

БЛОК 1

1. Психология восприятия
2. Композиция как структурная организация

БЛОК 2

1. Модульная сетка как основа мировосприятия
2. Сетка в печатной рекламе
3. Сетка шаблона сайтов
4. Типографика. Шрифты

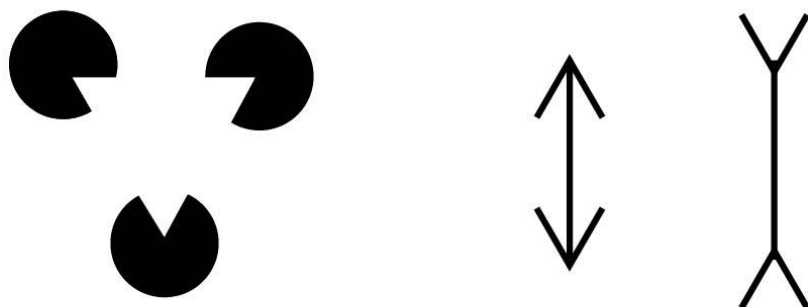
БЛОК 3

1. Инфографика
2. Логотип

БЛОК 1

1. Психология восприятия

- Зрение - главный канал восприятия.
1. Вы можете заставить людей видеть вещи определенным способом



Треугольник Канижа

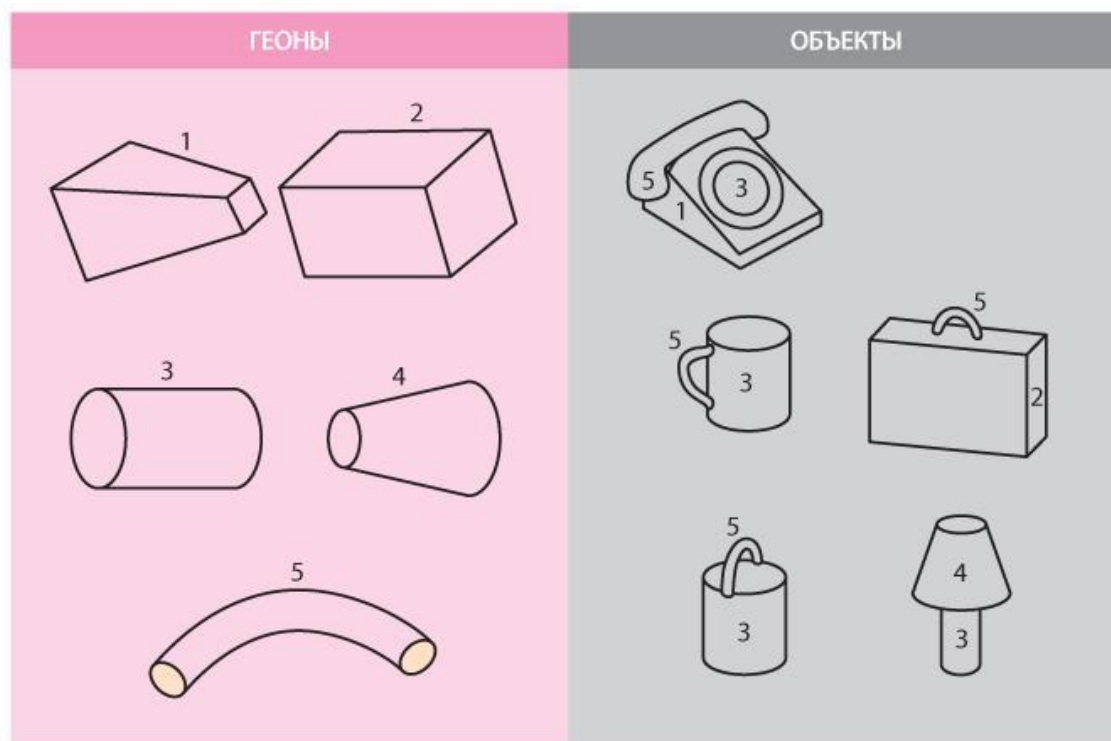
нет	войне
миру	да

нет	войне
миру	да

БЛОК 1

1. Психология восприятия

2. Люди отождествляют объекты с узнаваемыми образами



БЛОК 1

1. Психология восприятия

- Изображение человека (лица) — сильный акцент.
Мы отслеживаем направление взгляда



