

**БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДВОРЕЦ ПИОНЕРОВ И ШКОЛЬНИКОВ ИМЕНИ Ю. А. ГАГАРИНА»**

педагогам и обучающимся
объединений компьютерной графики
и графического дизайна

Учебно-методическое пособие

КРЕАТИВНАЯ РЕКЛАМНАЯ ЛИСТОВКА.

АРТ-мастерская

***(авторские проекты обучающихся творческой лаборатории
«Графический дизайн»)***

**Автор: Амелина Ольга Юрьевна,
педагог дополнительного образования
творческой лаборатории «Графический дизайн»,**

**кандидат педагогических наук,
доцент кафедры дизайна
художественно-графического факультета
Орловского государственного университета
имени И.С. Тургенева**

Орёл-2022

Рецензенты:

Черникова С.М. – доктор педагогических наук, профессор кафедры живописи ХГФ ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева»

Сошнев Н.Н. – старший преподаватель кафедры дизайна ХГФ ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

В данном пособии в качестве примеров креативных рекламных листовок представлены работы, выполненные на практических занятиях в творческой лаборатории «Графический дизайн», работающей по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Цифровая иллюстрация и компьютерная графика».

Основное внимание уделено освоению всех этапов проектной работы и исследовательской деятельности: от выбора темы и обоснования её актуальности до представления выполненной работы на конкурс или выставку.

В процессе изучения материалов обучающиеся научатся правильно планировать свою деятельность, самостоятельно оценивать эффективность и результативность работы, использовать собственные умения для решения практических задач и достижения желаемого результата.

Ключевые слова: АРТ-мастерская, реклама, креативность, рекламная листовка, бренд, графический дизайн.

Рецензия
на учебно-методическое пособие
«Креативная рекламная листовка. АРТ-мастерская»
Аmeliной Ольги Юрьевны,
педагога дополнительного образования
БУ ОО ДО «Дворец пионеров и школьников им. Ю.А. Гагарина»

Рецензент:

Сошнев Н.Н. – старший преподаватель кафедры дизайна ХГФ ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева»

Учебно - методическое пособие педагога дополнительного образования Амелиной О.Ю. «Креативная рекламная листовка. АРТ-мастерская» рассматривается как актуальная работа, представляющая практические материалы по освоению обучающимися отдельных разделов и тем дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Цифровая иллюстрация и компьютерная графика», реализуемой в БУ ОО ДО «Дворец пионеров и школьников имени Ю.А. Гагарина».

Автор пособия Ольга Юрьевна Амелина – кандидат педагогических наук, доцент кафедры дизайна художественно-графического факультета ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева» имеет опыт работы со школьниками, поскольку руководит творческой лабораторией «Графический дизайн» Дворца пионеров и школьников имени Ю.А.Гагарина.

Методическая работа Амелиной О.Ю. – грамотно структурированное пособие с оптимальным набором источников.

Причём, построено по принципу постепенного усложнения заданий для обучающихся.

Представленные в пособии материалы, применяемые педагогом технологии и формы обучения направлены на интеллектуальное, творческое развитие школьников, формирование умений и навыков графического дизайна, умений по разработке иллюстративных творческих работ.

В пособии содержится весь необходимый инструментарий для создания креативной рекламной листовки.

Старший преподаватель кафедры дизайна
художественно-графического факультета,
ФГБОУ ВО «Орловский государственный
университет имени И. С.Тургенева»



Сошнев Н.Н.

Рецензия

на учебно-методическое пособие
«Креативная рекламная листовка. АРТ-мастерская»
Аmeliной Ольги Юрьевны
педагога дополнительного образования
БУ ОО ДО «Дворец пионеров и школьников им. Ю.А. Гагарина»

Рецензент:

Черникова С. М. – доктор педагогических наук, профессор кафедры живописи художественно-графического факультета ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева»

Рецензируемое учебно-методическое пособие представляет собой методическое сопровождение раздела «Понятие «рекламная листовка» дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Цифровая иллюстрация и компьютерная графика» Амелиной О.Ю., педагога творческой лаборатории «Графический дизайн» БУ ОО ДО «Дворец пионеров и школьников имени Ю.А. Гагарина» с логически структурированным материалом и практическим руководством.

Пособие написано ясным и доступным языком. Обладает необходимыми полнотой и качеством справочно-сопроводительного материала, который соответствует современным тенденциям в области графического дизайна, что позволяет сделать вывод о его безусловной актуальности.

Представляется, что пособие Амелиной О.Ю. оригинально по авторскому подходу как к пониманию задач учебной деятельности, так и к изложению учебного и методического материала.

Следует отметить, что объединение, которым руководит Амелина О.Ю., по направлениям и содержанию своей деятельности может считаться АРТ-мастерской – творческим сообществом юных дизайнеров, педагога объединения и преподавателей-специалистов высшей школы, привлекаемых к обучению подростков и юношей для их предпрофессиональной подготовки и самоопределения к профессии графический дизайнер.

Этот фактор, несомненно, способствует построению занятий лаборатории с учётом креативного, творческого подхода к освоению технологии разработки рекламной листовки.

Пособие Амелиной О.Ю. «Креативная рекламная листовка. АРТ-мастерская» отвечает всем необходимым требованиям, предъявляемым к подобного рода методическим работам, и может быть рекомендовано к печати и использованию в образовательных учреждениях, реализующих дополнительные образовательные программы по данному направлению.

доктор педагогических наук,
профессор кафедры живописи
художественно-графического факультета,
ФГБОУ ВО «Орловский государственный
университет имени И. С. Тургенева»



Черникова С.М.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вступление.....
2.	АРТ-мастерская.....
3.	Основные аспекты образовательной деятельности творческой лаборатории «Графический дизайн».....
4.	Технологии разработки креативной рекламной листовки.....
5.	Задания на развитие креативности по созданию креативной рекламной листовки
	5.1. Задания в форме устного сообщения.....
	5.2. Пошаговый алгоритм создания листовки
	5.3. Итоговое задание.....
6.	Творческие работы обучающихся
7.	Основные критерии оценивания творческих работ обучающихся
8.	Заключение.....
9.	Список литературы
10.	Словарь терминов.....

1. ВСТУПЛЕНИЕ

*Уважаемые коллеги – педагоги и обучающиеся,
занимающиеся графическим дизайном!*

В последнее время большую популярность в системе дополнительного образования получает обучение графическому дизайну и компьютерной графике как одному из современных направлений работы с детьми и учащейся молодёжью.

Разработка рекламной продукции средствами графического дизайна осуществляется на практических занятиях объединений графического дизайна.

Учебно - методическое пособие «Креативная рекламная листовка. АРТ-мастерская» знакомит с процессом проектирования и технологиями создания рекламной листовки; ориентировано на развитие личности обучающихся, творческих способностей, удовлетворение индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном совершенствовании, адаптацию к жизни в обществе, организацию свободного времени, профессиональное самоопределение.

Пособие содержит:

- материалы о работе АРТ-мастерской;*
- пояснения о понятии и сущности рекламной листовки, об основных требованиях, которыми следует руководствоваться при работе с обучающимися по созданию креативной рекламной листовки;*
- описание этапов создания листовок;*
- примеры выполненных работ, пояснения обучающихся к листовкам;*
- словарь терминов;*
- тестовые задания;*
- критерии оценивания готовых творческих работ.*

*Желаем успехов в использовании материалов,
представленных в пособии!*

2. «АРТ-МАСТЕРСКАЯ»

Творческая лаборатория «Графический дизайн» открыта в областном Дворце пионеров и школьников имени Ю.А.Гагарина с целью обучения подростков и юношей графическому дизайну и компьютерной графике.

Лаборатория работает по дополнительной общеобразовательной программе «Цифровая иллюстрация и компьютерная графика». Программа направлена на повышение интереса обучающихся к информационным технологиям, графическому дизайну. Охватывает все основные стороны практической работы графического дизайнера. Большое внимание уделяется созданию макетов полиграфической и рекламной продукции, авторских иллюстраций и клипартов, дизайнерских проектов.

Лаборатория представляет собою АРТ-мастерскую - сообщество обучающихся - школьников, студентов младших курсов направления «графический дизайн» ОГУ имени И.С.Тургенева, педагога лаборатории, привлечённых специалистов.

Арт – мастерская одна из форм эффективной организации учебного процесса, в рамках которой обучающиеся под руководством педагога выполняют творческие практические задания.

Основная задача арт-мастерской - приобретение обучающимися навыков, ориентированных на «творческие пробы» современных графических дизайнеров. Такая ориентация работы особенно полезна для начинающих обучающихся, у которых предпочтения в области творческой деятельности в сфере графического дизайна ещё не определились.

Обучение в лаборатории – арт-мастерской направлено на раннее обнаружение интересов, склонностей и потребностей подростков и

юношей, развитие их способностей в профессиональном самоопределении, заинтересованности к профессии «графический дизайнер». Формирующиеся новые знания и умения позволяют закрепить базовые школьные.

Задачи АРТ-мастерской:

- формирование у обучающихся опыта самостоятельной образовательной, проектно-исследовательской и художественно-творческой деятельности;
- формирование навыков разработки, реализации и презентации результатов исследования учебного проекта, направленного на решение социально-значимой проблемы;
- формирование навыков работы в творческом коллективе.

Основные подходы к проектной деятельности АРТ-мастерской:

- каждый может начать собственный проект;
- каждый может объединиться в микрогруппу в ходе работы над проектом.

Результатом деятельности обучающихся в мастерской становится графический продукт, представленный к публичной защите и оценке.

Продуктом могут быть:

- графические продукты, сделанные своими руками: макеты, модели или изделия для практического использования;
- информационные продукты: газеты, книжки, плакаты, карты.

В работе с обучающимися используются разные формы организации деятельности:

- учебно – познавательная;
- информационно-технологическая;
- творческо-поисковая;

- проектно – исследовательская.

Содержание деятельности включают теоретический материал, практический, познавательный, творческий, самообразовательный, исследовательский, опытный виды работы.

Творчество при проведении занятий в АРТ-мастерской является доминирующим. Творческое познание изучаемого материала, поиск, развитие творческого мышления, пробуждение творческой активности и, наконец, творческая деятельность обучающихся формируют их творческую состоятельность и самостоятельный творческий труд в виде креативной рекламной листовки.

3. ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТВОРЧЕСКОЙ ЛАБОРАТОРИИ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»

Работа творческой лаборатории «Графический дизайн» выстраивается как система деятельности, которая регламентирует цели, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, ожидаемые результаты, оценку качества обучения.

Дизайнерская деятельность рассматривается как область творческого самовыражения и эффективный инструмент развития креативности у обучающихся. Направлена на становление художественно-образного мышления, дизайнерских умений и навыков в области графического дизайна, ознакомление с разнообразными направлениями проектной деятельности дизайнера-графика по преобразованию предметно-пространственной среды.

Обучающиеся учатся художественному исполнению объектов графического дизайна.

Цели образовательной деятельности творческой лаборатории:

- образовательная - способствовать формированию у обучающихся знаний, умений и навыков, необходимых для профессионального подхода к изучению графического дизайна; обеспечить контроль уровня освоения практических навыков, предоставляя обучающимся возможность саморазвиваться и совершенствовать личностные и профессиональные качества;
- воспитательная- способствовать формированию у обучающихся социально-ответственного поведения в обществе, понимания и принятия социальных и этических норм, гражданских и нравственных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, настойчивости в достижении цели, организованности, трудолюбия, ответственности,

самостоятельности, лидерства, коммуникативности, гражданственности, приверженности этическим нормам;

- развивающая - способствовать развитию интеллектуальной сферы и раскрытию разносторонних творческих способностей обучающихся, формированию системы потребностей в построении успешной карьеры в различных областях графического дизайна.

Образовательная деятельность строится на принципах:

- научности;
- креативности;
- гуманистичности;
- междисциплинарности.

Сформирована с учётом видов учебной деятельности и требований к результатам освоения образовательной программы «Цифровая иллюстрация и компьютерная графика», ориентированной на практику прикладной профессиональной деятельности в современном графическом дизайне.

Приобретённые знания и умения обучающиеся могут использовать при создании рекламной продукции, дизайнерских разработок. Они будут фундаментом для дальнейшего совершенствования мастерства в области дизайнерского искусства с использованием графики.

4. ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ КРЕАТИВНОЙ РЕКЛАМНОЙ ЛИСТОВКИ НА ЗАНЯТИЯХ ТВОРЧЕСКОЙ ЛАБОРАТОРИИ

Дизайн рекламно-информационных листовок и листовочных брошюр в России, как и во всем мире, достиг периода расцвета. Рекламные листовки всегда останутся в тренде из-за постоянно растущей потребности в кратком и доходчивом доведении до потребителя достоинств и преимуществ рекламируемого изделия.

Востребованность и эффективность рекламно-информационных листовок заставляет обратиться к креативной рекламной листовке как к творческому заданию по освоению особенностей профессии «графический дизайнер».

Процесс и технологии разработки креативных листовок представлены в различных видах практической деятельности на занятиях творческой лаборатории «Графический дизайн» по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Цифровая иллюстрация и компьютерная графика» в графических редакторах: «CorelDraw»; «Adobe Photoshop»; «Adobe Illustrator».

Создание креативной рекламной листовки - творческое задание, при выполнении которого у обучающихся формируются навыки проектирования рекламной продукции и эффективного её применения.

