

#### 4. РОЛЬ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ

#### THE VISUAL COMMUNICATIONS ROLE ON THE EXAMPLE OF A TRADEMARK

А.С. ЦВИРКО, Н.Ю. ФРОЛОВА

A.S. TSVIRKO, N.U. FROLOVA,



рис. 1. Товарный знак компании  
«Березакерамика»



рис. 2. Товарный знак компании  
«Керамин»



рис. 3. Рекламный баннер компании  
«Березакерамика»



рис. 4. Рекламная заставка видео-  
ролика компании «Березакерамика»



рис. 5. Торговый дом «Березакерамика».  
Минск, Партизанский проспект, 6Д



рис. 6. Товарный знак  
«Березакерамика» в среде



рис. 7. Торговая марка «Керамин»

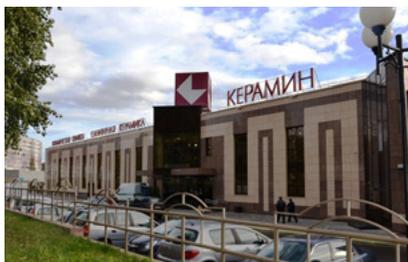


рис. 8. Фирменная торговая сеть «Керамин». Минск, ул. Осиповичская, 18

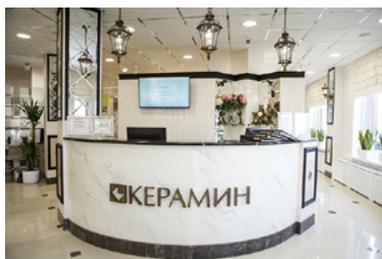


рис. 9. Салон магазин «Керамин». Минск, ул. Притыцкого, 87



рис. 10. «Керамин» на международной строительно-интерьерной выставке Batimat Russia



рис. 11. Фирменный блок на фасаде. Отделка с использованием штукатурки



рис. 12. Фирменный блок на крыше здания. Навесной вентилируемый фасад

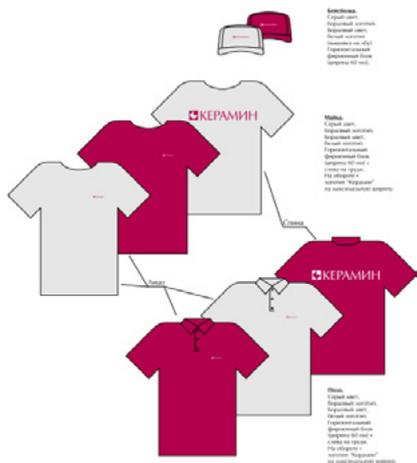


рис. 13. Текстиль. Бейсболка, майка, поло

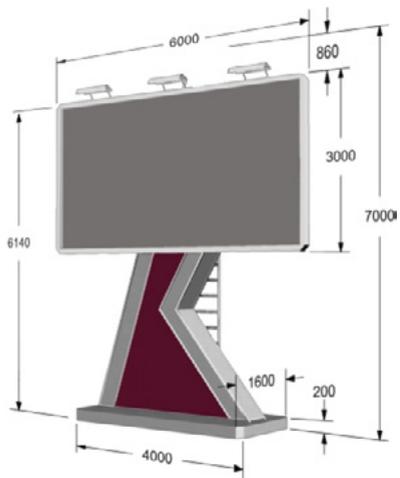


рис. 14. «Керамин»  
Фирменный рекламный щит



рис. 15. «Керамин» на выставке  
«Cersaie 2015»



рис. 16. «Керамин».  
Подставки, часы