



МОСКОВСКИЙ ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ
ВОСТОЧНОЕ ОКРУЖНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ЦЕНТР ОБРАЗОВАНИЯ № 1637

ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА



КОНСУЛЬТАТИВНЫЙ СЕМИНАР. ДИЗАЙН

Реклама всегда признавалась объектом дизайна.

Дизайн способен выразить креативную рекламную идею, а способен и уничтожить её (если при выборе изобразительных и технических средств не учитывать основные рекламные требования:

- целевую аудиторию,
- мотивацию;
- креативное решение).

РАБОТА НАД ПРОЕКТОМ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ С ПОМОЩЬЮ СИСТЕМЫ ДИЗАЙН-СРЕДСТВ:

- **ХУДОЖЕСТВЕННЫХ** (эстетически выразительная форма);
- **ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ** (экономичность, эргономичность и целесообразность производства);
- **МАТЕРИАЛОВЕДЧЕСКИХ** (использование особенностей материала позволяет наиболее адекватно выразить функцию объекта).

ТРЕБОВАНИЯ К ДИЗАЙНУ НА ФЕСТИВАЛЕ:

- **ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ.**
(НОМИНАЦИЯ «ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА»).

Дизайн является только средством передачи идеи, поэтому в его разработке нужно, прежде всего, учитывать рекламные требования, основная цель – **привлечение внимания зрителя к рекламной продукции.**

НОМИНАЦИЯ «ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА»

Проект этикетки (конкурсная работа).



НОМИНАЦИЯ «ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА»

Макеты дипломов Фестиваля
«Реклама – это мы!».
Конкурсная работа.

Дизайнерское решение дипломов является
одним из средств привлечения внимания и
создания выразительного образа.



Приемы работы с бумагой

Конкурсная
работа.



ТРЕБОВАНИЯ К ДИЗАЙНУ НА ФЕСТИВАЛЕ:

- **В НОМИНАЦИИ «ДИЗАЙНЕРСКИЙ ПРОЕКТ».**

В номинации «Дизайнерский проект» творческие работы могут не носить рекламный характер, а на первое место выступают такие «традиционные» требования, как

- **эстетика** (*т.е. на это должно быть приятно смотреть*),
- **функциональность** (*т.е. этим должно быть удобно пользоваться и вообще это несет в себе определенное практическое применение*)
- **элемент новизны** (*зачем повторять то, что уже было*).

НОМИНАЦИЯ «ДИЗАЙНЕРСКИЙ ПРОЕКТ»

Проекты нерекламного характера в соответствии с различными видами дизайнерской деятельности:

Виды дизайна

Графический дизайн

- Разработка элементов фирменного стиля
- Дизайн полиграфической продукции (книги, газеты и др.)
- Компьютерный дизайн (оформление сайта)

Предметный дизайн

- Разработка предметного наполнения среды
- Дизайн предметов различного назначения

Дизайн среды

- Разработка дизайна интерьера и элементов наполнения интерьера
- Разработка ландшафтного дизайна