Креативная рекламная листовка должна быть выполнена в полном объёме в соответствии со следующими требованиями:

- листовка должна выглядеть броско и привлекать внимание;
- основной акцент лучше сделать именно на стилистике и оформлении листовки;
- все элементы должны хорошо сочетаться друг с другом и не мешать читателю, но при этом выделять основные моменты;

-текст в листовке желательно сделать крупным, чтобы его можно было легко прочитать. Его цвет нужно сделать контрастным, чтобы он хорошо воспринимался;

-наполнять листовку избыточной информацией не нужно. Лучше подать только самое главное и необходимое, чтобы заинтересовать читателя;

-отдельное внимание нужно уделить иллюстративному материалу, ведь в первую очередь обращается внимание на оформление, яркие фотографии или рисунки.

Как правило, для изготовления рекламных листовок выбирают один из стандартных форматов - 210 × 297 мм - А4; 148 × 210 мм - А5; 105 × 148 мм - А6; 99 × 210 мм формат Евро (1/3 А4) (рис. 1.). Это обеспечивает минимальную послепечатную обработку при печати тиража на листах формата А4 или А3.

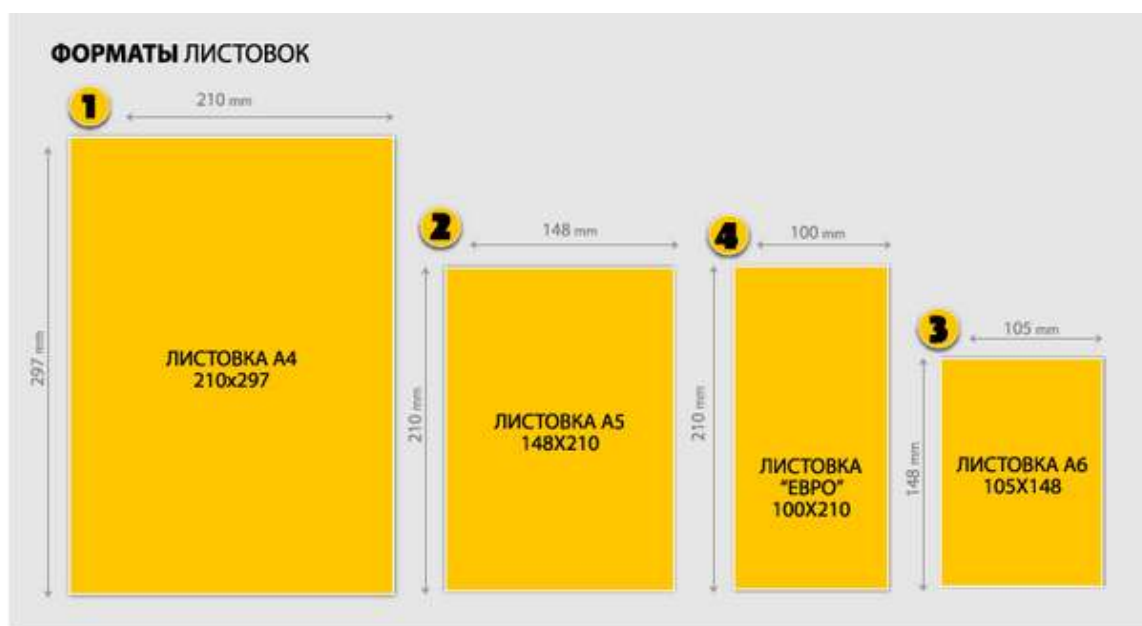


Рис. 1. Форматы рекламных листовок.

Выгодно выделиться при разработке рекламной листовки можно при помощи оригинальной подачи, применении нестандартных

решений. Сделать листовку креативной, яркой, актуальной - основная учебно-творческая задача при её создании.

Листовка – это информационное печатное издание, отличающееся небольшим объёмом (не более двух страниц), сжатым и доступным текстом, броским типографическим оформлением.

Поскольку содержание листовки всегда предельно сжато, постольку оно легко воспринимается даже при вынужденно быстром чтении.

Листовка обладает рядом преимуществ по сравнению с другими видами печатной продукции.

Специфическое оформление листовки способствует усилению её эмоционального воздействия на аудиторию. Воспроизведение в листовке фотографий, копий официальных документов повышает её убедительность.

С чего следует начать процесс разработки листовки?

Необходимо изучить требования, предъявляемые к рекламным листовкам:

1. Концентрированность содержания. Текст листовки должен быть кратким. Чтение её не должно занимать более 30-60 секунд.

Листовка - это текст, выражающий какую-то одну идею. Для её обоснования можно привести несколько различных аргументов (фактов), но все они ставят своей целью подведение читателя к усвоению одного тезиса, являющегося стержнем всего материала.

Сосредоточенность на одном основном положении (тезисе, идее, лозунге) - важнейшее требование к любой листовке.

2. Аргументированность. Основное положение листовки надо не просто декларировать, а обосновывать и подтверждать разносторонними убедительными доказательствами.

3. Простота и доходчивость. Листовка обязана учитывать особенности аудитории, но в любом случае она должна быть написана простыми словами.

Задача листовки - внушить определенную мысль (идею). Чем проще эта мысль, чем яснее она изложена, тем больше шансов, что её поймут и примут. Никаких туманных намеков, никаких недомолвок в листовке не должно быть. Нельзя также перегружать текст и оформление листовки деталями.

4. Композиционная чёткость. Листовка, несмотря на свою краткость, должна иметь чёткую композиционную и логическую структуру.

Это достигается хорошо продуманной структурой изложения материала.

5. Привлекательность, броскость. Листовку необходимо оформлять так, чтобы она привлекала к себе внимание и вызывала желание её прочесть. Для этого следует умело использовать яркие иллюстрации (фотографии, рисунки, схемы), подбирать цвет бумаги и краски, различные шрифты. Размер шрифта не должен быть меньше шрифта пишущей машинки, иначе текст становится трудным для восприятия. Чем крупнее шрифт, тем легче читать листовку.

5. ЗАДАНИЯ НА РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОСТИ ПО СОЗДАНИЮ КРЕАТИВНОЙ РЕКЛАМНОЙ ЛИСТОВКИ

В образовательной программе «Цифровая иллюстрация и компьютерная графика» тема «Креативная рекламная листовка» ориентирует обучающихся на развитие навыков подачи информации через зрительно-ассоциативные образы.

Работа выполняется в графическом редакторе Adobe Photoshop. Задания носят творческий характер.

