

СЪЗДАВАНЕ И ОБРАБОТКА НА ВЕКТОРНИ ИЗОБРАЖЕНИЯ 2021-2022

проф. д-р Тодорка Терзиева
проф. д-р Христо Крушков
гл. ас. д-р Мая Стоева
д-р Маргарита Атанасова



1. Видове графичен дизайн. Илюстративен дизайн

СЪДЪРЖАНИЕ:

1. Видове графичен дизайн. Илюстративен дизайн.
2. Определяне на изискванията на клиента.
3. Подготовка.
4. Избиране на подходящ стил на проекта.
5. Създаване на скици.
6. Векторизиране чрез ключови точки (котви), криви на Безие и форми.
7. Презентиране пред клиента.



Основни видове дизайн

Графичният дизайн използва визуални композиции за решаване на проблеми и предава идеи чрез типография, изображения, цвят и форма. Точно по тази причина съществуват няколко основни вида графичен дизайн, всеки от които има своя собствена област на специализация.



1. Графичен дизайн на визуална идентичност (Visual identity graphic design)

Графичният дизайн на визуалната (корпоративната) идентичност представя визуалните елементи на марката, които действат като нейно лице, за да предават нематериални ѝ качества чрез образи, форми и цветове.

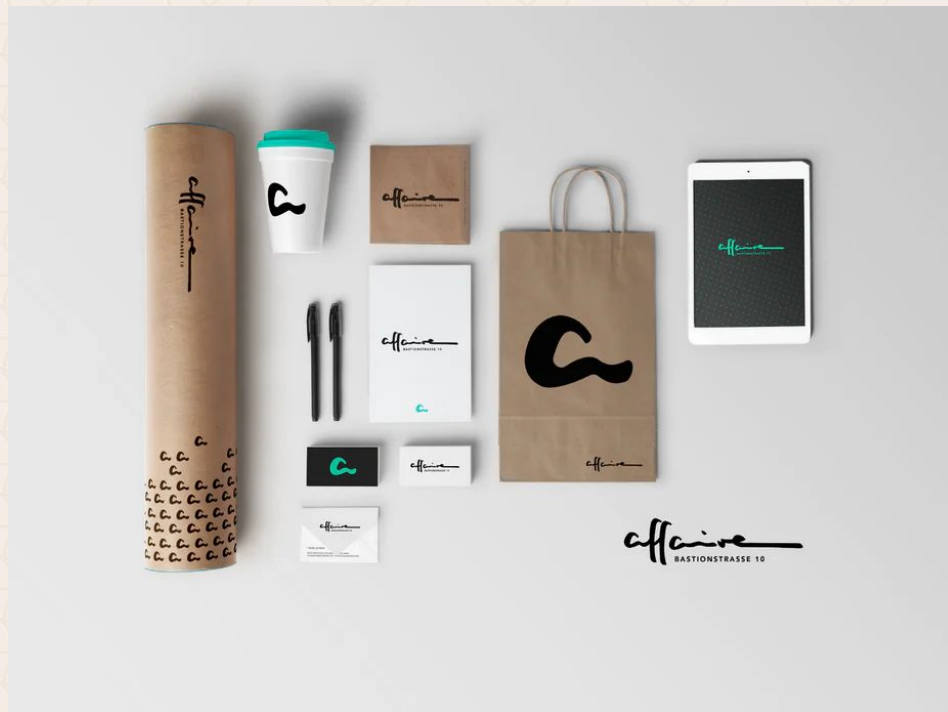
1. Графичен дизайн на визуална идентичност (Visual identity graphic design)



1. Графичен дизайн на визуална идентичност (Visual identity graphic design)



1. Графичен дизайн на визуална идентичност (Visual identity graphic design)



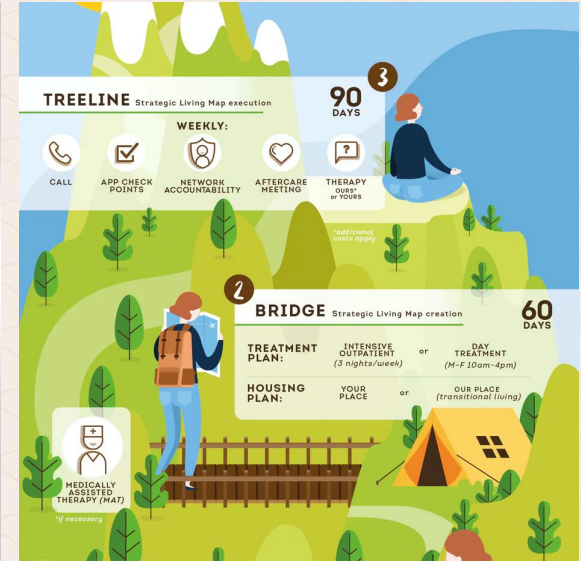
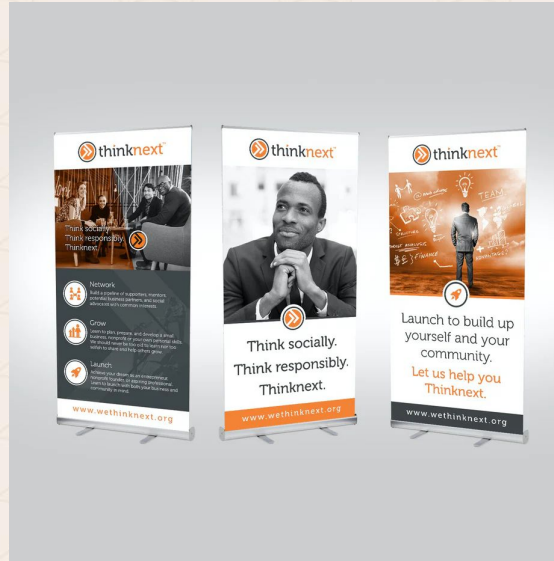
2. Маркетинг и рекламен графичен дизайн (Marketing & advertising graphic design)

Компаниите се нуждаят от успешни маркетингови стратегии, за да успеят да влязат в процеса на комуникация, с целевата аудитория. Успешният маркетинг ангажира хората въз основа на техните желания, нужди, информираност и удовлетворение, спрямо продукт, услуга или марка. *Графичният дизайн помага на организациите да се популяризират и общуват по-ефективно чрез:* листовки, списания, вестници, плакати, банери и билбордове, брошури (печатни и цифрови) и други.

2. Маркетинг и рекламен графичен дизайн (Marketing & advertising graphic design)



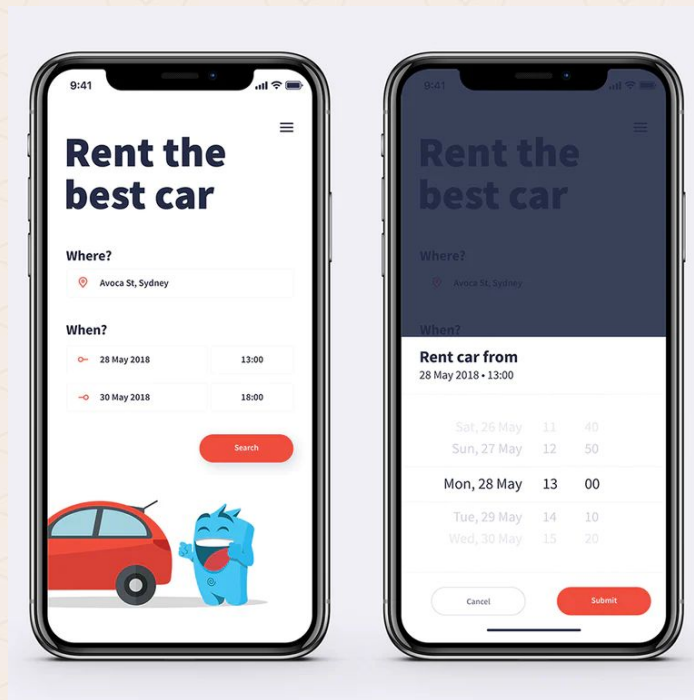
2. Маркетинг и рекламен графичен дизайн (Marketing & advertising graphic design)



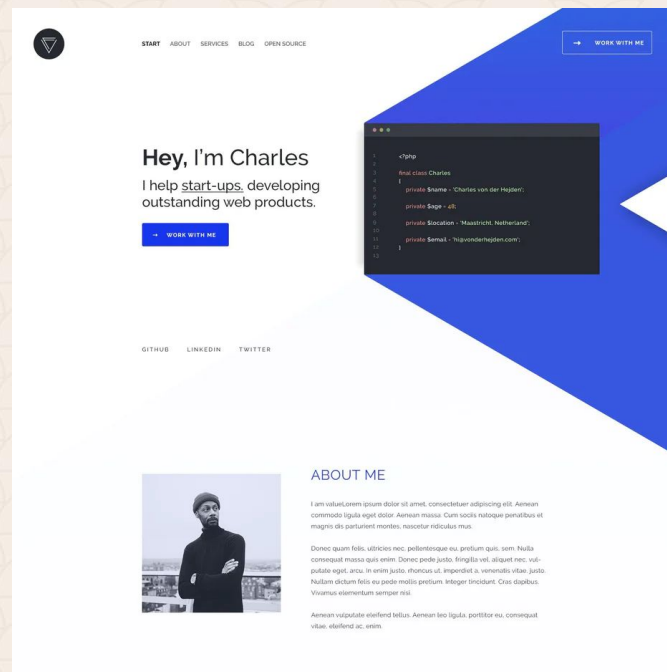
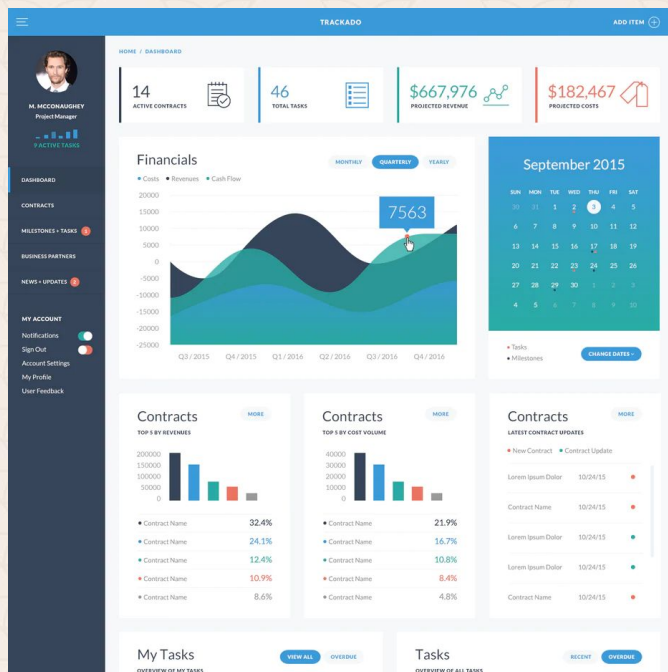
3. Графичен дизайн на потребителския интерфейс (User interface graphic design)

Потребителският интерфейс е визуалното средство, чрез което потребителят взаимодейства с устройство или приложение. Този вид графичен дизайн се фокусира върху визуалния опит на потребителя и проектирането на графични елементи на екрана като бутони, менюта, микроинтеграции и др. Примери за графичен дизайн на потребителския интерфейс са: дизайн на веб страница, интерфейси за игри и приложения (мобилни/настолни/уеб).

3. Графичен дизайн на потребителския интерфейс (User interface graphic design)



3. Графичен дизайн на потребителския интерфейс (User interface graphic design)



4. Графичен дизайн, свързан с публикациите (Publication graphic design)

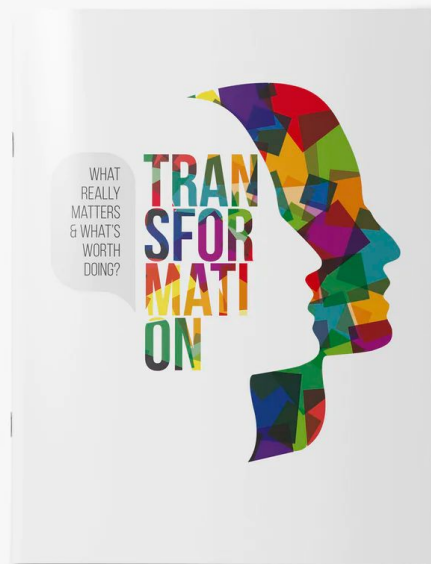
Публикациите комуникират с публиката чрез публично разпространение. Те са традиционните носители на печат като книги, вестници, списания, каталози и бюлетини.

Въпреки че се наблюдава значителен ръст в цифровото публикуване, тези традиционни методи са все още актуални.

