



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

**ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.**

ΧΡΙΣΤΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ
Α.Μ. 15088

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:
“Σχεδιασμό εταιρικής Ταυτότητας ΚΑΗΥΑ Coffee Roasters.”

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
Δρ. ΡΩΣΣΕΤΟΣ ΜΕΤΖΗΤΑΚΟΣ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

**FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE DEPARTMENT
OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION.**

CHRISTAKIS VASILEIOS
I.N. 15088

SUBJECT OF THESIS:
“Designing visual identity for a coffee brand KAHUA Coffee Roasters.”

SUPERVISOR:
Dr. ROSSETOS METZITAKOS



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

“Σχεδιασμό εταιρικής Ταυτότητας ΚΑΗΥΑ Coffee Roasters.”

Τα μέλη της Επιτροπής Εξέτασης Πτυχιακής Εργασίας:

| Α/α | ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ | ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ | ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ |
|-----|-------------------------|-----------------------|------------------|
| | ΔΡ. ΡΩΣΣΕΤΟΣ ΜΕΤΖΗΤΑΚΟΣ | ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ | |
| | ΔΡ. ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΥ ΣΟΦΙΑ | ΕΠΙΚΟΥΡΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ | |
| | ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ ΜΑΝΟΥ | ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟΣ ΥΠΟΤΡΟΦΟΣ | |

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο Υπογράφων Χριστάκης Βασίλειος του Χρήστου, με αριθμό μητρώου 15088, φοιτητή του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολο τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ:

22/03/2024

Ο ΔΗΛΩΝ:



ΠΕΡΙΛΙΨΗ:

Η παρούσα πτυχιακή εργασία παρουσιάζει τα στάδια δημιουργίας μίας εταιρικής ταυτότητας ενός καφέ στην Αθήνα με όνομα «Kahea». Στην εργασία παρουσιάζεται εν συντομία η ιστορία του καφέ και αναλύεται ο σχεδιασμός και η ιδέα του λογοτύπου. Ξεκινώντας από την κεντρική ιδέα ενός δυναμικού λογοτύπου με την ανάλυση της σχεδιαστικής πορείας που παρουσιάζονται αναλυτικά όλες οι σχεδιαστικές και προωθητικές προτάσεις. Τέλος, η εταιρική ταυτότητα του καφέ αυτού, είναι βασισμένη στην μινιμαλιστική τέχνη της σύγχρονης γραφιστικής, επιδιώκει την παρουσίαση ενός πρωτοποριακού καφέ με υψηλές επιδόσεις γεύσεων στην Αθήνα.

Λέξεις κλειδιά: καφές, εταιρική ταυτότητα, γραμμές, γεύση.

BRIEF:

This thesis presents the stages of creating a corporate identity for a cafe in Athens named “Kahua”. The paper briefly presents the history of coffee and analyses the design and concept of the logo. Starting from the central idea of a dynamic logo with the analysis of its design process, all design and promotional proposals are presented in detail. Finally, the corporate identity of this cafe, based on the minimalistic art of modern graphic design, seeks to present an innovative coffee with high performance flavours in Athens.

Keywords: coffee, corporate identity, lines, taste.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:

| | |
|---|-----|
| <u>1. Εισαγωγή :</u> | 9. |
| <u>2. Ιστορία του καφέ:</u> | |
| - Η Ιστορία του Βοσκού με τον καφέ..... | 10. |
| - Ονομασία του καφέ..... | 11. |
| <u>3. Λογότυπο:</u> | |
| - Λογική σχεδιασμού..... | 12. |
| - Γραμματοσειρά..... | 13. |
| <u>4. Προσχέδια</u> | |
| - Λογική προσχεδίων..... | 14. |
| - Τελικό αποτέλεσμα..... | 17. |
| - Άξονες και Αποστάσεις..... | 18. |
| - Χρωματική παλέτα..... | 19. |
| <u>5. Εφαρμογές:</u> | |
| - Εταιρική Κάρτα..... | 22. |
| - Φυλλάδιο Μενού..... | 24. |
| - Μενού σε ταμπέλες μαγαζιού..... | 25. |
| - Φάκελοι και χαρτιά..... | 26. |
| - Σακούλες καφέ..... | 27. |
| - Παγουρίνα και θερμό..... | 28. |
| - Ποτήρια του καφέ..... | 29. |