- У каждого человека существуют стереотипы того, что и где он хочет видеть
- Человек одновременно может запомнить только четыре элемента
- Человек лучше обрабатывает небольшие порции информации
- Непрерывность внимания сохраняется около десяти минут




БЛОК 1

2. Композиция как структурная организация

- Средства композиции: форма, цвет

Форма — точка, линия, пятно

Пятно: квадрат, круг, треугольник, «амеба»

-  Тяжелая, законченная форма
-  Мягкая, легкая, добрая форма
-  Динамичная, противоречивая форма

БЛОК 1

2. Композиция как структурная организация

- Средства композиции: форма, цвет

Цвет

Физиологическое воздействие

Физические ассоциации

Эмоциональные ассоциации

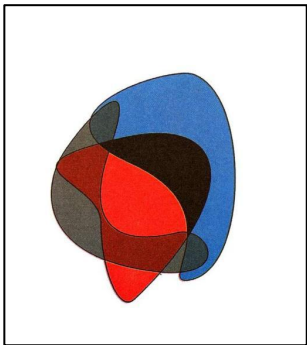
Цветовые характеристики

БЛОК 1

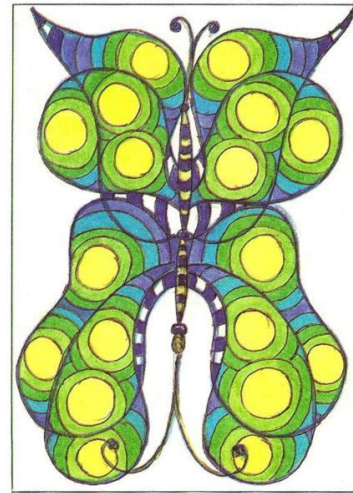
2. Композиция как структурная организация

- Типы композиций

Замкнутая и
открытая



Симметричная и
асимметричная

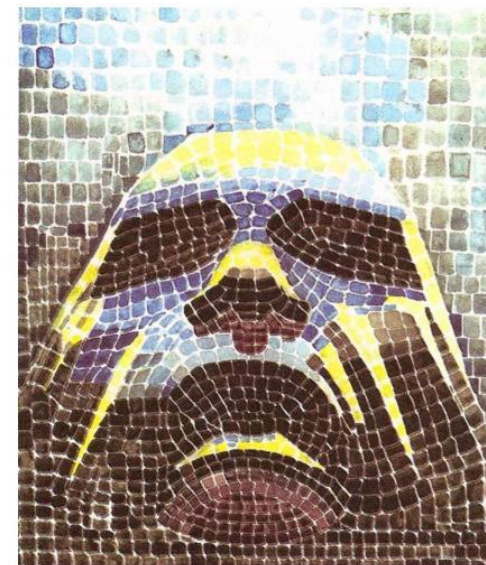


БЛОК 1

2. Композиция как структурная организация

- Типы композиций

Динамическая и статическая

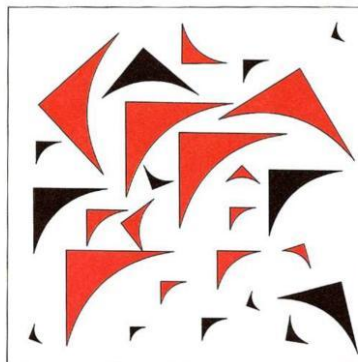


БЛОК 1

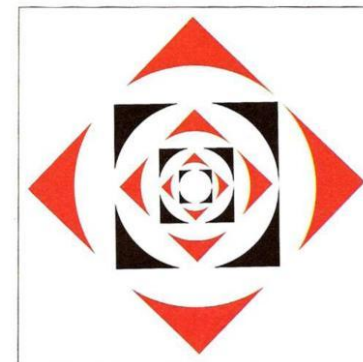
2. Композиция как структурная организация

- Способы создания (гармонизации) композиции

Целостность



Отсутствие целостности



Целостность по отношению к раме



Целостность общего пятна



Целостность внутри деталей изображения

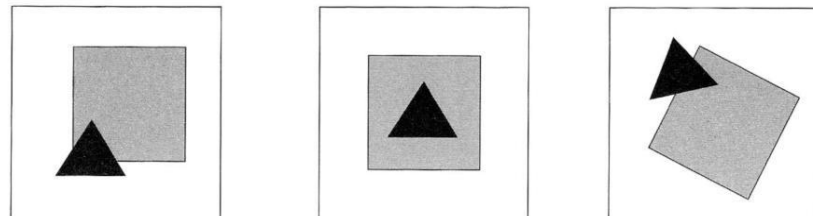
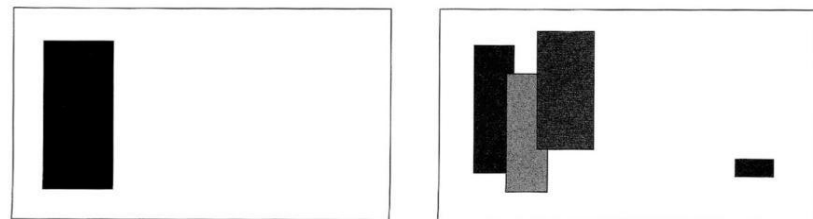
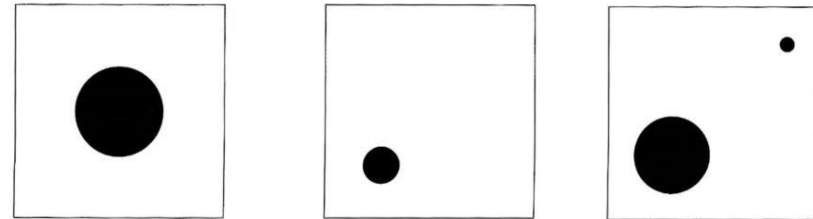
БЛОК 1

2. Композиция как структурная организация

- Способы создания (гармонизации) композиции

Уравновешенность
(статическая и
динамическая)

Уравновешенность. Взаимодействие пятна и поля

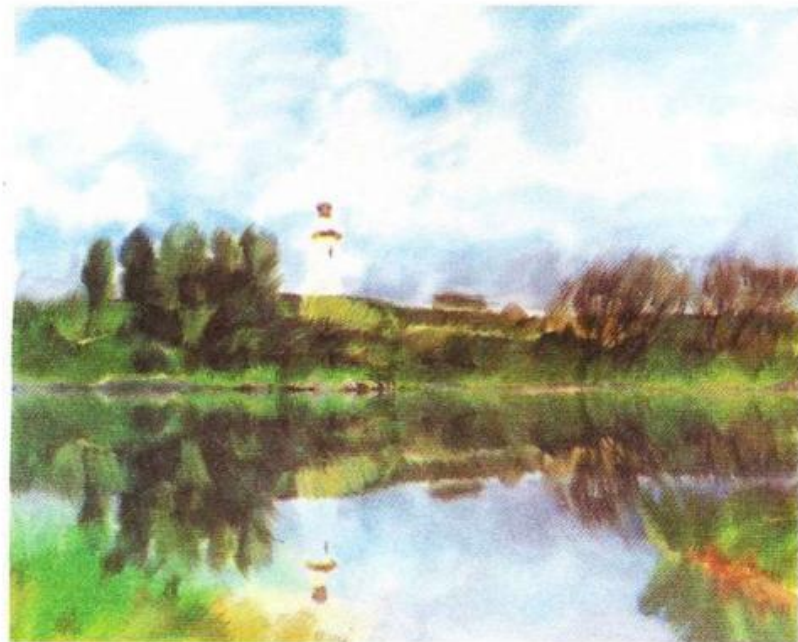


БЛОК 1

2. Композиция как структурная организация

- Способы создания (гармонизации) композиции

Подчиненность
второстепенного
главному

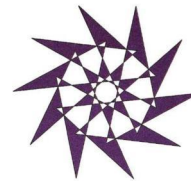


БЛОК 1

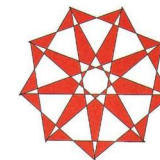
2. Композиция как структурная организация

- Приемы композиции

Группировка



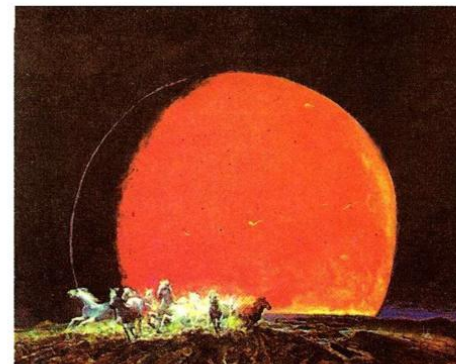
Контраст и нюанс



Ритм

И т. д.

