

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu/ Designer-stylisti

Hanna Salminen

DESIGNER-STYLIST VISUAALISEN ALAN AMMATTILAISENA

Case-esimerkki Kokkolan Asuntomessut 2011

Opinnäytetyö 2011

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu

SALMINEN, HANNA

Designer-stylist visuaalisen alan ammattilaisena. -

Case-esimerkki Kokkolan asuntomessut 2011

Opinnäytetyö

40 sivua + 12 liitesivua

Työn ohjaaja

Liisa Palmujoki

Toimeksiantaja

x

Avainsanat

asuntomessut, sisustaminen, brändi, yrityksen visuaalinen ilme, imago, mielikuva, tuotesijoittelu

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää mitä käsittää yrityksen visuaalinen identiteetti ja voiko sisustuksen avulla luoda sosiaalisesta identiteetistä. Case-esimerkkinä tutkimuksessa on Kokkolan asuntomessujen -talo. Produktiivinen osa sisältää piirtämistä, moodboardin tekemistä ja sisustuksen suunnittelua, vaikka itse työ painottuu enemmän kuvaussuunnitelmaan ja messujen aikaiseen sisustukseen. Asuntomessut on valtava tapahtuma ja yleisö haluaa nähdä uusia tuotteita, sisustuksia, ideoita ja erilaisia ratkaisuja. Asuntomessu alueella vieraillee paljon katsojia ja asuntomessukohteet kuvataan useisiin lehtiin.

Teoriaosuudessa tutkin visuaalisen identiteetin tekijöitä ja tuotesuhteita, niitä tekijöitä mitkä muodostavat designer-stylistina ammattitaidon ytimen. Käytän apuna sosiologian teorioita. Mikä toimii ja missä yhteydessä? Opinnäytetyöni menetelmänä käytän realistista arviota, se on käytännöllinen ja siinä keskitytään siihen, mikä tällä hetkellä käsitetään hyödylliseksi ja tarkoituksenmukaiseksi.

Tutkimuksen tulos selvittää tekijöitä, joista koostuu yrityksen visuaalisen ilme. . Kuinka tärkeä se on ja kuinka voimme hallita sitä. Tietomäärä on kasvoi nopeasti viime vuosikymmeninä. Näemme satoja mainoksia päivittäin. Visuaalisella ilmeellä on suuri merkitys yrityksille.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design

SALMINEN, HANNA

Professional in the visual field as a designer-stylist. Case example of Kokkola housing fair 2011

Bachelor's Thesis

40 pages + 12 pages of appendices

Supervisor

Liisa Palmujoki

Commissioned by

x

Keywords

housing, interior design, brand, visual identity, image, product placement,

The purpose of this bachelor's thesis was to examine the corporate image and visual identity. How decoration and interior tell us about our social identity, taste and other way works as an element of separation. The thesis was aimed to find out what visual identity is and how can I expertise in visual field professionally in the future.

The research was partially targeted for the housing fair Kokkola 2011 and x –house. Productive part includes drawing and planning interior designs although I emphasize a photo-shooting plan. Housing fair is a huge event and the audience wants to see new products, interior and decoration ideas and solutions. The whole event is very photographed and well known in several magazines.

The theoretical section concerns studies from sociological perspective. What we see and what is the context? Methodology is a realistic evaluation, it is practical and focuses on what is currently found useful and appropriate. The purpose of this section is to familiarize the reader with the management of company image effects and causations and it's visual appeal.

The result clarifies the elements that consist of visual identity of a corporation. How important it is and how we can manage that. Amount of information has creased rapidly in past decades. We see hundreds of advertisements everyday. The visual image has a great importance to the companies.