Практическая работа по созданию креативной листовки имеет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

5.1. ЗАДАНИЯ В ФОРМЕ УСТНОГО СООБЩЕНИЯ:

- Выберите для анализа любой рекламный материал (пример листовки для анализа представлен в Приложении 1). Проанализируйте содержащуюся в нём рекламную информацию: вид рекламного материала по характеру информации (коммерческий, политический, социальный) и цели конкретной рекламной акции (материала); способ воздействия.
 - Выберите для анализа рекламный материал (пример листовки для анализа представлен в Приложении 1). Проанализируйте содержащуюся в нём информацию: с помощью чего привлекается внимание. Предложите свои пути привлечения внимания.
- Найдите в Интернете 3 рекламных материала. Проанализируйте их, выделите основные отличия в дизайне. Обоснуйте свои выводы

- Выберите тему рекламного материала для самостоятельной работы. Предложите идею материала, определите оптимальную композицию, подберите аргументы и языковые средства. Обсудите созданный материал в группе, определите недостатки и методы доработки.
- Оцените выбор и вёрстку иллюстративного материала в каком-либо рекламном издании (пример листовки для анализа представлен в приложении 1). Выявите и оцените взаимосвязь содержания и подачи иллюстрации с идеей материала. Определите роль иллюстрации в создании образов. Отметьте существенные ошибки. Предложите другие варианты иллюстраций.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

примеры листовок для анализа рекламной информации



художественно-эстетическое развитие

Ясли-Сад

ЖИ

физическое развитие

РА

становление специфических видов детской деятельности

ФН

содействие в формировании различных способностей

КН

Санкт-Петербург, Бухарестская, д.110
тел. +7-921-755-52-08
e-mail: info@zhirafiki.ru

vk.com/ddz_zhirafiki
zhirafiki.ru
zhirafiki-cnb.pdf

Также мы предлагаем:

- режим работы с 8.00 до 20.00 (режим неполного дня, посещение по индивидуальному графику)
- 5-ти разовое сбалансированное и полезное питание (в случае аллергии меню оговаривается с родителями)
- максимальное количество прогулок (зависит от погоды)
- развивающие занятия (лепка, рисование, аппликации и др.)
- физкультурные занятия
- чтение для малышей, разучивание стихотворений
- музыкальные занятия, прослушивание и изучение детских песен
- знакомство с окружающим миром
- большую игровую зону с развивающими игрушками (пирамиды, пазлы, шнуровка и т.д.)
- индивидуальный подход к каждой семье и ребенку

Наш садик расположен в прекрасном новом доме. Просторная квартира переоборудована специально для детей. В садике соблюдены все меры безопасности, в том числе круглосуточная охрана дома и видеонаблюдение.

В нашем распоряжении также закрытая детская площадка и площадка для занятий физкультурой (при хорошей погоде), окруженная великолепными хвойными и лиственными деревьями.

Наша опытная воспитательница приложит все свои усилия и любовь, чтобы малыши чувствовали себя как дома, и как можно быстрее и безболезненно прошли период адаптации в детском саду.

Мы научимся дружить, правильно вести себя в коллективе, познаем навыки самообслуживания и этикета, разучим правила дорожного движения и многое другое. Все это мы будем изучать в игре и с отличным настроением, ведь самое главное для нас - Дать детям созреть в детстве.

Санкт-Петербург, Бухарестская, д.110
тел. +7-921-755-52-08 e-mail: info@zhirafiki.ru
vk.com/ddz_zhirafiki zhirafiki.ru zhirafiki-cnb.pdf

ДЕТСКАЯ СТУДИЯ – МАМОЧКИН КЛУБ

«ДОМИКИ»

ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ, праздники,
театрализованные представления

Комплексные развивающие занятия
(от 0 до 10 лет)

Творческие мастерские (от 0 до ...) песочная терапия!

Вокруг света (изучаем английский)

Active baby (от 3 до 10 лет)
танцы, фитнес...

«Свободная мама»
(игровая комната)

Театральная студия
«При домиках»

Экскурсии

Стрельна, ул. Фронтная, д. 3
(на территории 55 завода, через проходную)

Тел: 8 921 401-12-23
В: dub45180443

МАМОЧКИН КЛУБ
детская студия

Стрельна,
ул. Фронтная, д. 3
(на территории 55 завода,
через проходную)

тел.: 8 921 401-12-23

ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ, праздники,
театрализованные представления

Развивающие, коррекционные,
групповые занятия. Консультации

Творческие мастерские (от 0 до ...) песочная терапия!

Вокруг света (изучаем языки)

Active day танцы, фитнес, йога

Театральная студия «При домиках» (игровая комната)

Экскурсии и многое другое

МАМОЧКИН КЛУБ «ДОМИКИ»

V.i.P. CARD

0052

МИР ДЕТСТВА

- 1 Игрушки
- 2 Одежда
- 3 Детское питание и гигиена
- 4 Развивающие игры, канцелярские товары





СПОРТИВНЫЙ КОМПЛЕКС

Дельфин

ДЕТСКИЙ ФИТНЕС

приглашаем детей 4-9 лет

первое занятие бесплатно

Занятия проходят в игровой
и увлекательной форме

запись и информация

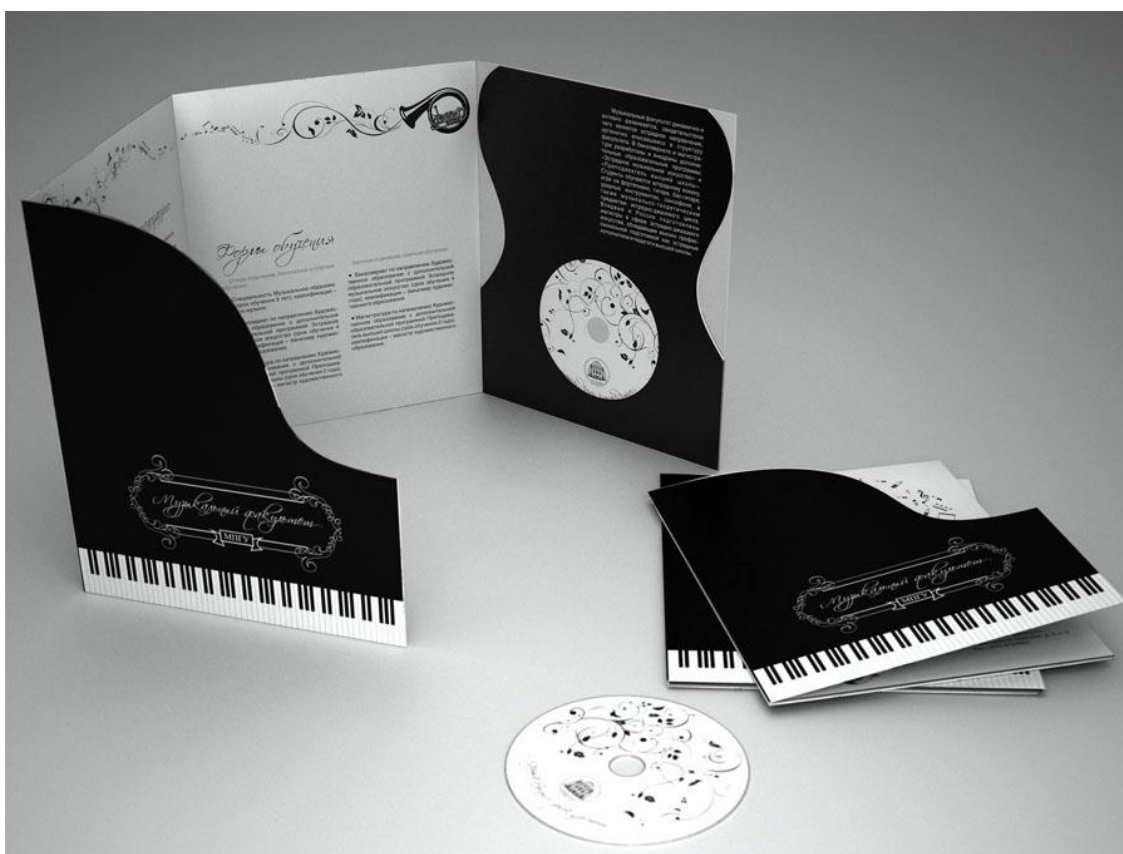
delfin62.ru

☎ 777-057, 777-055

📱 delfin_62







После выполнения задания в форме устного сообщения, обучающиеся приступают к созданию рекламной листовки.

5.2. ПОШАГОВЫЙ АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ ЛИСТОВКИ:

Этап № 1 – поиск идеи

На данном этапе работы формулируется концепция листовки. Чтобы найти идею и разработать его концепцию, необходимо продумать:

- кто будет использовать листовку; зачем она нужна (передача эмоций или просто красивое оформление).

Этап № 2 – работа с аналогами

Работа с аналогами - это прежде всего поиск работ на данную тематику. Что уже сделано, что можно предложить

Этап № 3 – ручной эскиз будущей листовки

К этапам композиционных поисков относится - выбор формата, композиционные зарисовки, выбор цветовой гаммы. Черновой карандашный эскиз будущей листовки поможет определиться с расположением графических элементов и текстовыми блоками. Таким образом, свои идеи можно представить визуально.

При продумывании дизайна важно:

- соблюсти оптимальное соотношение текста и иллюстраций. Если важно донести до аудитории как можно больше полезной информации, стоит сделать упор на текстовую часть;
- правильно подать информацию. Текст должен быть структурирован, чтобы по нему легко было пробежаться глазами и «зацепиться» за наиболее важные фразы. Ещё нельзя забывать про контактную информацию;

- сделать листовку привлекательной. Для этого можно использовать яркие цвета, необычные шрифты и иллюстрации, которые вызовут у человека чувство любопытства;
- сделать листовку простой. В ней не должно быть заумных слов, которые могут оказаться непонятными для целевой аудитории.

Этап № 4 – отрисовка на компьютере

Нарисованный вручную эскиз сканируется и загружается в программу Adobe Photoshop. На данном этапе работы создаётся документ нужного размера и разрешения, выбираются инструменты

5.3. ИТОГОВОЕ ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Креативная рекламная листовка

Сформулируйте рекламную идею от имени знаменитого персонажа, литературного героя, политического деятеля, известного человека. Листовка должна быть: понятной, краткой, запоминающейся.

Возможно использование юмора (Пример – смотреть рис. 2).



Рис. 2. Пример креативной рекламной листовки:
Чебурашка - клиника детской пластической хирургии

6. ТВОРЧЕСКИЕ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Креативная рекламная листовка



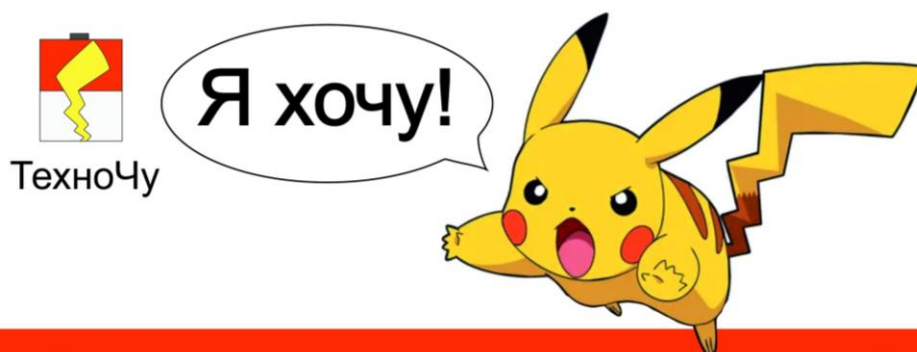
Автор: Лаптева Виктория, 2 год обучения

Аннотация к работе:

Сериал "Пукка" - это забавное повествование о весьма странных персонажах, живущих в Южной Корее. Симпатичная десятилетняя кореянка живёт в маленькой деревне, расположенной в горах, и несмотря на юный возраст, страстно влюблена в мастера боевых искусств Гару. Парнишке исполнилось всего двенадцать лет, он не по годам серьёзен и мечтает о славе ниндзя. Все время подросток проводит в тяжёлых тренировках, и, конечно, ему не до чувств. В листовке «Брачное агенство» попытка соединить героев сериала и рекламировать создание реального брачного агенства.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Уровень выполнения работы высокий, отсутствуют ошибки в разработке композиции, работа отличается грамотно продуманной цветовой гаммой, все объекты связаны между собой, верно переданы пропорции и размеры, правильно применяются приёмы и изученные техники рисования в растровом редакторе. Работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, качественно и творчески.



Автор: Серпилин Владислав, 2 год обучения

Аннотация к работе:

Рекламная листовка, главным персонажем которой является Пикачу-существо из серии игр, манги и аниме «Покемон». Будучи покемоном электрического типа, Пикачу может накапливать в своих щёчках электричество и при необходимости атаковать с его помощью.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Уровень выполнения листовки достаточно высокий, небольшие неточности в разработке композиции (большой текстовый блок относительно иллюстративного элемента), цветовой гаммой соответствует герою (цвета сохранены автором работы), верно переданы пропорции и размеры героя относительно масштаба листовки, правильно применяются приёмы обработки фотографии в растровом редакторе. Работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, творчески.



Любава - Блинная



Автор: Кобозева Софья, 2 год обучения

Аннотация к работе:

Сегодня даже в самом маленьком городке можно встретить такой вид общепита, как блинная. Это неудивительно. Блины в нашей стране – не просто еда. Блюдо любимое и детьми, и взрослыми. Они - национальный бренд. В листовке показана героиня древних русских сказок как олицетворение мастерицы.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Уровень выполнения работы высокий, гармоничное сочетание всех элементов; в композиции листовки соблюдаются закон целостности композиции и закон подчинённости всех средств композиции идейному замыслу, работа отличается грамотно продуманной цветовой гаммой, все объекты связаны между собой, композиция графического дизайна имеет художественную выразительность, рациональность формы. Работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, качественно и творчески. Отдельно автор разработал логотип «Любава», сочетающий в себе текстовый и изобразительный блоки.



БЕЛОСНЕЖКА - КЛИНИНГОВАЯ КОМПАНИЯ

Автор: *Ступаева Кристина, 2 год обучения*

Аннотация к работе:

- Хочешь вести наше хозяйство, стряпать, постели взбивать, стирать, шить и вязать, всё содержать в чистоте да порядке, - если согласна на это, можешь у нас остаться, и всего у тебя будет вдосталь.

- Хорошо, - сказала Белоснежка, - с большой охотой.

И осталась у них. Она содержала избушку в порядке, утром гномы уходили в горы искать руду и золото, а вечером возвращались домой, и она должна была к их приходу приготовить им еду.

Именно поэтому возникла идея показать Белоснежку как клининговую компанию. Также и само слово «Белоснежка» говорит о чистоте.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, качественно. За основу было взято готовое изображение, обработано в редакторе. Цветовое решение сохранено с оригинала. Автор при выполнении работы показал ассоциативно-образное решение.



Автор: Корнейчев Георгий, 3 год обучения

Аннотация к работе:

По своей природе Урсула очень мрачная и злоедающая колдунья со своеобразным чувством юмора. Она печально известна среди всех жителей морей и одно её упоминание вызывает у каждого трепет. Она очень тщеславна, коварна и властолюбива, но обладает искусным ораторским талантом.

Дабы добиться своего, она манипулирует русалками, представляя перед ними как сама добродетель и заключает с ними нерушимые колдовские контракты, обещая "отвести все их невзгоды", суть которых на самом деле - приблизить морскую ведьму к её основной цели или просто позабавить её. Нарушение этих контрактов чревато ужасными последствиями, но при этом они законны.

Данная героиня послужила аналогом для создания листовки кредитной карты.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Уровень выполнения работы высокий, гармоничное сочетание всех элементов; в композиции листовки соблюдаются закон целостности композиции и закон подчинённости всех средств композиции идейному замыслу, работа отличается грамотно продуманной цветовой гаммой, текстовые блоки и изображение связаны между собой. Работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, качественно и творчески. Листовка выполнена с юмором.

Листовка выполнена в ярких тонах, она привлекает внимание минималистичностью и красивым исполнением. Главное, что нужно на ней увидеть - это выгода 150%, поэтому этот текст выделен другим цветом и кеглем.



Автор: *Тинякова Анна, 1 год обучения*

Аннотация к работе:

В листовке сделан акцент на высокое качество кормов, показано, почему важно выбирать для животных всё самое лучшее.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Присутствующие на листовке причудливые иллюстрации и шрифты вызывают чувство любопытства, побуждая получателя к дальнейшему изучению. В целом это довольно простой и гибкий флаер. Тем не менее, в дизайне присутствует центральный культовый элемент – в данном случае это большой круг. Именно эта центральная часть и привлекает внимание к листовке, побуждая к дальнейшему её изучению. Тонко, но отлично работает!



Автор: Алимова Екатерина, 1 год обучения

Аннотация к работе:

Тимон и Пумба – одни из главных героев мультфильма «Король Лев».

Тимон - сурикат, довольно ленивый для помощи другим. Хитёр, проницателен, умён, нетерпелив, зачастую бывает алчен и высокомерен. Является стратегом практически всех планов и авантюр.

Пумба - в меру упитанный бородавочник. Очень доверчив, хотя тем не менее не выносит обмана.

Их объединяет любовь к еде. В мультфильме они поедали разное... В листовке они служат олицетворением экзотической кухни.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

За основу взяты готовые изображения героев. Дизайнерски размещены в листе. Акцент сделан на ярком фоне оранжевого с жёлтым фоном. Шрифтовой блок поддерживает смысловую нагрузку. Особое внимание принадлежит их девизу «Акуна - Матата» - другими словами, все будет хорошо. Какое бы блюдо экзотическое не съели, всё будет хорошо. Листовка с юмором. Работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, качественно.



Автор: Шекишова Вера, 1 год обучения

Аннотация к работе:

Об эффективности или неэффективности социальной рекламы против курения можно спорить до бесконечности. Однако, новые работы на эту тему появляются регулярно, радуя новыми подходами и тонкими идеями. Креативщики и общественные организации пытаются решить непосильную задачу - напугать здорового человека болезнями и страданиями, которыми в будущем грозит ему курение. А также воззвать к совести и пониманию, призывая оградить людей без вредной привычки от пассивного курения.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности отрисовки инструментами графического редактора, качественно, нестандартный подход в подаче иллюстративного материала. Цель этой листовки – очень проста: информировать людей о вреде курения. Прямо скажем, это не самая интересная тема для рекламного флаера. Поэтому автор, чтобы привлечь внимание, использовал в конструкции смелые (и немного страшные) образы. И, надо признать, это работает. «Страшное существо» в центре композиции – отличный способ захватить внимание любого, кто только взглянет на листовку.



Автор: Варичева Дарья, 2 год обучения

Аннотация к работе:

Главная задача креатива для салона красоты - привлечь внимание, вызвать эмоцию, остановить взгляд клиента. В листовке показан стилизованный портрет мексиканской художницы Фриды Кало, отличающейся особенной любовью к народной мексиканской культуре, она коллекционировала старинные произведения прикладного искусства, даже в повседневной жизни носила национальные костюмы.

В листовке автор отражает главное – важно оставаться собой!

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Работа представляет собой полностью авторскую графику, отрисованную инструментами графического редактора, в композиции листовки соблюдаются закон целостности композиции и закон подчинённости всех средств композиции идейному замыслу, работа отличается грамотно продуманной цветовой гаммой и оригинальностью в подаче графического материала.

МЫЛЬНО РЫЛЬНЫЙ НАБОР



Автор: Яцемирский Николай, 2 год обучения

Аннотация к работе:

Фунтик – герой советского мультфильма «Приключения поросёнка Фунтика». В листовке автор подходит с юмором к подаче материала, и поросёнок является брендом для мыла и шампуня. «Мыльно-рыльный набор» - отмывает всё!

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Большинство листовок, как правило, придерживаются относительно стандартной прямоугольной формы и размера. Эта же листовка явно отклоняется от нормы. Довольно небольшой флаер намекает на природу продукции, которую он продвигает (средства гигиены).



***Автор:** Садовская Мария, 3 год обучения*

Аннотация к работе:

Для привлечения внимания к теме зоотоваров было принято решение сделать яркий изобразительный логотип с названием, что даёт больше узнаваемости, лёгкость в запоминании. Чтобы зоомагазин хорошо запомнился, использовано креативное авторское изображение и авторский шрифт в названии магазина, которые помогут зацепить клиента.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Были подобраны контрастные цвета (фиолетовый, желтый). Они не соперничают с ярким логотипом, а лишь подчёркивают его. В дизайне используется качественная рисованная картинка, которая привлекает внимание. Все формы, представленные в листовке, дополняют друг друга.



Автор: Сенцова Надежда, 1 год обучения

Аннотация к работе:

Французский - язык настоящей романтики. А в ближайшее будущее его ждёт настоящий бум! Мало того, что Франция стала двукратным чемпионом мира по футболу, так и нынешний президент Франции Эммануэль Макрон всерьёз решил вернуть французскому статус главного языка международного общения!

Предлагаем вам быть в тренде и начать изучать этот прекрасный язык прямо сегодня!

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Минималистичный дизайн листовки. Был использован красивый глубокий синий цвет для фона, для текста и рисунков выбран белый цвет, он гармонично сочетается с фоном, подчеркивая его. Листовка не перегружена ничем лишним, только главная информация.



Автор: Титов Егор, 1 год обучения

Аннотация к работе:

Спрос на образовательные учреждения растёт с каждым днём, особенно в крупных городах нашей страны. Совсем недавно начали открываться и частные музыкальные школы, так как многие хотят отправить туда ребёнка или желают посещать её самостоятельно как хобби.

Отзыв-оценка педагога лаборатории на работу:

Минималистичный дизайн листовки. Упор сделан на привлечение внимания интересным контрастным силуэтным рисунком. Шрифты простые в исполнении, они не перегружают дизайн, их цвет - белый, он выгодно подчёркивает главный элемент – силуэт композитора. Использование ярких цветов (преимущественно красного и чёрного) как раз привлекает внимание аудитории. Плакат, как положено, содержит всю информацию о событии, включая время, дату и дополнительную информацию о самом событии.

7. ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РАБОТ

Проект должен быть выполнен в соответствии со всеми требованиями. Оценка производится как в отношении работы, так и в отношении процесса выполнения творческой работы. Время и детали задания в зависимости от условий могут быть изменены педагогом.

Раздел	Критерии
Задание «Креативная рекламная листовка»	Креативность и идея при разработке (оригинальность) - генерация новых идей; - простота, выразительность и полезность предложенной идеи.
	Соответствие цели задания: композиция листовки имеет художественную выразительность, рациональность формы, целостность композиции, оригинальность, соответствие современным направлениям в графическом дизайне.
	Цветовое решение: колористическое решение композиции листовки выполнено в соответствии с правилами основ цветоведения; с учётом колористических особенностей представленной креативной листовки.
	Композиционное решение: композиция рекламной листовки соответствует основам композиции; имеет гармоничное сочетание всех элементов; в композиции графического дизайна соблюдаются закон целостности композиции и закон подчинённости всех средств композиции идейному замыслу.
	Технические параметры при разработке макета <i>работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, качественно и творчески</i>

8. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные выводы, характеризующие креативную рекламную листовку как графический продукт:

- рекламно-информационная листовка — одна из наиболее заметных и быстро развивающихся видов графического дизайна, имеющая предысторию, историю и современную практику;

- листовки являются явной или скрытой формой рекламы во всехсферах, где имеется коммуникативная среда;

- развитие проектирования графики рекламно—информационныхлистовок всегда было связано с наличием в их композиции шрифтового сообщения, несущего конкретную информацию и изобразительный элемент;

- становление методов современного художественного проектирования рекламно-информационных листовок связано с развитием теории проектирования, внедрением компьютерных методов проектной работы;

- основными современными тенденциями в области дизайна рекламно-информационных листовок можно считать усиление влияния новаторских поисков в сфере дизайна и искусства, рост разнообразия использования технических средств и увеличение количества используемых графических эффектов, расширение ассортимента основ (носителей) для нанесения информации;

- работа с рекламно — информационной открыткой приобщает юных дизайнеров к творчеству, развивает их способности, расширяет интересы, формирует новое мировоззрение.

9. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ,

использованной при составлении учебно - методического пособия

1. Баркова, И.В. Компьютерное программирование для подростков: Дополнительная программа [Электронный ресурс] / Дворец творчества детей и молодежи. В помощь педагогу. – Режим доступа: <http://doto.ucoz.ru/metod/38-1-0-2090>.
2. Закон Российской Федерации «Об образовании», 26.12.2012 г. [Электронный ресурс] / Министерство образования и науки Российской Федерации. – Режим доступа: http://минобрнауки.рф/документы/2974/файл/1543/12.12.29ФЗ_Об_образовании_в_Российской_Федерации.pdf.
3. Колеченко, А.К. Энциклопедия педагогических технологий: пособие для преподавателей / А.К. Колеченко. – СПб. : КАРО, 2006. – 368 с.
4. Концепция развития дополнительного образования детей. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 4 сентября 2014 г. No 1726-р. [Электронный ресурс] / Дополнительное образование: информационный портал системы дополнительного образования детей. – Режим доступа: <http://dopedu.ru/poslednie-novosti/kontseptsiya>.
5. Кульневич, С.В. Дополнительное образование детей: методическая служба: практическое пособие для руководителей ОУДОД, методистов и специалистов по дополнительному образованию детей, студентов пед. учебных зав., слушателей ИПК / С.В. Кульневич, В.Н. Иванченко. – Ростов-на-Дону: Учитель, 2005. – 324 с.

6. Методическая работа в системе дополнительного образования: материал, анализ, обобщение опыта: пособие для педагогов дополнительного образования / Сост. М.В. Кайгородцева. – Волгоград: Учитель, 2009. –377 с.
7. Селевко, Г.К. Современные образовательные технологии: учебное пособие. / Г.К. Селевко. -М.: Народное образование, 1998. –256с.
8. Селевко, Г.К. Педагогические технологии на основе активизации, интенсификации и эффективного управления учебно-воспитательного процесса. / Г.К. Селевко. -М.: НИИ школьных технологий, 2005. –288с. - (Серия «Энциклопедия образовательных технологий»).

10. СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

билборд - щитовая реклама, разновидность наружной рекламы. В России самый популярный размер щита 3 х 6 м. Билборд – это напоминающая, вторичная реклама, он. может продолжать рекламную кампанию или завершать ее, но никак не начинать. Одни и те же щиты могут вызывать принципиально разную реакцию у разных наблюдателей.

бренд – 1. система, связывающая вместе продукт с его характеристиками, торговую марку, ее образ в сознании потребителя, а также концепцию производителя (продавца) по отношению к своему продукту, торговой марке и потребителям; 2. торговая марка или товар, имеющий широкую известность.

брошюра – средство печатной рекламы, непериодическое издание.

Используется, как правило, для внедрения новых продуктов на рынке
буклет - разновидность рекламного проспекта. Печатается на одном листе, который затем складывается и может читаться без разрезки. Относится к имиджевой печатной рекламе, выполняется на хорошей бумаге, многоцветно, с рисунками и фотографиями. Может сообщать о фирме или о каком-то продукте, услуге. Обычно печатается в формате А-4 или чуть меньше. При фальцовке (сгибе) важно, чтобы расположение текста и иллюстраций хорошо воспринималось на полосах буклета
видеореклама – зрительная реклама, реклама на видеопленке или Video – CD.

визитка - элемент фирменного стиля, который стилистически соотносится обычно с другими его элементами. При их изготовлении действуют 3 правила: хорошая печать и бумага, минимум информации (имя, должность, координаты) и соответствие фирменному стилю – цвету, графическим символам организации, которую представляет владелец визитки. Не рекомендуется загружать пространство визитки сведениями о научных и иных званиях и наградах, направлениях деятельности и т.п. Такая информация уместней в буклете или газетном интервью. Не следует стремиться и к излишней роскоши – шрифтовым завихрениям, обилию золота, голограммам. Визитка - это рабочий инструмент, участвующий в создании репутации и первого благоприятного впечатления о ее владельце.

витринная реклама - одна из форм товарной рекламы, направление в наружной рекламе по оформлению мест продажи и демонстрации товаров.

вовлечение — показатель, обозначающий количество потребителей, обративших внимание на рекламу, определяется как процент от общего количества адресатов и лиц, занимавших конкретное рекламное обращение.

восприятие - процесс формирования при помощи активных действий субъективного образа целостного предмета, непосредственно воздействующего на анализаторы.

вывеска - один из главных элементов витринной рекламы и фирменного стиля, выполняющий также роль указателя, маршрутного знака для посетителей организации. Влияет на имидж и репутацию организации наравне с дизайном офиса, обликом и стилем общения сотрудников, печатной рекламой и фирменными сувенирами. Часть реквизита фирменной наружной рекламы и один из инструментов PR. Вывеска должна по своему декоративному исполнению соответствовать особенностям здания, бизнесу фирмы и общему архитектурному облику района, где расположен офис организации. В большинстве случаев полезно, если вывеска четко сообщает, чем занимается фирма.

газета — один из основных носителей рекламы в прессе. При выборе газеты для размещения рекламы важно учесть характер читательской аудитории, тираж, авторитет и доверие к газете, стоимость публикации рекламы гарнитура - это совокупность шрифтов, объединенных общими стилевыми признаками, отличными от других шрифтов.

дизайн - 1)художественно-стилистическое оформление помещений, печатной и прессовой рекламы, любых изданий, телепередач, витрин, выставочных стендов и т.д.,

2)форма и внешний вид изделий, упаковки товаров.

заголовок- 1. название книги, статьи, раздела в тексте; 2. строка, содержащая такое название и оформленная особым образом для выделения и привлечения внимания запоминание - эффективная реклама должна обладать закрепляющим воздействием, то есть она должна закреплять обращение в сознании потребителя, быть запоминаемой звуковая реклама - реклама на радио, звуковая реклама в транспорте и т.п. Данный термин используют, когда хотят подчеркнуть, что отсутствуют визуальные средства, атакуется только ухо потребителя.

иллюстрация - снабжение рекламного текста фотографиями, рисунками, символическими элементами, схемами, диаграммами и др. Иллюстрация усиливает воздействие рекламы на сознание и подсознание потребителя. Для товарной рекламы наиболее эффективны иллюстрации показывающие товар в действии имидж бренда – образ фирмы в представлении целевой аудитории.

листовка – разновидность рекламных печатных материалов; то же, что информационный лист. Используют в коммерческой и политической рекламе. Обычно это небольшие издания в формате 1/16, обе стороны которых снабжены текстом и иллюстрациями. Распространяют с помощью директ-мейл, по принципу «в каждую дверь». Листовки имеют обычно полиграфическое исполнение, могут быть черно-белыми или многокрасочными. Популярна раздача листовок на улицах и площадях специально нанятыми агентами. Это мероприятие особенно действенно, если сопровождается выдачей потребителям бесплатных образцов рекламируемой продукции.

наружная реклама - рекламные конструкции и изображения, которые размещают на улицах и площадях вдоль автотрасс, тротуаров, железнодорожных путей. Главная задача – напоминать о фирме, товаре, услуге или политическом деятеле, движении, социальной проблеме. Наружную рекламу не применяют в начале рекламных кампаний. В наружной рекламе часто используются уже знакомые (по ТВ, газетам, журналам) аудитории образы, сюжеты и слоганы.

печатная реклама - проспекты, каталоги, фирменные календари, справочники, листовки, информационные листы и письма, буклеты, прессрелизы и др. информационно-рекламные материалы, изготовленные полиграфическим или с помощью копировального офисного оборудования.

плакат – крупноформатное печатное издание, в большинстве случаев с односторонней печатью. Основа плаката – художественная композиция и краткий текст.

реклама (от лат. *resclamare* — «утверждать, выкрикивать, протестовать») часть маркетинговых коммуникаций, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение не персонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему рекламная кампания - серия системно организованных рекламных

мероприятий, специфика которых определяется маркетинговой программой рекламодателя и особенностями целевого сегмента рынка.

рекламная коммуникация - закодированное в звуке, цвете, тексте сообщение, адресованное потенциальным потребителям товара или услуг, а так же ответ на него.

рекламное объявление - печатное сообщение извещающее о чём-то.

рекламное сообщение – это оплачиваемое информационное обращение, предназначенное для обращения к массовой аудитории с целью информирования, содействия, побуждения, убеждения приобрести ту или иную продукцию, услугу.

социальная реклама - вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума специальное мероприятие (Special Event) - организация события (фестивали, концерты, шоу, вручение премий, рекламные туры (road-show), мероприятия для прессы, специальные события и т.д.) в целях создания рекламного сообщения, погружения участников акции в ценности и сущность бренда.

стимулирование – это вид маркетинговых коммуникаций, обозначающий комплекс мероприятий по продвижению продаж по всему маршруту движения товара - от изготовителя через каналы сбыта до потребителя - с целью ускорения сбыта товаров. В основе данных мероприятий - краткосрочное увеличение продаж путём предоставления покупателю (как конечному потребителю, так и розничному продавцу) определённой выгоды.

целевая аудитория – основные и наиболее важные для рекламодателя адресаты рекламного обращения убеждение - основывать, подкреплять или изменять отношение, создавать аргументы, затрагивать эмоции или непосредственно внедрять убеждения в структуру мнений потребителей фирменный знак – обозначение, служащее для индивидуализации товаров, юридических лиц и индивидуальных предприятий. Законом признаётся исключительное право на товарный знак, удостоверяемое свидетельством на товарный знак.

фирменный логотип - специальное начертание полного или сокращённого названия фирмы; словесный фирменный знак, включающий фирменный шрифт, цвета, графические элементы.

фирменный стиль – 1. набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления; 2. комплекс единых художественных и текстовых средств рекламы PR - мероприятий, с помощью которого формируют имидж компании на рынке и у сотрудников самой организации характерность начертания - это вариант шрифта внутри одной гарнитуры. Определяет соотношение основных элементов. Смена начертания позволяет выделить в тексте отдельное слово или фразу шрифт – графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему, набор символов определенного размера и рисунка.