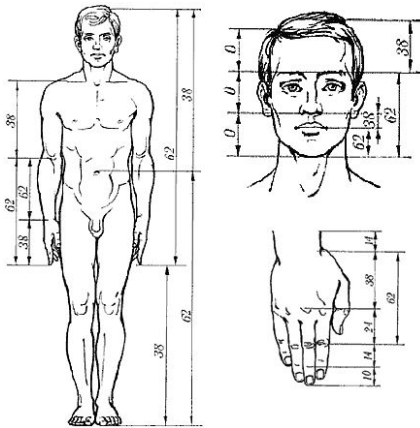
Масштаб и пропорция



БЛОК 2

1. Модульная сетка как основа мировосприятия

- Модуль в построении — форма структурирования пространства с учетом основ композиции.



Модульная сетка – это разметка вашей работы, способ систематизации и выравнивания элементов. Она является остовом композиционного решения и служит средством организации не только составных частей работы, но и свободного пространства.

БЛОК 2

1. Модульная сетка как основа мировосприятия



В удаве 38 попугаев. Попугай – это модуль сетки!

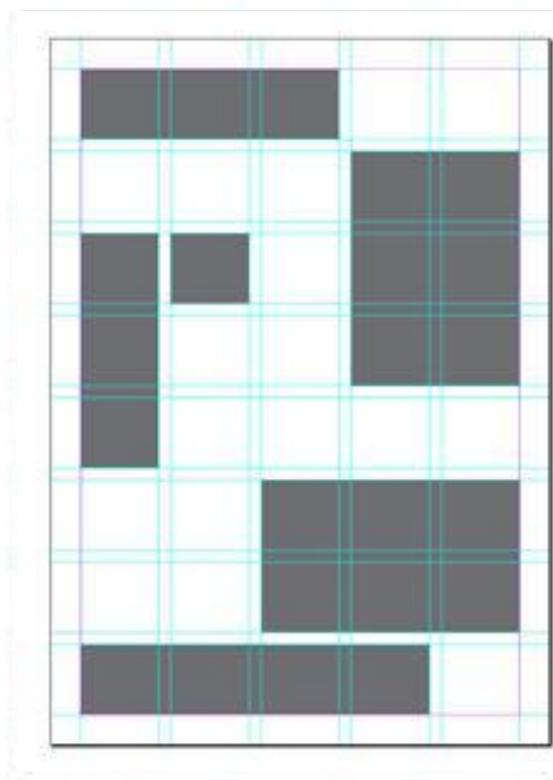
Ускорение

Единообразии

Уравновешенность

БЛОК 2

2. Сетка в печатной рекламе



БЛОК 2

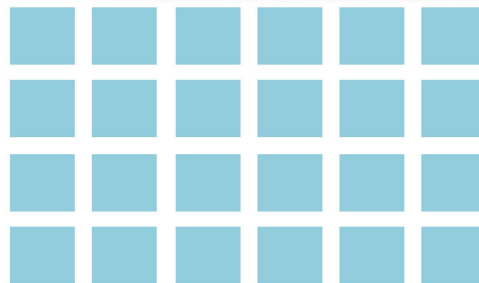
2. Сетка в печатной рекламе

Виды сеток

Колончатая сетка



Модульная сетка с одинаковыми модулями



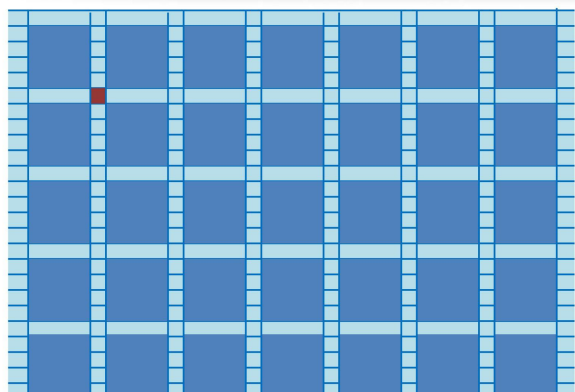
Модульная сетка с разными модулями



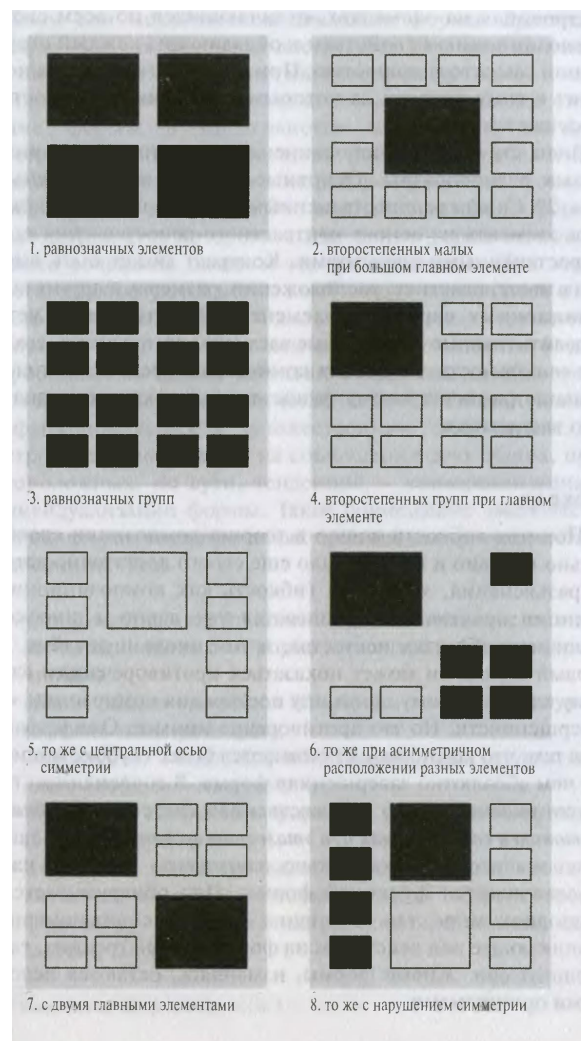
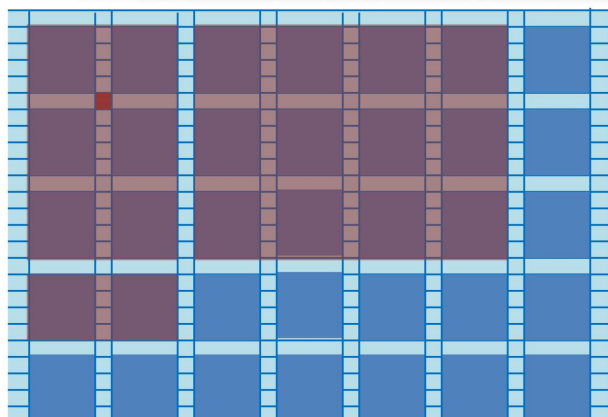
БЛОК 2