4. Графичен дизайн, свързан с публикациите (Publication graphic design)



4. Графичен дизайн, свързан с публикациите (Publication graphic design)

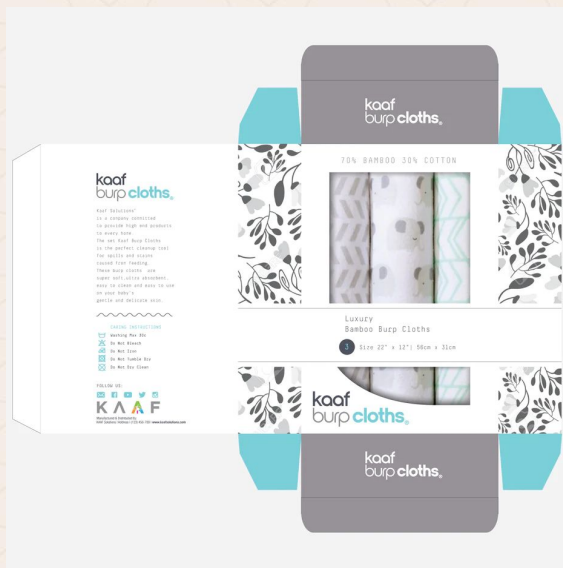


5. Графичен дизайн на опаковки (Packaging graphic design)

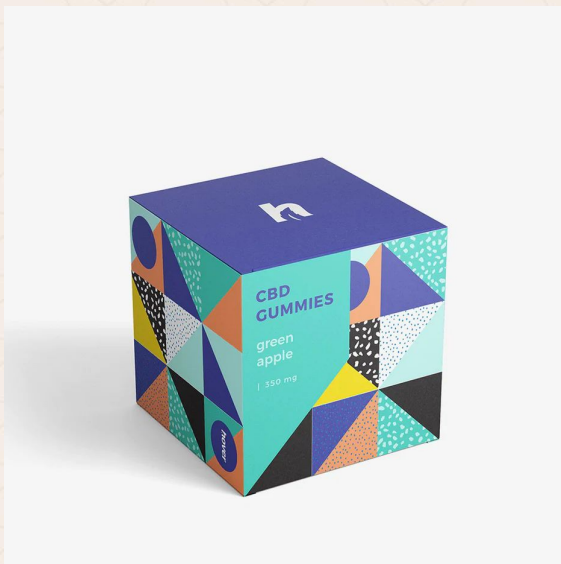
Повечето продукти изискват опаковка, която да ги предпази и подготви за съхранение, разпространение и продажба.

Дизайнът на опаковки, освен горепосоченото, комуникира с потребителите директно и това го прави изключително ценен маркетингов инструмент.

5. Графичен дизайн на опаковки (Packaging graphic design)



5. Графичен дизайн на опаковки (Packaging graphic design)



6. Графичен дизайн, свързан с движещи се елементи (Motion graphic design)

Графиките за движение могат да включват анимации, аудио, типография, изображения, видео и други ефекти, които се използват в онлайн медиите, телевизията и филмите.

Популярността на медията се покачи драстично след навлизането на новите технологии.

Примери за графичен дизайн, свързан с движещи се елементи са: анимирани логa, трейлъри, промоционални видеоклипове и други.

7. Екологичен графичен дизайн (Environmental graphic design)

Екологичният графичен дизайн е свързан с места, които подобряват общото преживяване на хората, правейки пространствата по-запомнящи се, интересни, информативни или по-лесни за навигиране.

Примери за екологичен графичен дизайн: стенописи, музейни изложби, навигация за обществен транспорт, брендиране на стадиони и други.

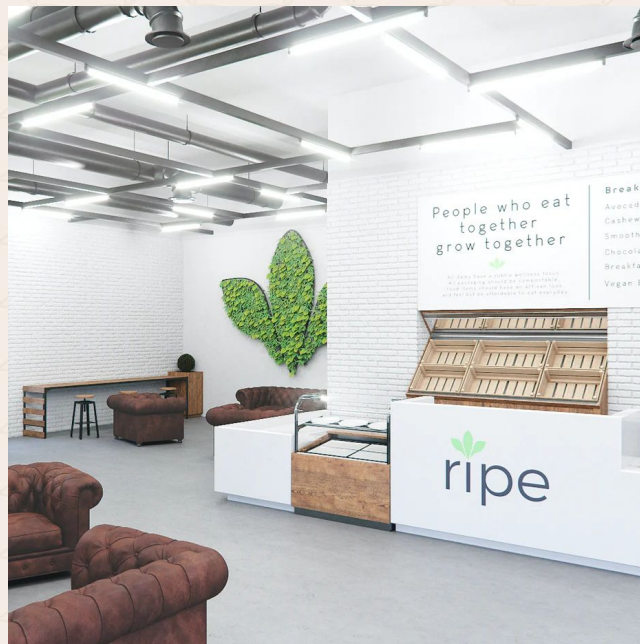
7. Екологичен графичен дизайн (Environmental graphic design)



7. Екологичен графичен дизайн (Environmental graphic design)



7. Екологичен графичен дизайн (Environmental graphic design)



8. Илюстративен графичен дизайн (Art and illustration for graphic design)

Графичното изкуство и илюстрацията често се разглеждат като един и същ тип графичен дизайн, но всъщност са много различни. *Дизайнерите създават композиции, чрез които общуват и решават проблеми, докато илюстраторите създават оригинални произведения на изкуството.* Изкуството на последните приема редица форми като идеи за: дизайн на тениски, графични модели за текстил, изображения за албуми, картини и инфографики.

8. Илюстративен графичен дизайн (Art and illustration for graphic design)



8. Илюстративен графичен дизайн (Art and illustration for graphic design)



8. Илюстративен графичен дизайн (Art and illustration for graphic design)



9. 3D индустриален дизайн



10. Продуктов дизайн

Продуктовият дизайн обединява в себе си огромно количество от специфични познания, които са необходими за превръщането на идеите за даден продукт в реалност, и често е определящ за успеха му.

Продуктовият дизайн е процес, по време на който чрез генериране и развиване на иновативни идеи се създава нов продукт. Успешният продуктов дизайн включва креативност, функционалност и технология. Създаването и реализирането на продукт е един изключително сложен процес, в който дизайнът е малка част от целия цикъл. Въпреки това, дизайнът играе съществена роля, когато става въпрос дали един продукт е успешен или не.

10. Продуктов дизайн

Дизайн процес тук се състои от следните основни фази:

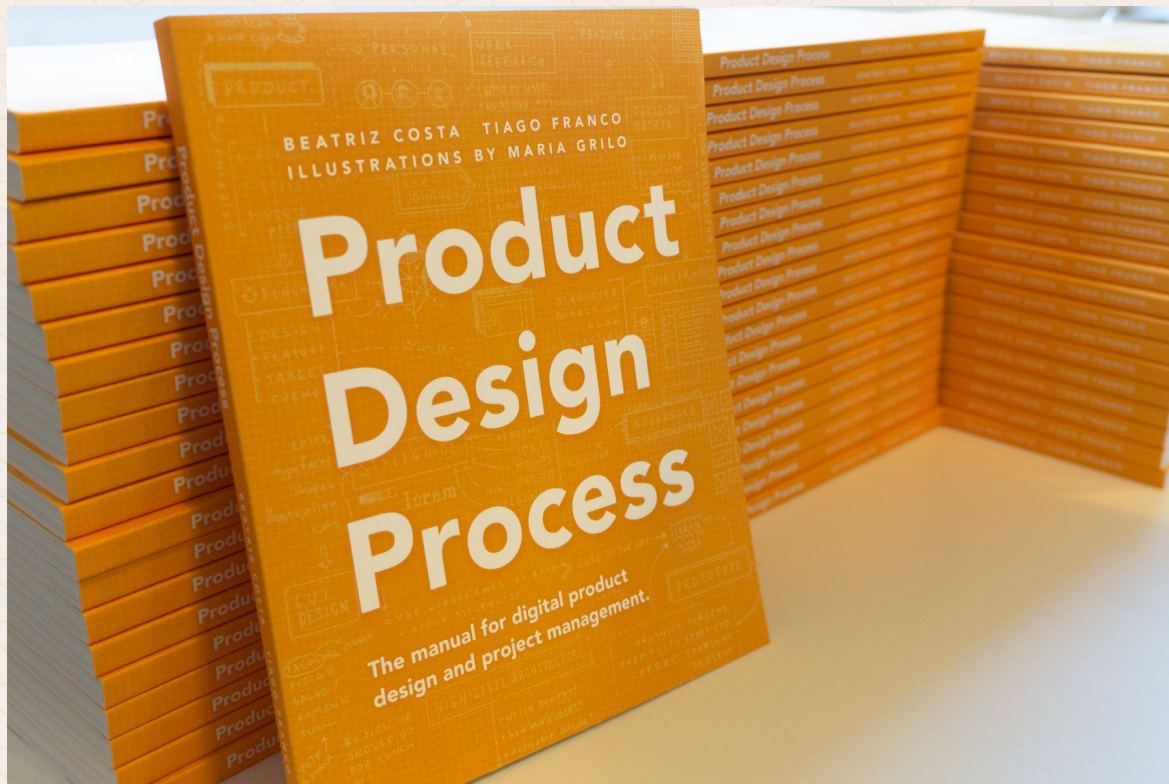
1. Фаза Планиране;
2. Фаза Проучване;
3. Идейна Фаза;
4. Фаза Реализация;
5. Фаза Презентация.

10. Продуктов дизайн

Дизайн процес тук се състои от следните основни фази:

1. Фаза Планиране;
2. Фаза Проучване;
3. Идейна Фаза;
4. Фаза Реализация;
5. Фаза Презентация.

10. Продуктов дизайн



10. Продуктов дизайн

Тоест, най-общо продуктивият дизайн се отнася до процесите, които дизайнерите следват, за да създадат, разработят и предоставят решение за потребителите, по отношение на специфични нужди на пазара.

Концепцията за продуктов дизайн често се припокрива с дизайна на промишления продукт, който се отнася до тези, създадени чрез техники за масово производство (например iPhone, тостер, китара, стол и др.).

Важно подмножество на продуктивия дизайн е **дигиталният продуктов дизайн**. Под дигитален продукт се разбира нематериална стока или услуга като уеб сайт или приложение.

10. Продуктов дизайн

Тоест, най-общо продуктивият дизайн се отнася до процесите, които дизайнерите следват, за да създадат, разработят и предоставят решение за потребителите, по отношение на специфични нужди на пазара.

Концепцията за продуктов дизайн често се припокрива с дизайна на промишления продукт, който се отнася до тези, създадени чрез техники за масово производство (например iPhone, тостер, китара, стол и др.).

Важно подмножество на продуктивия дизайн е **дигиталният продуктов дизайн**. Под дигитален продукт се разбира нематериална стока или услуга като уеб сайт или приложение.

10. Продуктов дизайн

Едно от най-големите погрешни схващания за дизайна е, че той е свързан само с естетиката, но това не е изцяло вярно. Външната визия наистина е от съществено значение; дизайнът обаче е свързан също с това как работи един продукт. Става дума да предоставим на клиента полезен и практичен опит с продуктите. Просто казано, продуктивният дизайн се стреми да предостави решения на проблемите и това е правило номер за успешното създаване на продуктите и услугите.

Оттук **продуктивният дизайнер** е отговорен за създаването на продукти, които удовлетворяват специфичните бизнес/пазарни нужди на потребителите, предоставяйки ценно и полезно изживяване. За да разработят решения, продуктите дизайнери трябва да идентифицират проблемите на крайните потребители, което е първата стъпка от процеса на проектиране на продукта.

10. Продуктов дизайн

Изключително важно е да се разбере кой ще използва продукта, а не само какъв проблем е предназначен да реши. Разбирането на потребителя е станало толкова важно, колкото и възприемането на проблема, тъй като първото води до решението.

Освен това продуктовият дизайнер може да е натоварен с различни работни функции, което означава, че той може да бъде едновременно UI дизайнер, UX дизайнер, Interaction дизайнер, дизайнер на скици (wireframes) и прототипи. Различните компании могат да притежават различни дефиниции и изисквания към функциите по отношение на фазите на процеса на проектиране на продукти, в които работи продуктовия дизайнер.

10. Продуктов дизайн

Изключително важно е да се разбере кой ще използва продукта, а не само какъв проблем е предназначен да реши. Разбирането на потребителя е станало толкова важно, колкото и възприемането на проблема, тъй като първото води до решението.

Освен това продуктивият дизайнер може да е натоварен с различни работни функции, което означава, че той може да бъде едновременно UI дизайнер, UX дизайнер, Interaction дизайнер, дизайнер на скици (wireframes) и прототипи, да създава и прилага различни дизайн системи.

Различните компании могат да притежават различни дефиниции и изисквания към функциите по отношение на фазите на процеса на проектиране на продукти, в които работи продуктивият дизайнер.

