

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА 5. ДИЗАЙН ГРАФІЧНОГО СТИЛЮ

Мета роботи:

придбання навичок розроблення елементів графічного фірмового стилю.

ЗАВДАННЯ 1.

Розробити концепцію фірмового стилю (кольори, шрифти, орнаменти) і графічний знак (емблему) для організації-замовника (за варіантами).

Потрібно виконати та описати у звіті всі етапи наведеного далі алгоритму.

У цьому році організацією-замовником є кафедра МСТ ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Фірмовий стиль розробляється для освітньо-професійної програми "Технології електронних мультимедійних видань".

Варіанти образу бренду, який необхідно втілити у графічному стилі (кожний варіант обирають не більше 2-х студентів):

- 1) ОПП ТЕМВ – це територія креативу;
- 2) на ОПП ТЕМВ зароджується майбутнє українського мультимедіа;
- 3) ОПП ТЕМВ – це територія використання новітніх комп'ютерних технологій;
- 4) ОПП ТЕМВ – це територія створення крутих друкованих видань;
- 5) ОПП ТЕМВ – це територія створення крутих вебсайтів;
- 6) ОПП ТЕМВ – це територія створення 3Д-моделей;
- 7) ОПП ТЕМВ - це територія створення відео та анімації;
- 8) ОПП ТЕМВ – це територія проєктування дизайну;
- 9) ОПП ТЕМВ - це таємна організація та надсекретна лабораторія;
- 10) ОПП ТЕМВ – це компанія веселих друзів;
- 11) ОПП ТЕМВ – це філія Гог'вортсу;
- 12) ОПП ТЕМВ – це казка та фантастика;
- 13) навчання на ОПП ТЕМВ – це захоплююча, але небезпечна пригода;
- 14) навчання на ОПП ТЕМВ – це шлях до успішної кар'єри;
- 15) ОПП ТЕМВ – це сміливі та відважні;
- 16) ОПП ТЕМВ – це місце, де вас підтримають та зіграють;
- 17) ОПП ТЕМВ – це місце яскравих особистостей;
- 18) інше, за погодженням з викладачем.

АЛГОРИТМ РОЗРОБЛЕННЯ ГРАФІЧНОГО СТИЛЮ

ЕТАП 1. Складення брифу.

Зміст брифу:

1.1. Перелік понять, вражень, асоціацій, які характеризують особливості діяльності замовника і тому мають бути відображені у його графічному стилі.

1.2. Визначення того, як графічний стиль замовника має співвідноситися із стилями його конкурентів і партнерів: за принципом подібності або за принципом контрасту.

ЕТАП 2. Передпроектні дослідження.

2.1. Аналіз графічного стилю конкурентів.

Проаналізувати щонайменше три приклади графічного стилю суб'єктів, які працюють у тій же сфері діяльності, що і замовник (наприклад, у сфері розроблення 3Д-моделей або у сфері створення вебсайтів). Виявити елементи та носії. Виявити подібності та відмінності, переваги та недоліки. Виявити враження, які викликає графічний стиль.

На основі цього сформулювати вимоги до графічного стилю замовника (зокрема до знаку) з урахуванням п. 2 брифу.

2.2. Аналіз цільової аудиторії.

Сформулювати вимоги до графічного стилю замовника, викликані особливостями цільової аудиторії.

ЕТАП 3. Формування загальної концепції графічного стилю.

З урахуванням вимог, сформульованих на етапах 1 і 2 необхідно вибрати та обґрунтувати:

- 1) фірмову кольорову гаму (із зазначенням кольорів у CMYK и RGB);
- 2) фірмові шрифти (шрифт для логотипу, шрифт для основного тексту видань, шрифт для заголовків і виділень);
- 3) фірмовий орнамент.

На цій основі створити мудборд із прикладами орнаментів, фото, ілюстрацій, текстур, які відповідають розробленій концепції графічного стилю.

ЕТАП 4. Визначення змісту знаку (визначення варіантів того, ЩО доцільно зобразити на знаку).

Для цього необхідно виявити символи та образи, які дозволять візуалізувати поняття, враження та асоціації, задані у п. 1 брифу.

Зміст даного пункту необхідно подати у вигляді таблиці:

Поняття, враження й асоціації, які мають бути відображені у знаку	Символи, образи, прийоми, які дозволять візуалізувати задані поняття, враження й асоціації
...	

Приклад (розроблення знаку факультету консалтингу та міжнародного бізнесу):

Поняття, враження й асоціації, які мають бути відображені у знаку	Символи, образи, прийоми, які дозволять візуалізувати задані поняття, враження й асоціації
консультування	символи допомоги: маяк, рятувальний круг, компас
міжнародний	карта світу, глобус
бізнес	портфель, графік
успіх	графік вгору, яскраві кольори
порядок	симетрична композиція

ЕТАП 5. Розроблення варіантів знаку.

5.1. Визначення варіантів того, ЯК може виглядати знак.

Для цього необхідно проаналізувати існуючі тренди айдентики та обрати декілька графічних прийомів (5-6 шт.), які можуть бути застосовані для створення знаку.

5.2. Створення альтернативних варіантів знаку.

Необхідно створити 2 суттєво різні варіанти знаку на основі результатів виконання етапів 4 і 5 (А4, 300 рх).

Для цього спочатку необхідно задати параметри знаку, які будуть розрізнятися в альтернативних варіантах.

Наприклад:

статика-динаміка;

замкненість-відкритість;

глибина простору;

графічні прийоми;

застосовані символи.

5.3. Створення чорно-білої модифікації вибраного варіанту знаку.

Необхідно обрати один із розроблених варіантів знаку і для нього створити чорно-білу модифікацію.

5.4. Демонстрація зображення знаку на носіях.

Наприклад, на чашці і футболці. Для цього можна використовувати мокапи.

ЗАВДАННЯ 2.

Створити дизайн буклету для організації-замовника, з використанням розробленого знаку та вибраних орнаментів, шрифтів, кольорів.

Шаблон буклету додається.