**«Корпоративная коммуникация. Формирование айдентики»**

**Цель работы:** Изучить принципы формирования корпоративной айдентики и методы, используемые в корпоративной коммуникации, а также их влияние на узнаваемость и репутацию бренда.

**Задачи:**  
Вы должны:

1. Определить ключевые элементы корпоративной айдентики.
2. Исследовать методы и инструменты информационной и визуальной коммуникации.
3. Проанализировать успешные примеры айдентики различных компаний. (Все по прошлой работе, не делать нового)

**Структура работы:**

**Введение**

В этом разделе необходимо будет кратко изложить актуальность темы корпоративной айдентики и ее значение для современного бизнеса. На примерах известных брендов показать, как айдентика, основанная на четких и последовательных коммуникациях, помогает создавать положительный имидж и поддерживать доверие со стороны потребителей.

**Теоретическая часть**

**Определение понятий**

В этом разделе должны рассматриваться ключевые определения, такие как:

* **Айдентика:** совокупность визуальных и вербальных элементов, представляющих компанию и ее ценности.
* **Корпоративная коммуникация:** комплекс методов и инструментов, с помощью которых компания взаимодействует с различными аудиториями.

**Компоненты айдентики**

Необходимо изучить основные элементы корпоративной айдентики, включая:

* **Логотип:** его значение как визуального символа.
* **Цветовая палитра:** как цвета помогают формировать эмоциональное восприятие.
* **Типография:** выбранные шрифты и их влияние на читабельность и восприятие компании.
* **Визуальные элементы:** использование графики и изображений для поддержки корпоративного сообщения.

**Методы корпоративной коммуникации**

В этом разделе можно рассмотреть такие методики, как:

* **Рекламные кампании:** как они помогают донести ключевые сообщения.
* **PR-стратегии:** создание позитивного имиджа через взаимодействие со СМИ.
* **Социальные сети:** роль в создании диалога с аудиторией.
* **Внутренние мероприятия:** как они укрепляют корпоративную культуру и вовлеченность сотрудников.

**Практическая часть**

**Анализ кейсов**

Выбрать 2-3 компании, известные своей сильной корпоративной айдентикой, и провести их анализ. Необходимо ответить на следующие вопросы:

* Каковы основные элементы айдентики выбранной компании?
* Какие методы корпоративной коммуникации она использует?
* Как эти элементы и методы влияют на общее восприятие бренда?

Можно рассмотреть такие бренды, как:

* + **Coca-Cola:** Как компания использует историю, эмоции и узнаваемость бренда, чтобы создать положительное восприятие.
  + **Nike:** Анализ их социального активизма, использования знаменитостей и создания сообщества вокруг бренда.
  + **Google:** Как простота, инновации и открытость формируют их имидж.

(ДЛЯ ЭТОГО МОЖНО ОСНОВЫВАТЬСЯ НА ПЕРВОЙ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ, НЕ ВЫПОЛНЯЯ НОВЫХ АНАЛИЗОВ!!!)

1. **ЗАДАНИЕ!!!**

П**редложить собственное видение корпоративной айдентики для выбранной компании, которая, по вашему мнению, нуждается в обновлении или создании нового имиджа.** Это может должно в себя:

* + Создание нового логотипа или обновление старого.
  + Определение цветовой палитры и шрифтов, которые будут использоваться в коммуникации.
  + Предложение решений по рекламным стратегиям и каналам, которые помогут лучше донести идею бренда до целевой аудитории.

1. **Заключение**  
   В заключительной части работы вы должны кратко подвести итоги, подчеркивая значимость сформированной айдентики и корпоративной коммуникации для успешного функционирования компании на рынке.