объема производства и прибыль фирмы. Торговая марка, с хорошей репутацией даёт сохранение экономии средств на рекламе. Ведь фирменный стиль и качество товара рекламируют сами себя на рынке.

1.2 Анализ новых тенденций в разработке фирменного стиля

Разработка фирменного стиля является одним из сложнейших видов разработок в дизайне. Сейчас, в эпоху интернета, всё чаще меняются тенденции, фирменный стиль стал не исключением. Каждой компании хочется всегда быть в тренде с дизайном. При разработке необходимо учитывать, что любой элемент, будь то шрифт или логотип, или даже цветовое решение, несут ряд ассоциаций.

Существуют ключевые классические правила для разработки фирменного стиля:

- сочетание черного и белого (сочетание этих цветов является классикой к разработке логотипа, был ключевым трендом в 2013 году, эти цвета подчеркнут стабильность, надежность фирмы (рисунок 1.2));

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		8



Торговый центр
Скай Парк

Рисунок 1.2 — Черно-белые логотипы

- минимализм (основан на упрощении в логотипе, убираются лишние штрихи, это правило за частую используют для ребрендинга в устоявшихся компаниях (рисунок 1.3));

minimal **TWINS™**

Рисунок 1.3 — Логотипы в стиле минимализм

- энергичность (такие логотипы яркие, несут ассоциации силы и энергии (рисунок 1.4));



Рисунок 1.4 — Энергичность в логотипах

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

- угловатость (несут ассоциации устремлённости, успеха, скорости (рисунки 1.5));



Рисунок 1.5 — Угловатость в логотипах

- иконки (со времён появления на рынке Apple дизайн иконок перешёл в создание дизайна логотипов (рисунки 1.6));



Рисунок 1.6 — Логотипы в иконках

- резкость (формат фокус-расфокус добавляет элемент загадочности, некой фантастики (рисунки 1.7));



Рисунок 1.7 — Резкость в логотипах

- акварель (имитация написания или элементов акварелью один из современных трендов, акварельные элементы переносят легкость, нежность, прозрачность фирменному стилю (рисунок 1.8));



Рисунок 1.8 — Логотипы в акварели

- оптические иллюзии (фирменный стиль с использованием оптических иллюзий является смелым решением для фирм (рисунок 1.9));



Рисунок 1.9 — Оптические иллюзии в логотипах

- вариативность (использование разных решений, для одной концепции наиболее распространённый вариант создания логотипа на сегодняшний день (рисунок 1.10));



Рисунок 1.10 — Вариативность логотипа

- конструкции из букв (наиболее простой и понятный способ для передачи информации, зачастую используется блочная система букв, приобрёл популярность в 2016 году (рисунок 1.11));



Рисунок 1.11 — Конструкции из букв

- текст (применяется за счет подбора шрифта, применённого к нему эффекта, развитие получил в 2016 году (рисунок 1.12));



Рисунок 1.12 — Текстовые логотипы

- леттеринг (изыскан и в тоже время современен, основан по принципу написания от руки (рисунок 1.13));



Рисунок 1.13 — Леттеринг

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

- лайн арт (непрерывные линии образуют логотип, объединяя иллюстрации и текст (рисунок 1.14)).



Рисунок 1.14 — Лайн арт

Методов разработок фирменного стиля существует огромное множество, но всегда применяется индивидуальный подход. Кто-то использует классические методы, кто-то отталкивается от того, что можно привнести в фирменный стиль. Главное, что фирменный стиль должен заинтересовать и привлечь аудиторию к компании, таким образом будет выполнена цель в создании фирменного стиля.

1.3 Идея в разработке

Темой дипломной работы стала разработка фирменного стиля и основ технологического процесса изготовления его элементов. В качестве разработки было взято молодое арт-агентство «Мне нравится». Агентство занимается организацией мероприятий различных уровней, от маленьких «домашних» мероприятий, до мероприятий городского уровня. Существуют 4 основных направления работы. Была поставлена задача в разработке отразить спектры работы. Основной целевой аудиторией являются люди среднего класса заработка. Возрастная категория разнообразна. До настоящего времени фирменного стиля у арт-агентства не было.

В фирменном стиле нужно было отразить на какую аудиторию работает арт-агентство и чем занимается. Источником вдохновения послужила работа Стефана Загмейстера разработанная в честь выборов Трампа президентом. Он создал коллекцию значков, изображения которых накладывались на разные материалы.

Именно этой идеей я вдохновилась при разработке фирменного стиля. В основе находится коллекция из стикеров, которые в свою очередь могут любой

объект превратить в элемент фирменного стиля арт-агентства. За счет использования стикеров можно привнести творчество не только в восприятие фирменного стиля, но и в процесс создания фирменного стиля.

Для разработки фирменного стиля создан коллаж с источником вдохновения и материалами (рисунок 1.15).

В основу разработки стикеров было решено взять простые формы. Рисовка напоминает стиль поп-арт. Стикеры отражают направления работы арт-агентства: оформление, аниматоров, гримеров, праздничные мероприятия.

Так как фирменный стиль делается для арт-агентства, то цвета должны быть яркими, привлекающими внимание. Цветовая палитра выбрана ограниченная, состоящая из четырех цветов:

- желтый;
- красный;
- зелёный;
- чёрный.

Цвета яркие, хорошо сочетающиеся друг с другом. Остальные цвета являются оттенками основной палитры.

Ограниченная палитра выбрана для того, чтобы можно было отличить фирменный стиль арт-агентства только с помощью сочетания цветов. Таким образом, фирменный стиль за счет цвета объединяется.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		14



Рисунок 1.15 — Коллаж

В разработку фирменного стиля решено взять элементы, с которыми необходимо взаимодействовать при организации мероприятий. Так как, для разработки фирменного стиля взято арт-агентство, то в качестве элементов фирменного стиля выбраны: фотозона и бабочки для ведущих.

Материалы для дипломной работы выбраны текстурированные, для того, чтобы фирменный стиль хотелось не только рассмотреть, но и было интересно потрогать его.

1.4 Процесс разработки

Стикеры

Выполнить эскиз основных используемых стикеров в чаще всего используемом размере и рассмотреть результат на печати в цвете. Каждый стикер визу-

ально должен смотреться закончено, как по отдельности, так и в комплекте с остальными стикерами из коллекции.

В ходе работы делаем корректировки в цветовой палитре и изменяем части основных стикеров (рисунок 1.16). Изменения можно увидеть на рисунке 1.17. Заменяем голубой на зелёный и корректируем стикеры клоуна и клоунессы. Изменяем форму в стикерах. Таким образом, стикеры становятся более современнее и в общей коллекции отсутствуют выбивающиеся элементы.



Рисунок 1.16 — Стикеры без изменений

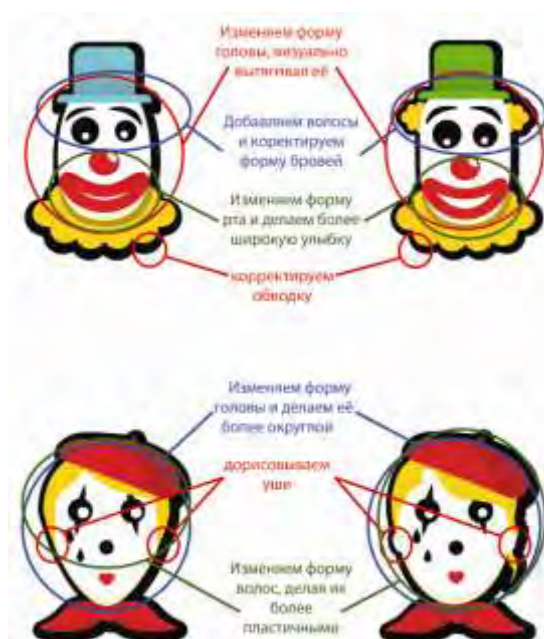


Рисунок 1.17 — Изменения в стикерах

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

Промежуточные этапы относим на печать и смотрим, какие правки нужно внести. Разные толщины черной обводки корректируем. Проверяем, что бы головные уборы стали универсальными и примеряем на каждый стикер с головой.

