

«РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ХУДОЖНИКА В СОВРЕМЕННОМ КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ»

Научный консультант:

доктор философских
наук, профессор

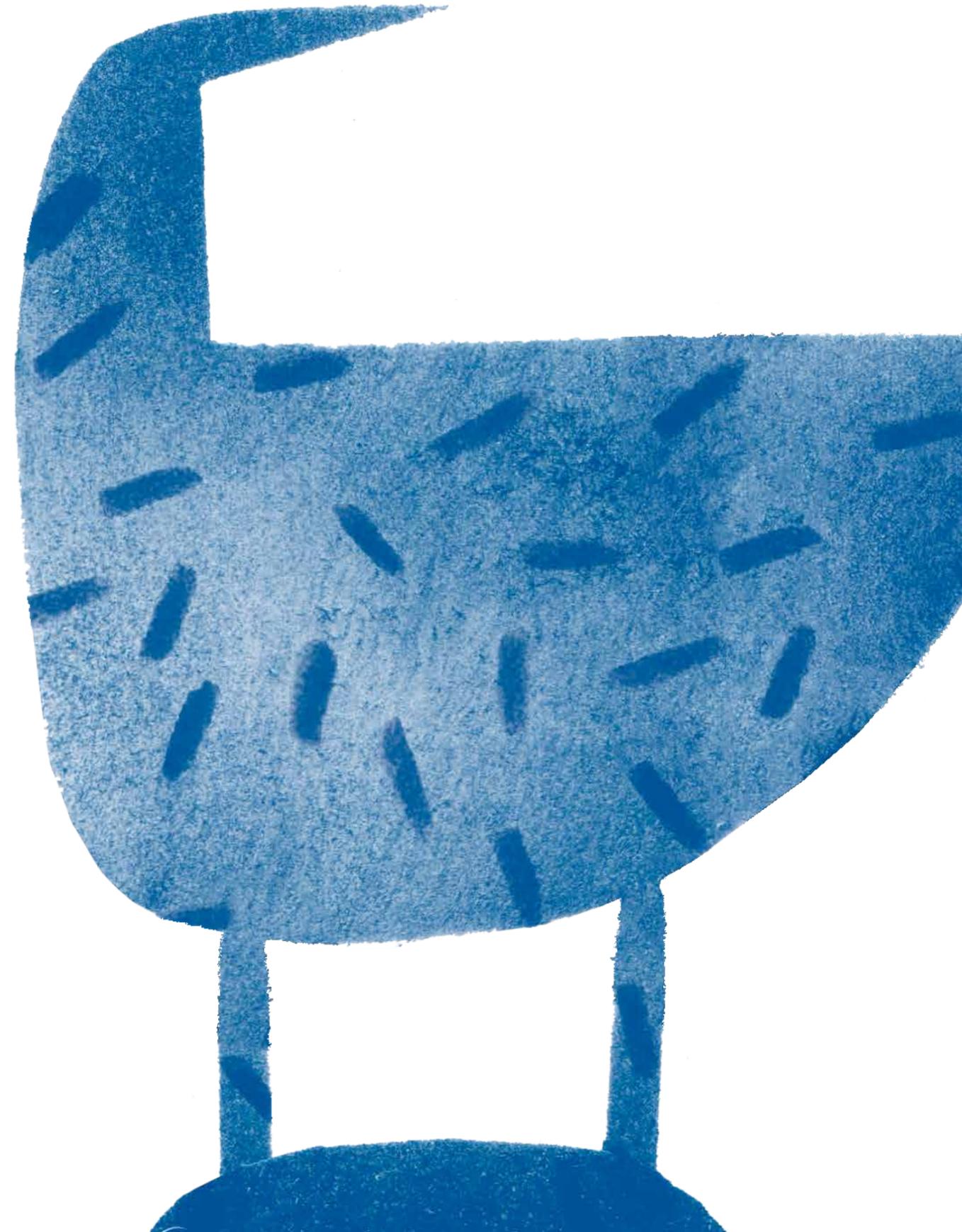
Лола Г.Н

Руководитель проекта:

старший преподаватель
кафедры дизайна

Дрига А.А.

Марьянинова Ксения



ПРОБЛЕМА

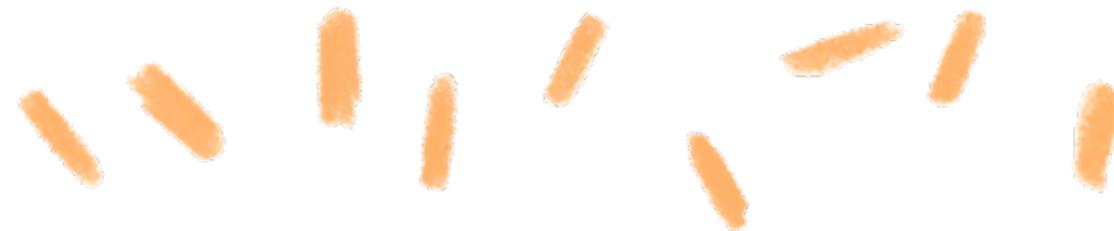
Сегодня художник — это не только человек создающий произведения искусства. В условиях современного арт-рынка художник выполняет роль и специалиста по продвижению, и продюсера, и маркетолога. Именно поэтому художнику необходимо иметь базовые инструменты для самопрезентации на рынке. Это дает безграничные возможности для развития и заработка.

ЗАДАЧА ИССЛЕДОВАНИЯ

- Изучить историю современного арт-рынка;
- Выявить и проанализировать основные принципы на рынке искусств;
- На основании проведенного исследования, сформулировать основные проблемы продвижения творчества автора современного искусства;
- Разобрать особенности семиотического подхода в графическом дизайне;
- Разработать рекомендации для преодоления проблем продвижения творчества мастера декоративно-прикладного искусства.

АКТУАЛЬНОСТЬ

Актуальность исследования связана с резко возросшим интересом к рынку произведений современного искусства в рамках мирового и отечественного бизнеса, по этой причине актуальность обусловлена: важной ролью методов продвижения в условиях рынка произведений современного искусства; наличием определенных проблем, встречающихся у мастеров современного искусства; необходимостью разработки рекомендаций решения этих проблем;



СТРУКТУРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ

I РЫНОК СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

1.1
Современное искусство

1.2
Художник как участник арт-рынка

II ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НА АРТ-РЫНКЕ

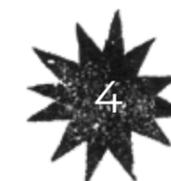
2.1
Использование инструментов марке-
тинга на арт-рынке

2.2
Стратегии продвижения на арт-рынке

III РАБОТА НАД КОНЦЕПЦИЕЙ И ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОЕКТА

3.1
Актуальность и концепция

3.2
Этапы работы



АВТОР



НАДИЯ МИНИАХМЕТОВА

Художник-керамист, автор предметов интерьерной керамики. Член союза художников России и выпускник кафедры керамики и стекла СПбГХПА им. Штиглица. Выросла в татарской деревне не далеко от Казани. Творческий стаж лет 26 лет. Автор считает себя скрытым символистом и старается в каждую свою работу внести некий смысл, переживание, зашифрованный опыт.

