

ОСНОВЫ КОНСТРУКТОРСКО- ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДИЗАЙНА

Лекция 2.

Основные требования к исходным визуальным материалам, соответствию современным технологиям, требованиям отрасли и др.

Основные требования, предъявляемые к конструкциям:

- высокая прочность и жёсткость устройства;
- достаточная твёрдость и износостойкость поверхностей, работающих на трение;
- пластичность и обрабатываемость материалов конструкции, её технологичность;
- обеспечение выгоднейших условий эксплуатации конструкций, надёжность в работе;
- минимальная масса и стоимость, компактность, красивый внешний вид и т.д.

Экономические требования к изготовлению дизайн-объекта:

Изделие можно считать **экономически выгодным**, если на его проектирование и изготовление будет затрачено минимальное время, а стоимость и эксплуатационные расходы при этом будут наименьшими.

Требования технологичности:

Технологичным является такое изделие, устройство которого разработано с максимальным использованием уже имеющихся типовых узлов, механизмов, стандартных деталей.

К технологичности относится также возможность использования наименее трудоёмких процессов обработки и сборки изделия и наименьшего количества материала. При этом изделие должно быть изготовлено из распространённого материала, иметь простые геометрические формы, наименьшее число поверхностей, подлежащих обработке, минимальные отходы материала, снимаемого с заготовки.

Технология сборки и разборки, ремонта, а также транспортировка изделий должны быть простыми.

Требования производства:

Главное производственное требование состоит в том, чтобы конструкция соответствовала оборудованию и производственным возможностям того производителя, где намечено её изготовление.

Проектировщик должен быть хорошо знаком со всеми стадиями процесса изготовления и обработки проектируемых им изделий. Предусмотреть все возможные затруднения при изготовлении и освоении изделия. Учитывать свойства материала, особенности технологии, условия эксплуатации и множество других факторов.

Для разработки конструкции устанавливаются правила конструирования, для каждого дизайн-продукта свои требования.

Работа проектировщика считается законченной, если выполнены все рабочие чертежи деталей разрабатываемого дизайн продукта.

Графический дизайн – это средство визуальной коммуникации. Если сказать проще – это выражение идей, смыслов и ценностей через образы, изображения, шрифты, видео и т.п.

К нему относятся искусство оформления книги, рекламно-информационного проспекта, буклета, плаката, промышленная графика и упаковка, разработка этикетки и торговых марок, фирменных знаков и шрифтовых гарнитур, рекламной продукции на щитах и фасадах в городе, фирменного стиля предприятия, визуальными коммуникациями в интерьерах и городской среде.

Виды графического дизайна

Графический дизайн решает множество разных задач при помощи цветов, форм, изображений, композиций и типографики. Решать любые задачи одним способом или инструментом невозможно, поэтому существует несколько видов графического дизайна. Обычно дизайнеры специализируются на одном виде, но сегодня нужно быть гибким и вникать во все отрасли сферы.

1. Графический дизайн в визуальной идентификации бренда *пару определений...*

Брендинг – это искусство поиска, уточнения смыслов и их перевода в точные образы, для увеличения прибыли бизнеса.

Бренд-дизайн — проектная деятельность по созданию индивидуальной визуальной среды бренда, отображающей основные ценностные и эмоциональные характеристики продукта или услуги (смыслы) в средствах коммуникации (образы).

Визуальная идентификация бренда – это его индивидуальность и то, как компания создает эту связь с аудиторией. Графический дизайн в айдентике использует визуальные элементы, которые передают фирменный стиль и создают лицо бренда. Айдентика может рассказать историю компании, передать опыт и эмоции.

Айдентика - это корпоративный или фирменный стиль.

Айдентика — это визуальная составляющая бренда. Это практически все, что относится к бренду, от его названия, позиционирования до логотипа, фирменных шрифтов, плакатов и тд.



Чтобы сохранить тематику брендинга, дизайнеры разрабатывают руководства по стилю. С их помощью все и визуальные представления бренда сохраняют единство стиля, поддерживая основную концепцию.

Под **брендбуком** понимают руководство, описывающее платформу бренда и способы её дистрибуции до конечного потребителя. Платформа бренда включает миссию бренда, его философию и ценности, визуальную атрибутику и послания бренда, а также описывает каналы донесения этих посланий. Все сотрудники компании обязаны соблюдать правила и принципы, прописанные в брендбуке, поэтому иногда его называют корпоративной библией. **Гайдбук** же представляет свод стандартов и инструкций по применению логотипа и элементов фирменного стиля — цветов, шрифтов, графических элементов оформления, их композиции и особенностям использования на конкретных носителях. Гайдбуком пользуются дизайнеры компании и внешних рекламных агентств для правильного построения рекламных сообщений бренда.

Брендбук опирается на миссию и стратегию. Он регулирует и внешнее позиционирование бренда и внутренние правила поведения для сотрудников. Гайдбук описывает только принципы визуальных посланий бренда. Компания может его использовать как самостоятельный документ или сделать частью брендбука.