2. Сетка в печатной рекламе

Определяем микромодуль

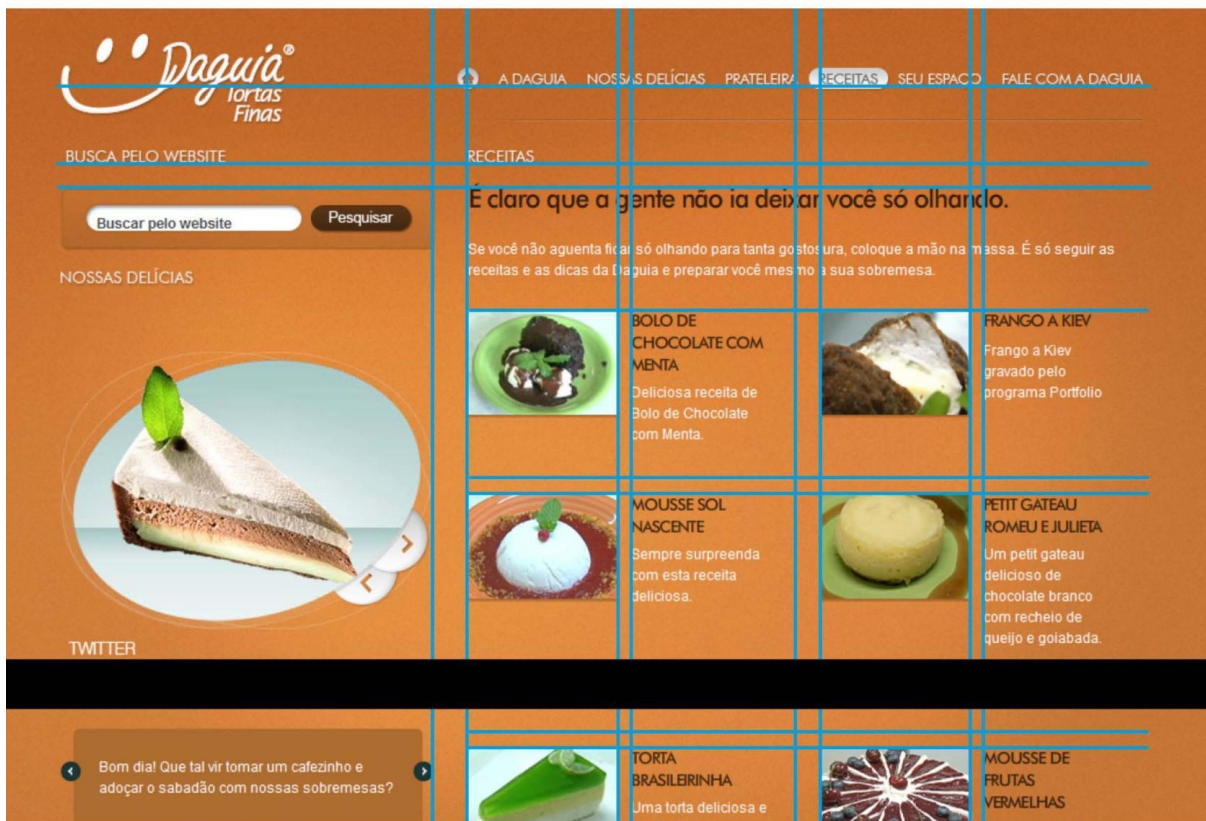


Создаем композицию



БЛОК 2

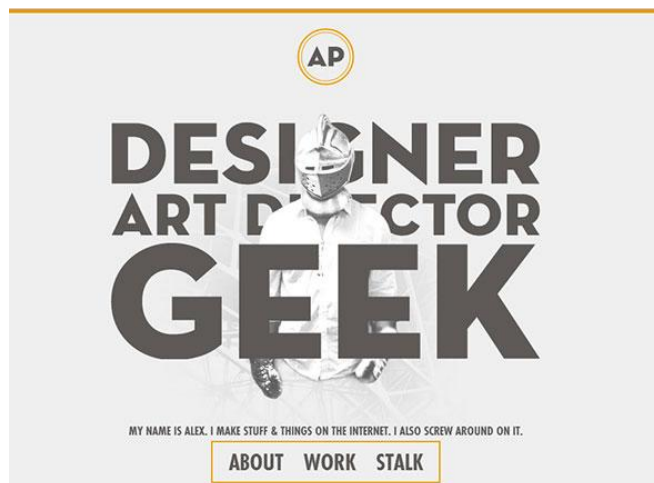
3. Сетка шаблона сайтов



БЛОК 2

4. Типографика. Шрифты

- Наука оформления. Включает работу со шрифтом и массивами текста



БЛОК 2

4. Типографика. Шрифты

•Виды шрифтов:

Антиква

Гротеск

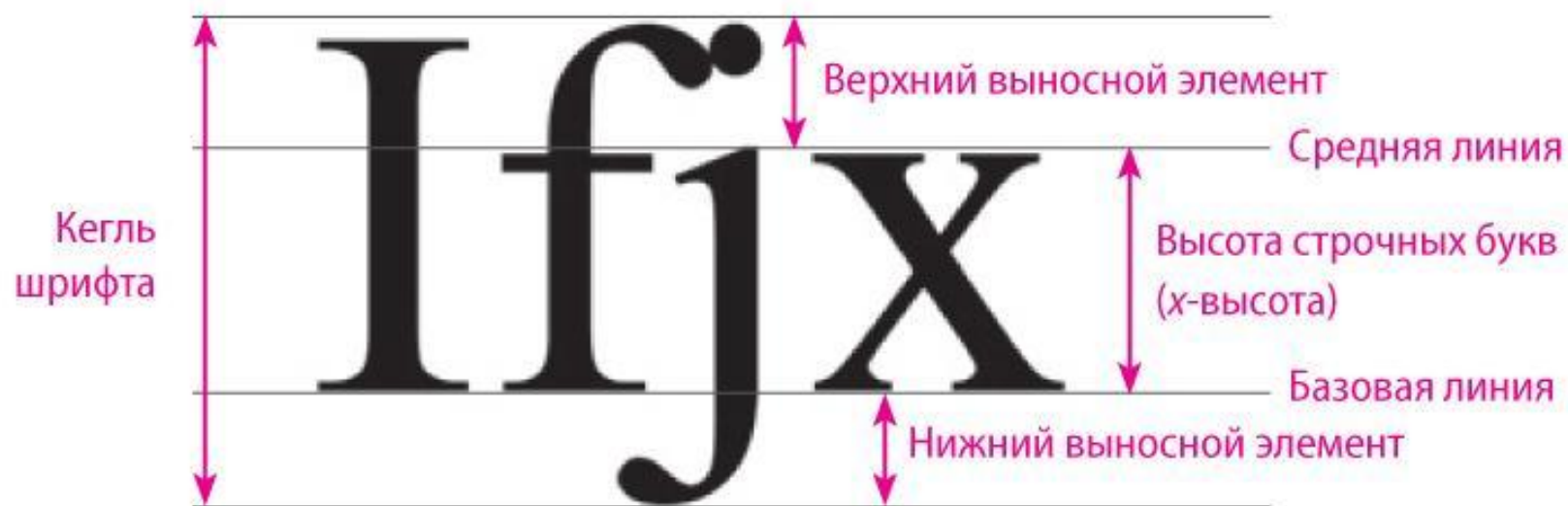
Акцидентный

Скрипт

Брусковый

БЛОК 2

4. Типографика. Шрифты



БЛОК 3

1. Инфографика

Способ коммуникации, направленный на упрощение усвоения информации через графические образы

Это визуализация данных

- Статистика
- Хронология
- География
- Структура
- Идеи

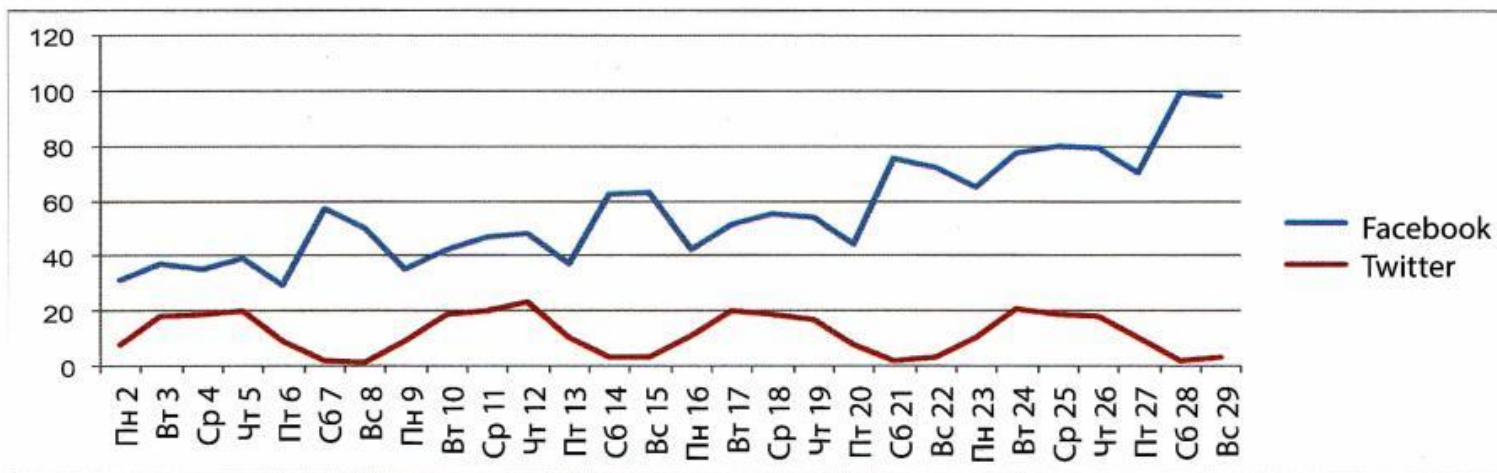
БЛОК 3

1. Инфографика

Апрель	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
Facebook	31	37	35	39	29	57	50	35	42	47	48	37	62	63	42	51	55	54	44	75	72	65	77	80	79	70	99	98
Twitter	8	18	19	20	9	2	1	9	19	20	23	10	3	3	11	20	19	17	8	2	3	10	21	19	18	10	2	3

РИС. 2.1

Таблица данных по социальным сетям



БЛОК 3

1. Инфографика



БЛОК 3

1. Инфографика



АУДИТОРИЯ: «Мясо» вашей стратегии. Для придания информации значимости нужно затратить время на то, чтобы понять информационные нужды вашей аудитории.



