MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN ..... **i**

LỜI CAM ĐOAN ..... **ii**

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN ..... **iii**

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN ..... **iv**

PHẦN MỞ ĐẦU **1**

CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN **4**

1.1 Tổng quan về thiết kế đồ họa trong sự kiện 4

1.1.1 Định nghĩa thiết kế đồ họa 4

1.1.2 Khái niệm sự kiện 15

1.1.3 Khái niệm sản phẩm truyền thông sự kiện 18

1.2 Các phần mềm thông dụng trong thiết kế sản phẩm truyền thông 22

1.2.1 Adobe Photoshop 23

1.2.2 Adobe Illustrator 25

1.2.3 SketchUp 26

1.2.4 Google Sites 28

1.3 Tổng quan về thương hiệu và sản phẩm 29

1.3.1 Thương hiệu Ananas 29

1.3.2 Sản phẩm Ananas Love+ 31

CHƯƠNG II: ĐỊNH HƯỚNG THIẾT KẾ **34**

2.1 Các yếu tố cần để thiết kế sản phẩm truyền thông sự kiện 34

2.1.1 Mục tiêu thiết kế 34

2.1.2 Đối tượng thiết kế 34

2.1.3 Thông điệp truyền tải 35

2.1.4 Thời gian và địa điểm tổ chức 35
2.2 Thiết kế sản phẩm 36
2.2.1 Ý tưởng thực hiện 36
2.2.2 Màu sắc 37
2.2.3 Font chữ 37
2.3. Những sản phẩm thiết kế cho truyền thông sự kiện 38
CHƯƠNG III: ĐÓNG GÓP VÀ HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA ĐỀ TÀI 57
3.1 Đóng góp của đề tài 57
3.2. Hướng phát triển của đề tài 58
3.3. Những ưu/ nhược điểm của đề tài 59
KẾT LUẬN 62
TÀI LIỆU THAM KHẢO 64

PHỤ LỤC HÌNH ẢNH

Hình 1. 1 Hình minh họa cho đường nét. Nguồn: Arena 6
Hình 1. 2 Hình minh họa cho hình khối. Nguồn: Arena 7
Hình 1. 3 Hình minh họa cho hình thức. Nguồn: Arena 8
Hình 1. 4 Hình minh họa cho nghệ thuật chữ. Nguồn: Arena 9
Hình 1. 5 Hình minh họa phông chữ Serif và San-Serif. Nguồn: Internet..... 10
Hình 1. 6 Hình minh họa cho chất liệu. Nguồn: Arena 11
Hình 1. 7 Hình minh họa cho không gian. Nguồn: Arena 12
Hình 1. 8 Hình minh họa cho kích thước. Nguồn: Arena 13
Hình 1. 9 Hình minh họa cho màu sắc. Nguồn: Arena 14
Hình 1. 10 Hình minh họa cho hệ màu RGB và CMYK. Nguồn: dohoa360 15
Hình 1. 11 Giao diện làm việc của Adobe Photoshop 23
Hình 1. 12 Giao diện làm việc của Adobe Illustrator 25
Hình 1. 13 Giao diện làm việc của SketchUp 26
Hình 1. 14 Giao diện làm việc của Google Sites 28
Hình 1. 15 Logo thương hiệu giày Ananas 29
Hình 1. 16 Bộ sản phẩm giày Ananas Love+ 31
Hình 2. 1 Màu sắc chính 37
Hình 2. 2 Hình minh họa font chữ Montserrat 37
Hình 2. 3 Hình ảnh logo hoàn chỉnh 38

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Thiết kế đồ họa đã trở thành một phần không thể thiếu trong sự phát triển của xã hội hiện đại ngày nay. Có thể thấy, tính ứng dụng của thiết kế đồ họa một cách rõ ràng trong nhiều lĩnh vực như truyền thông, tiếp thị và quảng cáo, giải trí, giáo dục, thiết kế sản phẩm,…Đặc biệt là khi sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các doanh nghiệp trên thị trường thì việc ứng dụng thiết kế đồ hoạ cũng mang đến lợi thế cạnh tranh tốt hơn.

Thiết kế đồ họa được sử dụng trong quá trình thiết kế sản phẩm, giúp sản phẩm trở nên hấp dẫn và dễ sử dụng cho người dùng. Chúng còn được sử dụng để tạo ra các sản phẩm quảng cáo và tiếp thị hiệu quả. Nó giúp định hình hình ảnh của một thương hiệu và thu hút sự chú ý của khách hàng tiềm năng. Sản phẩm của bất cứ một hãng nào khi đưa ra thị trường đều phải thông qua quảng cáo với nhiều hình thức. Vậy nên, không chỉ đồng bộ về mẫu mã, chất lượng mà còn đồng bộ về cách thức tiếp cận khách hàng và quảng bá sản phẩm, thương hiệu. Ngoài ra, thiết kế đồ họa cũng được sử dụng để tạo ra các tài liệu truyền thông, bao gồm báo chí, sách, tạp chí, và các tài liệu trực tuyến nhằm tăng tính trực quan và giúp thu hút người tiêu dùng hiệu quả.