| | |
|--|------------|
| - Στολές και ρούχα..... | 31. |
| -Τσάντες..... | 33. |
| - Website και προφίλ..... | 34. |
| - Εξωτερικές ταμπέλες Μαγαζιού..... | 36. |
| - Εσωτερικό σχεδιαστικό λογοτύπου σε μαγαζί..... | 38. |
| - Διαφημιστική αφίσα..... | 39 |
| - Αφίσες παρουσίασης Πτυχιακής..... | 40. |
| <u>6. Βιβλιογραφία.....</u> | <u>41.</u> |

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Η παρούσα πτυχιακή εργασία παρουσιάζει την δημιουργία της εταιρικής ταυτότητας ενός καφέ στην Αθήνα με την ονομασία «Kahua Coffee Roasters». Η ιστορία αυτής της δημιουργίας ξεκινάει με την έμπνευση, να δημιουργηθεί μία μινιμαλιστική εκδοχή ενός καφέ καταστήματος στην Αθήνα με την μοναδική ονομασία «Kahua». Πριν από την έναρξη δημιουργίας του Λογοτύπου, έγινε μία βασική έρευνα της ονομασίας του. Μέσα από μία ιστορική αναδρομή από το που και πότε βρέθηκε και δημιουργήθηκε ο πρώτος καφές. Από εκεί βρέθηκε και το αποτέλεσμα της ονομασίας του «Kahua».

2. ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΚΑΦΕ:

- Ιστορία του Βοσκού:

Μία μέρα, σε κάτι Βουνά της Αιθιοπίας, ο Κάλντι, ένας βοσκός της περιοχής, παρατήρησε ότι οι κασίκες του ήταν πολύ ζυηρές εκείνο τον καιρό. Είδε ότι έτρωγαν τους καρπούς ενός δέντρου που έμοιαζε με κερασιά, έτσι πήρε μερικούς καρπούς και τους δοκίμασε και ο ίδιος. Όταν το δοκίμασε, είδε ότι του έδινε παραπάνω ενέργεια. Έτσι πήρε μερικούς καρπούς και πήγε να τους αναφέρει στο κοντινό μοναστήρι που υπήρχε εκεί στα βουνά. Ένας μοναχός που έφτιαξε τον ζωμό με τους καρπούς που τους έδωσε ο Κάλντι, εντυπωσιάστηκε από την ενέργεια που του έδωσαν αυτοί οι καρποί και έτσι σιγά σιγά άρχισαν να γίνονται πιο δημοφιλής σταδιακά μέσω εμπόρων που το προμηθεύτηκαν και το πουλούσαν μέχρι και στην Αραβική Χερσόνησο μέσα στον 12ο αιώνα. Ο Κάλντι ήταν ο βοσκός που βρήκε και δημιούργησε τον σημερινό καφέ.

- Ονομασία του καφέ:

Κατά την περίοδο του 12ου αιώνα αφού ήρθε ο ζυμός του καφέ στο εμπόριο της Αραβικής Χερσονήσου, το Ισλάμ είχε απαγορεύσει το αλκοόλ και έτσι είχε μεγαλύτερη δημοτικότητα ο καφές. Πήρε την ονομασία «Qahwa» που προφέρεται «κάουα» και επίσης ήταν μία από τις λέξεις που χρησιμοποιούσαν οι Άραβες για το κρασί. Η λέξη αυτή, πέρασε από πολλές μετατροπές από χώρα σε χώρα με την πέραση των χρόνων, μέχρι που κατέληξε στην μορφή που είναι και σήμερα. Αφού έγινε η μεγάλη διάδοση του καφέ σε όλο τον κόσμο, έγινε και επίσης το πιο διάσημο ρόφημα όχι μόνο των Αράβων αλλά και των Τούρκων και των Περσών.