Паттерны

Паттерн 1. Размещённые по центру стикеры, в разбросанном положении образуют небольшой кусок паттерна. Рекомендуемые размеры 60*60мм. С помощью автоматической установки из стикеров собирается паттерн и вручную корректируется, рисунки на паттерне мелкие, достаточно сложные для детального разглядывания.

Паттерн 2. Размещённые по центру стикеры, в разбросанном положении образуют небольшой кусок паттерна. Рекомендуемые размеры 100*100мм. С помощью автоматической установки из стикеров собирается паттерн и вручную корректируется, стикеры при этом среднего размера.

Паттерн 3. Размещённые по центру стикеры, в разбросанном положении образуют небольшой кусок паттерна. Рекомендуемые размеры 150*150мм. С помощью автоматической установки из стикеров собирается паттерн и вручную корректируется, рисунки на паттерне самые большие, их можно разглядывать, так как там находятся мелкие детали.

Печатная, раздаточная и подарочная продукция

В этот перечень продукции входят: бланк документации, папка, конверт, визитки фирменные, визитки индивидуальные, футболка, подарочная упаковка, блокнот.

В основе дизайна бланка для документаций находится паттерн 1. А также паттерны используются в основе разработки макета папки, футболки, подарочной упаковке, конверта. На визитках и на блокнотах используются, как сами стикеры, так и печатные элементы. Разработана система правил расположения на визитках текстов и наклеек. Блокноты выполнены вручную. Количество листов 20 в размере А6, для мобильности. Оформляется задняя часть блокнота стикерами из коллекции.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		17

Рекламной продукцией так же, являются бабочки для ведущих в соответствии с цветовой гаммой фирменного стиля в количестве трёх штук. Декоративной частью на бабочках являются броши.

Для создания атмосферы праздника создана фотозона. Текстильная основа фотозоны соединяется с вязанными элементами. Каркас для ширмы изготовлен из джокерной системы, для простоты в транспортировке. По изготовленному эскизу с размерами заказывается каркас. С учетом размеров джокерной системы изготавливаются полотна. На которые прикрепляются декоративные элементы.

Декоративными элементами являются вязаные стикеры, которые в свою очередь являются интерактивными элементами. Эскизы стикеров печатаются из разработанной коллекции и вывязываются крючком и спицами. Почти каждый элемент имеет интерактивную часть. Помимо того, что стикеры свободно можно перевешивать с помощью крючков по мешковине, внутрь части стикеров вставляются не сложные механизмы. Стикеры обладают как визуальными необычными эффектами, так и тактильными. У вязанного клоуна съемный головной убор, который можно примерить как самому на фотографии, так и переместить его на другой объект. В коробочки можно засовывать другие элементы или просто использовать в качестве фона. Точно такой же подход можно применить к другим элементам. Таким образом можно придумывать истории для фотосессий. Ширма из четырёх створок поможет сложить фото будку, а может и сложиться в большой баннер и образовать даже 2 площадки для интерактивов с ведущим.

Линейка размеров

Линейка размеров — это разработка и построения, взаимного расположения и конфигурации частей основы стикеров. Состоит из следующих этапов: выбор методики и основы, разработка особенностей стикеров, рассмотрение различных мест размещения, корректировка размеров стикеров.

Для разработки размеров выбрана единая линейка размеров стикеров, в зависимости от которой будут применяться те или иные стикеры на различных поверхностях.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		18

Линейка размеров расширяется в зависимости от разнообразия применения. Так как стикеры разнообразны по форме сформировался ряд размеров, в соответствии с которыми применялись стикеры. Так же существует линейка размеров в основном текстовом стикере. В зависимости от того, где будут применяться стикеры линейка размеров может увеличиваться.

Выводы по первой главе

В данном разделе рассмотрены понятия фирменного стиля, его цели и задачи, рассмотрены различные носители, проанализированы новые тенденции в разработках.

Результатами стали подробно расписанная идея в разработке фирменного стиля и его элементов, процесс разработки фирменного стиля.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		19

2 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1 Технологическое описание изготовления стикеров

Эскиз стикеров представлен на рисунке 2.1. Выбрана основная величина черной обводки и выбрано цветовое решение.



Рисунок 2.1 — Эскиз основных стикеров

Делаем эскизы. С помощью простых форм в программе Adobe Illustrator CS отрисовываем стикеры. Убираем угловатость в черной обводке и меняем глаза у клоуна, во избежание различий в концепции. Увеличиваем толщину обводки в растяжке и убираем градиент. После того, как отрисованы основные стикеры, приступаем к отрисовке коллекции, с учетом общих форм, теней и цветовой палитры. В ряде стикеров применяются одни и те же части рисунков. Из ныне существующих убирается часть элементов и таким образом, создаются новые стикеры. Стикеры можно увидеть на рисунке 2.2.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		20



Рисунок 2.2 — Основные стикеры

Выставляем общую толщину обводки: слева 1 мм, справа 1,5 мм. Используя систему правил в отрисовке, установленной толщины обводки, увеличивается коллекция стикеров. Таким образом коллекция стикеров готова в количестве 29 штук (рисунок 2.3). Технологическая последовательность представлена в таблице 2.1.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата



Рисунок 2.3 — Итоговая коллекция

Составлена карта фирменных цветов и составлены цветовые палитры (рисунки 2.4–2.8).

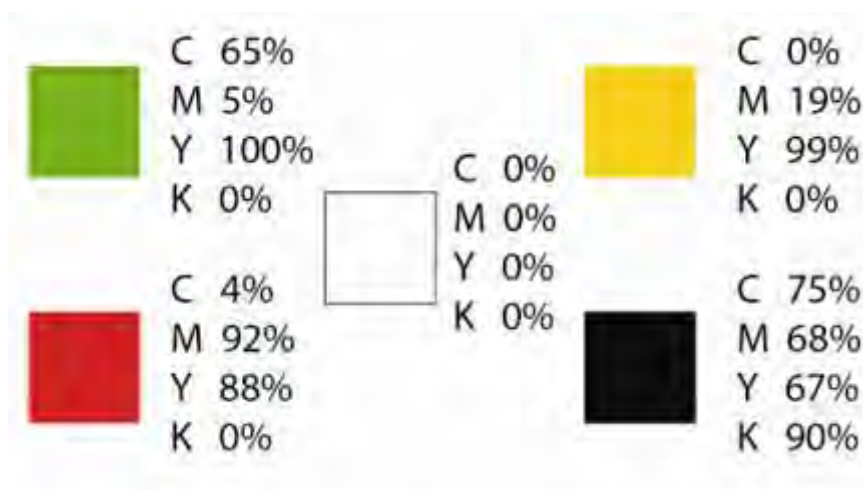


Рисунок 2.4 — Фирменные цвета

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

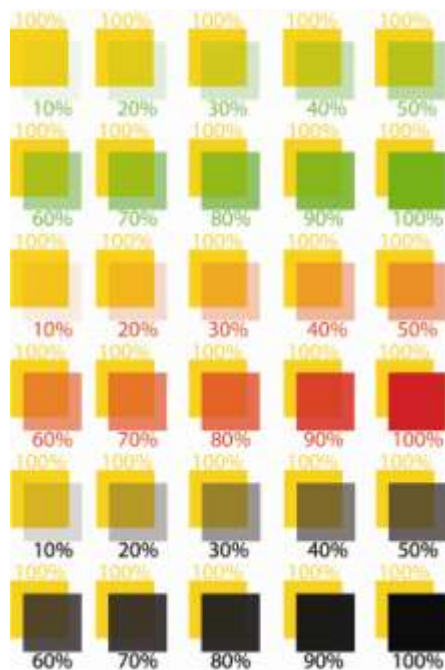


Рисунок 2.5 — Цветовая палитра
желтого



Рисунок 2.6 — Цветовая палитра
зелёного

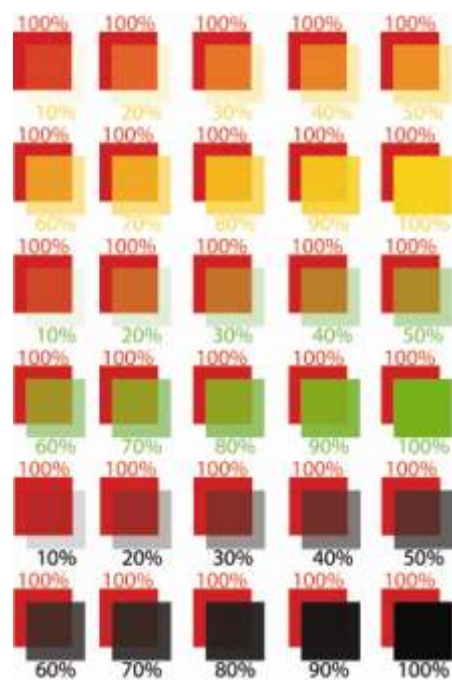


Рисунок 2.7 — Цветовая палитра
красного



Рисунок 2.8 — Цветовая палитра
чёрного

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

Таблица 2.1 — Технологическая последовательность изготовления стикеров

Наименование операции	Специальность	Время, мин.	Оборудование, инструменты, материалы
Стикеры рисунки и текстовые			
1 Эскиз	Р	90	Карандаш, маркер, бумага
2 Отрисовка стикеров	Р	1 000	Ноутбук, мышь компьютерная
3 Корректировка	Р	180	Ноутбук, мышь компьютерная
4 Подбор материалов для печати	Р	200	Бумага, клеящая бумага, крафтовая бумага
Итого:	—	1 470	—

2.2 Технологическое описание изготовления фирменного стиля и его элементов

При изготовлении фирменного стиля необходимо провести следующие операции: разработать паттерны, разработать макеты печатной продукции, раздаточной продукции, сувенирной продукции, разработать макеты для печати продукции и самих стикеров, собрать фирменный стиль и печатную продукцию.

Паттерн 1. Основными элементами выбраны:

- ангел без нимба в размере 19*17 мм;
- клоун в размере 17*12 мм;
- подарочная коробка в размере 12*10 мм;
- шар круглый, жёлтый в размере 13*11 мм;
- шар овальный, зелёный в размере 8*6 мм;
- шар овальный, красный в размере 8*6 мм;
- клоунесса без берета в размере 10*9 мм.

Размещаются стикеры в соответствии с рисунком 2.9. При помощи автоматической сборки паттерна корректируем рисунок паттерна при помощи ручной настройки узлами. Выбираем форму ромба и количеством повторяющихся элементов в количестве 7 штук. Вырезаем прямоугольник и сохраняем его как готовый паттерн. Итоговый паттерн представлен на рисунке 2.10.



Рисунок 2.9 — Положение стикеров в паттерне 1



Рисунок 2.10 — Паттерн 1

Паттерн 2. Основными элементами выбраны:

- ангел без нимба в размере 22*20 мм;
- клоун в размере 20*15 мм;
- подарочная коробка в размере 15*13 мм;

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

- шар круглый, жёлтый в размере 15*14 мм;
- шар овальный, красный в размере 11*9 мм;
- клоунесса без берета в размере 13*12 мм;
- надпись «мне нравится» в размере 21*8 мм.

Размещаются стикеры в соответствии с рисунком 2.11. При помощи автоматической сборки паттерна корректируем рисунок паттерна при помощи ручной настройки узлами. Выбираем форму прямоугольника и количеством повторяющихся элементов в количестве 7 штук. Вырезаем прямоугольник и сохраняем его как готовый паттерн. Итоговый паттерн представлен на рисунке 2.12.



Рисунок 2.11 — Положение стикеров в паттерне 2



Рисунок 2.12 — Паттерн 2

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

Паттерн 3 Основными элементами выбраны:

- ангел без нимба в размере 25*23 мм;
- клоун в размере 23*18 мм;
- подарочная коробка в размере 18*16 мм;
- шар круглый, жёлтый в размере 18*17 мм;
- клоунесса без берета в размере 16*15 мм;
- флажки в размере 19*9 мм;
- надпись «а мне нравится» в размере 35*8 мм.

Размещаются стикеры в соответствии с рисунком 2.13. При помощи автоматической сборки паттерна корректируем рисунок паттерна при помощи ручной настройки узлами. Выбираем форму ромба и количеством повторяющихся элементов в количестве 5 штук. Вырезаем прямоугольник и сохраняем его как готовый паттерн. Итоговый паттерн представлен на рисунке 2.14.



Рисунок 2.13 — Положение стикеров в паттерне 3

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата



Рисунок 2.14 — Паттерн 3

Печатная, раздаточная и подарочная продукция

В основе текста визиток используется шрифт AmazGoDaMat в размере 14 pt. Стикеры из коллекции в индивидуальных визитках используются в тех же размерах, что и на обратной стороне. Макеты визиток представлены на рисунках 2.15, 2.16.

В основе листов блокнота используются листы А4, разрезанные под формат А5. Дырки для прошивания делаются дыроколом на одинаковом расстоянии друг от друга. Листы прошиваются нитками в цвет фирменного стиля. В качестве переплёта выбран японский переплёт на три дырки (рисунки 2.17 – 2.21). Для плотности задней части используется так же крафтовая бумага, склеенная в два слоя бумаги. Так же делаются дырки дыроколом на задней крышке блокнота. В качестве оформления, в промежуток между нитками и бумагой вставляется и приклеивается тоненькая реечка из той же крафтовой бумаги в размере 7*105 миллиметров (рисунок 2.22).

