

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»



МЕХАНІКО-МАШИНОБУДІВНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра основ конструювання механізмів і машин

Методичні рекомендації до виконання індивідуального завдання
(в рамках лабораторних робіт)

з дисципліни

«КОМУНІКАТИВНИЙ ДИЗАЙН»

для студентів спеціальностей 131 Прикладна механіка, 132 Матеріалознавство

Повну версію дивитесь у локальній сеті

Дніпро
2018

Методичні рекомендації до виконання індивідуального завдання (в рамках лабораторних робіт) з дисципліни «Комунікативний дизайн» для студентів заочної форми підготовки спеціальностей 131 Прикладна механіка, 132 Матеріалознавство / Т.О. Письменкова, І.В. Вернер – Дніпро: ДП «НТУ», 2018. – 68 с.

Упорядники:

Т.О. Письменкова, доц.

І.В. Вернер, ас.

Затвержено до видання редакційною радою НГУ (протокол від 09.10.18 №10) за поданням методичної комісії спеціальності 131 Прикладна механіка і 132 Матеріалознавство (протокол № 2 від 05.10.18)

Методичні рекомендації до виконання індивідуального завдання з дисципліни «Комунікативний дизайн» для студентів заочної форми підготовки спеціальностей 131 Прикладна механіка, 132 Матеріалознавство допоможуть студентам у виробленні умінь оформляти ділову та рекламну документацію із застосуванням сучасних інформаційних технологій.

Відповідальний за випуск завідувач кафедри основ конструювання механізмів і машин к.т.н., доц. К.А. Зіборов.



ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Лабораторна робота № 1	6
Пошук та передпроектний аналіз аналогів дизайну рекламного буклету.....	6
Лабораторна робота № 2	14
Розроблення концептуальної ідеї дизайну рекламного буклету	14
Лабораторна робота № 3	31
Виконання проекту рекламного буклету.....	31
Індивідуальне завдання	64
Варіанти завдань	65
ЛІТЕРАТУРА.....	66



ВСТУП

Сьогодні роботодавець все частіше вимагає фахівців широкого профілю. Запрошуючи на роботу інженера-конструктора роботодавець розуміє наявність у нього окрім професійних, навичок роботи в програмних продуктах векторної та растрової графіки, наявність знань в сфері дизайну і візуальної комунікації, а також у сфері комп'ютерних технологій і аналітичної переробки інформації.

Продуктивна проектна діяльність потребує рішення нових по змісту та масштабу соціальних задач або технічних проблем, висування нових ідей, вибору особливого кута зору на виникаючі питання, використання нових засобів рішення проблем.

Сьогодні саме дизайн став комунікативним феноменом метою якого є – конструювання керованої результативної комунікації.

Дизайн в комунікативному вимірі представляє собою процес продукування вражень. Продукуючи враження і оперуючи ними, дизайн здатний ефективно формувати і ефективно впливати як на споживчу мотивацію, так і на ціннісні установки людини.

Вже наприкінці 20 ст. дизайн знайшов статус фундаментальної культурної практики, що впливає на ціннісні системи сучасного суспільства.

Дизайнер, створюючи комунікативне середовище за допомогою вироблених вражень, передбачає ситуацію обміну сенсу між взаємодіючими сторонами. В свою чергу, такий обмін синхронне вибудовування цими взаємодіючими сторонами загального семіотичного простору, в якому стає можливе узгодженість та порозуміння.

Якщо раніше для дизайнера відправними точками були «річ» та «середовище», то сьогодні такими є «знак» і «комунікативна ситуація»: дизайнер перетворюється на оповідача історій.

Дисципліна «Комунікативний дизайн» покликана надати студенту навичок роботи з растровою та векторною графікою, виховати навичок комбінаторного мислення і уміння генерувати творчі ідеї. Ціль досягається шляхом розвитку і стимулювання образно-графічного мислення студентів.

Засвоєння інформаційно-комунікаційних технологій для презентації наукових робіт підводить студентів до розробки ним інформаційних матеріалів будь-якої складності і функціональності. А саме - багаторівневих інформаційно і графічно насичених проектів, семантично і стилістично об'єднуючих різномірні елементи (текст, графіка, відео, анімація, звук і т.п.). Роботи орієнтовані на певну аудиторію і відповідають основному принципу дизайн-проекування – оптимально сполучати функціональну доцільність, ергономічні і культурні норми.

Проекування візуальних комунікацій формує творчий синтез естетично функціональних, технологічних і ергономічних факторів. Для активізації творчого процесу використовується проектування в уявних і запропонованих реальних умовах.



