ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ РЕКЛАМЫ

Лекция 3

ПЛАН

- Этапы дизайн-проектирования
- Характеристика изделия
- Этапы выбора оптимального проектного решения
- Методы оценки дизайн-решения

Процесс проектирования:

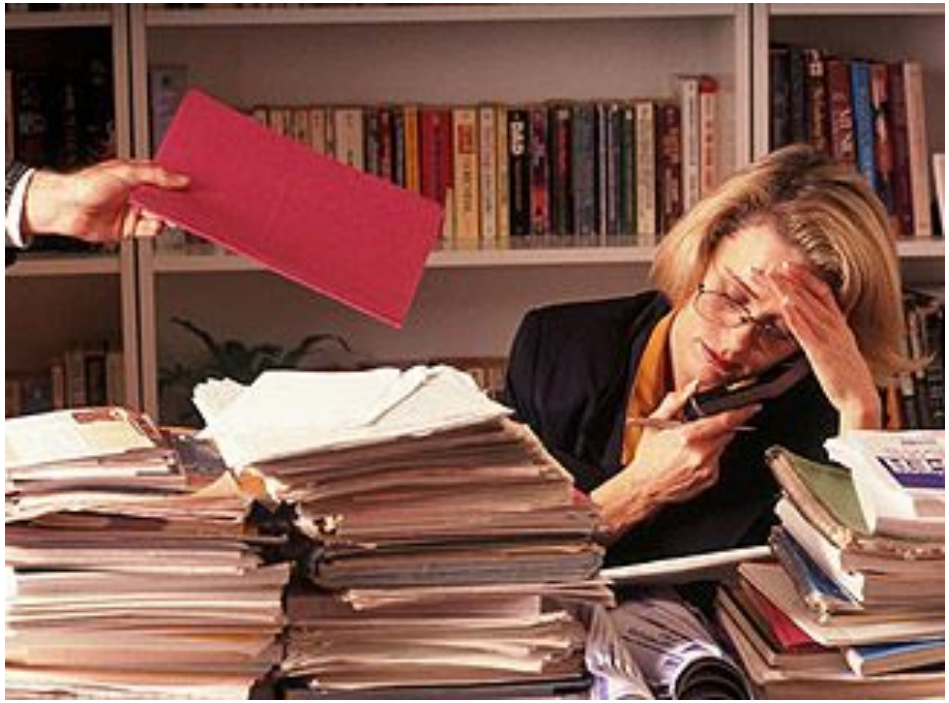
- Сбор информации
- Сравнение и анализ
- Определение проблемы
- Постановка цели
- Художественное решение

Методики организации проектного решения

- Работа в творческих командах
- Мозговой штурм
- Деловые игры
- Проектные семинары

Этапы дизайн-проектирования

- Предпроектная ступень
- Проектная ступень



Этап 1

- Выявление проблемы на основе сбора информации

Этап 2

- Определение потребителя

Этап 3

- Поиск методов

Например, прямой или переносный смысл образа…

Характеристики изделия по К. Веркману

- **Источник происхождения изделия**

  1. Производитель

  Обозначения производителя

- *Обозначение предприятия*

- *Обозначение отрасли промышленности*

- 2. Географические, административно-политические, этнические источники.
-

Национальная культура производителя

- *Местонахождение предприятия*

- *Страна происхождения рекламируемого продукта*

- 3. Дополнительные источники.

Происхождение сырья и материалов

- *Используемая технология производства*

- *Способ доставки к месту продажи*

- Функции изделия

1. Применение

2. Назначение

- Состав изделия и его упаковка

  1. Сырье

- 2. Состав

- 3. Ингредиенты

- 4. Упаковка

- Физические свойства изделия
- 1. *Форма*

- 2. Цвет

kompozit®

- 3. Вес

4. Структура

09 - аппаратура высокочастотная; аппаратура для наблюдения и контроля электрические; детекторы дыма; приборы наблюдения; программы для компьютеров; радиомачты; радиоприборы; рации портативные; сигнализаторы пожаров;
37 - установка и ремонт охранной сигнализации; установка и ремонт устройств пожарной сигнализации.

