

Лабораторная работа №3

Тема: Разработка основных графических элементов

Цель:

Научиться разрабатывать основные графические элементы (названия и логотипа). Проработка смысла и ассоциаций, которые должны отображаться в названии и логотипе (процесс заложения и визуализация смысловой нагрузки).

Задание:

1. Разработать логотип для тематического направления по выбору студента (к примеру, банки, торговые компании, сфера туризма) основой, которого является определенная геометрическая фигура.
2. Сформировать «бренд-бук» для выбранного тематического направления, используя результаты выполнения задания 1 в виде разработанного логотипа. При разработке «бренд-бука» необходимо по выбору студента:
 - а) из представленного в п.5 перечня элементов выбрать для разработки 2 элемента;
 - б) если выбрали логотип, то для него разработать любые две версии, к примеру, стандартное и монохромное отображение;
 - в) если выбрали визитки, то разработать или корпоративную или персональную).

Пример 1 выбора элементов для разработки «бренд-бука»: в рамках «бренд-бука» разрабатывается и описывается логотип (стандартное и черно-белое отображения) и шрифты.

Пример 2 выбора элементов для разработки «бренд-бука»: в рамках «бренд-бука» разрабатывается и описывается визитка корпоративная односторонняя и дополнительные настройки для названия.

Примечание: При выборе тематики направления вы выбираете некоторую область (к примеру, банки, торговые компании, сфера туризма и т.д), придумываете название компании, некоторую историю жизни этой компании по аналогии с другими компаниями (используя любые источники, в частности Интернет) и опираясь на эти выдуманные вами сведения строите концепцию логотипа и «бренд-бука».

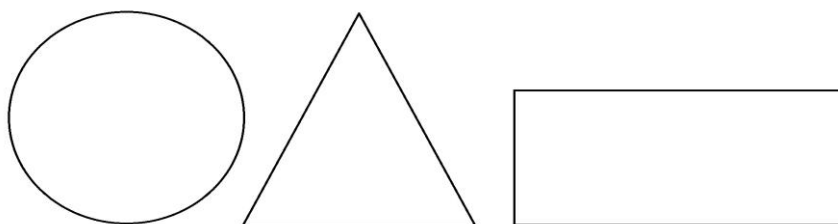
Отчет оформить согласно заданной форме.

Критерии оценки для получения зачета по лабораторной работе:

Продуманность
Детальность
Презентабельность
Аккуратность

Ход выполнения:

1. Выбрать самостоятельно сферу деятельности компании (если сфера имеет множество разветвлений четко указать свой подраздел).
2. Использовать одну из ниже представленных геометрических фигур как основу для логотипа



Логотип большинства компаний содержит в качестве основы простую геометрическую фигуру. Так, например, в банковской сфере очень распространена фигура круг, это можно увидеть в логотипе Сбербанка, ОТП Банка, ЕвроКредитБанка, и так далее. Ниже представлен пример на рисунке.

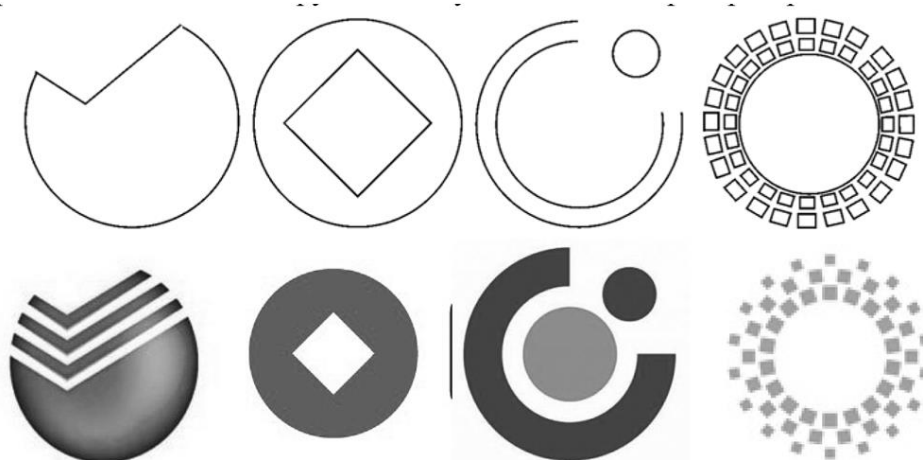


Рис. 1. Логотипы банков Сбербанка, ЕвроКредитБанка, ОТП Банка, МДМ Банка и их основа геометрическая фигура круг.