Студенти навчаються формувати діалог з реальністю, реагувати на зміни ситуації, формувати нові проєктні міркування зважаючи на особливості існування дизайну в сучасному світі.

Даний курс покликаний дати учням основні навички оформлення графічних об'єктів засобами графічних редакторів і застосування на практиці знань за колірним рішенням і композиції.

В курсі дається розуміння принципів побудови і зберігання зображень, вивчаються формати графічних файлів і доцільність їх використання при роботі з різними графічними програмами і завданнями застосування графіки. Описуються основні прийоми створення зображень і редагування растрової і векторної графіки, з використанням інструментів редактора CorelDraw. Дається загальні поняття про переддрукарську підготовку матеріалів. Студенти знайомляться з програмою Adobe Photoshop і її основними прийомами роботи з документами.



Лабораторна робота № 1

Пошук та передпроектний аналіз аналогів дизайну рекламного буклету

Мета роботи: ознайомитись з методами підготовки матеріалів до створення рекламного буклету.

Завдання: створити електронну папку аналогів буклету, проаналізувати їхню композиційну схему та обрати кілька зразків для генерування дизайн-ідеї рекламного буклету промислового підприємства.

1. Етапність створення рекламного буклету

Буклет – це інформаційно-ілюстрований матеріал, що є аркушем формату А 4, складеним удвічі, утричі й більше разів. При розробленні ексклюзивного, стильного, креативного дизайну буклета варто враховувати мету його використання, потенційну аудиторію (для кого й для чого він призначений), місця розповсюдження (офіс, виставки, презентації, розсилки). Буклет може бути інформаційним (для постійних і потенційних клієнтів), іміджевим (для партнерів) і рекламним (для споживачів, яким пропонують конкретний продукт чи послугу).

Передпроектний аналіз – це вид дизайн-діяльності, пов'язаний із пошуком, збиранням, обробкою й узагальненням різноманітної інформації, що стосується теми проектування.

Проектування можна представити як послідовність 3-х етапів:

1. Постановка задачі (підготовчий етап) – полягає в усвідомленні дизайнером проблеми проектної розробки, описі мети проектування та чинників, що її обмежують, а також правил прийняття рішень для вибору найкращого варіанта.

2. Розв'язання задачі (власне проектування) починається з висування гіпотез про шляхи вирішення задачі та вибору стратегії проектування; продовжується розробленням варіантів і завершується вибором засобу, що найбільш повно відповідає визначеним вимогам.

3. Опис розв'язання задачі (виконання робочої документації і натурних зразків) передбачає оформлення інформації, необхідної для виготовлення об'єкта, що передається від проектувальника виробнику.

Залежно від характеру проектної задачі, об'єктом передпроектного аналізу може бути вихідна проектна ситуація, аналоги, прототипи, нормативи і стандарти.



Лабораторна робота № 2

Розроблення концептуальної ідеї дизайну рекламного буклету

Мета роботи: навчитися знаходити та формувати дизайн-ідею рекламного матеріалу.

Завдання:

1. Зберіть якомога більше текстової інформації про діяльність промислового підприємства і проранжуйте її за рівнем значущості.

2. Зберіть якомога більше ілюстративного матеріалу, що відображає діяльності промислового підприємства і проранжуйте за рівнем значущості.

3. Виконайте вербальний опис дизайн-ідеї буклету промислового підприємства, дотримуючись наступних правил:

✓ зміст – у буклеті доречно детальніше розповісти про сферу діяльності підприємства. Згадати весь спектр пропонованих послуг, розповісти про особливості його діяльності та конкурентних перевагах, детально висвітлити умови рекламної акції;

✓ ілюстрації – візуальний ряд сприяє швидкому сприйняттю інформації, а тому варто поклопотатися про якісні фотографії і картинки для буклету;

✓ дизайн буклетів повинен відповідати фірмовому стилю підприємства, проте він не має бути дуже нудним і строгим; завдяки оригінальним дизайнерським рішенням потенційний клієнт, можливо, запам'ятає саме ваше рекламне повідомлення;

✓ формат буклету вибирати залежно від кількості текстової інформації та ілюстрацій;

✓ уникати використання дрібного шрифту і незмістовних маленьких ілюстрацій.

1. Проект рекламного буклету: від задуму до ескізу

Для вираження концептуальної ідеї дизайну буклету потрібне її графічне втілення у формі ескізу.

Ескіз (франц. *esquisse*) – попередній начерк малюнка, картини або її частин, початкове осмислення й оформлення скульптурного твору, пошукові архітектурні та дизайнерські композиції. Це також технічний рисунок, виконаний від руки з додержанням основних правил креслення.

Із позицій проектування найближче до істини наступне термінологічне визначення: ескіз – це попередній начерк, що фіксує задум художнього твору. Начерк означає необроблений рисунок, що попередньо окреслює основні риси того, що повинно бути зображено.



Лабораторна робота № 3

Виконання проекту рекламного буклету

Мета роботи: навчитися знаходити та формувати дизайн-ідею рекламного матеріалу.

Завдання:

1. Розробіть загальний вигляд сторінок буклету у формі клаузур і макетів, визначте кількість колонок із текстом, розмір і тип шрифтів, співвідношення текстових блоків та ілюстрацій, розмір полів і таке інше, відповідно до затвердженого ескізу буклета. Текст повинен бути читабельним, ілюстрації – чіткими й зрозумілими.

2. Скорируйте зміст тексту, виправивши всі орфографічні й стилістичні помилки. Відретушуйте фотографії й зображення, що містяться в буклеті.

3. Виконайте оригінал-макет рекламного буклету промислового підприємства в комп'ютерній програмі Corel Draw.

4. Підготуйте всі вихідні файли до друку, перевірте правильність форматів, коректність відображення зверстаних матеріалів, віддрукуйте на принтері буклет і сфальцуйте його.

1. Особливості проектування рекламного буклету

Виготовлення буклетів є одним із найбільш розповсюджених та ефективних видів рекламної видавничої продукції. Рекламні буклети мають перевагу перед іншими видами реклами. У проектуванні буклетів ставиться акцент на яскравий, помітний дизайн, робиться спроба здивувати клієнта (партнера), не втративши при цьому сенс інформаційної частини (текст і контактна інформація) та дотримується єдиний корпоративний стиль. Привернути увагу споживача можна за рахунок якості паперу, друку (поліграфії) та ілюстрацій. Професійно виконані графічні об'єкти або фотографії підвищують запам'ятовуваність рекламного матеріалу.

Для розроблення буклету необхідні: логотип, контактна інформація, графічні матеріали (слайди, фото, кліпи) та текстова інформація. Для технічної продукції можна також додати графіки та діаграми.

Всі буклети поділяють на дві категорії: масові та іміджеві. Масові буклети інформують про проведення акцій, нові напрями діяльності компаній або рекламують товар чи послугу. До зовнішнього виду іміджевих буклетів більш високі вимоги, бо вони є «обличчям» компанії або фірми.



Індивідуальне завдання

1. Створити електронну папку аналогів буклету, проаналізувати їхню композиційну схему та обрати кілька зразків для генерування дизайн-ідеї рекламного буклету промислового підприємства (ЛР №1).

Обрані зразки 2-3 шт. розмістити у відгуку.

2. Зберіть якомога більше текстової інформації ілюстративного матеріалу, що відображає діяльності промислового підприємства і проранжуйте її за рівнем значущості. Відібраний матеріал розмістити у відгуку (ЛР №2).

3. Виконайте вербальний опис дизайн-ідеї буклету промислового підприємства, дотримуючись наступних правил:

зміст – у буклеті доречно детальніше розповісти про сферу діяльності підприємства. Згадати весь спектр пропонованих послуг, розповісти про особливості його діяльності та конкурентних перевагах, детально висвітлити умови рекламної акції;

ілюстрації – візуальний ряд сприяє швидкому сприйняттю інформації, а тому варто поклопотатися про якісні фотографії і картинки для буклету;

дизайн буклетів повинен відповідати фірмовому стилю підприємства, проте він не має бути дуже нудним і строгим; завдяки оригінальним дизайнерським рішенням потенційний клієнт, можливо, запам'ятає саме ваше рекламне повідомлення;

формат буклету вибирати залежно від кількості текстової інформації та ілюстрацій;

уникати використання дрібного шрифту і незмістовних маленьких ілюстрацій.

Опис дизайн-ідеї буклету промислового підприємства розмістити у відгуку. Відгук роздрукувати на форматі А4 (ЛР №3).

4. Виконайте оригінал-макет рекламного буклету промислового підприємства (згідно варіанту) в комп'ютерній програмі Corel Draw. Підготуйте всі вихідні файли до друку, перевірте правильність форматів, коректність відображення зверстаних матеріалів, віддрукуйте на принтері буклет і сфальцюйте його.

Розробіть загальний вигляд сторінок буклету у формі клаузур і макетів, визначте кількість колонок із текстом, розмір і тип шрифтів, співвідношення текстових блоків та ілюстрацій, розмір полів і таке інше, відповідно до затвердженого ескізу буклета. Текст повинен бути читабельним, ілюстрації – чіткими й зрозумілими.