ПРОИЗВЕДЕНИЯ



Мелкая пластика и интерная скульптура

ПРОИЗВЕДЕНИЯ



Панно и арт-объекты

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

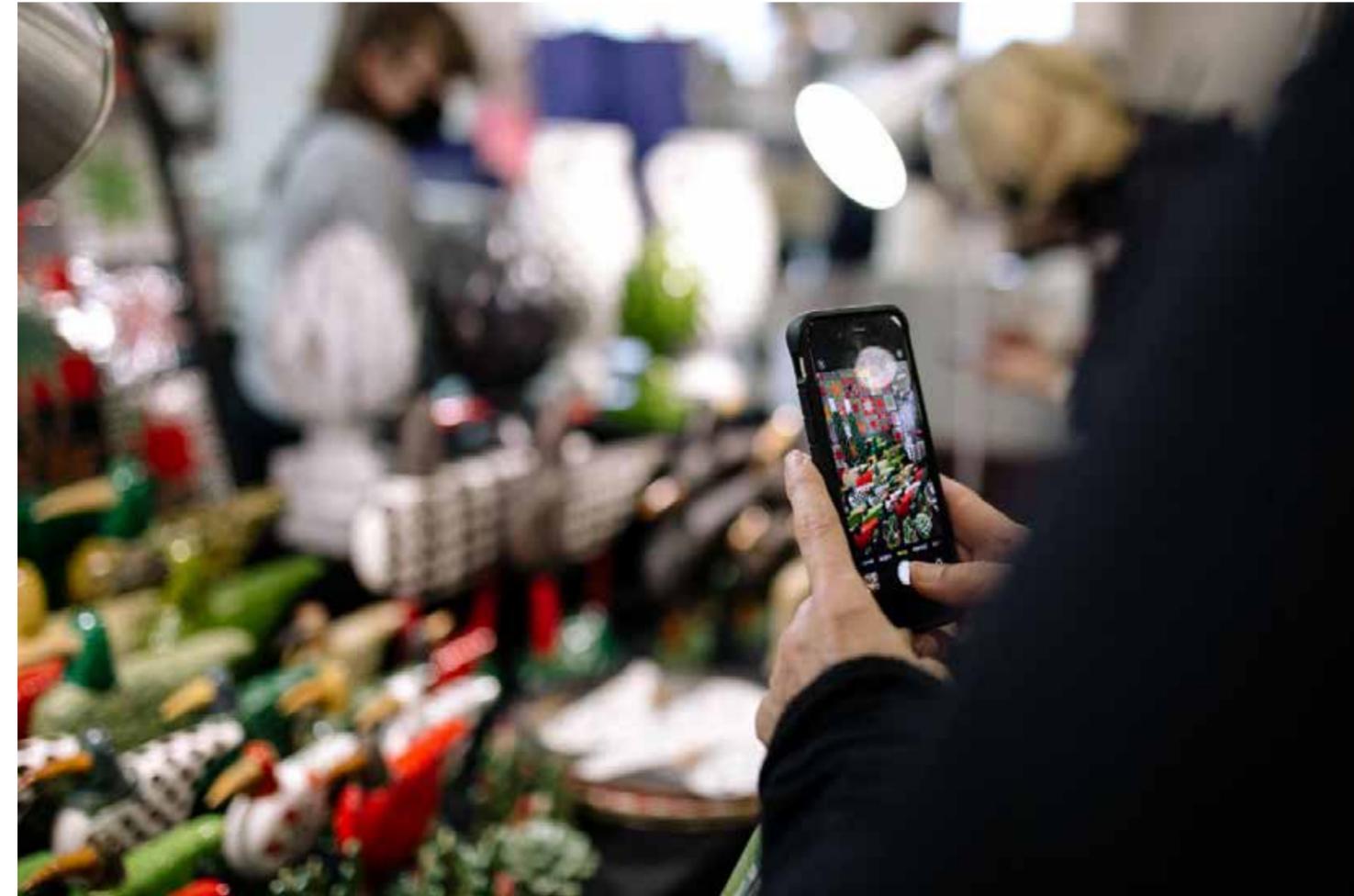
Женщины от 25 до 60 лет интересующиеся искусством; имеющие хороший вкус и стремящийся к прекрасному, желающий наполнить свой дом теплыми и авторскими вещами.



СИТУАЦИЯ ПОКУПКИ

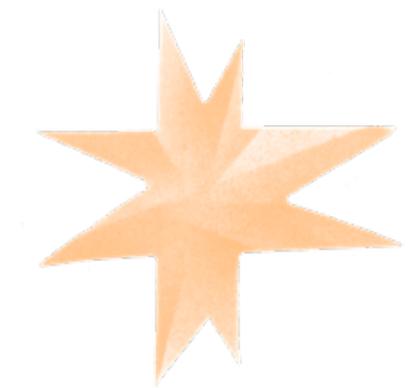
Основной канал продаж и получения новых клиентов — выставки и арт-ярмарки. На выставке большую роль играет первое впечатление, которое сопровождается эмоциональной, стихийной и незапланированной покупкой. Такие клиенты часто совершают повторную покупку через интернет.