Процесс восприятия по А. Уиллер «В первую очередь мозг распознает и запоминает форму. Зрительные образы могут запоминаться и узнаваться непосредственно, в то время как слова должны интерпретироваться. Для того чтобы идентифицировать ту или иную форму, не обязательно уметь читать, но чтобы читать — нужно уметь идентифицировать формы. Поскольку специфические, оригинальные формы легко запоминаются, создание таких форм — очень важная задача формирования индивидуальности». Собственно, если к выше обозначенным форма

добавить цвет и текстовое содержание, каждая из них станет уникальным комбинированным логотипом.



Рис. 2. Полная версия логотипов банков Сбербанка, ЕвроКредитБанка, ОТП Банка, МДМ Банка.

3. Следующий этап выполнения задания: Проработать смысл и ассоциации, которые должны отображать главные графические элементы. Описать смысл и ассоциации в виде: 3-4 предложения о том, какой смысл заложен, как он отображается «по средствам каких предлогов или частей слов», какие ассоциации есть с данной сферой, какие ассоциации должен вызывать планируемые графические элементы, а именно каждый в отдельности.

В качестве примера можно рассмотреть названия компаний «Аэрофлот», где название, по сути, состоит из двух частей «Аэро» которое воспринимается помыслу как «воздух» и «флот», если упростить воздушный транспорт. Стоит так же отметить, что на Российском рынке есть ряд компаний с очень сложным названием, так, например, «СибДальСвязь» название принадлежит компании, активно работающей в сфере «Связь», так же в названии заложены частицы слов «Сибирь» и «Даль», что подчеркивает основные ориентиры работа на территории Сибири и Дальнего востока.

4. Цветовая комбинация проекта может быть двух вариантов:

4.1. Черно-синия концепция

4.2. Черно-красная концепция

Примечание: две данные комбинации широко используются, в частности даже черно белые СМИ, переходят на двух цветовую модель, которая подходит по первый или второй вариант выше представленный.

5. Используя файлы названия и логотипа, разработанного в задании 1, с их описаниями, необходимо разработать часть элементов бренд-бука. Из представленного ниже перечня элементов выбрать для разработки 2 элемента (если выбрали логотип, то для него разработать любые две версии, к примеру, стандартное и монохромное отображение; а если выбрали визитки, то разработать или корпоративную или персональную):

5.1 Логотип.

Примечание: так как основной логотип уже разработан и считается как один элемент. Ниже есть варианты логотипа в рамках бренд-бука:

5.1.1. Стандартное отображение (было разработано в рамках пунктов 2. и 3. данного задания);

5.1.2. Черно-белое отображение (версия логотипа после преобразования по форме «градиент серого»);

5.1.3. Монохромное отображение (данный логотип схоже с черно-белой моделью, но отличается тем, что не содержит оттенков, в этом логотипе есть или белые элементы или черные элементы, данный логотип используется для создания полиграфических форм для теснения текста);

5.1.4. Инвертированное отображение;

5.2. Описать, какие возможны дополнительные настройки для «названия» (так как название используется на обложке СМИ, которая может иметь разные варианты – светлый фон, темный фон, а так же фон с цветовыми переходами): перечень эффектов, к каждому из вариантов необходимо прописать технические параметры, а так же для каких целей он используется.

Примечание: бывает, что логотип имеет одну цветовую форму, например, только черного цвета, в так случае при темном фоне название может сливаться с фоном. Учитывая такую возможность, обычно прописывают наличие тонкой серебристой обводки по контуру названия.