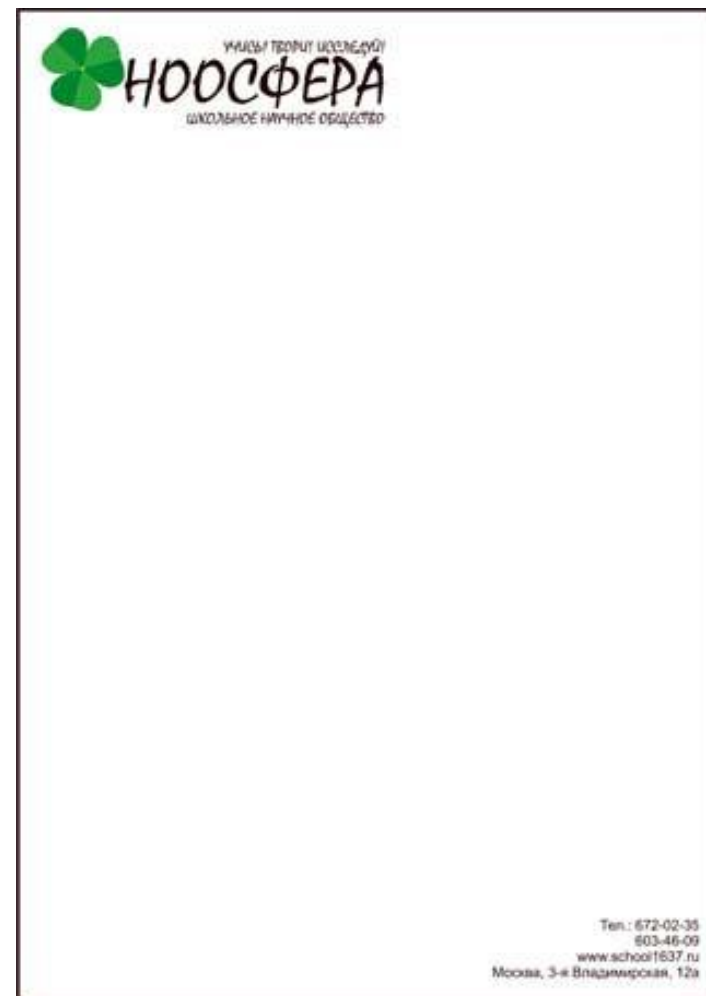
При выборе темы необходимо учитывать, в первую очередь, её актуальность.

Разработка фирменного стиля для школьного научного общества (конкурсная работа).

В проекте показаны стадии его разработки, обоснован выбор графического элемента и шрифта, слогана, цветового решения. Представлены носители фирменного стиля – бланк, конверт, визитная карточка, диплом.



Фирменный бланк



Фирменный знак



Конверт

Визитная
карточка



«Проект дизайна интерьера комнаты отдыха финской школы искусств Kuvataidelukia». Фрагменты



В данном проекте представлены изображения (чертежи, рисунки, фотографии), отражающие состояние интерьера на текущий момент и в результате преобразования, а также текстовую документацию – описание проекта).

ТРЕБОВАНИЯ К ДИЗАЙНУ НА ФЕСТИВАЛЕ:

• В ПОДАЧЕ КОНКУРСНЫХ РАБОТ.

Отдельно стоит выделить пожелания к оформлению и презентации проектов, т.к. самая удачная творческая идея может быть загублена в результате неудачной или некачественной подачи – впечатление будет испорчено.

РЕКОМЕНДАЦИИ К ДИЗАЙНУ КОНКУРСНЫХ РАБОТ

В ОФОРМЛЕНИИ (ПОДАЧЕ) ПРОЕКТОВ:

- Соответствие выбора изобразительных средств креативной идее;
- Композиционное решение (*соответствие законам композиции – композиционный центр, ритм, равновесие и др.*);
- Выразительное цветовое решение;
- Владение техническими приемами в реализации рекламного или дизайнерского проекта.

РЕКОМЕНДАЦИИ К ДИЗАЙНУ КОНКУРСНЫХ РАБОТ

В ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТОВ:

Цветовое решение презентации

Выбор цвета должен быть ограничен (цвет фона, цвет текста, цвет заголовков – не более 3х цветов).

Цветовое сочетание не должно мешать восприятию проекта, не должно быть слишком «кричащим» или депрессивным.

Цветопередача на экране монитора и на экране проектора отличаются, что тоже нужно учитывать при выборе цвета, близкие (нюансные) сочетания не будут различаться. Считается, что на экране проектора лучше воспринимается светлый шрифт на темном фоне (например, белый или светло-желтый на темно-синем фоне).

РЕКОМЕНДАЦИИ К ДИЗАЙНУ КОНКУРСНЫХ РАБОТ:

- **Шрифт.**

Шрифт должен быть крупным, легко читаемым, лучше без засечек. Нельзя располагать шрифт на фоне рисунка. Цвет шрифта должен быть контрастным по отношению к цвету фона. Тяжело воспринимаются большие массы текста.

- **Использование эффектов анимации.**

Эффекты анимации можно применять **только в случае необходимости** (например, чтобы показать последовательность действий), но не для «украшения» презентации, т.к. неуместная анимация отвлекает, затрудняет восприятие и отнимает время.

Поэтому, по-возможности, лучше обходиться без неё.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !