

Графическое сопровождение для ювелирного бренда Або

Научный руководитель:

Член Международной Ассоциации Искусствоведов,

кандидат искусствоведения,

доцент кафедры дизайна,

Васильева Екатерина Викторовна

Научный руководитель практической части:

член Союза дизайнеров России,

член союза художников России

доцент кафедры дизайна

Старцев Константин Григорьевич

20 МО1-И

Цель

Разработка графического сопровождения для ювелирного магазина “Або”

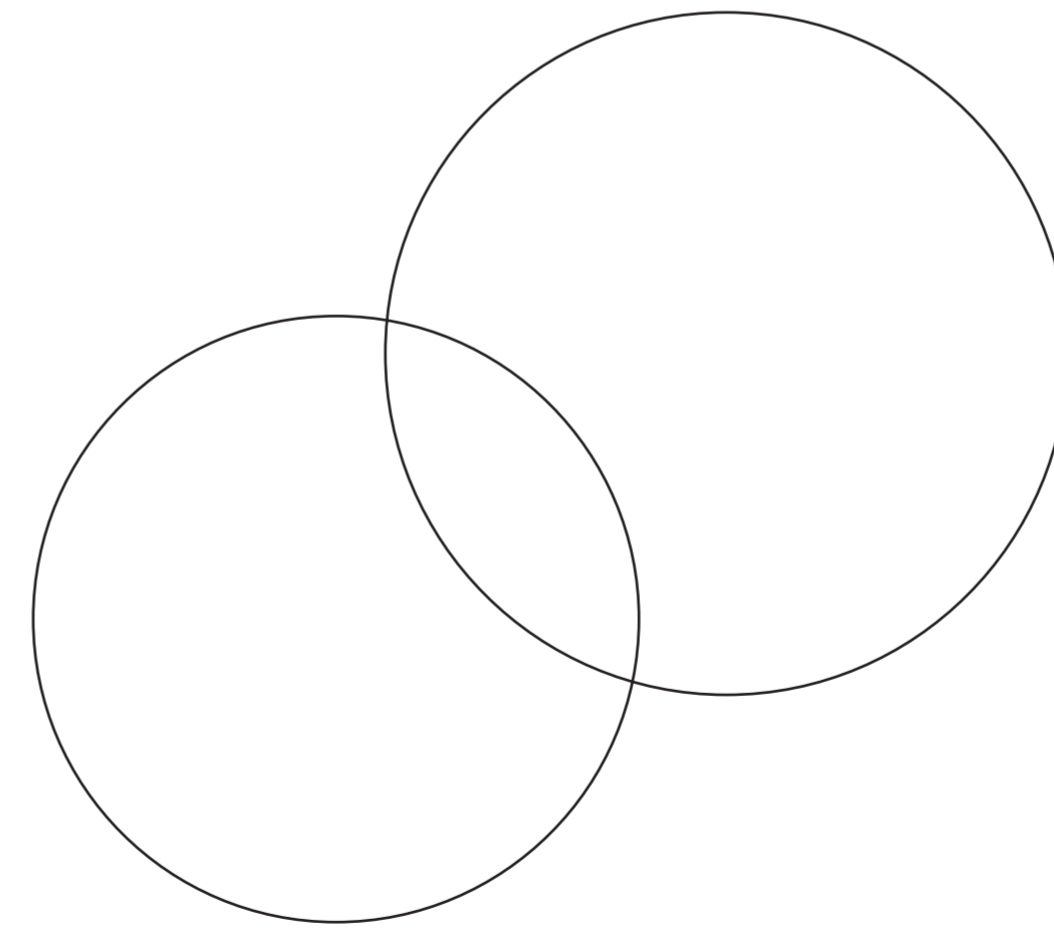
Задачи

1. Составления брифа и анализ процессов для рекламной компании продукта
2. Создание концепции
3. Разработка фирменного стиля
4. Разработка полиграфической продукции

Концепция

Комбинирование двух противоположных сред для создания баланса

Або, со старославянского значит — «или», «либо»



Концептуальные аналоги

Экспериментальный 3D-клип эстонского музыканта и композитора Янека Мурда, в котором он исследует циклические процессы в природе: времена года, смену дня и ночи, путь от рождения к смерти.