10. Продуктов дизайн

PRODUCT DESIGN PROCESS



RESEARCH

1. Briefing
2. Benchmark
3. Personas



IDEATION

4. User Journey
5. Decision Matrix
6. Wireframes
7. Mood board



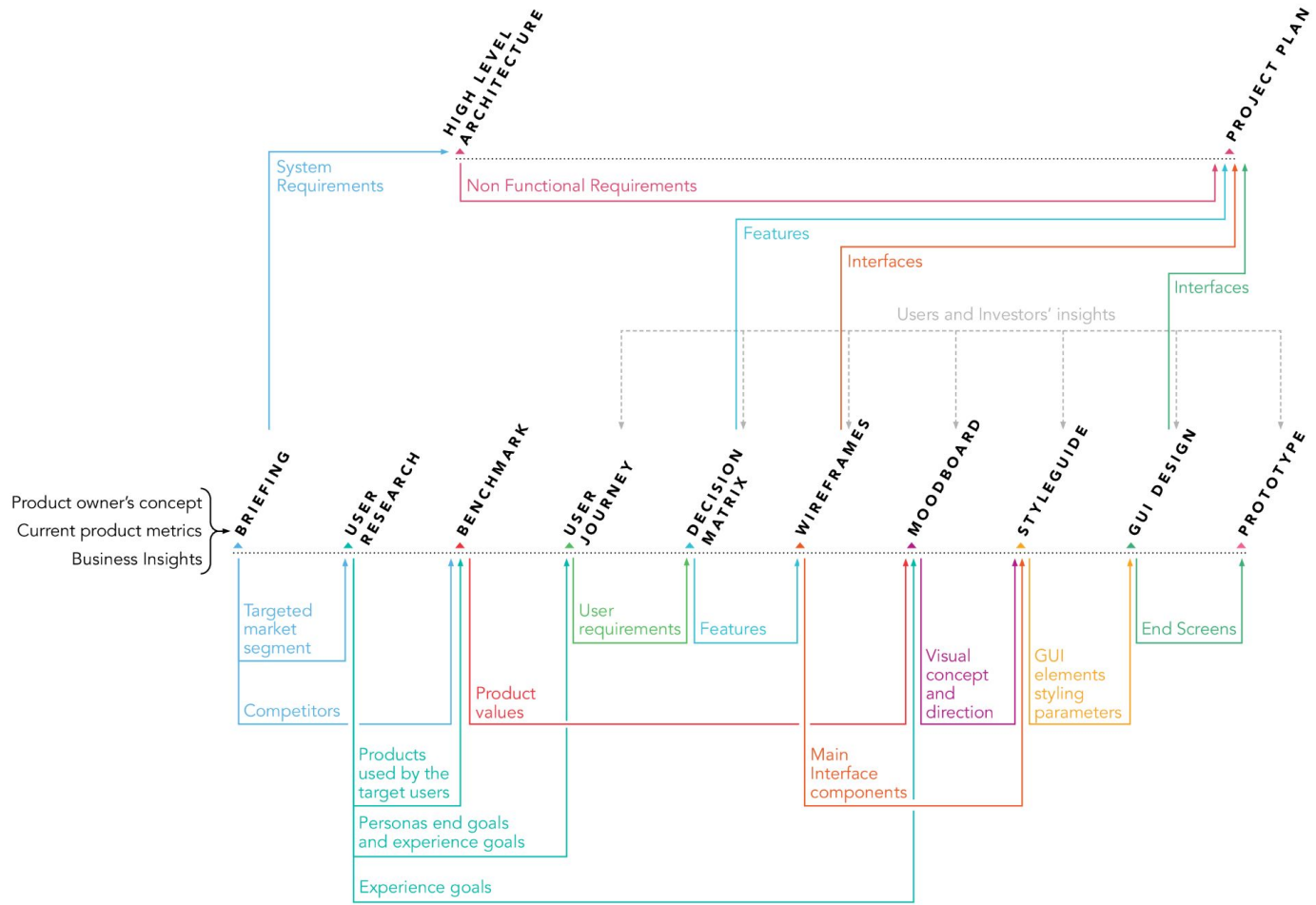
EXECUTION

8. Style Guide
9. GUI Design
10. Prototype

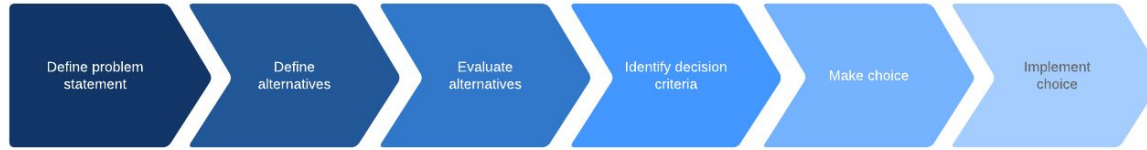


TECHNICAL ASSESSMENT

11. High-level architecture
12. Project plan



Process overview



Decision analysis

Decision to be made: We want to find the right learning management system that will help our employees develop new skills.

	Pixel	Western Knight	Sanders	Brighton
Quality	2	1	1	3
Cost	5	2	4	3
Ease of use	1	2	3	4
Support	1	2	4	4
Score	9	7	12	10

Rating scale: 1 = Doesn't meet criterion, 2 = Somewhat meets criterion, 3 = Meets criterion, 4 = Slightly exceeds criterion, 5 = Significantly exceeds criterion

Decision Matrix: Long Wait Time

Criteria →	Customer pain 5	Ease to solve 2	Effect on other systems 1	Speed to solve 2	
↓ Problems					
Customers wait for host	High—Nothing else for customer to do $3 \times 5 = 15$	Medium—Involves host and bussers $2 \times 2 = 4$	High—Gets customer off to bad start $3 \times 1 = 3$	High—Observations show adequate empty tables $3 \times 2 = 6$	28
Customers wait for waiter	Medium—Customers can eat breadsticks $2 \times 5 = 10$	Medium—Involves host and waiters $2 \times 2 = 4$	Medium—Customer still feels unattended $2 \times 1 = 2$	Low—Waiters involved in many activities $1 \times 2 = 2$	18
Customers wait for food	Medium—Ambiance is nice $2 \times 5 = 10$	Low—Involves waiters and kitchen $1 \times 2 = 2$	Medium—Might result in extra trips to kitchen for waiter $2 \times 1 = 2$	Low—Kitchen is design/space limited $1 \times 2 = 2$	16
Customers wait for check	Low—Customers can relax over coffee, mints $1 \times 5 = 5$	Medium—Involves waiters and host $2 \times 2 = 4$	Medium—Customers waiting for tables might notice $2 \times 1 = 2$	Low—Computerized ticket system is needed $1 \times 2 = 2$	13

Какво още е илюстративен дизайн?

Дизайнерски проект, който изисква илюстративен подход, за да реши даден графичен проблем.



Как да решим даден графичен проблем?

Ключът към решаването му се крие в креативния процес.

В този курс ще преминем през систематичен подход, използван от големите дизайнери в бранша.



Креативен процес



01

ПОДГОТОВКА

Какви проучвания трябва да направи дизайнерът, за да създаде подходящо и ефективно решение

03

ВЕКТОРИЗИРАНЕ

Прецизиране с помощта на софтуер

02

СЪЗДАВАНЕ НА ДИЗАЙНА

Детайлизиране преди дигитализиране

04

ПРЕЗЕНТИРАНЕ

Презентиране на вашето дизайнерско решение

Подготовка

Преди да започнем нашия дизайн, трябва да сме сигурни, че сме събрали цялата информация, от която се нуждаем.

Така ще можем да създадем един “информиран” дизайн.



Подготовка – Резюме

Документ, в който има въпроси, на които клиентът трябва да отговори.



Подготовка – Резюме

Примерни въпроси:

- Какви са Вашите цели?
- В каква посока искате да се развива Вашият бизнес?
- Каква е целевата Ви група?
- В коя демографска група предимно се намират Вашите клиенти?
- Подобни проекти, които са Ви направили впечатление.
- Дефинирайте критерии за успешен проект.
- Цветови предпочитания.
- Изберете ключови думи, които описват най-добре вашия бизнес.
- Крайни файлови формати, в които трябва да се предостави проекта.
- В какви размери трябва да се предостави проектът.

Подготовка – Резюме

Примерно резюме

Допълнителни съвети



Подготовка – Резюме

- Насърчавате клиента да се замисли по-подробно и да даде по-изчерпателна информация.
- Ще разберете очакванията на клиента относно неговия/нейния бизнес, клиенти и поставената креативна задача.
- Получавате изчерпателна информация.
- Създава се среда на доверие между Вас и клиента.
- Ако клиентът е с прекалено завишени очаквания (милиони приход след ребрандинг на марката, но не и подобряване качеството на продуктите), креативният процес може да приключи още тук.

Методи на креативно мислене

1. Word Associations (*Асоциации*)
2. Mind Mapping (*Картографиране на идеи, Мисловни карти*)
3. Before, During, After (*преди, по време, след*)
4. Storyboards

Word Associations (Асоциации)

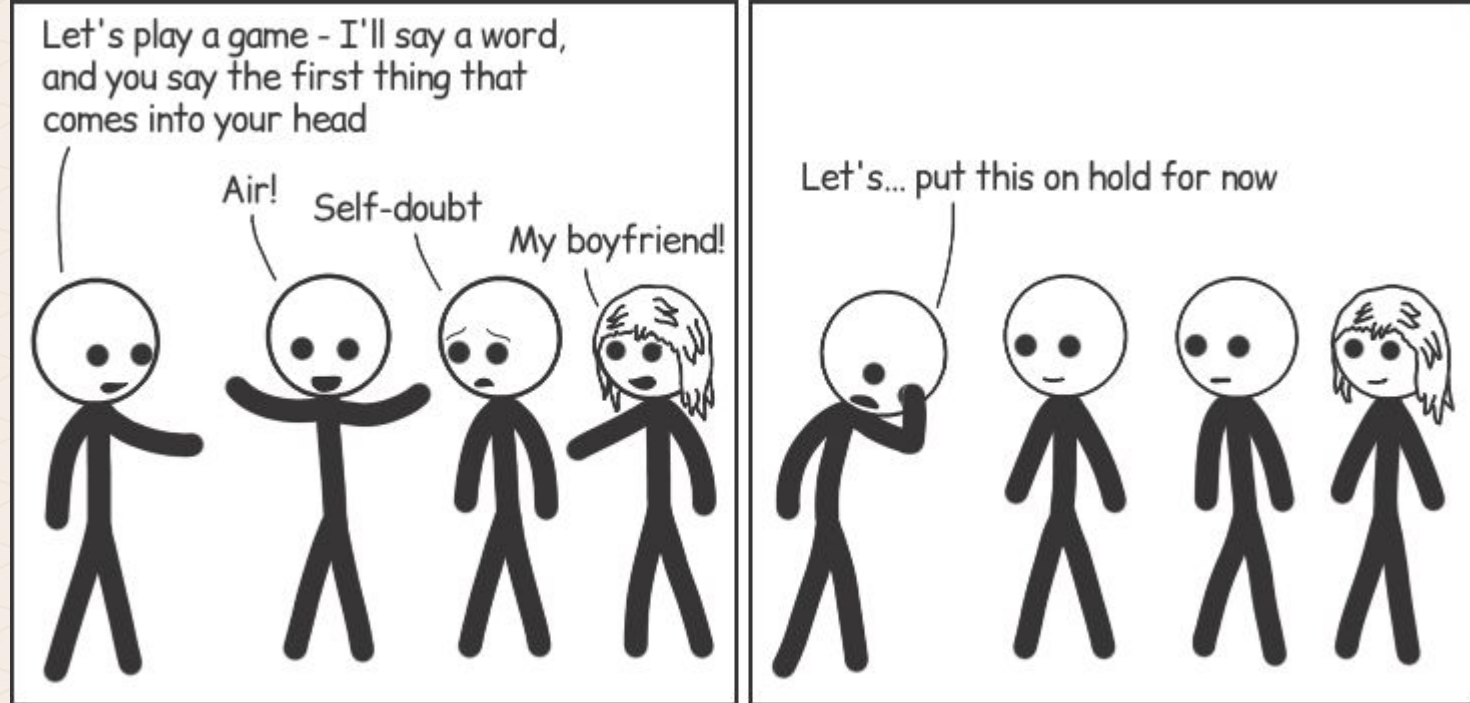
word
association

error

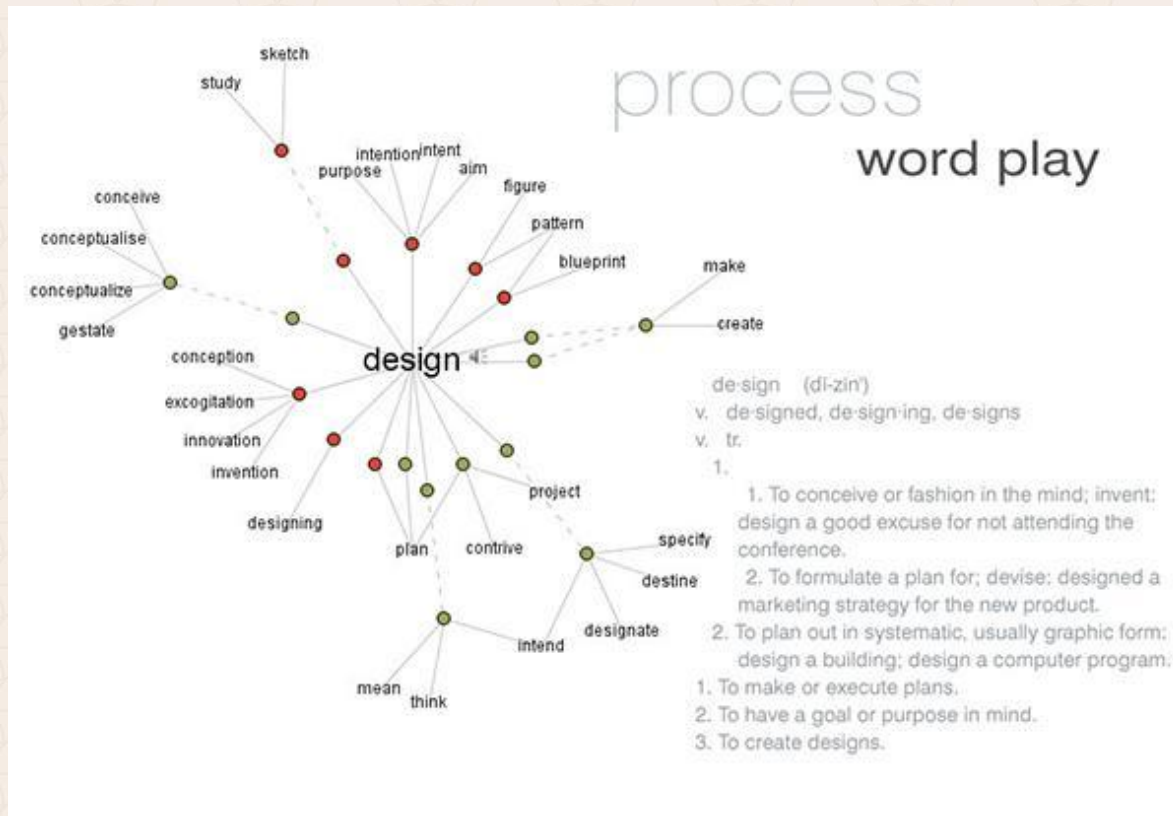
wrong eraser mistake
failure stress life red x wrong
mistake
code mistake F red x
message my life ariel computer
wonder skynet mistake mistake