- 5. Вкус

- 6. Эластичность

- 7. Прочность

- 8. Внешний вид

- 9. Температура

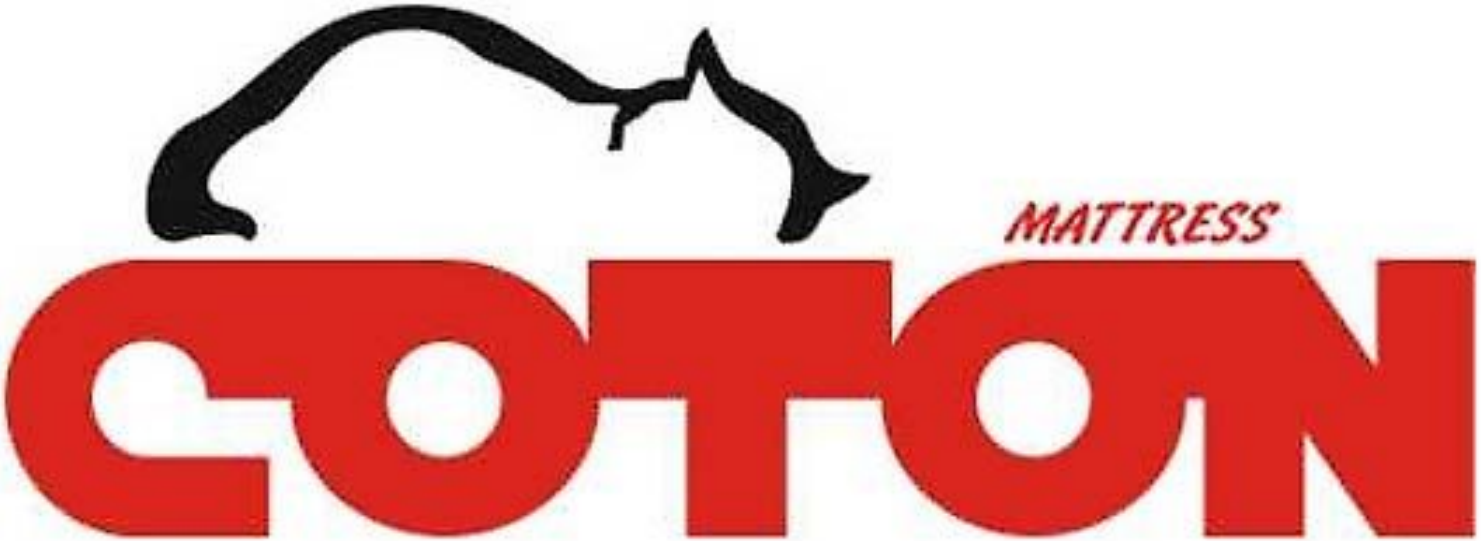
- 10. Фактура

- Эксплуатационные и потребительские свойства изделия
- 1. Качество

- 2. Безопасность и надежность

- 3. Скорость

- 4. Комфортность



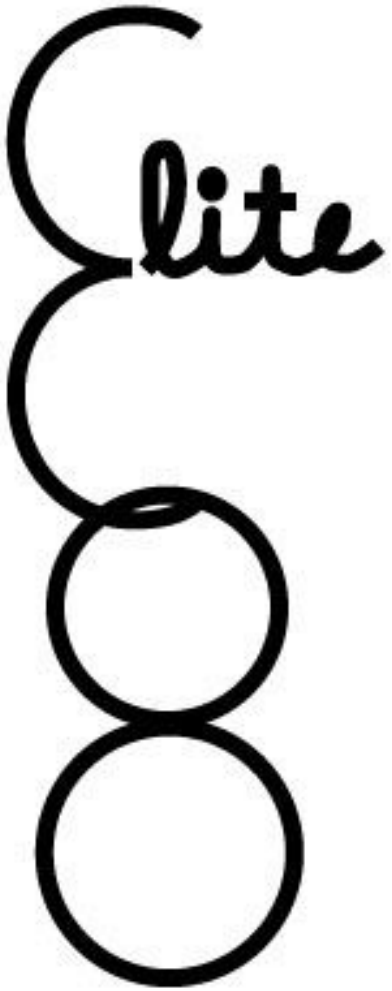
- 5. Способ
- приготовления

- 6. Долговечность

- 7. Способ потребления

- 8. Целебные свойства

- Психологические свойства изделия
- 1. Престижность



- 2. Ценность как предмет роскоши

- 3. Чувственное восприятие

- 4. Сексуальные ассоциации

- 5. Привлекательность

- 6.Таинственность

- Экономические факторы
- 1. Цена
- 2. Доступность
- 3. Родство с аналогичными продуктами