подошел — потрогал, посмотрел — купил



ПРОЕКТНАЯ ЗАДАЧА

Создать фирменный стиль и графическое сопровождение для продвижения мастера на выставках.



ОГРАНИЧЕНИЕ

Упаковка должна быть настолько простой и удобной, чтобы автор мог зайти в любую типографию и распечатать любое количество упаковок без технологических ограничений.

ПРИНЦИПЫ

1. Технологическая доступность в исполнении.
2. Комбинаторика элементов
3. Гибкость. Возможность вносить изменения, если меняется производство.
4. Подключение игровой механики.



СОСТАВ ПРОЕКТА

1. Логотип;
2. Набор иллюстраций;
3. Упаковочные материалы:
Коробки;
Пакеты;
Упаковочная бумага;
4. Бирки на продукцию;
5. Открытки;
6. Ценники на стол;
7. Каталог



КОНЦЕПЦИЯ

Керамика автора — уникальные произведения ручной работы тираж которых невозможно повторить подобно глинообразующим минералам и частицам чьи свойства были отражены в технике графического оформления и логотипе. Глина — это смесь частиц. Для передачи свойств глины были выбраны несколько техник для реализации графики. Для крупных графических элементов была использована техника трафаретной печати, для мелкой графики — техника штампа. Экспериментируя с материалами и приемами в данных техниках в иллюстрациях, получилось добиться эффекта зернистости и песка, что перекликается со свойством глины.



ИЛЛЮСТРАЦИИ



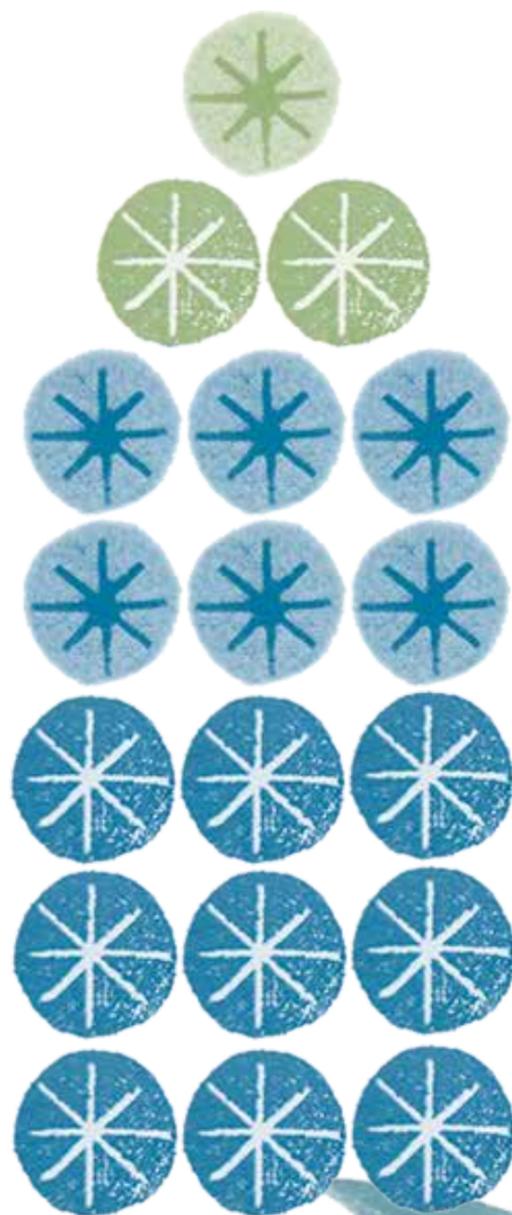
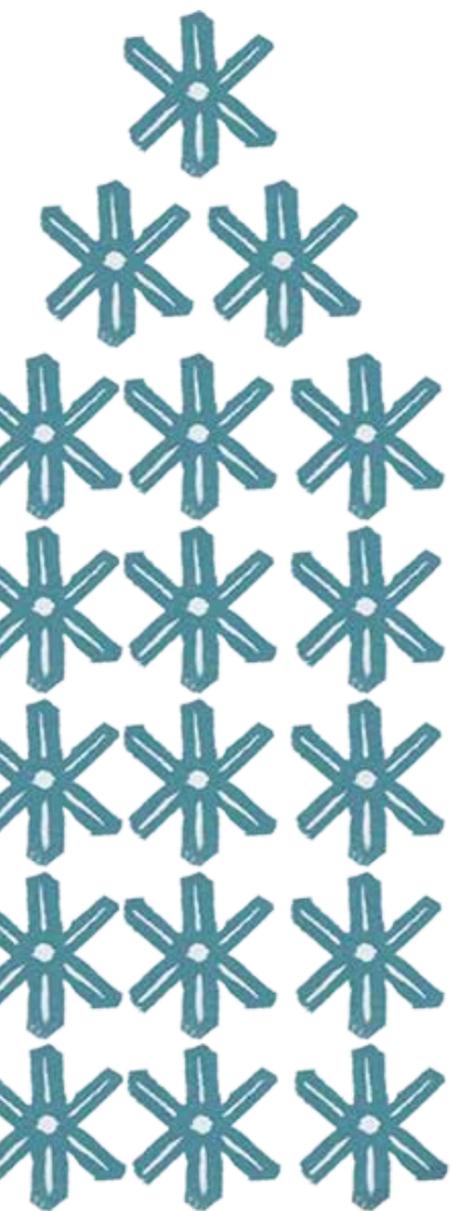
ИЛЛЮСТРАЦИИ