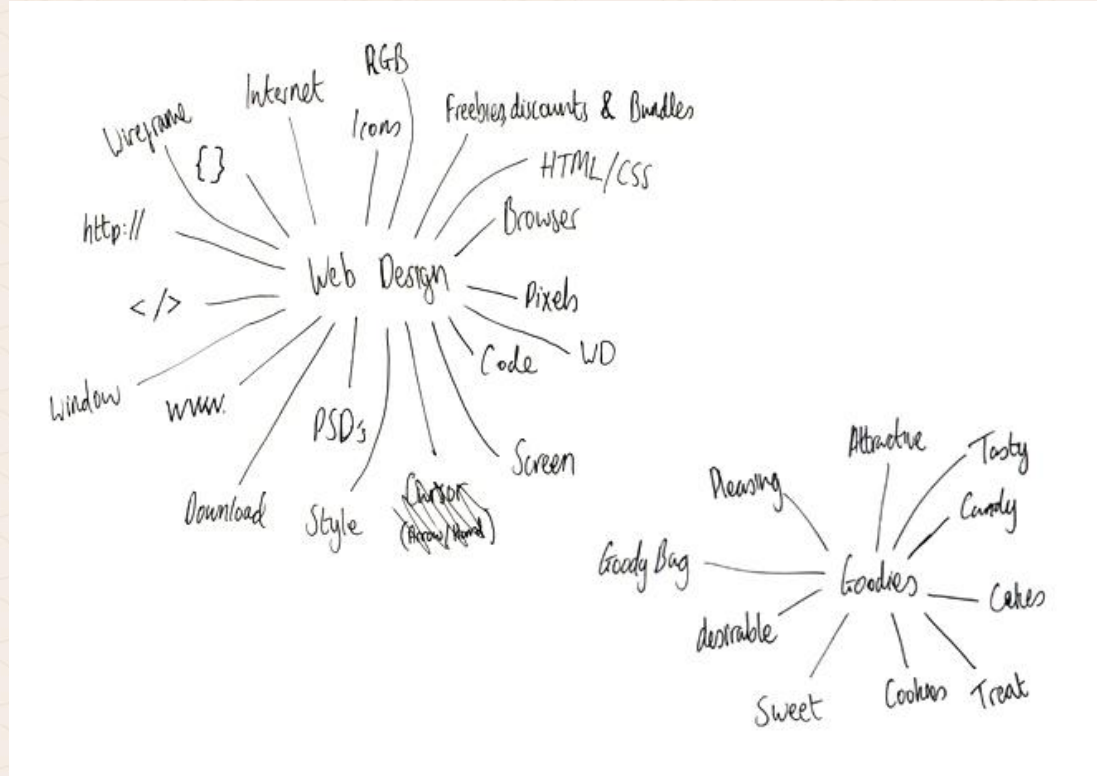
Word Associations (Ассоциации)



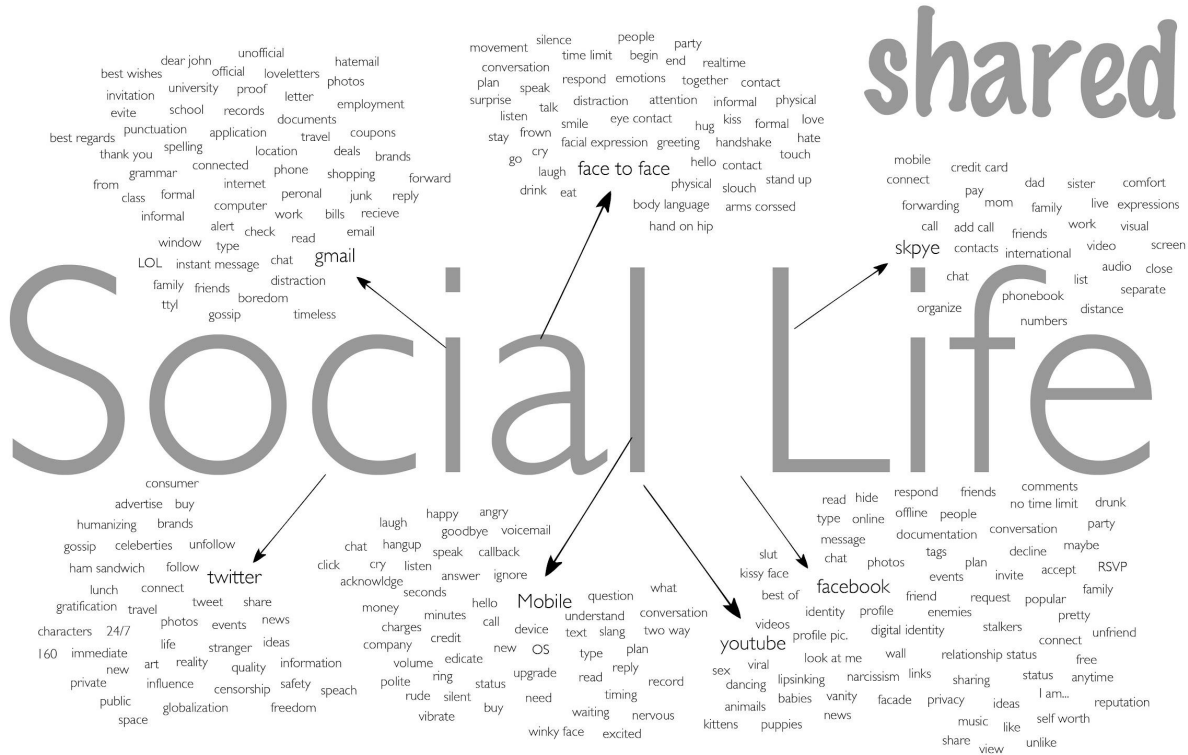
Word Associations (Ассоциации)



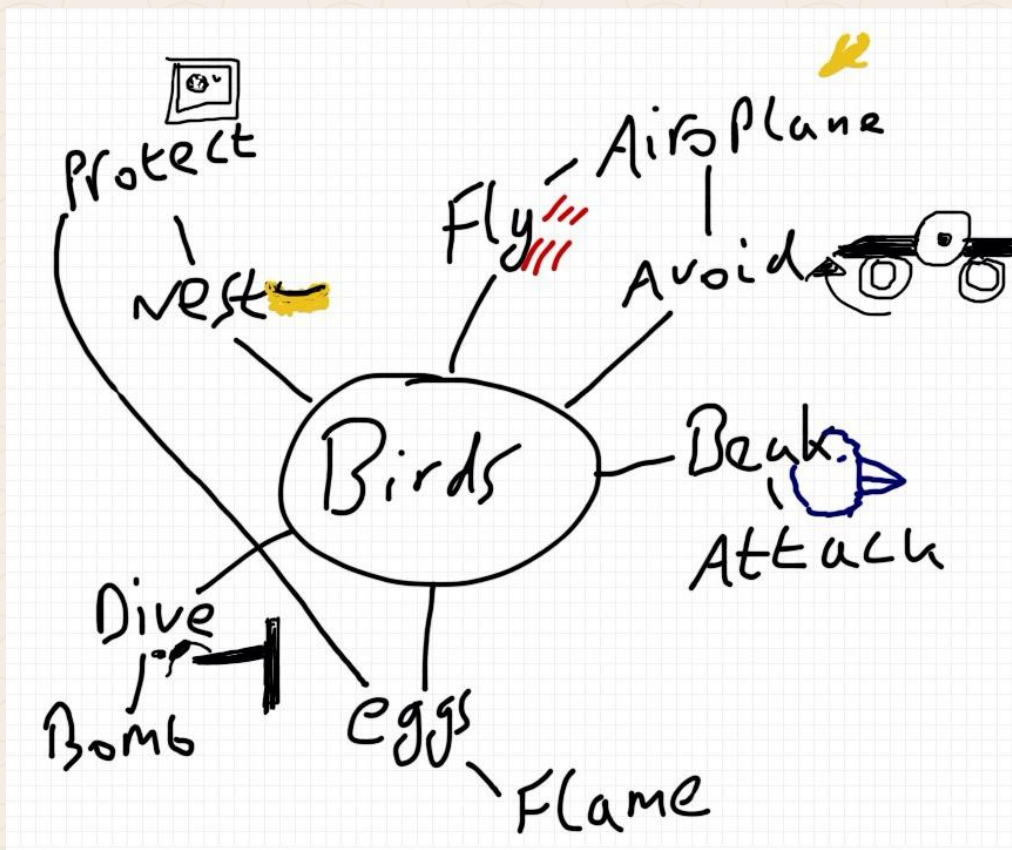
Word Associations (Ассоциации)



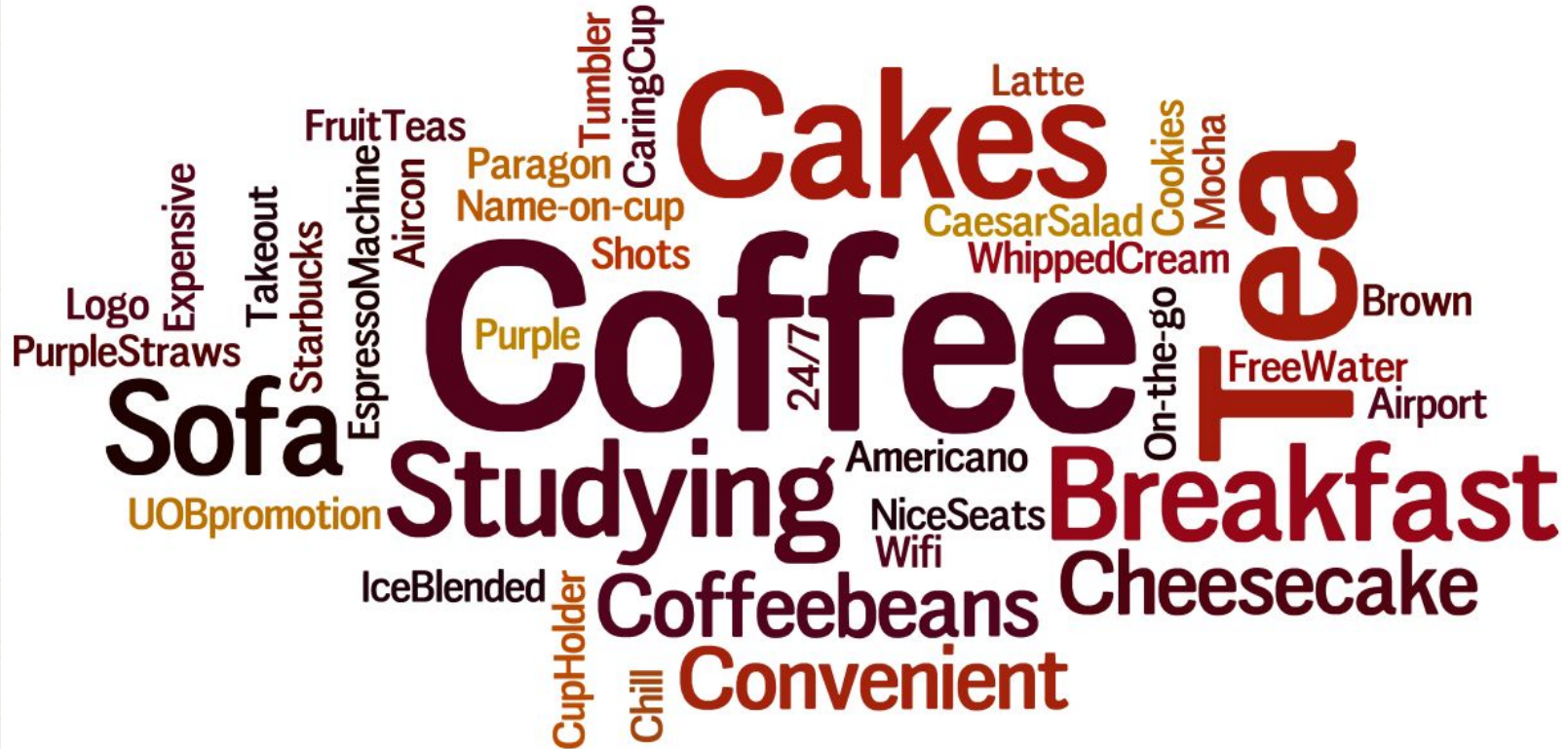
Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Ассоциации)



Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциации)



<https://wordassociations.net/en>

Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

Мисловните карти един от най-съвършените начини за водене на записки. Те са изобретени от Тони Бюзан към края на 60-те години на 20-ти век. Благодарение на този метод всяка информация може да бъде записана във вид, много близък до този, по който се подрежда в човешкия мозък. Мисловните карти са мощен инструмент, който улеснява разбирането и запаметяването на информация и стимулира развитието на творческата мисъл.

Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

Това са вид диаграми, които се използват за визуална организация на информацията. Обикновено те пресъздават единична опростена концепция за нещо, представена като картинка в центъра на празен, пейзажно разположен лист, около която са разположени свързани обекти чрез други картинки, текст, думи и други. Повечето идеи са свързани директно с основната централна концепция, а други се разклоняват от тях.

Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

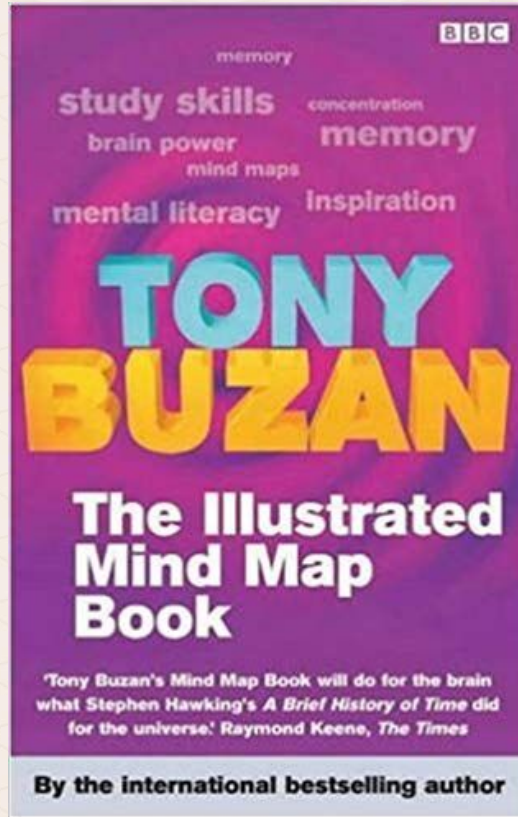
Друга тяхна дефиниция ги представя като графичен инструмент, който дава възможност по креативен и организиран начин да бъдат изразени мисли, идеи и знания. Те са приложими във всеки един аспект от нашия живот.

Ефективността и яснотата на техния израз имат за задача да подобрят разбирането на информацията, която представят.

Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

Основните елементи при изграждане на мисловните карти са изображенията, цветовете и ключовите думи. *От своя страна, те стимулират двете основни функции, описващи “езика на мозъка” – асоциациите и въображението. Точно те активират както лявата, така и дясната половина на мозъка.*

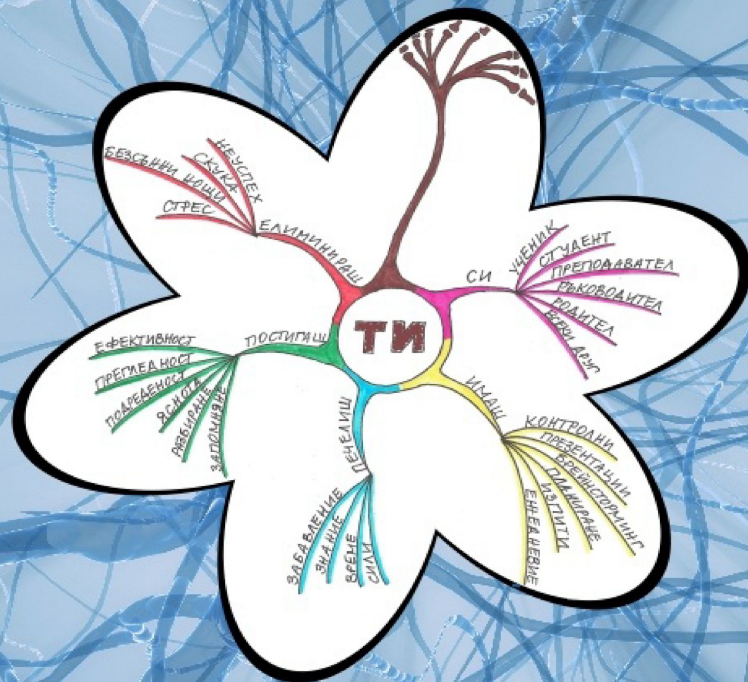
Чрез ключовите идеи и множеството разклонения, те ни дават свободата да обходим безкрайните възможности на нашия мозък.



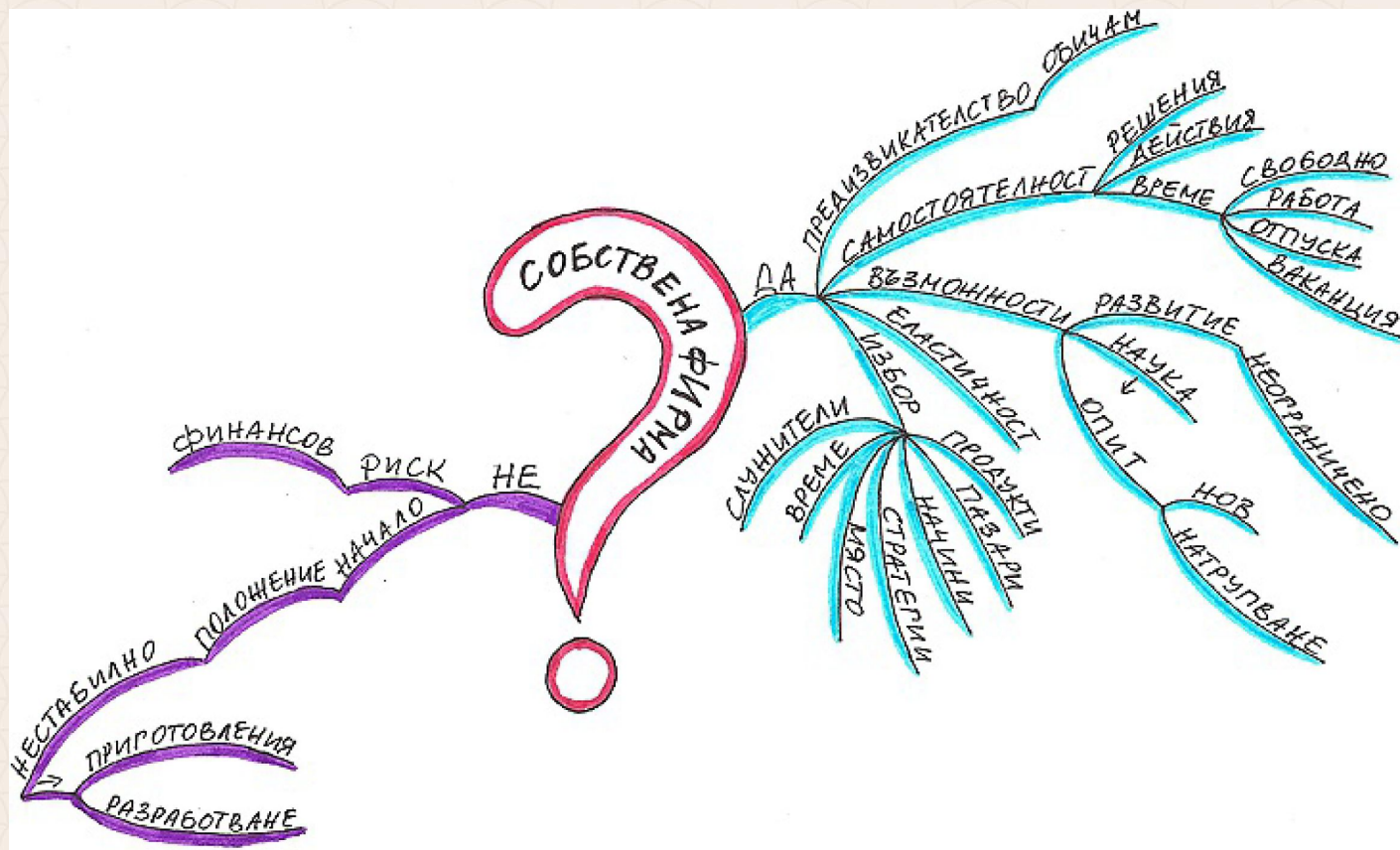
<https://matthewdrzymala.com/author/tony-buzan/4603/>