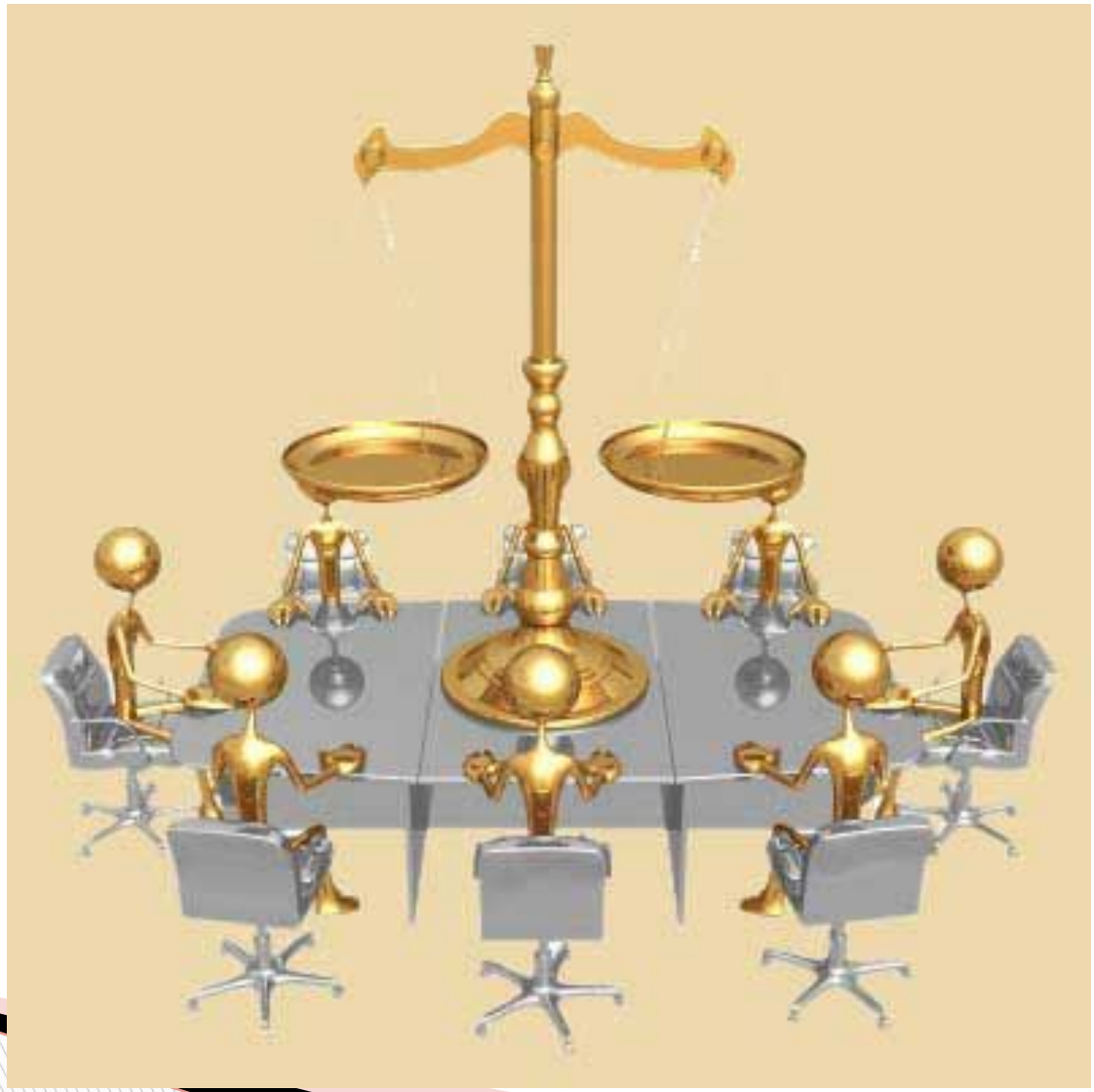
Результаты использования изделия

1. Результаты
2. Полезность

портфолио рекламных фирм на WWW.MPILOT.RU

Разработка дизайн-концепции

Методы оценки дизайн-решения



Проверочное задание

- Определить, на основе какой характеристики создан логотип