Скоригуйте зміст тексту, виправивши всі орфографічні й стилістичні помилки. Відретушуйте фотографії й зображення, що містяться в буклеті.

Виконайте оригінал-макет рекламного буклету промислового підприємства в комп'ютерній програмі Corel Draw.

Підготуйте всі вихідні файли до друку, перевірте правильність форматів, коректність відображення зверстаних матеріалів, віддрукуйте на принтері буклет і сфальцюйте його.



Варіанти завдань

1. «Фактор-Энерго» <http://faktor-e.dp.ua>
2. «Холдинговая Компания Интер Сталь ЛТД», ООО <http://is-ltd.com.ua>
3. «Экотехнология» <http://www.enteco.kiev.ua/>
4. АВМ Харьков - Частное предприятие <http://traktor-ua.narod.ru/>
5. Завод РТИ «КАУЧУК» <http://www.kauchuk.com.ua>
6. Завод УКРБУДМАШ <http://www.ukrbudmash.com.ua>
7. ЗАО «Элтехком» <http://www.eltechcom.kharkov.com>
8. МХМ Україна <http://www.mhm-ukraine.com/>
9. НПЧП «Политехник» <http://polytechnic.com.ua>
10. ОАО «Днепрополимермаш» <http://www.alkar.net/dzpm>
11. ООО «НПЦ Метроника» <http://www.metronika.kiev.ua>
12. ООО «НПЦ Метроника» <http://www.metronika.kiev.ua>
13. ООО «ТС АИК-ЭКО» <http://aik-eko.com.ua/>
14. ООО НПЦ Металлокомплект <http://www.mcomplex.narod.ru>
15. ПО «ТехПромСистемы» <http://tpspo.com.ua>
16. Полимер-механика <http://polimer-meh.com.ua>
17. УПТК Спецпромелектро ООО <http://www.uptk-spe.narod.ru>
18. Эксида ООО <http://www.exida.com.ua>



ЛІТЕРАТУРА

1. Антипов К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. – 328 с.
2. Білодід Ю. М. Основы дизайну : навч. посібн. / Ю. М. Білодід, О. П. Поліщук. – К. : Парапан, 2004. – 240 с.
3. Методичні вказівки з використання векторної графіки у виконанні лабораторних робіт з дисципліни «Методи та засоби дизайнерських рішень» для студентів всіх спеціальностей / Упоряд.: О.М. Твердохліб, І.В. Вернер, Т.О. Письменкова – Д.: НГУ, 2015. – 46 с.
4. Владимирська А. О. Реклама : навч. посібн. / А. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К. : Кондор, 2006. – 334 с.
5. Даниленко В. Я. Дизайн : підручник / В. Я. Даниленко. – Х. : ХДАДМ, 2003. – 320 с.
6. Дурняк Б. В. Розробка і дизайн рекламних видань : навч. посібн. / Б. В. Дурняк, А. Є. Батюк. – Львів : Українська акад. друкарства, 2006. – 315 с.
7. Женченко І. В. Комп'ютерна графіка : Adobe Photoshop CS4: практикум / І. В. Женченко, М. І. Женченко. – К. : Жнець, 2013. – 40 с.
8. Куленко М. Я. Основы графического дизайна : підручник / М. Я. Куленко. – К. : Кондор, 2006. – 492 с.
9. Никулина И. А. Верстка, дизайн и допечатная подготовка в полиграфическом процессе : учебник / И. А. Никулина. – Краснодар : Кубанский гос. ун-т, 2010. – 236 с.
10. Павловская Е. Дизайн рекламы : поколение NEXT / Е. Павловская. – СПб. : Питер, 2003. – 320 с.
11. Прищенко С. В. Теорія та методологія дизайну : навч.метод. посібн. / С. В. Прищенко / За ред. проф. Є. А. Антоновича. – К. : Альтерпрес, 2010. – 208 с.
12. Пронин С. Рекламная иллюстрация : креативное восприятие / С. Пронин. – М. : Гранд, 2002. – 416 с.
13. Тайц А. М. Самоучитель CorelDRAW / А. М. Тайц, А. А. Тайц. – СПб. : БХВ – Санкт-Петербург, 1999. – 688 с.
14. Хмельовський О. М. Графічний дизайн : навч. посібн. / О. М. Хмельовський. – Луцьк : Терен, 2008. – 160 с.
15. Яцюк О. Г. Компьютерные технологии в дизайне. Логотипы, упаковка, буклеты / О. Яцюк. – СПб., 2002. – 464 с.

