

Дизайн, веб-дизайн и SEO-оптимизация

1 Занятие

Основы бренд-концепции

Что рассмотрим на занятии

Блок №1

Выбор темы

- Как выбрать тему?
- Как придумать тему, если пока нет настоящего продукта или компании?

Что рассмотрим на занятии

Блок №1

Выбор темы

- Как выбрать тему?
- Как придумать тему, если пока нет настоящего продукта или компании?

Блок №2

Основы брендинга

- Что необходимо рассмотреть в первую очередь в продукте, услуге или компании, чтобы начать выстраивать визуал?

Что рассмотрим на занятии

Блок №1

Выбор темы

- Как выбрать тему?
- Как придумать тему, если пока нет настоящего продукта или компании?

Блок №3

Концепт и концепция

- Что такое концепт?
- Чем отличается концепт от концепции?

Блок №2

Основы брендинга

- Что необходимо рассмотреть в первую очередь в продукте, услуге или компании, чтобы начать выстраивать визуал?

Что рассмотрим на занятии

Блок №1

Выбор темы

- Как выбрать тему?
- Как придумать тему, если пока нет настоящего продукта или компании?

Блок №3

Концепт и концепция

- Что такое концепт?
- Чем отличается концепт от концепции?

Блок №2

Основы брендинга

- Что необходимо рассмотреть в первую очередь в продукте, услуге или компании, чтобы начать выстраивать визуал?

Блок №4

Нейминг и слоган

- Как придумать?
- Насколько они важны?
- Соотношение с темой

Выбор темы

Как выбрать тему? Как придумать тему,
если пока нет настоящего продукта или компании?

Определяем вектор направления

Если еще нет темы совсем

- Посмотрите, в какой области вам интересно работать и развить возможный проект
- Подумайте, какие стили вам импонируют. Если вам нравится что-то жесткое и brutальное, можно выбрать что-то связанное с техникой, механикой. Если вы утонченная натура — посмотрите что-то в фэшн-среде, может быть, что-то про аксессуары?.. Главное — чтобы вам было интересно вести проект на протяжении всего нашего с вами курса

Определяем вектор направления

Если еще нет темы совсем

- Посмотрите, в какой области вам интересно работать и развить возможный проект
- Подумайте, какие стили вам импонируют. Если вам нравится что-то жесткое и brutальное, можно выбрать что-то связанное с техникой, механикой. Если вы утонченная натура — посмотрите что-то в фэшн-среде, может быть, что-то про аксессуары?.. Главное — чтобы вам было интересно вести проект на протяжении всего нашего с вами курса

Если уже есть, с чем работать

- Если у вас несколько проектов, то на курсе стоит вести полноценную глубокую работу только над одним из них от и до. В дальнейшем, освоив структуру ведения проекта, вы сможете наложить ее на каждый последующий ваш проект
- Вы можете выбрать один из проектов, над которым, например, ведете надзор как SMM-специалист и посмотреть на него с ракурса дизайнера, с визуальной его составляющей

Мозговой штурм — это

работа по нахождению нужного решения,
оперативный метод решения проблемы на основе
стимулирования творческой активности
с высказыванием как можно большего количества
вариантов решения, в том числе самых
фантастичных, набор специальных методик,
максимально раскрывающих креативный
мыслительный потенциал



**Комбинируем
сочетание**

Генерация смыслов проекта

Существительное (Что?)

- Места, институции, помещения:
салон, мойка, аэропорт, библиотека, издательство, театр, центр, лаборатория, музей, бульвар, улица, фабрика, ателье, студия, агентство, кино, пекарня...
- События:
путешествие, праздник, кампания, олимпиада, распродажа, **фестиваль**, стартап, показ...
- Предметы и их технологии:
реклама, медиа, компьютер, транспорт, автомобиль, нано, энергия, ручная работа, искусство, краска, креатив, эко, натуральность, природность, психология, тактильность, аксессуары, одежда, юмор, язык, свет, звук, мебель, косметика, парфюм, ткань...

+

Прилагательное (Какой?)

- Качественные.
 - а) Оценка: добрый, белый, романтичный...
 - б) Размер: высокий, глубокий...
 - в) Вес: тяжелый, легкий, невесомый...
 - г) Запах: ароматный, душистый...
 - д) Температура: холодный, жаркий, огненный...
 - е) Действие: уверенный, целеустремленный...
- Относительные.
 - а) Материал: кожаный, цветочный, стеклянный...
 - б) Назначение: спортивный, балетный, швейный...
 - в) Время: утренний, послеобеденный...
 - г) Место: городской, **деревенский**, космический...
 - д) Количество: трехлетний, многократный...
- Притяжательные:
детский, медвежий, гендерный, русский...

Генерация смыслов проекта

Существительное (Что?)

- Места, институции, помещения:
салон, мойка, аэропорт, библиотека, издательство, театр, центр, лаборатория, музей, бульвар, улица, фабрика, ателье, студия, агентство, кино, пекарня...
- События:
путешествие, праздник, кампания, олимпиада, распродажа, фестиваль, стартап, показ...
- Предметы и их технологии:
реклама, медиа, компьютер, транспорт, автомобиль, нано, энергия, ручная работа, искусство, краска, креатив, эко, натуральность, природность, психология, тактильность, аксессуары, **одежда**, юмор, язык, свет, звук, мебель, косметика, парфюм, ткань...

+

Прилагательное (Какой?)