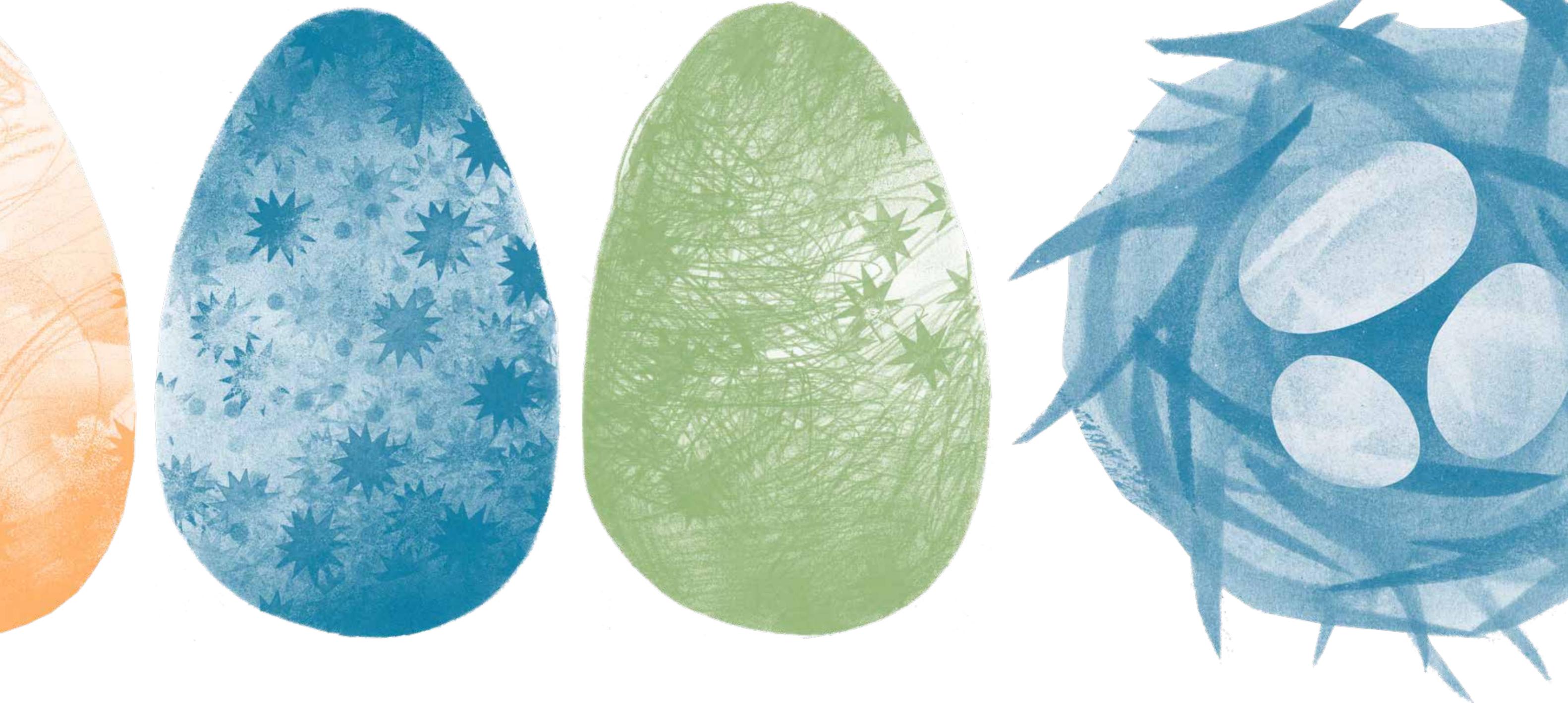
ИЛЛЮСТРАЦИИ



ИЛЛЮСТРАЦИИ



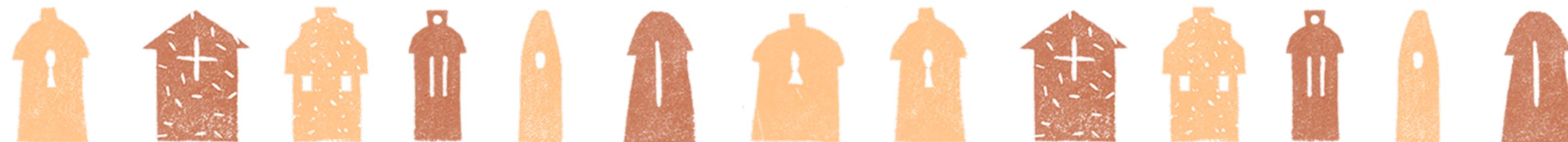
ИЛЛЮСТРАЦИИ



