

Design graphique & stratégie de marque

Type de contenu : Texte Image fixe

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Design graphique & stratégie de marque [Texte imprimé] : du logotype au concept retail, fondamentaux et études de cas / A. George Sinclair

Auteur(s) : Sinclair, A. George

Publication : Malakoff : Dunod, DL 2018

Fabrication / Impression : Malakoff

Description matérielle : 1 vol. (191 p.) : ill. en coul. ; 25 cm

ISBN : 978-2-10-078122-5

978-2-10-084925-3

EAN : 9782100781225

9782100849253 réimpr. 2022

Autre variante du titre : [Design graphique et stratégie de marque.]

Autres classifications : 740

Classification décimale Dewey : 740 23

Note(s) : Texte en français et en anglais

Résumé ou extrait : Ce livre indispensable s'adresse à toute personne, communicant ou designer, amené à penser et à orchestrer la stratégie de marque d'une entreprise, notamment son identité visuelle : L'ouvrage rappelle tout d'abord les enjeux d'une bonne stratégie de marque et propose une méthodologie de travail en huit points, allant de sa conception à sa mise en oeuvre. Il présente ensuite 34 des réalisations de l'auteur, professionnel aguerri, pour différentes entreprises : Furet du Nord, Mondial Tissus, Bateaux Mouches, Artisans du Mobile... Pour chacune d'elles, il dévoile les coulisses de « l'atelier » du designer et éclaire ses choix en matière de charte graphique, design intérieur et extérieur des points de vente, packaging, édition, publicité... Le logo, premier vecteur de l'identité visuelle, fait l'objet d'une attention particulière. L'ouvrage est en outre parcouru de pages consacrées aux fondamentaux du design graphique, de l'identité visuelle et du processus créatif.

Sujet - Nom commun : Arts graphiques
Stratégie de marque

Forme, genre ou caractéristiques physiques : Guides pratiques