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата



Рисунок 2.15 — Визитки корпоративные



Рисунок 2.16 — Визитки индивидуальные

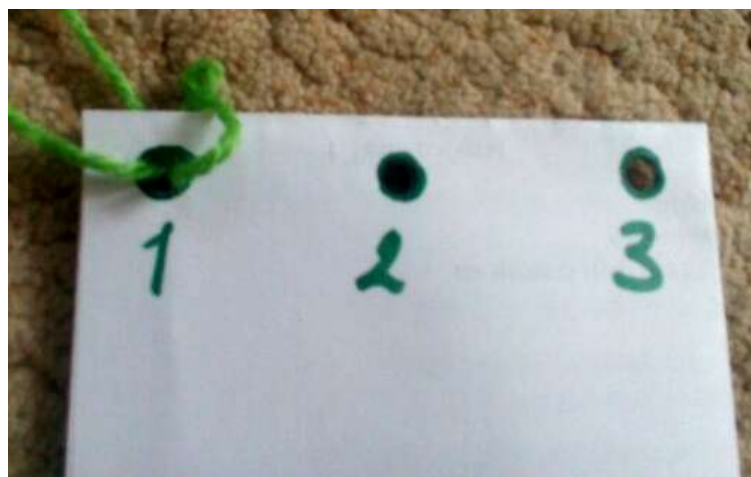


Рисунок 2.17 — Шаг 1

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

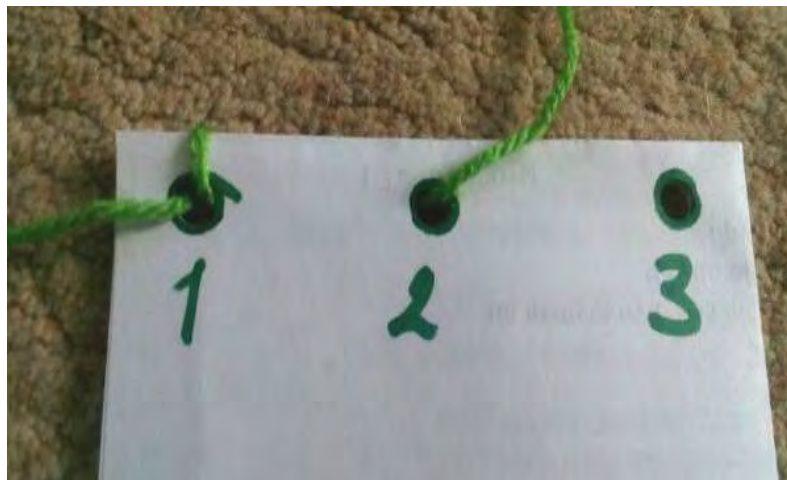


Рисунок 2.18 — Шаг 2

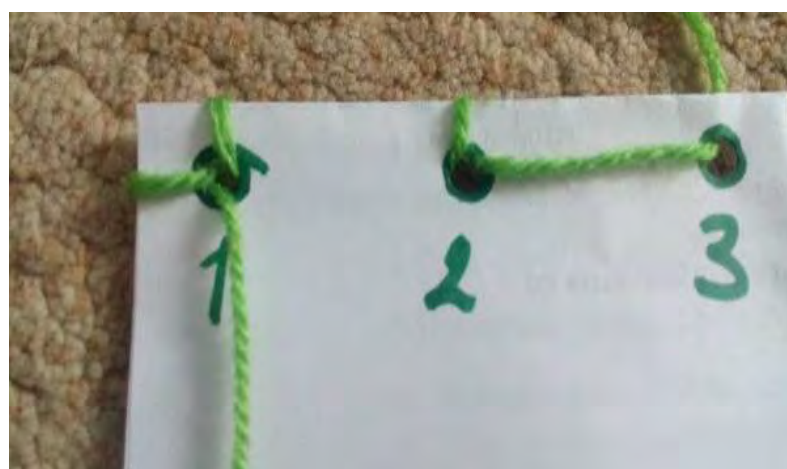


Рисунок 2.19 — Шаг 3

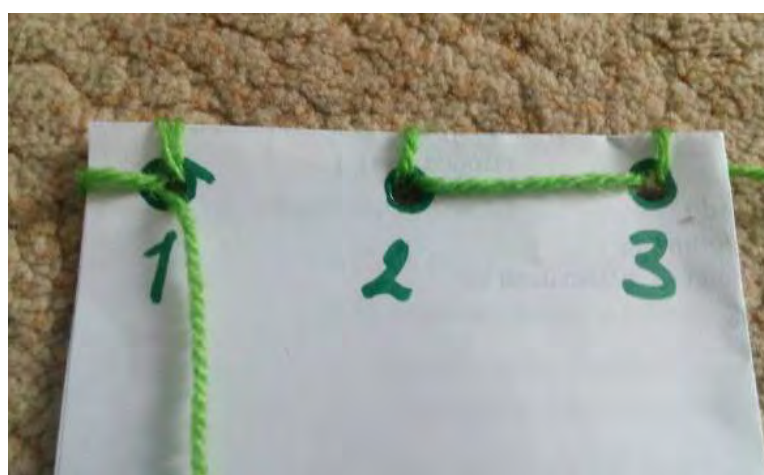


Рисунок 2.20 — Шаг 4

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

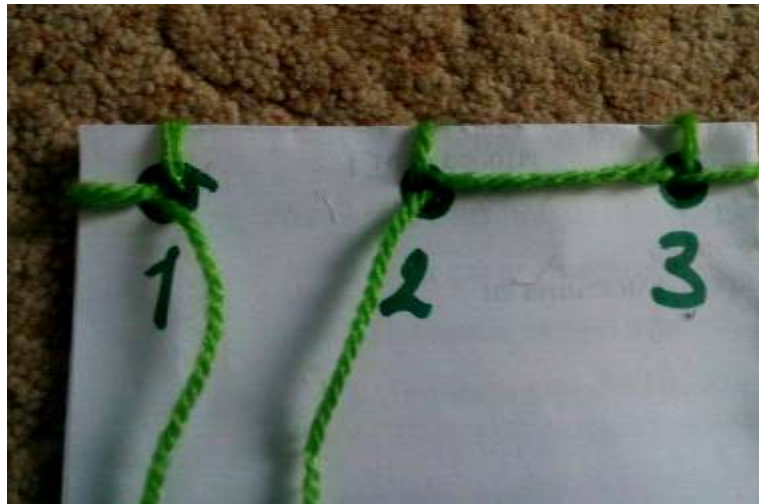


Рисунок 2.21 — Шаг 5



Рисунок 2.22 — Вид спереди у блокнота

Бабочки связаны крючком (рисунок 2.23). Для этого изготовлена специальная схема вязки крючком. Декоративной частью на бабочках являются броши. Броши выполняются вручную. Для этого печатаются наши стикеры в уменьшенном размере 2,5X2см на обычной бумаге в цвете и вырезаются в соответствии с отступами. Тонким слоем покрываются клеем и сохнут в течении 10 минут. С помощью полимерной глины вылепляется основа для броши с помощью стека с отступом от распечатанных стикеров в 3 миллиметра и запекается в течении 30 минут. К основе приклеивается стикер. Брошь заливается эпоксидной смолой, изго-

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

товленной из двух компонентов и сохнет в течении суток. Так же с помощью эпоксидной смолы прикрепляется основа для броши к заготовке (рисунок 2.24).



Рисунок 2.23 — Вязаные бабочки



Рисунок 2.24 — Готовые бабочки

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

Материалом для полотен выбрана мешковина из 2-х видов: более плотная и мене плотная. Ширма гармошка из 4 створок (эскиз 2.25). В ходе работы были внесены изменения в эскиз полотен. Для правильного раскроя мешковина накладывается в 2 слоя, снизу мелкая, сверху крупная. Накальваются полотна друг на друга. Отмеряем 4,14 метра и отрезаем. Именно такая длина ширмы. На швейной машине зигзагом проходим верхнюю и одну боковую стороны. Выполняем утюжильную работу и отмеряем ширину 64 сантиметра. Отрезаем неровности с прошитых краев и отрезаем по отметке вторую сторону. Скрепляем мешковины иглами, прокладываем строчку по второй стороне и опять выполняем утюжильную работу. Теперь можно проходить низ зигзагом. Ленты изготавливаются из обрезков мешковины длиной 35 и шириной 6 сантиметров, затем края обрабатываются зигзагом (рисунок 2.26). На верху на одинаковом расстоянии пришиваются 5 лент и снизу так же 5 лент. Края ширмы скрепляются на трех лентах с одной стороны и трех, с другой стороны. Таким образом, изготавливаются 4 полотна (рисунок 2.27).

