

DISAINIETTEVÖTTE KONTSEPTSIOONI JA VISUAALSE IDENTITEEDI LOOMINE

KEIU GROSSBERG

Juhendajad/Supervisors: MARKO KEKIŠEV, JAANUS EENSALU

Konsultant: Tiina Pähnapuu



Foto: Kairi Raud



Röntgeni Facebooki kaanefoto

Lõputöö käigus tahtsin endas selgusele jõuda, kas peaksin oma disainiteenuseid osutava ettevõtte ära registreerima, missugune võiks olla selle nimi ja mil viisil võiksin konkurentidest eristuda.

Mõistsin, et pärast aastatepikkust modernistliku graafilise disaini reeglite piires kujundamist tunnen puudust eksperimenteerimisest. Soovist lüüa kaasa sellistes projektides, mis mulle kui kujundajale rohkem vabadust annaksid, kasvas välja idee luua põrandaalune stuudio. Selleks tuli teadlikult rikkuda brändiloomele omaseks saanud tavasid, nagu näiteks ühele logole või värvikombinatsioonile truuks jäämine.

With my diploma thesis, I aimed to think over whether I should register my own design company, what would be its name and how would the firm distinguish from competitors.

I figured that after having designed within modern design rules for years, I yearn for experimenting. Out of a desire to get involved in projects that would give me more freedom as a designer, the idea to present my company as an underground studio grew out. In order to do that, I had to consciously break the traditions that apply in modern branding, such as having only one logo or fixed color theme.



Visiitkaart



Fotomanipulatsioon särk ja mask



Fotomanipulatsioon kontoritarvete komplekt



KÕRGEN
KUNTIKOO
PALLAS

PALLAS
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



MEEDIADISAINI OSAKOND

Meedia- ja reklaamidisain