3. Λογότυπο:

- Λογική σχεδιασμού:

Ξεκινώντας πρώτα από μία μεγάλη έρευνα, για την προέλευση του καφέ, την ιστορία του και επίσης πολλών άλλων επωνύμων καφέ, βρέθηκε μία λέξη κλειδί που βοήθησε στην εύρεση της ονομασίας του λογοτύπου. Είναι η λέξη «Kahua», η οποία βγαίνει από την αρχαία Αραβική λέξη «Qahwa» και σημαίνει «καφές». Προφέρεται ως «καχούα» και η λέξη δόθηκε με Άγγλο-ελληνική προφορά «Kahua». Επίσης η λέξη «Kahua» υπάρχει στα Χαβανέζικα και σημαίνει «μείνε ήρεμος».

Βασικό στοιχείο του σχεδιασμού, ήταν ο μινιμαλιστικός και μοντέρνος σχεδιασμός, αλλά κατέληξε στον μινιμαλισμό με μία πιο απλή πινελιά εικαστικού, που εισβάλλει στον τυπογραφικό σχεδιασμό του λογοτύπου.



- Γραμματοσειρά:

Στην αρχή έγινε έρευνα σε διάφορες γραμματοσειρές που θα μπορούσαν να αποδώσουν τον μινιμαλιστικό σχεδιασμό. Έτσι, η τελική επιλογή ήταν η γραμματοσειρά Roboto, με πολλές διαφοροποιήσεις και επεξεργασία στα πάχη και στα κενά του λεκτικού κομματιού. Το λογότυπο δείχνει μία δίκη του σοβαρή και αυστηρή ταυτότητα, σαν μία ανταγωνιστική εταιρία υψηλών Μπραν του καφέ. Στο εικαστικό κομμάτι χρησιμοποιήθηκε ένα σχεδιαστικό illustration, που εικονίζει μία σκιά καπνού από τον καφέ πάνω στο γράμμα «U», το οποίο συμβολίζει την κούπα του καφέ και ταυτόχρονα το εικαστικό μοιάζει και με τον κόκκο του καφέ. Έτσι φέρνει τον θεατή σε ένα παιχνίδι σκέψης και κρίσης πάνω στο κομμάτι κατανόησης του λογοτύπου, αυτό θα φέρει και μεγαλύτερη παρατήρηση και ενδιαφέρον ως προς τον καφέ.

4. ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ:

Από την αρχή είχε βρεθεί η ιδέα να είναι όλο το λογότυπο σε τυπογραφική μορφή και το εικαστικό να παίζει με μία μικρή πινελιά πάνω στο τυπογραφικό. Οπότε δόθηκε παραπάνω βάση στην γραμματοσειρά και όχι τόσο στο εικαστικό.

Οι πρώτες γραμματοσειρές που έγιναν τα προσχέδια ήταν, η Roboto στην οποία έγινε και η τελική ιδέα, η γραμματοσειρά Arista 2.0 Alternate και η Caviar Dreams.

Σε όλες τις γραμματοσειρές δόθηκε έμφαση στο γράμμα «U», να είναι η κούπα του καφέ και το εικαστικό να πέφτει πάνω σαν καπνός. Σε κάποια έγιναν δοκιμές και να φτιάχτηκε η κούπα σαν εικαστικό αλλά δεν λειτούργησε στο οπτικό.

Έπαιξαν μεγάλο ρόλο και τα πάχη και τα μεγέθη των γραμματοσειρών, έτσι έγινε η τελική επιλογή στην regular μορφή της γραμματοσειράς Roboto.

KAHUA

KAHUA

KAHUA

KAHUA

KAHUA

K A H U A

K A
A H U

KAHUA

KAHUA 

KAHUA 

KAHUA 

KAHUA


KAHUA

KAHUA 


KAHUA

-Τελικό αποτέλεσμα:

Στο τελικό αποτέλεσμα του σχεδιασμού λογοτύπου, κατέληξε στην γραμματοσειρά Roboto με regular μορφή, έχοντας ένα απλό και όμορφο εικαστικό πάνω από το γράμμα «Υ» και δείχνοντας το εικαστικό παιχνίδι της κούπας με καπνό και του κόκκου καφέ. Από κάτω έχει το λεκτικό «coffee roasters» σε italics μορφή και γραμματοσειρά επίσης Roboto και λειτουργεί διακριτικά κάτω από το λογότυπο. Το λογότυπο είναι ακριβώς όπως θα έπρεπε να λειτουργεί, αυστηρό, μινιμαλιστικό, διακριτικό και μοναδικό.