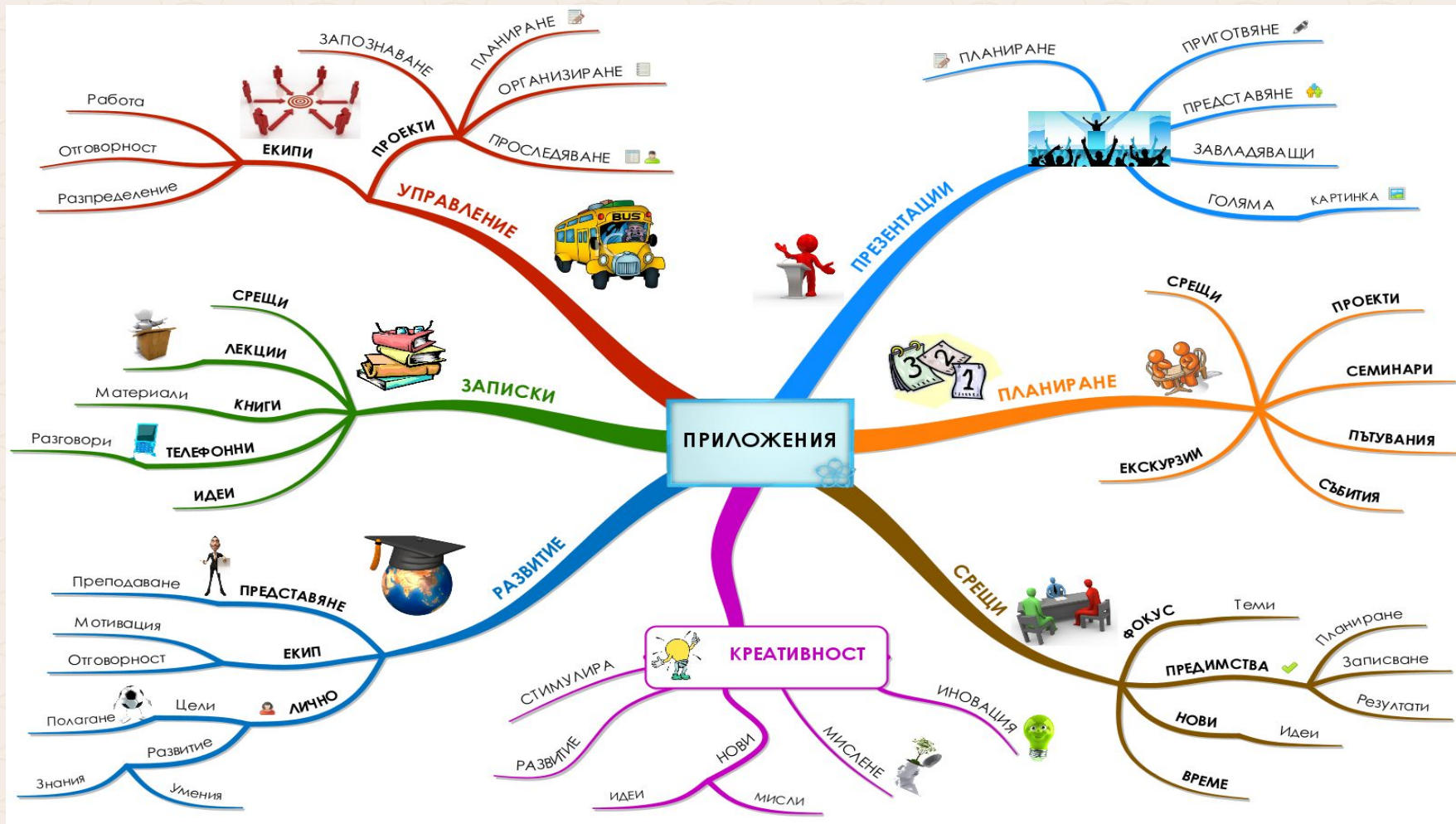
ИРЕНА СИДОР-РАНГЕЛОВА

НАУЧИ ЗА 7 ЧАСА КАК СЕ ПРАВЯТ МИСЛОВНИ КАРТИ

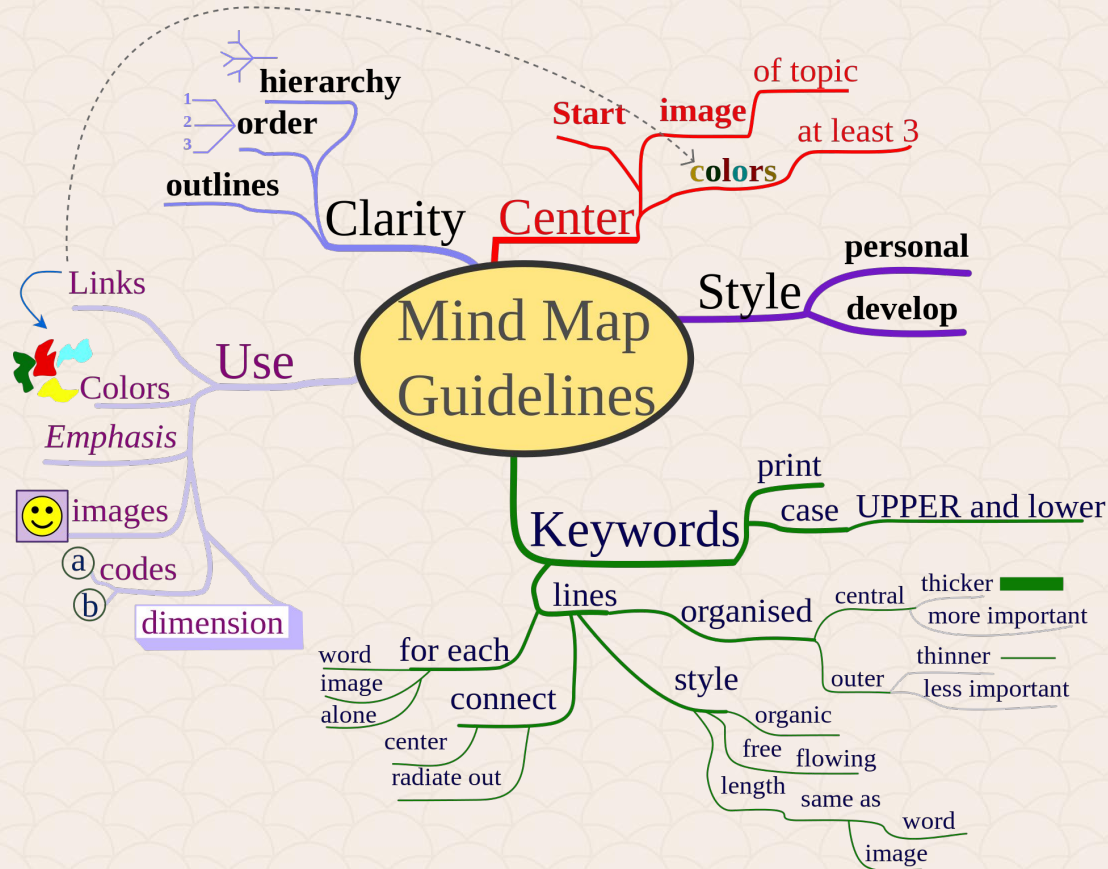


Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

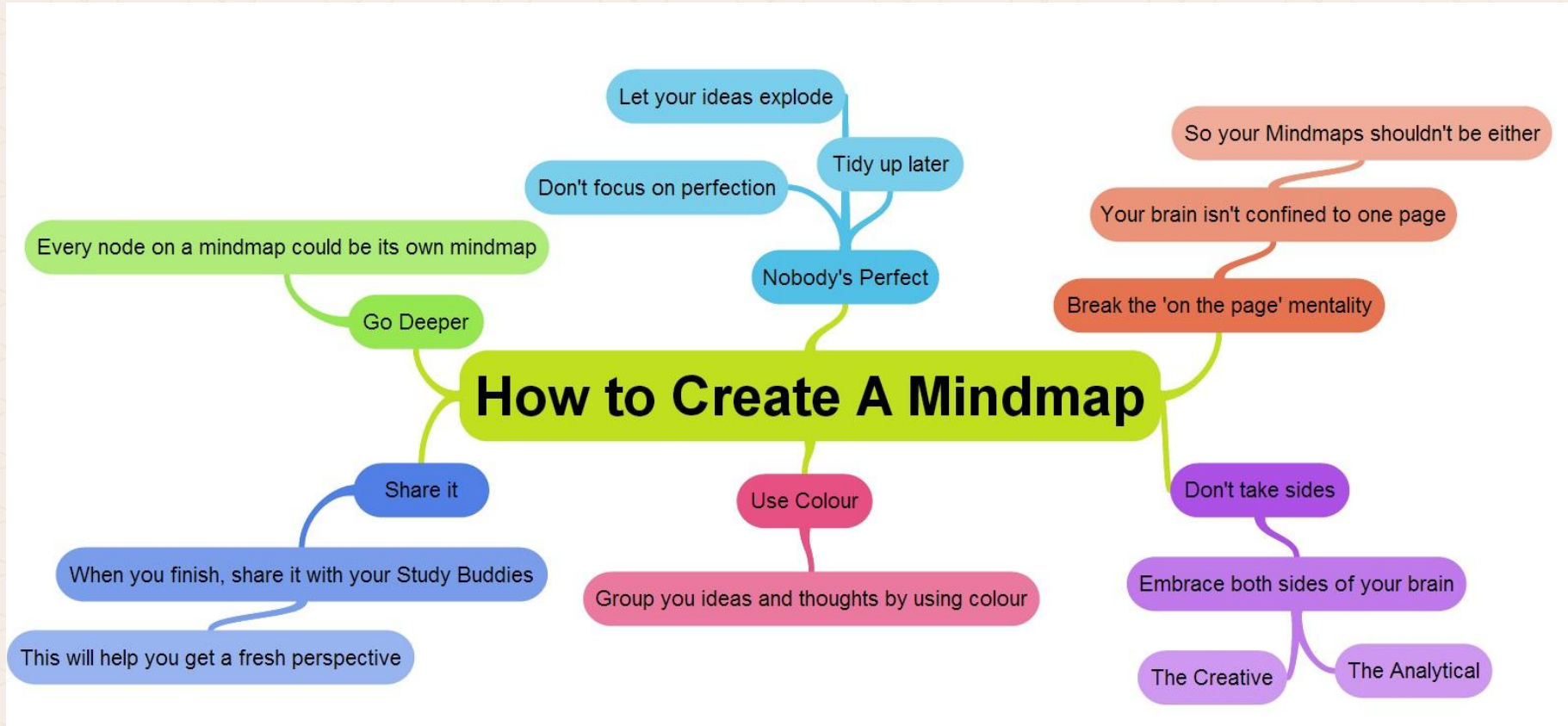




Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)



Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)



Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

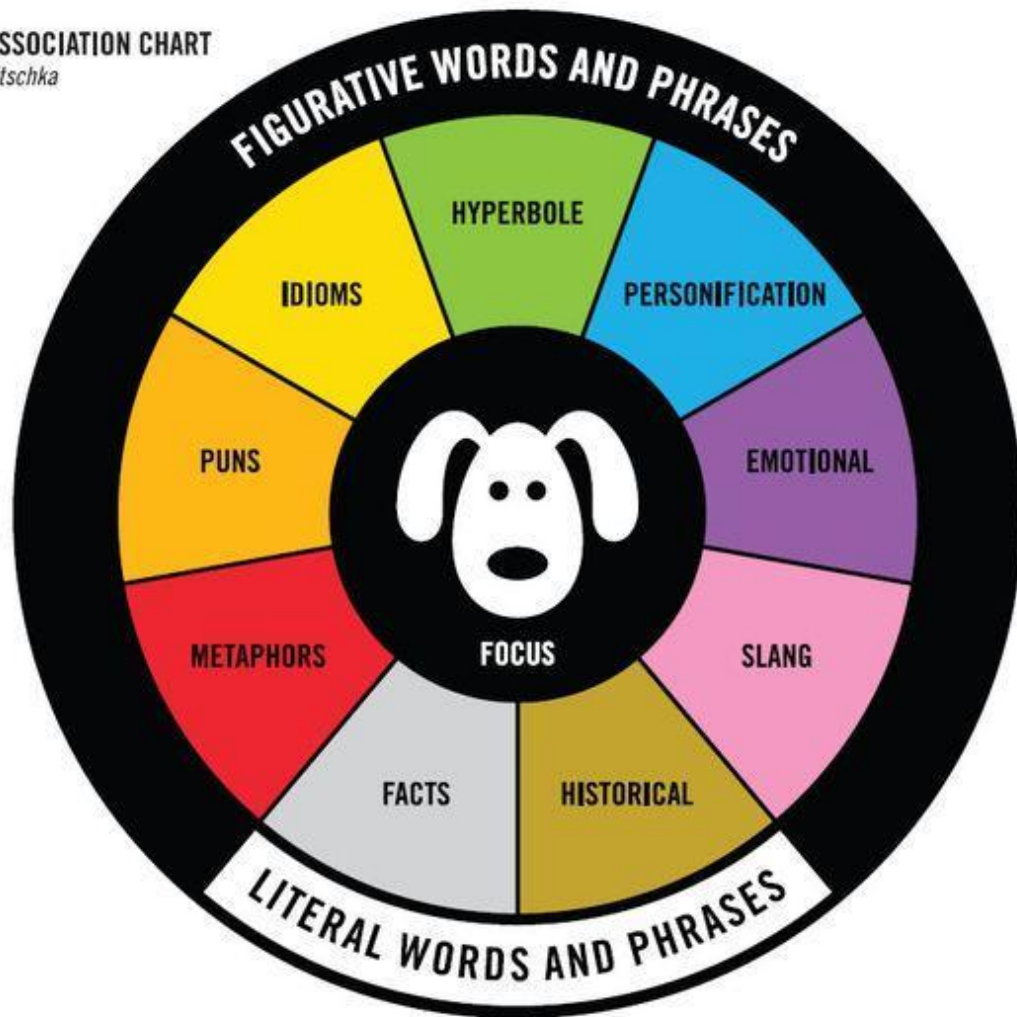


Методи на креативно мислене: Асоциации

1. Избирате тема.
2. Записвате на лист всички думи, които се сетите и са свързани с темата.
3. Търсите думи и фрази, които имат метафорично значение, както и такива с буквално.

WORD ASSOCIATION CHART

By Von Glitschka



METAPHORS

Eating words has never given
me indigestion.

PUNS

I have a new leash on life.

IDIOMS

You can't teach an old dog
new tricks.

HYPERBOLE

My dog is so ugly his only
friend is a cat.

PERSONIFICATION

The dog serenaded the moon
all night.

EMOTIONAL

Doggone it!

SLANG

Yo Dog!

HISTORICAL

Cerberus the hell hound from
Roman Mythology.

FACTS

Pet, Leash, Collar, Fleas,
Bark, Beg, Roll-Over, Bone.

Пример:

Тема: куче (продукт, свързан с кучета)

Метафори: Навън е кучи студ.

Идиом: Не може да научиш старо куче на нови номера.

Хипербола: Моето куче е толкова грозно, че единственият му приятел е котката.

Пример:

Тема: куче (продукт, свързан с кучета).

Исторически:

- Цербер (в древногръцката митология е куче с три глави, което пази входа на подземния свят, като пуска всеки да влезе, но никой да излезе).
- Кучето е най-добрият приятел на човека.

Ключови думи:

- домашен любимец, кайшкар, нашийник, лае, тича, моли за храна, въргаля се, гони кокал и др.

Асоциации

Помагат да забележиш и да откриеш скрити връзки.

Точно тези връзки могат да те доведат до ефективно визуално решение на зададената графична задача.

Методи на креативно мислене: Mind Mapping (Мисловни карти)

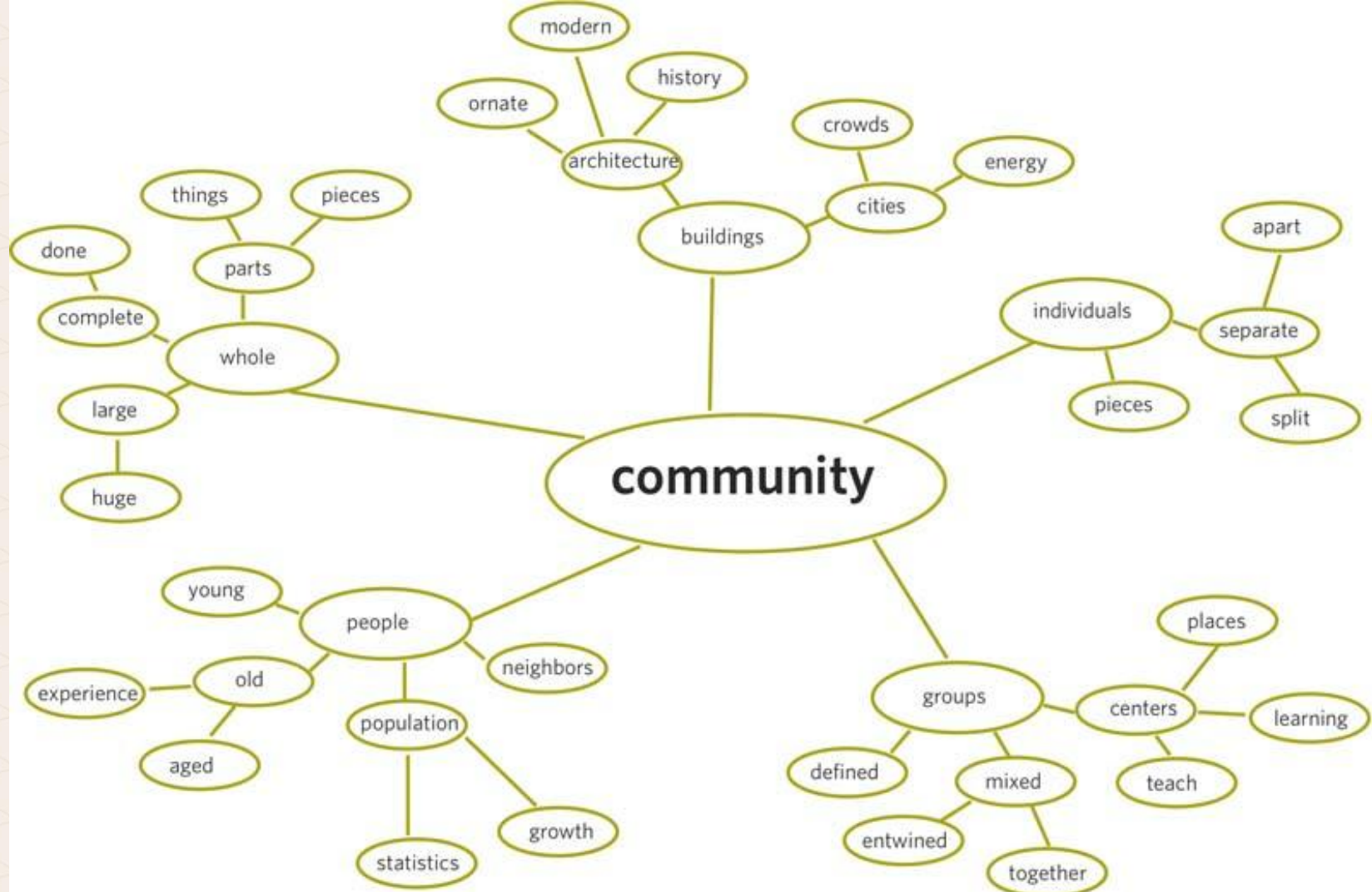
- Отново избираме тема.
- Отпускаме въображението си да прави връзки, като всяка следваща е свързана с предишната.
- Когато достигнем до “Задънена улица”, се връщаме отново в центъра при основната тема и започваме ново разклонение.

