

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА 1.

Разработка листовки. Заполнение БРИФа. Определение основной идеи.

Подготовительная работа:

1. Откройте Приложение 1. Внимательно ознакомьтесь с примерным БРИФом.
2. На основе данного примера заполните свой БРИФ(Приложение 2).
3. Отправьте БРИФы на проверку преподавателям.
4. После проверки и утверждения педагогами обменяйтесь БРИФами с одноклассниками и приступайте к работе.

ХОД РАБОТЫ:

1. Изучение брифа

- Анализ информации: Внимательное изучение предоставленного брифа для понимания цели, аудитории и ключевых сообщений.
- Определение стиля: Решение о визуальном стиле, который будет соответствовать запросам целевой аудитории.

2. Исследование и вдохновение

- Анализ конкурентов: Просмотр листовок и графики в регионе для выявления лучших практик и уникальных решений.
- Составьте таблицу Анализа конкурентов(достаточно 3), где:

Признак 1: Визуальный стиль и дизайн

- ✧ Цветовая палитра: Определение основных использованных цветов и их соответствие бренду.
- ✧ Шрифты: Анализ шрифтов (размер, стиль, читабельность) и их гармоничность с общим дизайном.
- ✧ Композиция: Оценка расположения элементов (текста, изображений, блоков), достатка свободного пространства и общей сбалансированности.

Признак 2: Контент и сообщение

- ✧ Привлекательность заголовка: Как заголовки привлекают внимание и отражают основное предложение.
- ✧ Краткость и ясность текста: Насколько ясно и лаконично сообщается информация, есть ли четкие призывы к действию.
- ✧ Информационная насыщенность: Анализ того, насколько эффективно представлены услуги, акции или предложения, и насколько это важно для целевой аудитории.

Признак 3: Целевая аудитория и позиционирование

- ✧ Аудитория: Определение, на какую целевую группу ориентирована листовка (возраст, пол, стиль жизни) и как это отражено в дизайне и контенте.
- ✧ Позиционирование: Как конкурентные компании выделяются на рынке с помощью своих листовок (например, акцент на ценах, эксклюзивных предложениях, традициях, инновациях).
- ✧ Обращение к эмоциям: Каким образом листовка вызывает эмоциональный отклик у целевой аудитории (например, использование мотивационных изображений или слоганов).

	Признак 1	Признак 2	Признак 3

- Moodboard: Создание мудборда с примерами успешных дизайнерских решений, цветами, шрифтами и изображениями.

3. Создание концепции дизайна

- Эскизы: Разработка нескольких простых эскизов (на бумаге или в графическом редакторе), которые показывают разные компоновки элементов на листовке.
- Выбор композиции: Определение расположения текста, изображений и графических элементов, чтобы они смотрелись гармонично и привлекали внимание.

4. Выбор и подготовка графических элементов

- Поиск изображений: Подбор качественных фотографий,
- Иконки и графика: Создание или поиск иконок, которые будут использоваться для акцентирования внимания на акциях и предложениях.

5. Дизайн первых макетов

- Разработка макета: Создание первого варианта макета с учетом всех важных элементов: заголовка, текста акции, изображений и контактной информации.
- Шрифты и цветовая палитра: Применение выбранных шрифтов и цветовой схемы из брифа для создания читабельного и привлекательного дизайна.

6. Обратная связь

- Презентация макета: Показать первый макет заказчику, объясняя выбор каждого элемента и его связь с брифом.

СДАЧА РАБОТЫ:

1. Создать папку Практическая работа 1 ФИО (Практическая работа 1. Иванов И.И.)
2. В данной папке создаем отдельную папку с названием Аналоги и помещаем в нее таблицу с названием Анализ конкурентов в формате PNG, JPEG.
3. В основную папку(Практическая работа 1 ФИО) так же помещаем:
 - Мудборд в формате PDF и рабочий файл.
 - Листовку в формате PDF и рабочий файл.
4. Прикрепить работу на портал дистанционного образования.