- Άξονες και Αποστάσεις:

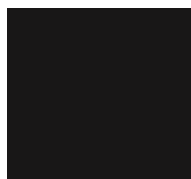
Για την άριστη οπτική ανάγνωση και αναγνώριση του λογοτύπου, ανεξαρτήτως μεγέθους, έχουν γίνει αρκετές διορθώσεις στις αποστάσεις, στα βάρη και στα μεγέθη πάχυνσης των γραμμάτων. Όπως η διαφορά απόστασης του «Α-Η» με του «Η-Υ» λόγο διαφοράς βάρους και κατεύθυνσης καινών, έγιναν αλλαγές στις αποστάσεις ώστε να υπάρχει μία αρμονία στις αποστάσεις του λογοτύπου.



- Χρωματική Παλέτα:

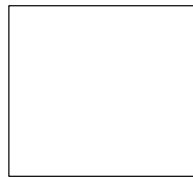
Η χρωματική παλέτα είναι απλή και στις περισσότερες χρήσεις του λογοτύπου, χρησιμοποιείτε ή το μαύρο ή το λευκό. Το καφέ και το κίτρινο χρησιμοποιούνται μόνο σε επιφάνειες συσκευασίας όπως παραδείγματος χάρη, συσκευασία σακούλας του καφέ.

Επίσης έγιναν πολλές δοκιμές στο λογότυπο, σε διάφορες χρωματικές παλέτες, για το αν θα δείξει η χρωματική αντίθεση και αν διαβάζεται επίσης. Με επιτυχία διαβάζεται και είναι δυνατό πάνω σε πολλές χρωματικές παλέτες.



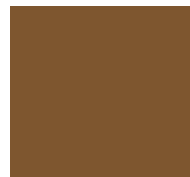
Black #000000
R: 0
G: 0
B: 0

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100



White #FFFFFF
R: 255
G: 255
B: 255

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 0



Brown #8B5923
R: 139
G: 89
B: 35

C: 0
M: 36
Y: 75
K: 45



Yellow #FEC20E
R: 254
G: 194
B: 14

C: 0
M: 24
Y: 94
K: 0

KAHUA
coffee roasters



5. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ:

- Εταιρική Κάρτα:

Η εταιρική κάρτα παίζει μεγάλο και σημαντικό ρόλο στην προώθηση της εταιρίας και είναι βασισμένη στον μινιμαλισμό και την αυστηρή εικαστικά απόδοση του λογοτύπου και της εταιρίας. Έχει χρησιμοποιηθεί στην βασική παλέτα χρωμάτων άσπρου και μαύρου, ως δευτερεύων χρώμα το καφέ και το γκρι. Δείχνει το αποτέλεσμα που θα έπρεπε και είναι μία αποδοτική κάρτα.



- Φυλλάδιο Μενού:

Είναι σε ένα απλό στυλ μίνιμαλ, με γραμματοσειρά Roboto και έχει στην μία όψη το εικαστικό του καφέ, με μία ωραία αντίθεση του λευκού λογοτύπου κάνει μία ωραία σύνθεση και σωστά δομημένη, για να δώσει στον θεατή το παρουσιαστικό του καφέ.