Пример:

Тема: Общност







Пример:

Задание към известния дизайнер Von Glitschka, (правил проекти към Disney, Coca Cola и др.).

Тема: Магазин за тропически риби.

Задание: Лого, което да е забавно, интересно и отговарящо на темата.

Клиентите са от Япония.

Mind Mapping:

Тропически риби: екзотични > уникални > странни и т. Н.

*Резултат от Mind Mapping, избрани ключови думи:
Уникални, Странни, Култура, Забавни, Гупи, Самурай.*

Результат:



Методи на креативно мислене: “преди, по време, след”

Метод, разработен от дизайнерът Jeff Pollard.

Тема, разглеждане през гледните точки на “*преди*”, “*повреме*” и “*след*”.

По този начин темата се разглежда от перспективи, които разкриват вторични значения и прозрения.

Пример:

Тема: дъжд.

Какво е преди дъжда? > Облаци...

По време на дъжд... ти трябва чадър.

След дъжд... има локви.

Результат:

Автор: Jeff Pollard
<http://pollarddesign.com/>



Storyboards

1. *Един от най-добрите начини за споделяне и уточняване на визия*
2. *Улеснява процеса на дизайн*
3. *Спестява време*

Как да направим Storyboard

1) Създайте празните слайдове

<https://www.sampletemplates.com/business-templates/project-storyboard-free-sample-example-format-download.html>

2) Добавете текста

3) Скицирайте поведението/сцените

Как да направим Storyboard





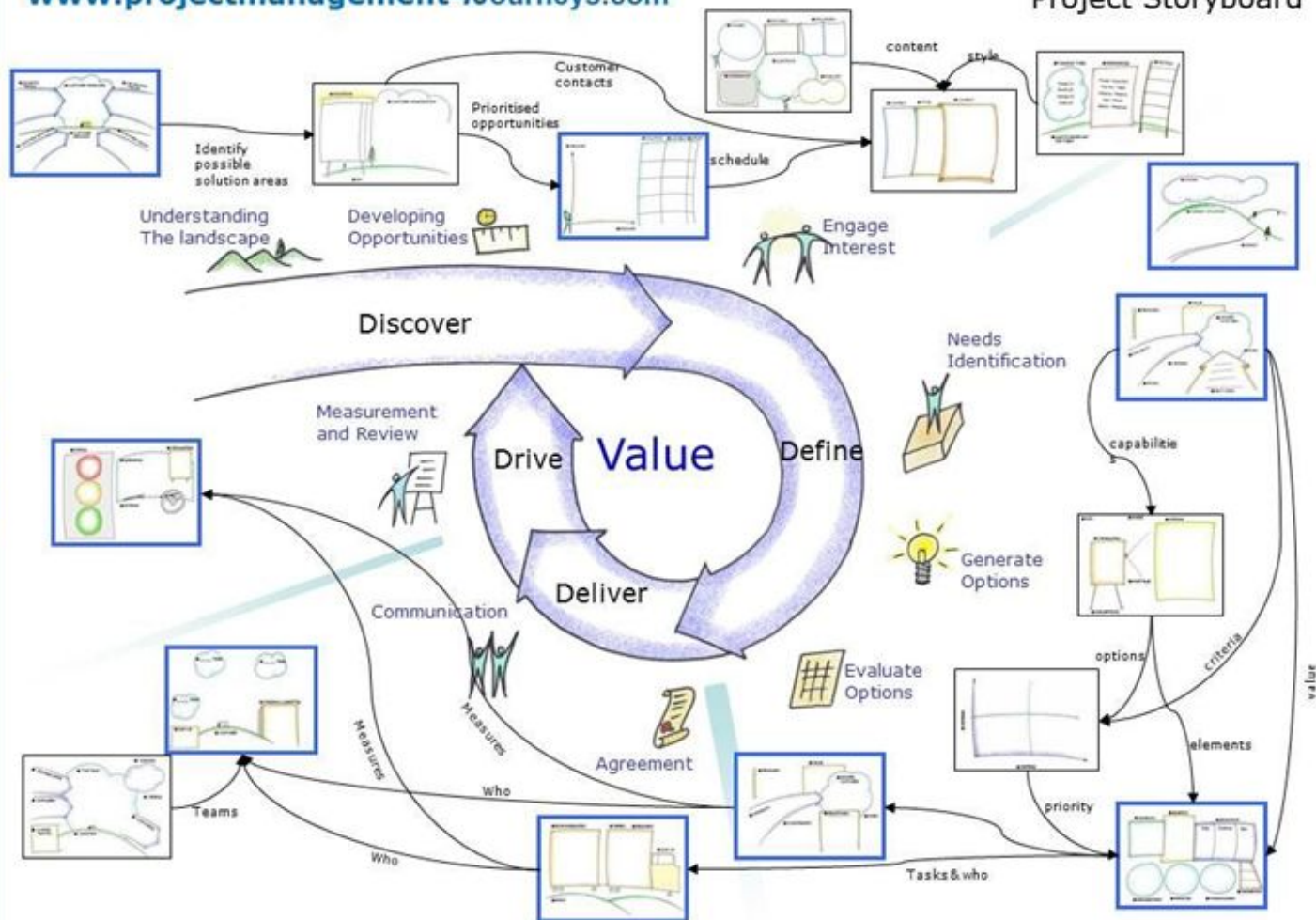








See Change



“I think, therefore I design”

Дизайнерите трябва непрекъснато да обогатяват познанията си.

Трудове по история, биология, архитектура, митология, физика, танци, музика и др.

*“Четенето е еквивалентно на мислене чрез нечий ум”.
С четенето ставаш по-добър “мислител”.*

Избиране на подходящ стил

Съществена част от решаването на даден графичен проблем.

Чрез стила може да достигнете до сърцето на публиката (*целевата група*).

Стилът може да привлече или отблъсне публиката.

Избиране на подходящ стил

Дори избраната идея след първата фаза (подготовката) да е добра, ако стилът е неподходящ за целевата група, дизайнът няма да изпълни целта си.

Избирайте стил според съобщението, което искате да предадете на публиката!

Помощни материали

Снимки

Графики

Списания (електронни и печатни)

Сайтове с безплатни картинки

Скици на известни художници, (напр. от Disney)

Пример:

Да се създаде лого за *Red Lion Christian Academy*.

Помощни материали



1 hour Lion King treeSketch



P. 21.05
Shweta Sharma

Результат:

Автор: Von Glitschka



RED LION

CHRISTIAN ACADEMY

Рисуване на дизайн

Всеки може да рисува.

Всички сме рисували като деца.

Правили сме го заради радостта от това да бъдеш креативен.

Защо хората спират да рисуват?

Защо хората спират да рисуват?

Заради страха, че няма да се получи толкова хубаво, колкото им се иска.

Тайната

Никога не спирайте да рисувате.

С времето ще ставате все по-добри.

Ключът е винаги да имате под ръка
молив и скицник.

*“The skill of drawing is like wine,
it only improves with time”.*

Von Glitschka



Създаване на скици

Първата стъпка от създаването на дигитално изображение.

Скица > малко изображение с набързо надраскани контури.

Използвайте събраната информация и я пресъздадете в скици.

Създаване на скици

Няма нужда от детайлни картини.

Просто вземете идея и я пресъздайте на хартия.

Колко скици трябва да направим?

Няма точно число, но е добра идея да направим много повече, от колко мислим, че ще ни трябват.
Минимум 50?!



Избиране на най-добрата

Оцеляват най-силните.

Фокусирайте се на тези, които най-добре предават желаното съобщение на публиката.

Подходящи ли са за различни печатни материали, лого, тениски и др?

Изберете трите най-силни скици и продължете с тях.

Прецизиране на скиците

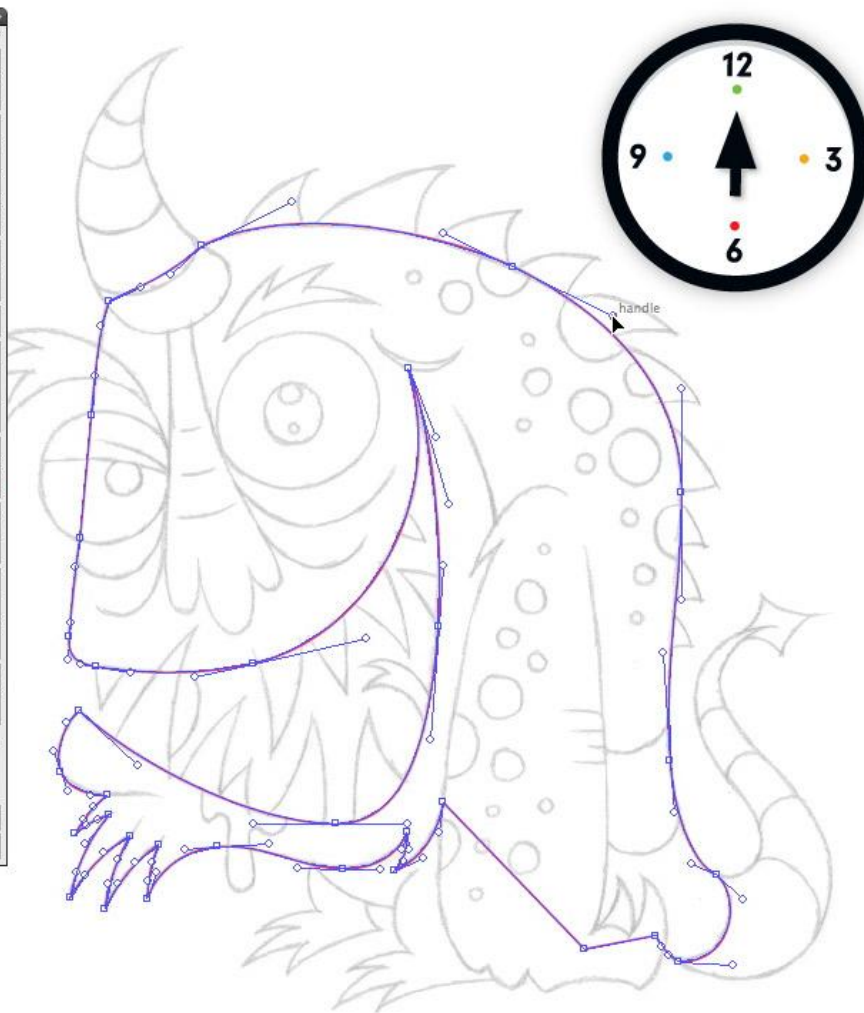
Много добри идеи се провалят, поради лоша реализация.

Целта е внимателно да преминем по целия път, така че да не загубим качеството на края.

Детайлизирането е вземане на грубата скица и рисуването ѝ наново, но с повече прецизност.

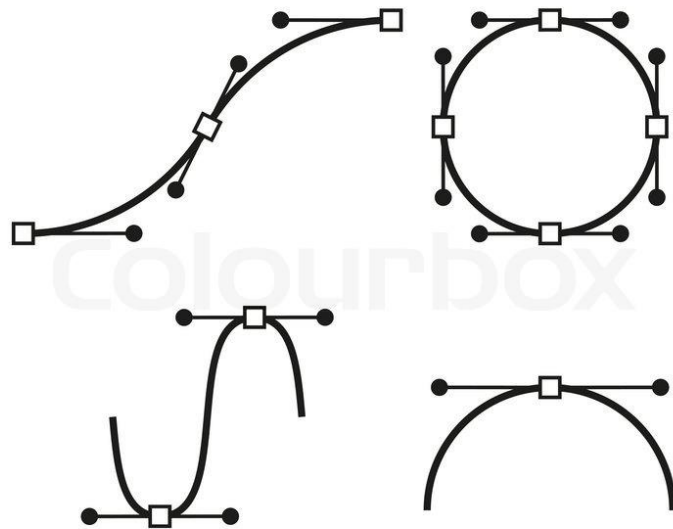


1. Сканираме скицата
2. Вмъква я ("Place") с Illustrator
3. Правим прозрачността на 20%, или колкото е нужно...
4. Проследяваме линиите с pen tool.