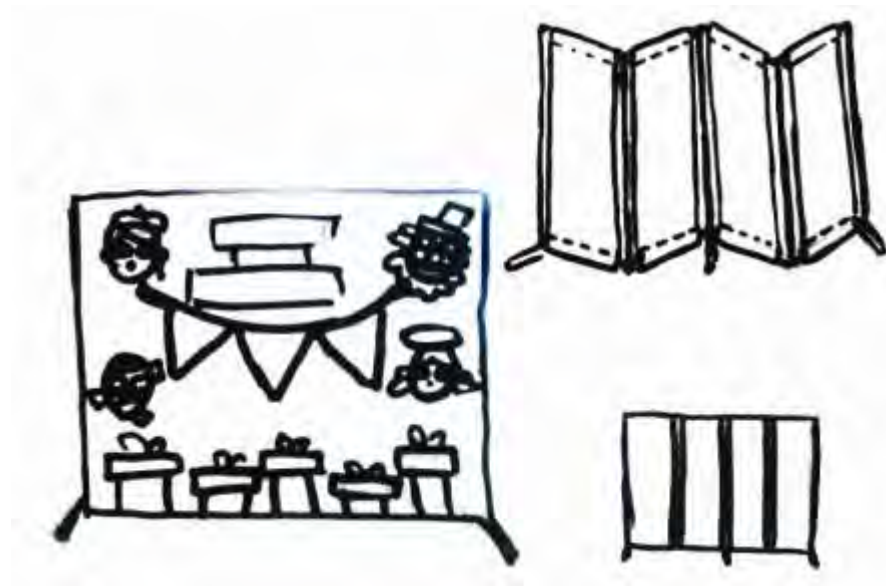


Рисунок 2.25 — Эскиз ширмы

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата



Рисунок 2.26 — Лента



Рисунок 2.27 — Ширма

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР

Лист

34

К вязанным элементам, с обратной стороны пришивается ткань, вставляется каркас из картона внутрь. Сверху пришивается замок у нимба. Рваный синтепон вставляется в берет, в головы и в шары. На все элементы с обратной стороны к ткани пришиваются крючки, для перемещения и прикрепления стикеров к фотозоне. В нимб вставляются 6 лампочек светодиодных на батарейках, для включения и выключения свечения. Пример декоративного элемента можно увидеть на рисунке 2.28.



Рисунок 2.28 — Пример декоративного элемента

Изменение направления зрачков у голов осуществляется с помощью переклеивания на липучках белых элементов, таким образом будет создаваться дополнительная история. Липучки пришиваются вручную с обратной стороны к зрачкам.

Внутри нос наполняется рваным синтепоном. У ангела подсвечивается нимб с помощью системы из батарейки светодиодных лампочек, пришитых к вязанному элементу. Вязанных элементов в коллекции 21 штука.

В таблице 2.2 указана технологическая последовательность изготовления паттернов, в таблице 2.3 — технологическая последовательность разработки рекламной, подарочной, раздаточной продукции и в таблице 2.4, указаны технологическая последовательность изготовления фотозоны.

Таблица 2.2 — Технологическая последовательность изготовления паттернов

Наименование операции	Специальность	Время, мин.	Оборудование, инструменты, материалы
1 Макет основной части	Р	450	Ноутбук, мышь компьютерная
2 Разработка листов паттернов	ЭО	135	Ноутбук, мышь компьютерная
Итого:	—	585	—

Таблица 2.3 — Технологическая последовательность разработки рекламной, подарочной, раздаточной продукции

Наименование операции	Специальность	Время, мин.				Оборудование, инструменты, материалы
		Комплект 1	Комплект 2	Блокнот	Бабочки	
1 Макет	Р	450	900	20	20	Ноутбук, мышь компьютерная, бумага
2 Разработка	М	135	2400	—	—	Ноутбук, мышь компьютерная,
3 Вязание	Р	—	—	—	1980	Крючок, пряжа

Окончание таблицы 2.3

Наименование операции	Специальность	Время, мин.				Оборудование, инструменты, материалы
		Комплект 1	Комплект 2	Блокнот	Бабочки	
4 Закрепление рисунка броши	Р	—	—	—	10	Клей Момент Кристалл, распечатанный рисунок
5 Запекание основы броши	Р	—	—	—	10 (35)	Полимерная глина
6 Склеивание броши	Р	—	—	—	6 (30)	Клей Момент Кристалл, основа, рисунок
7 Закрепление рисунка и основы броши	Р	—	—	—	10 (13)	Эпоксидная смола, основа для броши
8 Сушка броши	Р	—	—	—	0 (1 810)	Заготовка
10 Резка бумаги	Р	—	—	20	—	Канцелярский нож, бумага
11 Подготовка отверстий для прошивания	Р	—	—	5	—	Дырокол, бумага
12 Прошивка блокнота	Р	—	—	15	—	Нитки, бумага
Итого:	—	585	3300	60	2036 (1 888)	—

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР

Лист

37

Комплект 1 состоит из папки, футболки, подарочной упаковки. Комплект 2 состоит из конверта, фирменного бланка, двух визиток в двух вариантах. Бабочки выполняются в количестве трёх штук, броши для бабочек выполняются тоже в трёх штуках.

Таблица 2.4 — Технологическая последовательность изготовления фотозоны

Наименование операции	Специальность	Время, мин.	Оборудование, инструменты, материалы
1 Макет	Р	30	Бумага, карандаш, ластик
2 Разработка и сборка рамы	Р	240	Джокерная система, ключ шестигранный
3 Раскрой полотен	Р	480	Мешковина 2-х видов, нитки, иголки с ушками, мыло
4 Выполнение влажно-тепловой обработки	У	120	Полотна, утюг, гладильная доска
5 Пошив полотен	ЭО	1 200	Полотна, швейная машина
6 Вязание декоративной отделки фотозоны	Р	30	Крючок, спицы, пряжа
7 Набивка декоративных отделок	М	1 890	Синтепон, ткань, картон, синтепон, нитки, игла, молнии, светодиодные лампочки
8 Сборка фурнитуры	Р	90	Крючки, нитка, иголка
Итого:	—	8 250	—

Виды специальности: Р — ручная работа, М — машинная работа, У — утюжительная работа, ЭО — электрооборудование

Декоративными элементами являются вязанные стикеры. Количество стикеров составляет 21 штуку.

Характеристика применяемого оборудования представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 — Характеристика применяемого оборудования

Наименование, производитель	Назначение	Характеристика
Ноутбук DNS (Россия)	Разработка, корректировка, макетирование, создание, вёрстка	Производитель: DNS Модель: 01234567 Тип: ноутбук Питание от сети: ~ 220 В Программное обеспечение: Windows 10 Необходимые усыновлённые программы: Adobe Illustrator CC, Adobe Adobe Photoshop CC
Швейная машина Janome 943-05S (Тайвань)	Пошив изделий	Производитель: Janome Модель: 943-05S Тип: швейная машина Вид: электромеханическая Количество швейных операций: 6
Утюг Tefal FV4921E (Франция)	Выполнение операции влажно-тепловой обработки	Производитель: Tefal Модель: FV4921E Тип: утюг Вид: электромеханический Паровой удар: 145 г
Гладильная доска Anyday Sorrento (Россия)	Выполнение операции влажно-тепловой обработки	Производитель: Anyday Модель: Sorrento Тип: гладильная доска Материал чехла: хлопок Размер: 120x38 см Регулировка по высоте: есть Есть розетка для утюга
Электрическая плита De luxe 5004.12э (Россия)	Запекание изделий	Производитель: De luxe Модель: 5004.12э Тип электроплиты: отдельностоящая Объем духовки: 43 л Размеры: 50x85x50 Вес: 38 кг

2.3 Линейка размеров

Для разработки основных стикеров рекомендуется использовать размер 8X5 сантиметров. Первая линейка размеров представлена на рисунке 2.29.

Изменения коснулись и линейки размеров. Составлена новая линейка рекомендованных размеров на рисунке 2.30.



Рисунок 2.29 — Первая линейка размеров



Рисунок 2.30 — Линейка размеров

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

Линейка размеров рассчитывается путём сопоставления размеров носителей и способом размещения стикеров. К примеру, средний размер мобильного телефона 7*14 сантиметров, наклейка не должна упираться в края телефона, таким образом, с учетом возможного размещения динамика и камеры появились размеры 4*9,5 сантиметров.

Таким образом, разработан фирменный стиль и его элементы для арт-агентства (рисунки 2.31, 2.32). Ведомость материалов представлена в таблице 2.6.



Рисунок 2.31 — Фирменный стиль

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата



Рисунок 2.32 — Фотозона

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР

Лист

42

Таблица 2.6 — Ведомость материалов

Материал	Образец материала	Характеристика	Единица измерения	Цена за единицу, руб.
Пряжа Nako beby MARVEL, Турция		Цвет: желтый (яркий), зелёный (яркий), черный, белый, красный, горчичный, молочный, розовый (бледный) Вес: 50 г Длина: 150 м Состав: 25% шерсть, 75% детский акрил	моток	90
Пряжа из Троицка ДЕРЕВЕНЬК А, Россия		Цвет: зелёный папоротник Вес: 100 г Длина: 170 м Состав: 100% шерсть	моток	320
Мешковина		Плотность: 360 г/м ² Ткань мешочная Ширина: 106 см	м	74
Мешковина		Плотность: 196 г/м ² Ткань упаковочная Ширина: 110 см	м	44
Крафт-бумага		Плотность: 250 г Крафт-бумага коричневая	шт	40
Крючки-застежки для одежды		Состав: металл Вид покрытия: бронза Длинна крючка: 20 мм Длинна петли: 20 мм	шт	20
Подкладочная ткань		Цвет: чёрный Состав: полиэстер Плотность: 180t	м	80



Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР

Лист

43

Окончание таблицы 2.6

Материал	Образец материала	Характеристика	Единица измерения	Цена за единицу, руб.
Потайная молния		Цвет: чёрный Длинна: 25 см Состав молнии: пластик	шт	5
Полимерная глина ARTIFACT		Цвет: белый Вес: 56 г Длинна: 5,8 см Ширина: 1,4 см Высота: 5,6 см	шт	120
Клей Момент Кристалл		Вес: 125 мл Состав: Полиуретан, этилацетат, ацетон, стабилизирующие добавки Прозрачный, водостойкий, универсальный полиуретановый клей	шт	99
Эпоксидная смола двухкомпонентная Daily Art		Вес: 130 г Цвет: прозрачный В упаковке два компонента А и один компонент В	шт	500
Основа для броши		Цвет: серебро Размеры: 4x16 мм В упаковке 10 шт	шт	40
Бумага Svetocopy		Формат листов: А4 Листов в пачке: 500 Белизна: 146% Плотность: 80 г/кв.м	шт	225

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

2.4 Техника безопасности

При разработке фирменно стиля выявлено три основных этапы работы: это отрисовка коллекции стикеров, создание фотозоны и создание декоративных элементов для фотозоны.

При работе следует соблюдать ряд правил, в соответствии с которыми будет обеспечена безопасность от негативных воздействий и будут созданы комфортные условия для работы.

Основными задачами являются выявление вида опасности, проведение ряда мероприятий, обеспечивающих безопасность и ликвидация последствий от нарушений. В случае, не поведения мероприятий по технике безопасности человеку в процессе работы могут быть нанесены как не значительный, так и значительный вред здоровью.

В соответствии с государственным стандартом 12.0.003-74 «Классификация опасных и вредных факторов» [1] выявлены 4 основные группы производственных факторов по принципу действия: физические, химические, биологические и психофизиологические.

В процессе над дипломной работой можно столкнуться с такими вредными и производственными факторами, как:

- запылённость, при работе с материалами;
- шум, а также вибрация при работе со швейной машиной;
- напряжение в электрической цепи при работе с разными электрооборудованиями;
- излучение от ноутбука;
- недостаток освещённости рабочей зоны;
- повышенная пульсация светового потока;
- работа с острыми инструментами и оборудованием;
- расположение рабочей поверхности на неправильной высоте от пола.

Опасными производственными факторами в дипломной работе являются:

- электрический ток, при работе с ноутбуком, утюгом и швейной машиной;

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		45

- раскалённый утюг;
- двигающаяся игла в швейной машине;
- режущие, колющие предметы.

С химически вредным производственным фактором придётся столкнуться в работе с клеем момент кристалл. Во избежание нанесения вреда, стоит соблюдать меры предосторожности: клей является горючим веществом, работы следует проводить в дали от огня, помещение должно быть хорошо проветриваемым. Промыть тщательно водой при попадании в глаза и на кожу.

В соответствии с санитарными правилами и нормами, а именно СанПин 2.2.4.548-96 [7] гигиенические требования, касающиеся показателя микроклимата рабочего места, зависит на прямую от интенсивности энергозатрат, времени года, времени работы.

Освещение очень важный фактор при любой работе. При работе со швейной машиной к естественному освещению можно добавить искусственное. Искусственное освещение может быть, как комбинированное, так и равномерное.

Источником повышенного шума является швейная машина. Из-за шума теряется внимательность и может произойти производственная травма, также при длительном воздействии шума может привести к частичной или полной глухоте, а также травме центральной нервной системы. В связи с этим были разработан ряд документов:

- ГОСТ 12.1.003-2014 «Система стандартов безопасности труда. Шум. Общие требования безопасности» [2];
- СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки» [4].

Для решения этой проблемы применяют комплекс мероприятий для шумоизоляции. В бытовой швейной машине предусмотрена защита от шума, путем замены возвратно-поступательных движений в узлах механизмов на равномерно вращательные.

Для решения проблемы с вибрацией в швейных машинах применяют виброизоляцию. Для этого используют виброгасящие настилы и прокладывают их под механизмами и приводные конструкции.

В соответствии с ГОСТ 12.2.003-91 «Система стандартов безопасности труда. Оборудование производственное. Общие требования безопасности» [3] оборудование должно быть безопасным для работников как при монтаже, так и при демонтаже, а также при эксплуатации. Производственное оборудование должно соответствовать требованиям безопасности в течении всего времени эксплуатации.

Перед началом работы за электрооборудованием следует визуально проверить технику на наличие неисправностей, а затем только приступать к работе, особое внимание обращать на сетевой шнур и штепсельное соединение. До работы допускаются только те, кто прослушал инструктаж по технике безопасности. Рабочее место должно быть убрано. При работе с утюгом следует следить за нагревающимся элементом, во избежание повреждения проводов или самого изделия. Для этого нужно соблюдать требования по электробезопасности, указанные в нормативных документах:

- ГОСТ 12.1.019-2009 «Система стандартов безопасности труда. Электробезопасность. Общие требования и номенклатура видов защиты» [11];
- ГОСТ 12.1.019-79 «Система стандартов безопасности труда. Электробезопасность. Общие требования и номенклатура видов защиты» [5].

Некоторые операции, выполненные в ходе дипломной работы, рассмотрим в инструкционных картах № 1 и № 2.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА № 1

Наименование изделия: декоративный элемент

Наименование операции: запекание заготовки для декоративного элемента

Специальность: ЭО

Оборудование: Духовой шкаф

Порядок выполнения:

Отрезать небольшой кусочек полимерной глины, размять его и раскатать кусочек толщиной 3 миллиметра и вырезать по трафарету. На противне запечь при температуре 130°C в течении 30 минут.

Разработала А. С. Фомина

Подпись _____

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА № 2

Наименование изделия: ширма для фотозоны

Наименование операции: обработка края полотна

Специальность: М

Оборудование: английские иглы с ушком, мешковина двух видов, нитки, швейная машина, мыло, ножницы

Порядок выполнения:

Наложить друг на друга мешковину, выравнивая полотна. Скрепить английскими иголочками, делая расстояние между ними приблизительно в 10 сантиметров. По краю изделия вдоль одной нити основы отмечаем сторону изделия. По этой же нити отмеряем длину изделия. Отрезаем неровный край и проходим зигзагом на швейной машине.

Разработала А. С. Фомина

Подпись _____

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		48

Выводы по второй главе

В данном разделе рассмотрены понятия фирменного стиля и его цели. Расписаны этапы создания фирменного стиля и его элементов.

Результатом технологического раздела стал расчет времени, потраченного на изготовление фирменного стиля. Кроме того, составлена характеристика применяемого оборудования. Рассмотрена техника безопасности и составлены инструкционные карты.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		49

3 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

В работе представлена разработка фирменного стиля и его элементов. Составляющей частью является коллекция стикеров, печатная, подарочная, раздаточная продукции, бабочки для ведущих, фотозона. Для изготовления фирменного стиля и его элементов использованы следующие материалы: мешковина, пряжа, эпоксидная смола, полимерная глина, клей момент кристалл, нитки, иголки, крючки, ткань, пищалки, батарейки, лампочки светодиодные, ткань

3.1 Ценовая политика

Ценовая политика является составной частью общей политики предприятия на рынке. Слово «политика» означает искусство возможного. Эта характеристика в полной мере относится и к определению ценовой политики. Ценообразование — это искусство, так как оно осуществляется в условиях высокой степени неопределенности [10].

Ценовая политика основывается на общей стратегии фирмы. За частую используется политика, где уровень ценообразования зависит от ситуации на рынке.

Используются следующие варианты ценовой политики:

- высокое качество — высокая цена;
- эксклюзивное качество — эксклюзивная цена;
- цена такая же, как у конкурентов;
- цена ниже чем у конкурентов.

Зная график спроса, расчетную сумму издержек и цены конкурентов, организация готова к выбору цены собственного товара. Цена эта будет где-то в промежутке между слишком низкой, не обеспечивающей прибыли, и слишком высокой, препятствующей формированию спроса.

Минимально возможная цена определяется себестоимостью продукции, максимальная наличием каких-то уникальных достоинств в товаре организации.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		50

Цены товаров конкурентов и товаров заменителей дают средний уровень, которого и следует придерживаться при назначении цены [9].

Разработку фирменного стиля и его элементов можно отнести к эксклюзивному виду товара, поэтому выбрана ценовая политика «высокое качество — высокая цена».

3.2 Расчет себестоимости и отпускной цены фирменного стиля и его элементов

Расход материалов представлен в технологическом разделе дипломной работы, затраты материалов представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 — Затраты на материалы при изготовлении фирменного стиля и его элементов

Материал	Единица измерения	Цена за единицу	Расход, ед	Стоимость затрат, руб
Пряжа Nako baby MARVEL	моток	90	13	1 170,00
Пряжа из Троицка ДЕРЕВЕНЬКА	моток	320	1	320,00
Мешковина	м	74	18	1 332,00
Мешковина	м	44	18	792,00
Крафт-бумага	шт	40	1	40,00
Крючки-застежки для одежды	шт	8	20	160,00
Подкладочная ткань	м	70	3	210,00
Потайная молния	шт	5	10	50
Полимерная глина	шт	120	0,25	30
Клей Момент Кристалл	шт	99	0,1	9,9
Эпоксидная смола	шт	500	0,1	50
Основа для броши	шт	40	4	16
Бумага	шт	225	0,08	18
Итого:	—	—	—	4 197,90

В таблицу 3.1 не входят затраты на изготовление каркаса ширмы из джокерной системы, так как заказчик осуществил полный заказ самостоятельно, материалы предоставлены на пользование.

Сдельная заработная плата за выполнение фирменного стиля и его элементов зависит от часовой ставки и затрат времени на выполнение. Выбрана зарплата универсального специалиста за 1 час 100 рублей.

Затраты времени на изготовление коллекции стикеров представлены в таблице 3.2, в таблице 3.3 представлено время, затраченное на изготовление.

Таблица 3.2 — Затраты времени на изготовление коллекции стикеров

Вид работы	Затраты времени, час	Расценка на разработку, руб
1 Разработка эскизов, макетов и подбор материалов	32,67	3 267
2 Изготовление стикеров	19,6	1 960
3 Изготовление паттернов	2,25	225
4 Изготовление рекламной, подарочной, раздаточной продукции	76,5	7 650
5 Изготовление фотозоны	137	13 700
Итого:	268,02	26 802

Подсчет годового выпуска продукции в 2017 году.

С учетом выходных, праздников и отпуска сотрудника, количество рабочих дней составляет 247 дней. При восьмичасовом рабочем дне получаем годовой фонд рабочего времени 1 946 часов. Таким образом, при затрате на разработку фирменного стиля и его элементов 273,55 часа, за год можно выполнить подобных заказов около 7 штук.

Расчет затрат на электроэнергию

Тарифная ставка за 1 кВт/ч электроэнергии при выполнении работы на дому составляет 2,31 руб. кВт/ч. Для выполнения дипломной работы использовались ноутбук, швейная машина, утюг, лампы для освещения. В таблице 3.3 рассчитаны затраты на электроэнергию.

Таблица 3.3 — Расчет затрат на электроэнергию

Наименование	Мощность, кВт	Машинное время, ч	Расход электроэнергии, кВт/ч	Затраты на электроэнергию
Ноутбук	0.282	98	27,636	63,84
Швейная машина	0,04	20	0,8	1,85
Утюг	1,5	2	3	6,93
Освещение	0,5	268,02	134,01	309,56
Итого	—	—	—	382,18

Расчет амортизации при разработке фирменного стиля и его элементов.

Так как для разработки фирменного стиля оборудование работает небольшое количество времени, срок эксплуатации оборудования увеличивается.

Результаты расчетов представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 — Расчет амортизации оборудования

Наименование	Срок службы, год	Стоимость	Амортизационные отчисления, руб
Ноутбук	7	24 999	3 571,29
Швейная машина	9	15 000	1 666,7
Утюг	7	2 700	385,71
Adobe Illustrator CC	1	1391	1391
Итого	—	—	7 014,7

Амортизация на разработку составляет:

$$7\,014,7 \text{ руб} / 7 = 1\,002,1 \text{ рублей}$$

При выполнении расчета отпускной цены необходимо рассчитать расход на рекламу, но так как фирменный стиль и есть реклама, то дополнительных средств на это не выделяется. За счет этого, идет дополнительная экономия. Расчет затрат на дополнительные материалы представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 — Затраты на дополнительные материалы и услуги

Наименование	Количество, шт	Цена	Стоимость, руб
1 Кисточка для рисования, №10 Пони	1	60	60
2 Крючок	1	70	70
3 Спицы	1	110	110
4 Дырокол	1	100	100
5 Пищалка	1	40	40
6 Светодиодные лампочки	7	17	119
7 Печать листа наклеек А3	3	60	60
8 Печать листа А4	9	4	36
9 Печать конверта	1	10	10
10 Печать папки	1	40	40
11 Печать упаковочной бумаги А1	1	290	290
12 Футболка	1	208	208
13 Печать на футболке	1	780	780
Итого:	—	—	1 923

Расчет цены изделия

Цена изделия зависит от того, какая оплата труда, затрат на материалы, другие расходы, налоговой нагрузки. Предприниматель проживает и работает в

городе Челябинске. При налогообложении применяется патентная система, основной вид деятельности — прочие услуги производственного характера.

Потенциально возможный доход составляет 200 000 рублей.

Коэффициент учитывающий территорию действия патентов для города Челябинска составляет 1,3.

$200\,000 \times 1,3 = 260\,000$ рублей.

Стоимость патента составит $260\,000 \times 6\% = 15\,600$ р/год. Индивидуальные предприниматели уплачивают отчисления на социальное страхование в виде фиксированного платежа (ФП). ФП состоит из отчислений в ПФР — 23 400 руб. и в ФОМС — 4 590 руб. Расчеты выполнены исходя из МРОТ, равного 7500 руб на 2017 год. Размер ФП в 2017 году составляет 27 990 р/год.

Таким образом, налогообложения за одну разработку составит:

- отчисления по патентной системе: $15\,600 \div 7 = 2\,228$ рублей;
- отчисления на уплату фиксированного платежа: $27\,990 \div 7 = 3\,998,57$

рублей.

Расчет цены на изготовление составлен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 — Расчет цены на изготовление фирменного стиля и его элементов

Статья расхода	Расчет	Величина показателя, руб
1 Материалы	табл. 3.1	4 197,90
2 Заработная плата	табл. 3.2	26 802
3 Электроэнергия	табл. 3.3	382,18
4 Расход на оборудование	табл. 3.4	1002,1
5 Производственная себестоимость	строки 1+...+4	32 384,18
6 Общепроизводственные расходы	5% от строки 2	1 340,1
7 Прочие расходы	10% от строки 5	3 238,42
8 Общая себестоимость	строки 5+...+7	36 962,7

Окончание таблицы 3.6

Статья расхода	Расчет	Величина показателя, руб
9 Прибыль при рентабельности $R = \dots\%$	45% от строки 8	16 633,22
10 Отчисления на социальное страхование	—	3 998,57
11 Налог (ПСН)	—	2 228
12 Отпускная цена	строки 8+...+10	57 594,49

Корректировка отчислений на социальное страхование. Возможный доход при реализации 7 подобных заказов составит $57\,594,49 \times 7 = 403\,161,43$ рубля.

Доход превышает 300 тысяч рублей, поэтому необходимо учесть дополнительный платёж в размере 1% дохода, превышающего 300 тысяч рублей.

$$(403\,161,43 - 300\,000) \times 1\% = 1\,031,61 \text{ руб.}$$

Дополнительный платёж за единицу покрывается за счет рентабельности, поэтому цену не увеличиваем. Для удобства расчетов округляем до 58 000руб. за заказ.

Выводы по третьей главе

Для определения стоимости разработки фирменного стиля и его элементов, была выбрана ценовая политика «высокое качество — высокая цена». Материальные затраты составили 4 197,90 руб., отпускная цена фирменного стиля — 58 000 руб.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результатом дипломной работы стала законченная разработка фирменного стиля, а именно разработан бланк для документации, конверт, папка, дизайн визиток как для самого арт-агентства, так и для сотрудников, бабочки для ведущих, упаковочная бумага, дизайн футболки, блокнот, коллекция стикеров и фотозона. Идея разработки может в дальнейшем развиваться, в зависимости от целей. История может продолжаться и на других носителях, к примеру дизайн может перейти в интерьер офиса, оформлении группы или сайта.

На сегодняшний день под фирменным стилем принято понимать логотип или систему символов. Данный фирменный стиль рассчитан как на молодое поколение, так и на более взрослое. С помощью коллекции стикеров можно создавать оригинальные объекты. Композиция данной коллекции гармонична, стикеры соподчиняются друг другу, могут взаимодействовать с другими окружающими объектами и таким образом прекращают их в объекты данного фирменного стиля. С помощью цветовой палитры, стикеры будут выделяться на фоне других объектов. Материалы и цветовая палитра создают уравновешенную композицию, объединенную по пластике, образу и характеру. Арт-агентство занимается организацией праздников, со своим фирменным стилем. Любой объект может превратиться в фирменный стиль арт-агентства, стоит лишь приклеить стикер.

В ходе работы над дипломом проанализированы различные разработки фирменных стилей, различные методы создания, понятия фирменного стиля и что входит в элементы фирменного стиля. Был осуществлен подбор материалов для выполнения работы и составлена технологическая последовательность изготовления стикеров, разработки фирменного стиля и его элементов.

Конечным итогом дипломного проекта является реализованная коллекция стикеров, разработанный фирменный стиль и его элементы. Рассчитана отпускная цена за всю разработку, составившая 58 000 рублей.

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		57

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 ГОСТ 12.0.003-74 «Классификация опасных и вредных производственных факторов»

2 ГОСТ 12.1.003-2014 «Система стандартов безопасности труда. Шум. Общие требования безопасности»

3 ГОСТ 12.2.003-91 «Система стандартов безопасности труда. Оборудование производственное. Общие требования безопасности»

4 ГОСТ 12.1.019-2009 «Система стандартов безопасности труда. Электробезопасность. Общие требования и номенклатура видов защиты»

5 ГОСТ 12.1.019-79 «Система стандартов безопасности труда. Электробезопасность. Общие требования и номенклатура видов защиты»

6 Гольман, И.А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии Организация: учебник для вузов / И.А. Гольман. — М.: Гелла-принт, 2002. — 400 с.

7 СанПин 2.2.4.548-96 «Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений»

8 Спивак, В.А. Организационное поведение: учебное пособие / В.А. Спивак. — М.: Эксмо, 2010. — 320 с.

9 СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки»

10 Тарасевич, В.М. Ценовая политика предприятия: учебник для вузов. 3-е издание / В.М. Тарасевич. — СПб.: Питер, 2010. — 320 с.

11 Центр Управления Фирансами. —

<http://center-yf.ru/data/Marketologu/Cenovaya-politika-predpriyatiya.php>

12 Шевчук, Д.А. Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций / Д.А. Шевчук. — Ростов н/Д: Феникс, 2007. — 192 с.

13 ЭЛИТАРИУМ. — <http://www.elitarium.ru/firmennyj-stil/>

14 LOGOBRAND. — <http://logobrand.ru/opredelenie-firmenii-stil.php>

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		58

ПРИЛОЖЕНИЯ

					ЮУрГУ.290304.2017.038 ВКР	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		59

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Элементы фирменного стиля



Рисунок А.1 — Элементы фирменного стиля