- Качественные.
 - а) Оценка: добрый, **белый**, романтический...
 - б) Размер: высокий, глубокий...
 - в) Вес: тяжелый, легкий, невесомый...
 - г) Запах: ароматный, душистый...
 - д) Температура: холодный, жаркий, огненный...
 - е) Действие: уверенный, целеустремленный...
- Относительные.
 - а) Материал: кожаный, цветочный, стеклянный...
 - б) Назначение: спортивный, балетный, швейный...
 - в) Время: утренний, послеобеденный...
 - г) Место: городской, деревенский, космический...
 - д) Количество: трехлетний, многократный...
- Притяжательные:
детский, медвежий, гендерный, русский...

Генерация смыслов проекта

Существительное (Что?)

- Места, институции, помещения:
салон, мойка, аэропорт, библиотека, издательство, театр, центр, лаборатория, музей, бульвар, улица, фабрика, ателье, студия, агентство, кино, **пекарня**...
- События:
путешествие, праздник, кампания, олимпиада, распродажа, фестиваль, стартап, показ...
- Предметы и их технологии:
реклама, медиа, компьютер, транспорт, автомобиль, нано, энергия, ручная работа, искусство, краска, креатив, **эко**, натуральность, природность, психология, тактильность, аксессуары, одежда, юмор, язык, свет, звук, мебель, косметика, парфюм, ткань...

+

Прилагательное (Какой?)

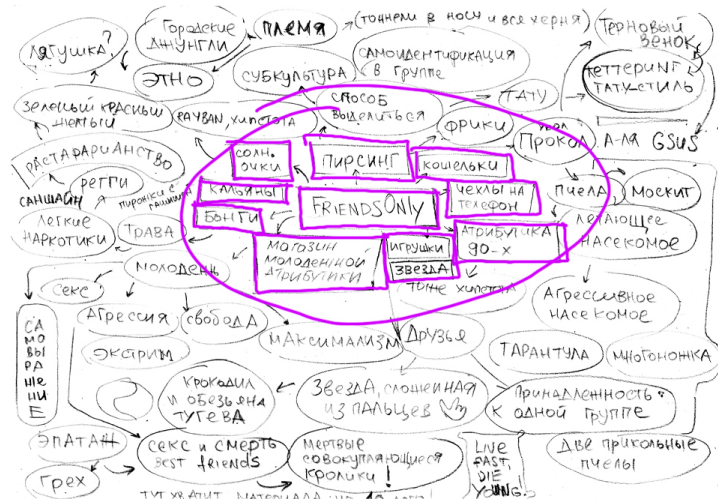
- Качественные.
 - а) Оценка: добрый, белый, романтичный...
 - б) Размер: высокий, глубокий...
 - в) Вес: тяжелый, легкий, невесомый...
 - г) Запах: ароматный, душистый...
 - д) Температура: холодный, жаркий, огненный...
 - е) Действие: уверенный, целеустремленный...
- Относительные.
 - а) Материал: кожаный, цветочный, стеклянный...
 - б) Назначение: спортивный, балетный, швейный...
 - в) Время: утренний, послеобеденный...
 - г) Место: городской, деревенский, космический...
 - д) Количество: трехлетний, многократный...
- Притяжательные:
детский, медвежий, гендерный, русский...

Ассоциация — это

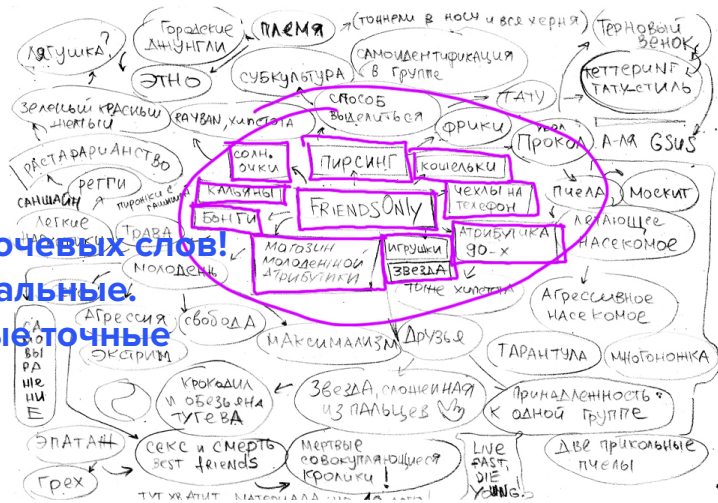
закономерно возникающая связь между отдельными событиями, фактами, предметами или явлениями, при которой одно из представлений вызывает другое

+++

При перечислении лучше всего фиксировать письменно графические особенности каждой ассоциации, так первоначальные наброски визуала уже начнут рождаться в голове



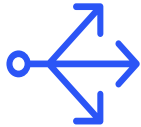
5 ключевых слов!
Визуальные.
Самые точные



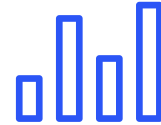
Этапы и условия



Генерирование идей без барьеров и критики («зеленая комната»). Здесь количество > качества



Пошаговость, смена позиций мышления, фиксация результатов в ограниченном времени



Анализ списка (для нахождения самых удачных и нестандартных решений), отброс банальных вариантов

+++

Обязательно доводите ваш анализ до внятного вывода, тогда вы точно будете знать, куда двигаться



Михаил Сизов

Маркетолог Digital-проектов

КОНТАКТЫ

smichaelofficial@gmail.com

vk.com/mikhailsoffic

+7 (777) 983 26 98