ТЕМА СОДЕРЖАНИЯ: Вязкое, сочное информационное наполнение, которое обволакивает аудиторию. Содержание, важное для аудитории, удерживает ее.



ТОН И ХАРАКТЕР: Это соус! Вкус и особенность вашей информации определяется культурой и сферой деятельности. Табаско? Кетчуп? Майонез?



ФОРМАТ СОДЕРЖАНИЯ: Смесь специй для содержания, которая придает вашей стратегии разнообразие и индивидуальный характер.



БУРГЕР: Цифровые каналы, которые служат платформой для стратегии распространения вашего содержания и оформляют его в единое целое.

БЛОК 3

2. Логотип

Основной элемент визуального представления современной цивилизации.

Его функция в представлении чего-либо.

Это не просто набор графических элементов, это совокупность, взаимосвязанных элементов, наделенных неким смыслом.

БЛОК 3

2. Логотип



БЛОК 3

2. Логотип

Тренды логотипов в 2014 г.

Моно-герб



HEY MONKEY!
URBAN SUGAR MOBILE CAFE



MAKE & MATTER
COTERIE MARKET



SECOND STREET CREATIVE
VORDERMAN VOLKSWAGEN



THE GENERAL DESIGN CO.
BANDOLERO



SEAN HEISLER DESIGN
TATUANA TRADING COMPANY



GEARBOX
VALOR + FORGE



KOMMUNIKAT
APARTMENTLESS



MOONLIGHT CREATIVE GROUP
SEE THE MATRIX

БЛОК 3

2. Логотип

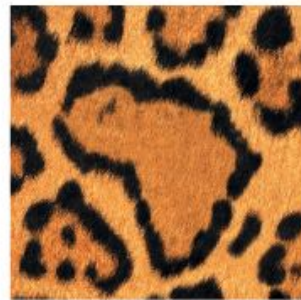
Тренды логотипов в 2014 г.

География

Плоские грани



CROSTHELIME
MILK CUPS



FORMFARM CREATIVE
AFRICA



MT ESTUDIO
MULTIPURPOSE TERMINAL



HANGINGTANGDESIGN
SAINTY SOLAR



WOX
BRASILEIRA BEER



THE CREATIVE METHOD
THE NEW ZEALAND CHEESE SCHOOL



FOCUS LAB, LLC
DIAMOND



LANDOR
RUSSKAYA MEDNAYA KOMPANIYA

БЛОК 3

2. ЛОГОТИП

Тренды логотипов в 2014 г.

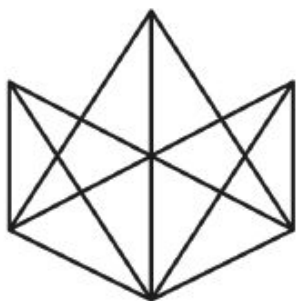
Каркас



O' RIORDAN DESIGN
ALLCAST



STILISTICA STUDIO
GLAVPROMEKSPERTIZY



OLEG PETERS
PRIME (B/W SIGN)



elvtn

MOTER
ELVTN

Таблички



VERVE DESIGN
SKYFOTO 2



MONSTROS & CIA
WOOLHOUSE



B_WERK MARKENARCHITEKTUR GMBH
AMERICAN EDUCATION



ONY
VOLGA FILM

БЛОК 3

2. Логотип

Привет из 90-х)))



БЛОК 3

2. Логотипы городов



**ОМСКАЯ
ОБЛАСТЬ**

ТЕРРИТОРИЯ
УДИВИТЕЛЬНЫХ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ



**OMSK
REGION**

ТЕРРИТОРИЯ
УДИВИТЕЛЬНЫХ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

UNIQUELY
Singapore