Sau một thời gian dài tìm hiểu về thực tế thì tôi cảm thấy thiết kế đồ họa góp phần vào tỷ lệ rất quan trọng trong việc đưa sản phẩm tiếp cận người tiêu dùng hiệu quả nhất. Tạo ra ưu thế cạnh tranh tốt nhất trong cách thức tiếp thị, quảng cáo và truyền thông. Những yếu tố như màu sắc, chữ viết, hình ảnh, chất liệu…được sử dụng trong quá trình tiếp thị, truyền thông có thể tiếp cận người tiêu dùng một cách nhanh nhất và ấn tượng nhất. Từ những nhận định trên tôi đã quyết định lựa chọn đề tài: “Thiết kế sản phẩm truyền thông sự kiện ra mắt giày Ananas Love+” với mong muốn đưa ra những kiến thức của mình về thiết kế đồ hoạ cũng như muốn khẳng định tính ứng dụng vô cùng hiệu quả trong việc truyền thông, tiếp thị sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

Đây là một sự kiện được lấy ý tưởng từ cộng đồng LGBTQ+ và bộ sưu tập giày Ananas Love+, nhằm giúp mọi người biết đến nhiều hơn về thương hiệu Ananas nói chung và sản phẩm giày Ananas Love+ nói riêng. Đồng thời, sự kiện cũng là cơ hội để phát triển cộng đồng trên nhiều phương diện như quyền lợi bản thân, sự công nhận từ xã hội và xóa bỏ những định kiến xoay quanh cộng đồng và một phần giúp xã hội có thể hiểu rõ hơn về công đồng. Thông qua đó, Thể hiện nên tinh thần "Dám nói lên" cá tính và chất riêng của bản thân giới trẻ hơn nữa họ sẵn sàng đối mặt với nhiều vấn đề của xã hội.

Theo xu hướng của thế giới, mỗi bộ sưu tập đều ẩn chứa rất nhiều thông điệp khác nhau để truyền cảm hứng đến với giới trẻ. Điều đó cũng cho thấy được tinh thần của Ananas, một thương hiệu nội địa thuộc thế hệ trẻ Việt Nam với thế mạnh về sự sáng tạo kèm theo đó là những thông điệp cá tính và đầy sự thu hút thông qua những thiết kế và chiến dịch quảng bá mạnh mẽ.

Bản thân tôi là một người thuộc thế hệ Gen Z, một thế hệ phát triển mạnh mẽ về kĩ thuật số, sự sáng tạo và không ngừng học hỏi, tiếp thu những kiến thức mới. Việc lựa chọn một thương hiệu trẻ sẽ giúp tôi có cơ hội tiếp cận nhanh chóng hơn cũng như có thể thực hiên và phát triển mạnh sức sáng tạo của bản thân hơn.

Việc lựa chọn đề tài "Thiết kế sản phẩm truyền thông ra mắt giày Ananas love+" là một cơ hội cho tôi có thể tiếp thu thêm những kiến thức mới thuộc chuyên ngành của mình và ứng dụng những kiến thức, kỹ năng chuyên môn đã được học vào thực tế. Mục tiêu nghiên cứu này còn là cho mọi người thấy được tính ứng dụng của thiết kế đồ họa trong cuộc sống ngày nay và những lợi thế, lợi ích mà nó mang lại. Và ngoài ra còn muốn truyền tải thông điệp của sự kiện này đến xã hội, mong muốn xã hội có nhiều cách nhìn khách quan hơn về cộng đồng LGBTQ+ thông qua sản phẩm giày Ananas Love+.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài này bao gồm các khách hàng của Ananas, cộng đồng LGBTQ+ và các đối tác của doanh nghiệp.

Về phạm vi nghiên cứu, không gian nghiên cứu được thực hiện tại thành phố Hồ Chí Minh là một trong những thành phố lớn, có mật độ dân số cao, lượng khách hàng lớn và cũng là nơi giao thoa của nhiều văn hóa, có lối sống hiện đại.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập, phân tích: Tìm kiếm và tổng hợp, nghiên cứu thị trường giày tại Việt Nam và cộng đồng LGBTQ+. Tìm kiếm từ các nguồn như sách báo, tạp chí và nguồn internet…

Phương pháp quan sát: Tìm hiểu về các cho tiết cụ thể, những yếu tố quan trọng của các sản phẩm truyền thông sự kiện ra mắt sản phẩm, cách bố trí không gian, cơ sở vật chất, mô quy của nơi tổ chức sự kiện. Thu thập thông tin các đối tượng muốn hướng đến, chủ yếu về thị hiếu, mối quan tâm và xu hướng.

Phương pháp khảo sát thực tế: Tìm hiểu và khảo sát những người có kinh nghiệm trong cách thực hiện truyền thông, quảng bá sự kiện đến với công chúng.

5. Đóng góp thực tiễn của khoá luận

Qua các thiết kế sản phẩm truyền thông cho sự kiện này, mọi người có thiểu hiểu hơn về vai trò, tầm quan trọng của các sản phẩm truyền thông đối với việc quảng bá sản phẩm. Cụ thể đề tài này là giày của thương hiệu nội địa trẻ như Ananas, từ đó mọi người sẽ quan tâm và biết đến nhiều hơn. Không chỉ sản phẩm mà song song đó, thông điệp mà họ muốn gửi gắm vào từng sản phẩm thật sự rất ý nghĩa và thú vị. Ananas Love+ là một điển hình - tình yêu không giới hạn, sự kiện còn là lời ủng hộ dành cho những trái tim cầu vồng. Bên cạnh đó, đây cũng là thông điệp khích lệ những người trẻ đang mãi loay hoay với cuộc sống dám nói lên ý kiến của mình, sẵn sàng khám phá và khẳng định bản thân. Các đóng góp trên cũng là những gì mà một thương hiệu trẻ như Ananas đang hướng đến và phát triển để có thể kết nối với các đối tượng khách hàng tiềm năng của mình.

6. Kết cấu khóa luận

Đề tài ngoài Phần mở đầu, Phần kết luận, Tài liệu tham khảo, Phụ lục, phần nội dung chính bao gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn

Chương 2: Định hướng thiết kế

Chương 3: Đóng góp và hướng phát triển của đề tài