ИЛЛЮСТРАЦИИ



ИЛЛЮСТРАЦИИ



ЛОГОТИП



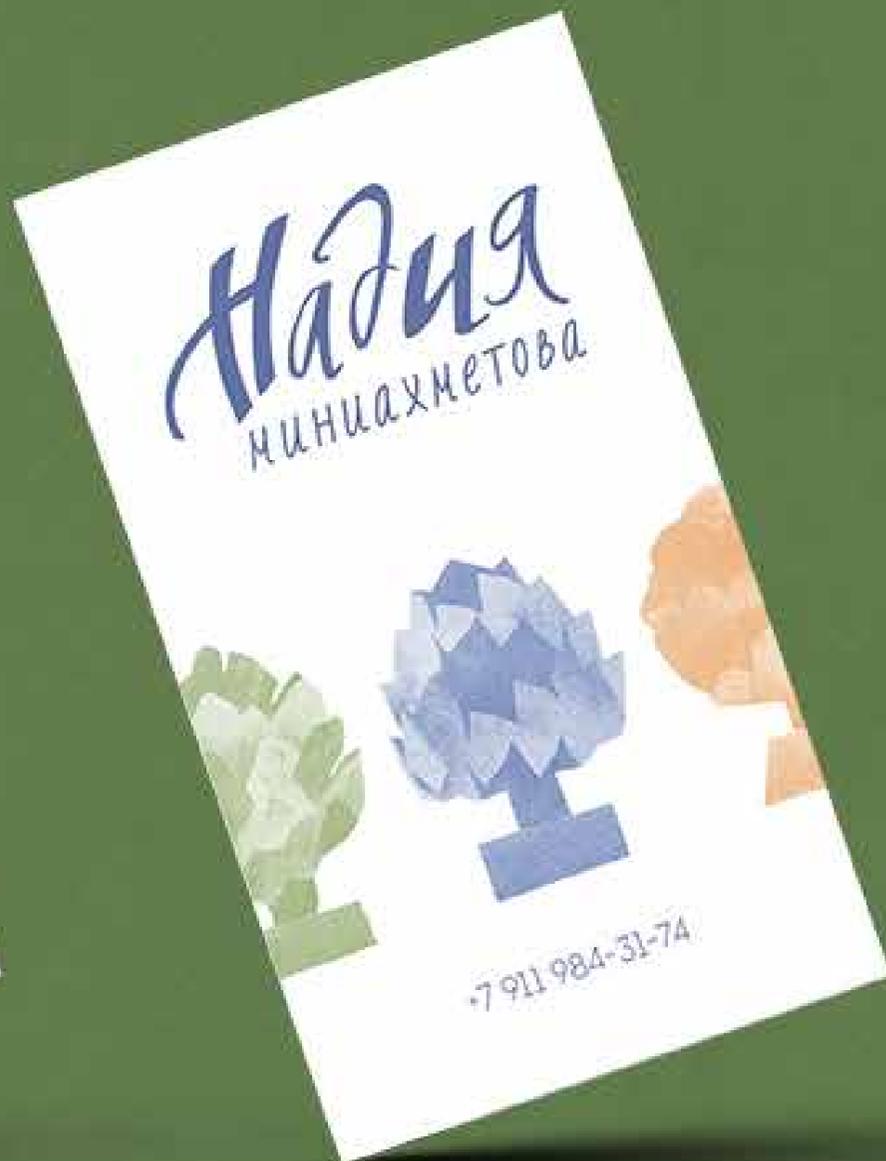
ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ



ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ



ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ



ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ





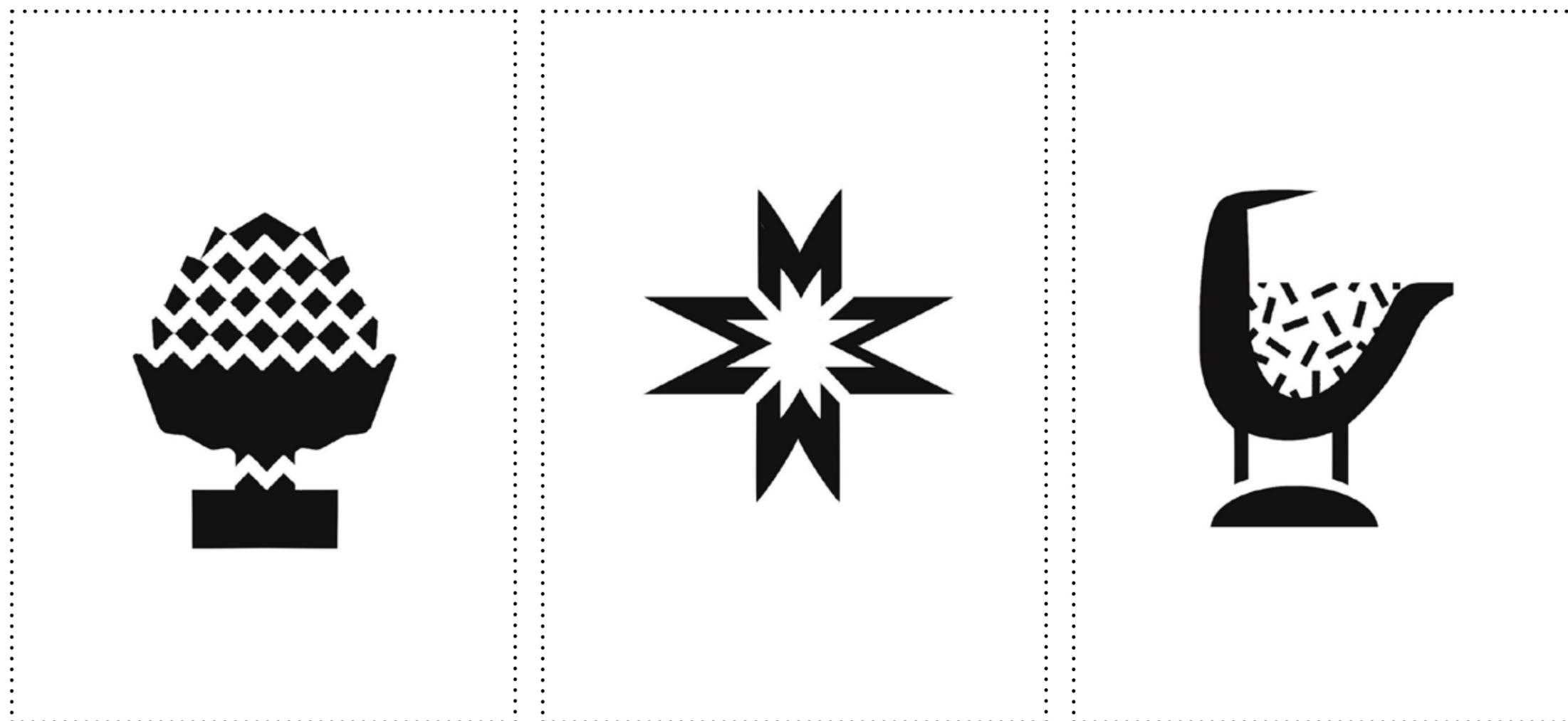
Проектная часть | Графическое оформление

ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ





ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ

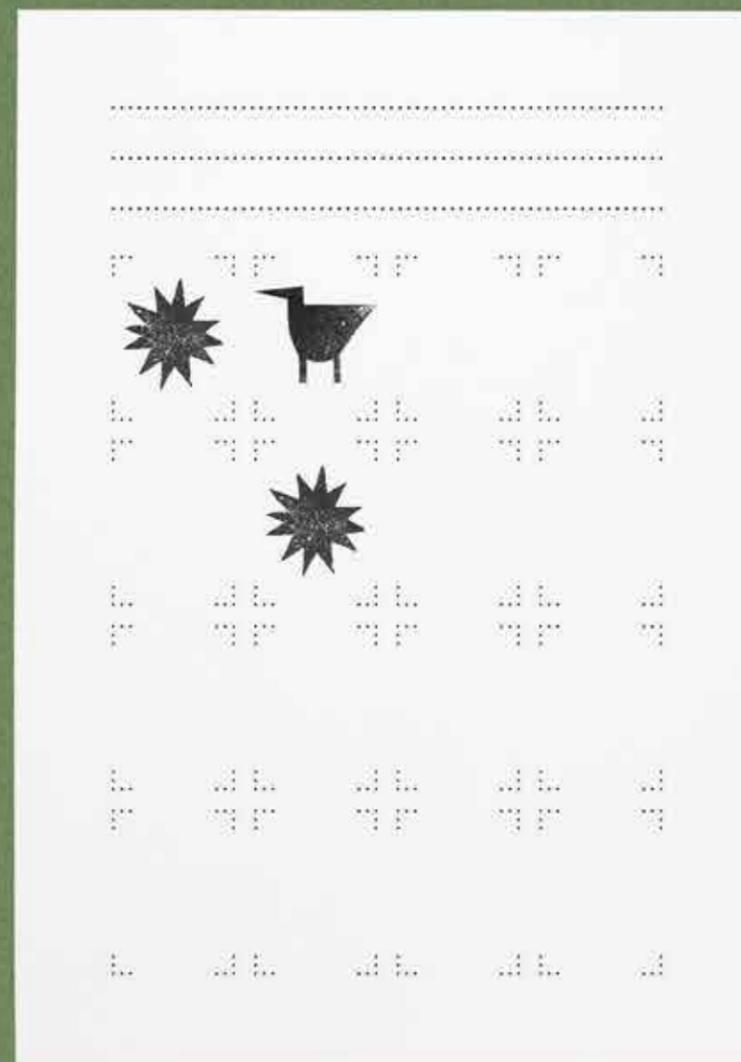


Проектная часть | Графическое оформление

ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ



ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ



Проектная часть | Графическое оформление

ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ



Надя
МИЦАХМЕТОВА

Керамика
арт-объекты

Керамика
арт-объекты

Надя
МИЦАХМЕТОВА

A gift box containing two ceramic art objects. One is a large, conical object with a leopard-spotted pattern and a dark handle. The other is a smaller, green, spotted object with a dark handle. The objects are wrapped in white tissue paper and placed in a cardboard box with brown shredded paper. A red tag with the brand name 'Надя МИЦАХМЕТОВА' is attached to the objects. There are also three smaller labels: a blue one with the brand name, a green one with 'Керамика арт-объекты', and a red one with 'Керамика арт-объекты'.



Проектная часть | Графическое оформление

ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ