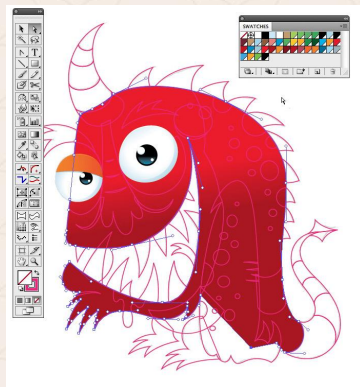
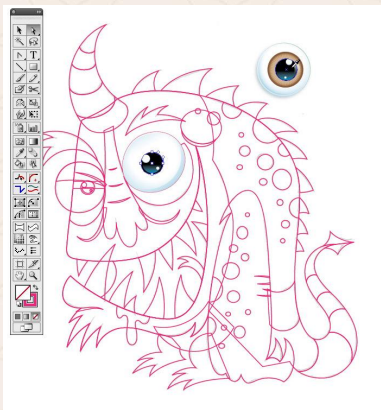
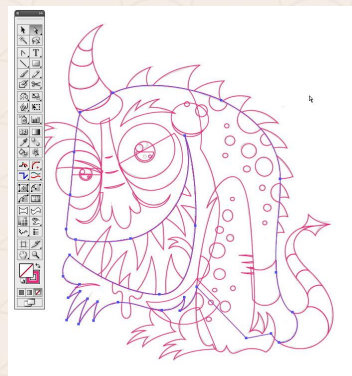
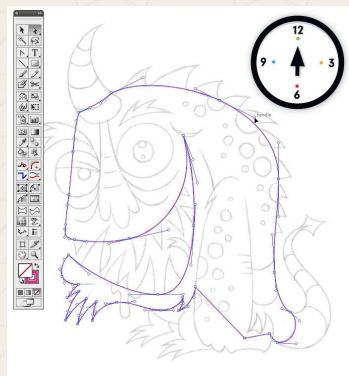


Построяване на вектори

Използват се
anchor points (котви)
и криви на Безие.







Симетрията е ваш приятел



Когато имате симетрични елементи във вашата композиция, може да използвате Reflection tool в Adobe Illustrator.

Това пести работа и прави визуално изображението математически точно.

Презентиране пред клиента

Последната фаза на креативния процес.

Ахилесовата пета за много дизайнери.
Страх.

Извън комфортната зона на повечето хора.

Умение, присъщо на хората от отдел
“Продажби” и “Маркетинг”.

Как да презентираме ефективно идеите си?

1. Формат на презентацията
2. Описание на дизайна
3. Отклик на клиентските коментари

Формат на презентацията

1. Запазете фокуса върху дизайна.
2. Използвайте проекта, неангажиращ фон и вашето лого/име отдолу.
3. В момента презентирате вашата работа. Тя все още не е собственост на клиента. При одобрение предавате вашия проект на клиента, като премахвате името си от крайния файл.

Формат на презентацията

1. Представете на клиента различни стилове.
2. Подгответе всички варианти в общ PDF. Този формат се отваря на PC и Mac в 99.9% от случаите. Размерът му е малък. Клиентите могат лесно да го принтират, за да го покажат и на други хора.



<https://www.freepik.com>



PROPOSED LOGO DESIGN

MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA

COLOR VARIATIONS OF THE LOGO

MOKA MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA ESPRESSO.COFFEE.TEA

REDUCED IN SIZE

MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA

REVERSE

MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA

MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA

COLOR



FONT

TITLE LETTER KERNING AT 180

GOTHAM MEDIUM

TAGLINE LETTER KERNING AT 420

GOTHAM MEDIUM



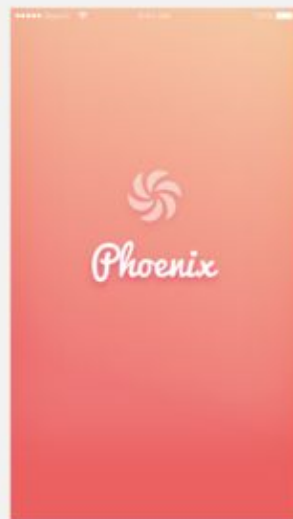
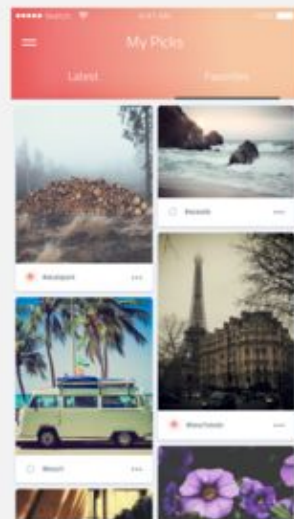
Distance 12:56 km
Step 4,753
Weight 68,5 kg



- Design Review - 10:00 - 11:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah
- Lunch - 12:00 - 13:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah
- Design Meeting - 14:00 - 15:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah



- Griffith Observatory - 10:00 - 11:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah
- Lunch - 12:00 - 13:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah
- Design Meeting - 14:00 - 15:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah





new

Poloshirt

Artikel Nr. 05581/40X

39,99 €

inkl. gesetzl. MwSt und zzgl. [Versandkosten](#)

Beschreibung

Farbe: brown



Größe: XL

[Hilfe bei den Größen?](#)

XL

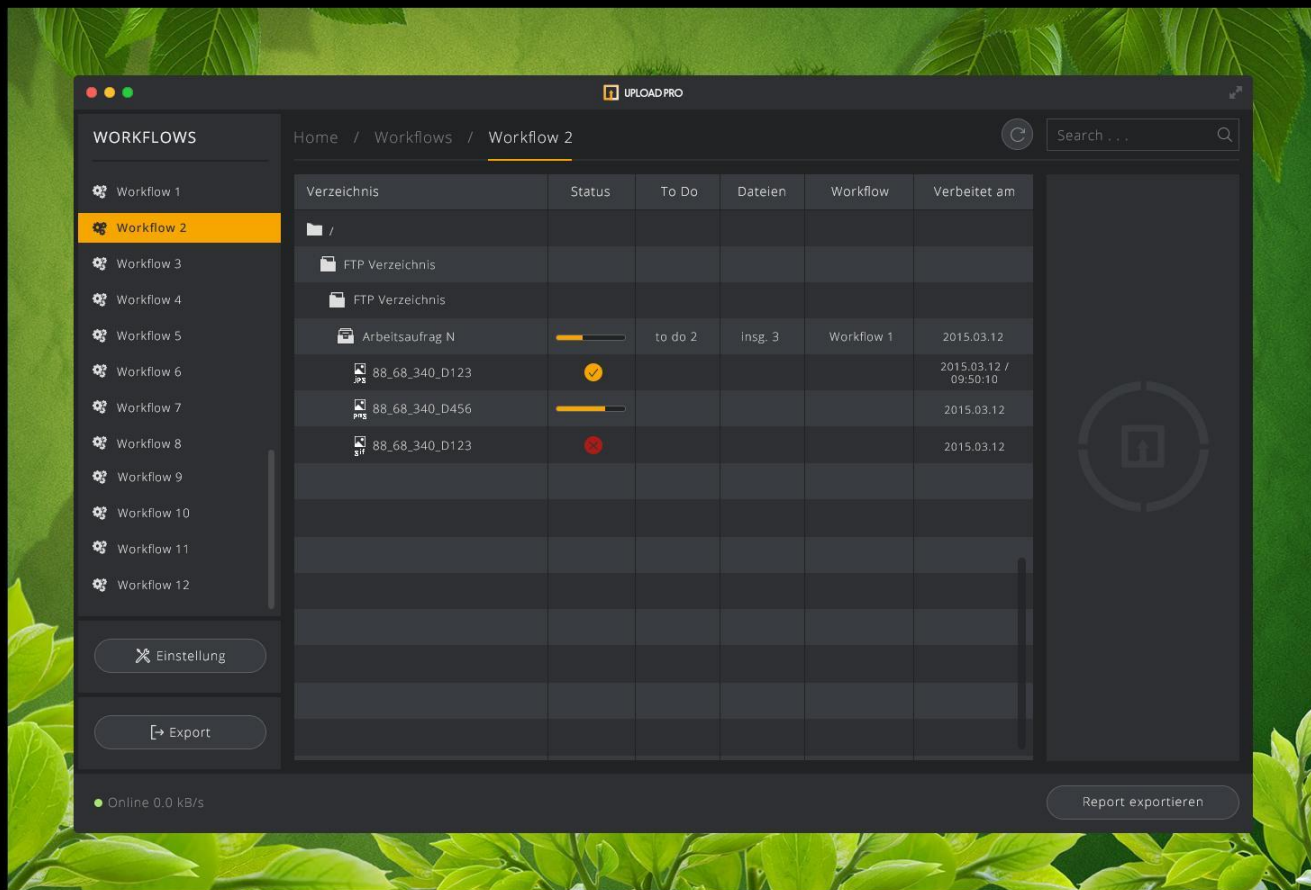
lieferbar

Artikel wird direkt vom Hersteller ausgeliefert

In meine Einkaufstasche

[Auf meine Merklste](#)

[Artikel weiterempfehlen](#)



PAGE NAVIGATION ICONS



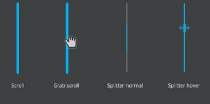
PAGE SLIDER ELEMENTS



PAGE TOOLTIP ELEMENTS

Menu öffnen

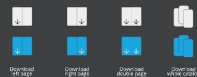
SCROLL AND SPLITTER ELEMENTS



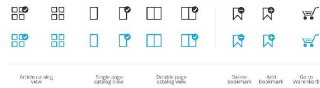
TEILEN SPECIFIC ICONS



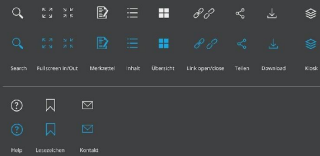
PDF DOWNLOAD SPECIFIC ICONS



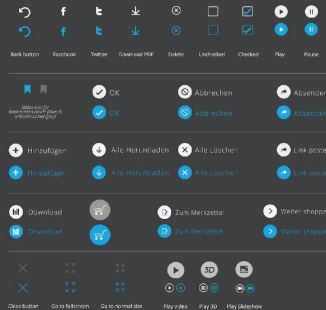
MAIN ICONS IN CATALOG HEADER



MAIN MENU ICONS



ICONS IN DIFFERENT MODULES



LINK ICONS



iMAC MOCK-UP

SMART OBJECT - ORGANIZED LAYERS







Описание на дизайна

1. Покажете дизайна на своите клиенти.
2. След като разгледат, разкрийте своята визия с добре подготвена обосновка.
3. Клиентите ще видят възможностите, които предоставя вашия дизайн.
4. Бъдете позитивни, креативни и приключенски настроени.

Коментари на клиента

1. Коментарите са очаквани.
2. Клиентите трябва да останат щастливи.
3. *4 въпроса, които трябва да си зададете при желание на клиента да промени нещо:*
 1. Тази промяна ще засили или отслаби дизайна?
Ако ще подобри дизайна, направете я. Ако ще го отслаби, обосновайте се защо.
 2. Промяната логична ли е?
Ако тази промяна не е базирана на поставените първоначални изисквания, внимателно припомнете на клиента това.

Коментари на клиента

След промяната дизайнът ще бъде ли подходящ за целевата група?

Понякога клиентът накланя везните към собствените си предпочитания.

Как да го направя по-добре?

Ако промяната на клиента се приеме да бъде направена, помислете как да бъде още по-добра. Посочете, че това е добро начало, откъдето да започнете. Това са моментите, които градят доверие между клиент и дизайнер.

Renewable creative energy

След всеки проект остават неодобрени идеи. Те не са задължително лоши, просто не отговарят на съобщението, което клиентите искат да предадат на своята публика.

Съхранявайте тези скици, защото може да ги използвате при друг клиент със сходен бизнес.

What are you waiting for?

Go design something!

Източници

Adobe Illustrator CC 2017: Официален курс на Adobe Systems, АлексСофт, 2018, ISBN 9789546563422

Adobe Illustrator CC Classroom in a Book (2018 release), Brian Wood, 2018, ISBN-10: 0-13-485249-4

Adobe Illustrator CS4 Официален учебен курс, С., СофтПрес, 2009, ISBN 9789546856906

Смит, Д., К. Смит, Ф. Герънтъби, Illustrator CS5 For Dummies. Кратко ръководство, С., АлексСофт, ISBN 9789546562371

Дженифър Смит, Кристофър Смит, Фред Герънтъби

Ууд, А., "Цифрова палитра на графичния дизайнер". С., ДуодИЗАЙН, 2007, ISBN: 9548396300

CorelDraw X4 в лесни стъпки, С., СофтПрес, 2008, ISBN: 9789546858405

Източници

Adobe Press books, Adobe Illustrator CC Classroom in a Book, 2013 Adobe Systems Incorporated, ISBN-10: 0-321-92949-7

Wambolt, R., "Bring It Home with CorelDRAW: A Guide to In-House Graphic Design", Cengage Learning, 2012

GLITSCHKA V., Vector Basic Training: A Systematic Creative Process for Building Precision Vector Artwork, New Riders, 2011 by by Glitschka Studios, ISBN 10: 0-321-74959-6

<http://www.lynda.com/Illustrator-tutorials/What-illustrative-design/109450/119897-4.html>

<http://mindmapping.bg>

Сидор-Рангелова И., "Научи за седем часа: Как се правят мисловни карти", <http://biblio.bg/>

<https://creately.com>

Източници

8 типа графичен дизайн

<http://design-depot.eu/blog/2018/10/15/8-%D1%82%D0%B5-%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%B0-%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%BD-%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD/>

The 8 types of graphic design

<https://99designs.com/blog/tips/types-of-graphic-design/>

Product design

<http://4inchesdesign.com/produktov-dizain/>

<https://www.imaginarycloud.com/blog/product-design-process/>

<https://asq.org/quality-resources/decision-matrix>

<https://www.lucidchart.com/blog/how-to-make-a-decision-matrix>

Изпит

Изпитът включва тест и практическа част, която се изпраща според заданията в сайта и се представя на изпита или по мейл-а, с кратко описание на стъпките по изготвяне на проекта:

maya@fmi-plovdiv.org или ***may_vast@yahoo.com***

Оценките от двете части се събират и крайният резултат се дели на две.

** Част от материалите от тази лекция
са изготвени съвместно с
доктор Маргарита Атанасова!*

За връзка с мен

edesign-bg.com

maya@fmi-plovdiv.org

may_vast@yahoo.com