5.3. Шрифты (подбор лицензионных шрифтов для стилей возможных в рекламной продукции, например – заголовков, основного текста, вставок / примечаний и т.д.);

5.4. Визитки

5.4.1. Корпоративная односторонняя;

5.4.2. Персональная односторонняя;

5.5. Бейдж;

5.6. Наклейка;

6. Так же в созданий элементов должны быть учтены ранее заложенные геометрические формы логотипа;

7. При написании пояснений к логотипу, также нужно указать следующие:

- величину отступов между логотипом и другими элементами документа;
- может ли логотип отображаться в рамке, и если да, то указать размеры отступов;
- для каких целей предназначена каждая вариация логотипа (по мнению студента);

8. При написании пояснения к параметрам «шрифт» и «визитка», нужно обязательно пояснить следующие:

- почему был выбран именно этот шрифт (он строгий как вся концепция работы, или он имеет большое количество заворотов, что подчеркивает принадлежность к определённой сфере);
 - какие есть варианты и рамки видоизменения данного шрифта (например – изменения параметров ширины букв данного шрифта может видоизменяться в рамках от 90% до 110%);
 - перечень отличий корпоративной от персональной визитки.
9. Производятся сведения графических разработок в Adobe InDesign или CorelDRAW (или их аналогов) и текстовых пояснений к разработке (для данного необходимо создать новый файл в верстке - формата А4, альбомной раскладкой, кол-во страницы 8, полями 15 мм);
 10. Вся работа оформляется в виде справочника (по принципу: объект – описание), сохраняется в PDF (в процессе сохранений нужно поставить галочку в графе «развороты»).
 11. По результатам работы составляется отчет по форме.

При выполнении работы можете воспользоваться учебными пособиями:

При выполнении дизайнерских разработок используйте учебное пособие:

Хмелев, А. В. Дизайн в СМИ: теория и практика : учебный практикум / А. В. Хмелев ; Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики. - Новосибирск : СибГУТИ, 2020. - 80 с. : ил. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия без печ. публикации. - URL: http://ellib.sibsutis.ru/ellib/2020/911_KHmelev_A.V._Dizajn_v_SMI_.pdf. - Режим доступа: по паролю. - Библиогр.: с. 79.

При решении задач обработки изображения используйте учебное пособие:

Компьютерная обработка фотоизображений на платформе Adobe Photoshop : учеб. пособие / В. И. Сединин, Г. И. Журов, Р. Ю. Скоробогатов ; Сиб. гос. ун-т телекоммуникаций и информатики. - Новосибирск : СибГУТИ, 2014. - 112 с. : ил. - Загл. с титул. экрана. - Электрон. версия печ. публикации. - URL: http://ellib.sibsutis.ru/ellib/2014/484_Sedinin_skorobogatov_posobie_komp'juternaja_obrabotka_fotoizobrazhenij_na_platforme_AdobePhotoshop_.pdf. - Режим доступа: по паролю

Форма отчета по «Лабораторной работе №3»

Студент: _____

Группы: _____

Дата (выполнения работы / заполнения отчета): _____ / _____

Цветовая концепция: _____

Цели работы: _____

Тематическая область (описать сферу, область или отрасль выбранную, какие слова, ассоциации с ней связаны, как название отображается взаимосвязанность с выбранной сферой деятельности):

Демонстрация работ разработанного логотипа:

Рисунок 1 Логотип компании

Демонстрация цветового спектра работы:

Рисунок 2

Какие были выбраны элементы и почему именно они были выбраны (описать, какие элементы из представленного перечня были выбраны и почему):

Демонстрация трех разворотов их Ind, где представлены, какие-либо из разработанных элементов с описанием к ним:

Рисунок 3

Рисунок 4

Рисунок 5

Прописывали ли вы какие определенные технические параметры / рамки или определенные пометки по применению эффектов к разработанным элементам (если да, описать какие):

Заключение по работе, описать, что в итоге получилось, и чего в этом макете не хватает в области презентабельности и привлекательности с вашей точки зрения:
