СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc158377341)

[1 Теоретические основы разработки фирменного стиля 5](#_Toc158377342)

[1.1 Понятие фирменного стиля и его роль в создании имиджа компании 5](#_Toc158377343)

[1.2 Ключевые аспекты разработки фирменного стиля 12](#_Toc158377344)

[1.3 Оценка эффективности фирменного стиля 17](#_Toc158377345)

[2 Фирменный стиль ООО «Симамарт» на региональном рынке FMCG 23](#_Toc158377346)

[2.1 Рынок FMCG в России и Свердловской области 23](#_Toc158377347)

[2.2 Характеристика ООО «Симамарт», SWOT-анализ и анализ основных конкурентов 27](#_Toc158377348)

[2.3 Анализ фирменного стиля ООО «Симамарт» 36](#_Toc158377349)

[3 Разработка фирменного стиля ООО «Симамарт» 40](#_Toc158377350)

[3.1 Разработка отдельных элементов фирменного стиля компании 40](#_Toc158377351)

[3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий 44](#_Toc158377352)

[Заключение 49](#_Toc158377353)

[Список использованных источников 52](#_Toc158377354)

[Приложения 55](#_Toc158377355)

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы обосновывается тем, что фирменный стиль играет важную роль для любой организации, поскольку он является визуальным и текстовым выражением ее идентичности и ценностей. Прежде всего, он служит мощным инструментом для создания видимости компании и дифференциации на рынке. Строго определенные цвета, шрифты, логотипы и общие стили общения позволяют потребителям мгновенно узнавать продукт или услугу и ассоциировать их с конкретным брендом, помогая укрепить лояльность и доверие.

Фирменный стиль также является инструментом выражения корпоративной культуры и корпоративных ценностей. Он передает эмоциональный контекст бренда и создает определенное впечатление о нем среди клиентов и партнеров. Правильно разработанный фирменный стиль помогает укрепить имидж организации как профессиональной, надежной и современной, способствует привлечению новых клиентов и партнеров, а также поддерживает стабильные отношения с существующими клиентами.

Целью работы является разработка элемента фирменного стиля организации ООО «Симамарт».

Для достижения данной цели были поставлены и решены следующие задачи:

* изучить теоретические основы разработки фирменного стиля;
* провести анализ рынка FMCG Свердловской области;
* проанализировать конкурентов ООО «Симамарт», провести SWOT-анализ;
* разработать фирменный стиль организации «Симамарт».

 Объект исследования – компания ООО «Симамарт».

Предмет исследования – фирменный стиль организации ООО «Симамарт».