The back cover of the Kahua menu is a dark grey/black color with white text. It features the Kahua logo at the top. Below the logo, the menu is organized into three sections: 'Ζεστά:', 'Παγωμένα:', and 'Αναψυκτικά:'. Each section lists coffee and beverage items with their respective prices in Euros.

| | |
|--------------------------|--------|
| Ζεστά: | |
| • Espresso | 1,70 € |
| • Cappuccino | 2,10 € |
| • Cappuccino Latte 16oz | 2,70 € |
| • Macchiato | 2,10 € |
| Παγωμένα: | |
| • Espresso Freddo 12oz | 2,10 € |
| • Freddo Cappuccino 12oz | 2,30 € |
| • Iced Latte 12oz | 2,70 € |
| Αναψυκτικά: | |
| • Fanta πορτοκάλι 500ml | 1,30 € |
| • Coca Cola 500ml | 1,30 € |
| • Coca Cola Zero 500ml | 1,30 € |
| • Νερό 500ml | 0,50 € |
| • Νερό 1,5L | 1,00 € |

- Μενού σε ταμπέλες μαγαζιού:

Είναι βασισμένο στο μοτίβο του φυλλαδίου (Μενού) με το εικαστικό από πίσω του καπνού για ταπετσαρία και όλα γραμμένα με την γραμματοσειρά Robboto. Υπάρχει μια σωστή αρμονία και δίνει δυναμικά το περιεχόμενο που θέλει να πουλήσει.

| ΚΑΗΨΑ coffee roasters | |
|--------------------------|--------|
| Ζεστά: | |
| • Espresso | 1,70 € |
| • Cappuccino | 2,10 € |
| • Cappuccino Latte 16oz | 2,70 € |
| • Macchiato | 2,10 € |
| Παγωμένα: | |
| • Espresso Freddo 12oz | 2,10 € |
| • Freddo Cappuccino 12oz | 2,30 € |
| • Iced Latte 12oz | 2,70 € |
| Αναψυκτικά: | |
| • Fanta πορτοκάλι 500ml | 1,30 € |
| • Coca Cola 500ml | 1,30 € |
| • Coca Cola Zero 500ml | 1,30 € |
| • Νερό 500ml | 0,50 € |
| • Νερό 1,5L | 1,00 € |



- Φάκελοι και Χαρτιά:

Με μία απλή σύνθεση του λογοτύπου και του εικαστικού του καπνού, δείχνει μία αποδοτική σειρά σχεδιαστικού της εταιρείας.



- Σακούλες Καφέ:

Στις Σακούλες του καφέ χρησιμοποιήθηκε το λογότυπο, να πέφτει στο κέντρο και ψηλά στις σακούλας, το εικαστικό του καπνού να κρατάει την ίδια θέση πάνω στην σακούλα (κάτω αριστερά). Οι χρωματικές παλέτες αλλάζουν ανάλογα με τις γεύσεις και τα προϊόντα που θα περιέχουν οι σακούλες. Επίσης έγιναν και μερικές ενδείξεις χρωματικών παλετών για την ανάδειξη του λογότυπου ως λειτουργικό.



- Παγούρια και θερμό:

Στα προϊόντα που θα έχουν ως συνδυαστική πώληση για την διαφήμιση του καφέ, χρησιμοποιήθηκαν τα βασικά χρώματα του καφέ, του μαύρου και του λευκού. Είναι λειτουργικό το λογότυπο πάνω στις επιφάνειες των συσκευασιών και δίνουν μία αυστηρή και σοβαρή αίσθηση του προϊόντος.



- Ποτήρια του καφέ:

Στα ποτήρια του καφέ, χρησιμοποιήθηκε η αντίθεση του μαύρου και του λευκού με το λογότυπο να λειτουργεί άψογα πάνω τους.





- Στολές και ρούχα:

Στις στολές δόθηκε μεγάλη έμφαση στο εικαστικό με τον καπνό και χρησιμοποιήθηκε και στις δυο αποχρώσεις με επιτυχήs απόδοση, το λογότυπο είναι διακριτικό στο στήθος και δίνει το αποτέλεσμα που πρέπει.



Στα ρούχα έγινε μία ωραία απόδοση του λογοτύπου, με διακριτικό μέγεθος πάνω σε χρωματικές αντιθέσεις λευκού και μαύρου.



- Τσάντες:

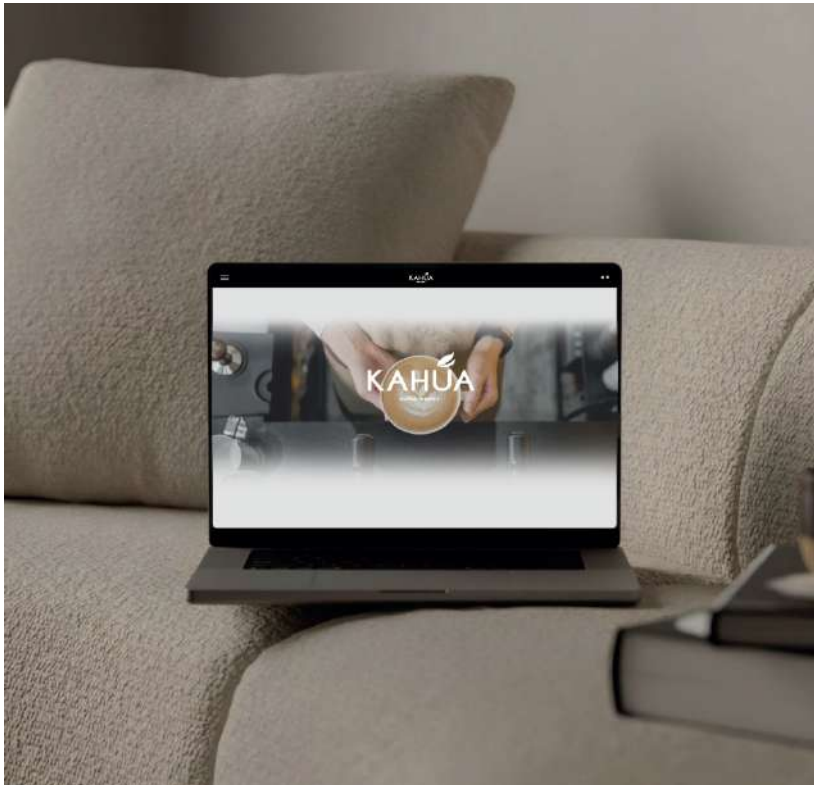
Στις τσάντες έγινε μία ωραία σύνθεση εικαστικού και λογοτύπου και δίνει ένα τέλειο αποτέλεσμα και στις δυο αντιθέσεις.

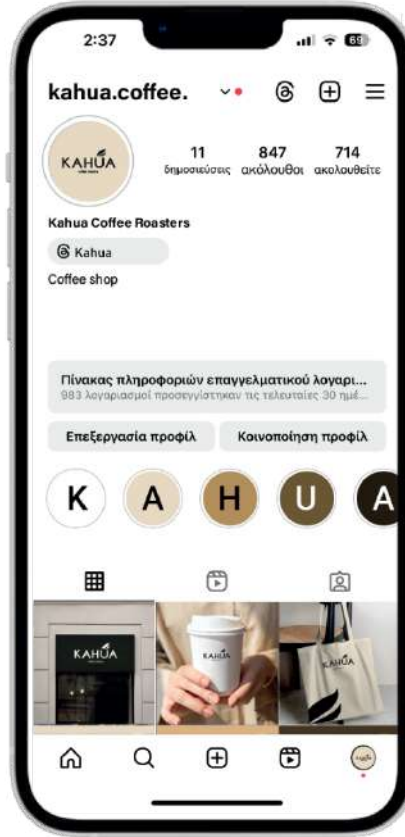


- Website:

Το website έγινε με την λογική να εξυπηρετεί τον πελάτη στην παραγγελία του καφέ και αγορά προϊόντων. Έχει παίξει μεγάλο ρόλο η παλέτα χρωμάτων του λογοτύπου σε όλο το σάιτ και διαφοροποιείται μόνο στα εικαστικά όπως η αρχική με το καφέ.

Επίσης έχουμε δημιουργήσει και προωθητική σελίδα προφίλ στο «instagram» που θα διαφημίζονται τα νέα προϊόντα και διάφορες προθετικές ενέργειες.





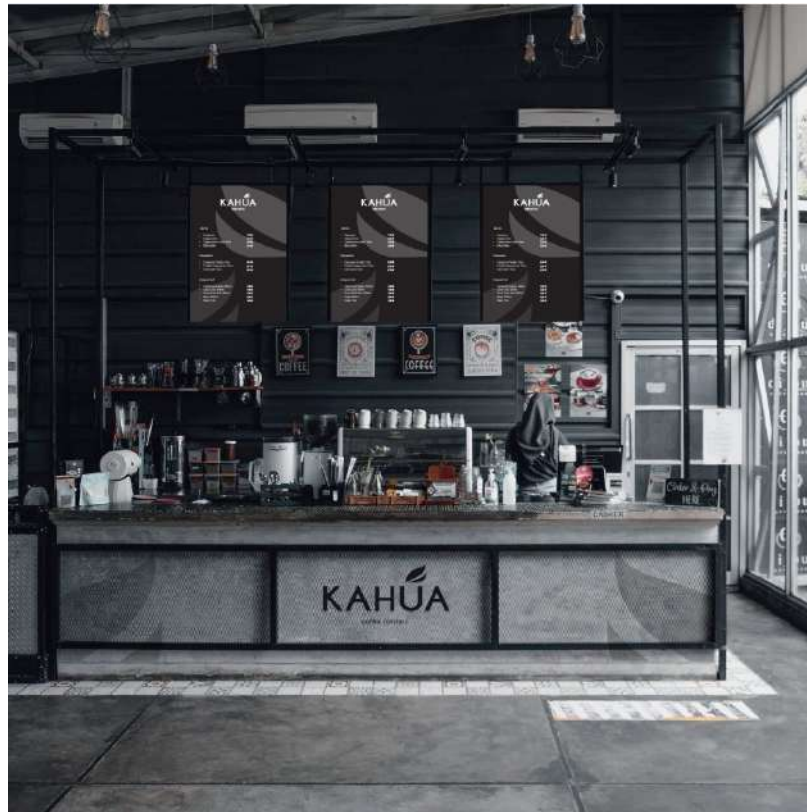
- Εξωτερικές ταμπέλες μαγαζιού:

Έχει γίνει μία αντίθεση χρωμάτων σε λευκά και μαύρα. Με την χρήση των λεντ γραμμάτων δείχνει μία ωραία απόδοση του λογοτύπου σε καθαρές επιφάνειες.



- Εσωτερικό σχεδιαστικό λογοτύπου σε μαγαζί:

Έχουμε κάνει δύο σχεδιαστικές εκδοχές μαγαζιών στον εσωτερικό τους χώρο. Η μία είναι με αποχρώσεις του σκούρου καφέ και χρήση λευκού λεντ γραμματοσειράς στο λογότυπο για να δείχνει και την νύχτα πιο πετυχημένα λειτουργικό. Στην δεύτερη εκδοχή έχει χρησιμοποιηθεί η χρωματική παλέτα του μαύρου και γκρι και δίνει μία όμορφη απόδοση αυστηρού και διακριτικού μαγαζιού καφέ.



- Διαφημιστική Αφίσα:

Στην διαφημιστική αφίσα έχουμε χρησιμοποιήσει το σλόγκαν «Η γεύση με το όνομά της», το οποίο δίνει την ουσία του ότι το λογότυπο το ίδιο σημαίνει «καφές». Είναι ένα έξυπνο και λειτουργικό σλόγκαν. Στο εικαστικό κομμάτι έχουμε βάλει έναν καφέ σε κάτοψη και με την χρήση του εικαστικού καπνού και το λογότυπο σε μεγάλο μέγεθος, σε μία ωραία και δυνατή σύνθεση, λειτουργεί σωστά σαν μία προωθητική αφίσα.



- Αφίσες Παρουσίασης Πτυχιακής:

Οι κάτωθι αφίσες είναι αυτές που θα προωθούσαν την παρουσίαση της πτυχιακής μας και παίζουν έναν συνδυαστικά λειτουργικό τρόπο απόδοσης του θέματος της πτυχιακής με την αποδότηση ενημέρωσης της παρουσίασης.



6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

- Ιστορία του καφέ σελ: 10

<https://boulevardloungebar.gr/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%B1%CF%86%CE%AD/>