<https://www.behance.net/gallery/130194673/Janek-Murd-AVA>

Тематические аналоги

Парфюмерная упаковка в форме обточенного волнами пляжного стекла. Флаконы изготовлены из повторно переработанного океанского пластика. Авторы проекта призывают многократно использовать трудноразлагаемые материалы и уверены, что спустя время это позволит взглянуть на пластик как на предмет антиквариата, который будет только увеличивать свою ценность. Дизайнеры Анна Сакагути и Мики Кавамура.

<https://www.instagram.com/miki.kawamura.design/>

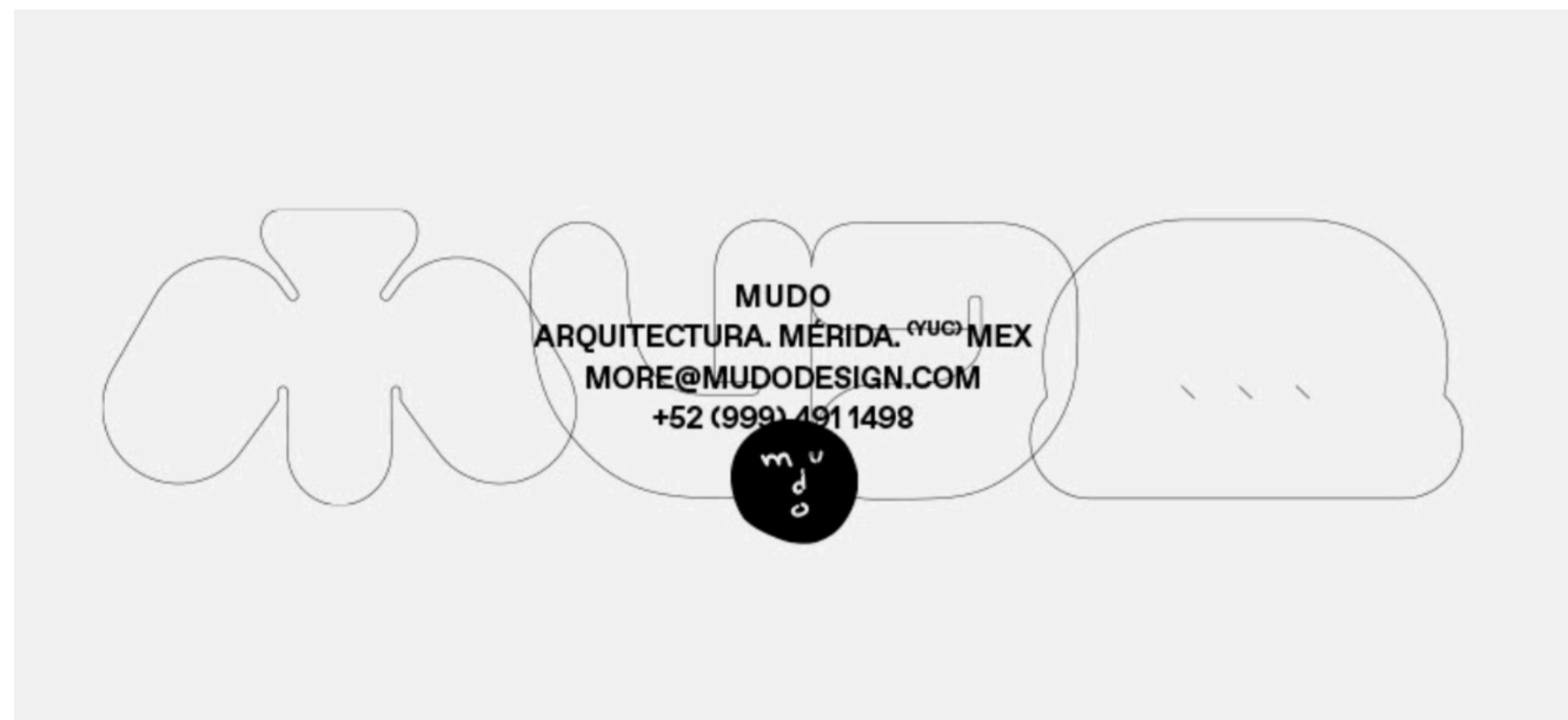


Визуальные аналоги

MUDO - это дизайнерская мастерская, базирующаяся в Мехико и на Юкатане.

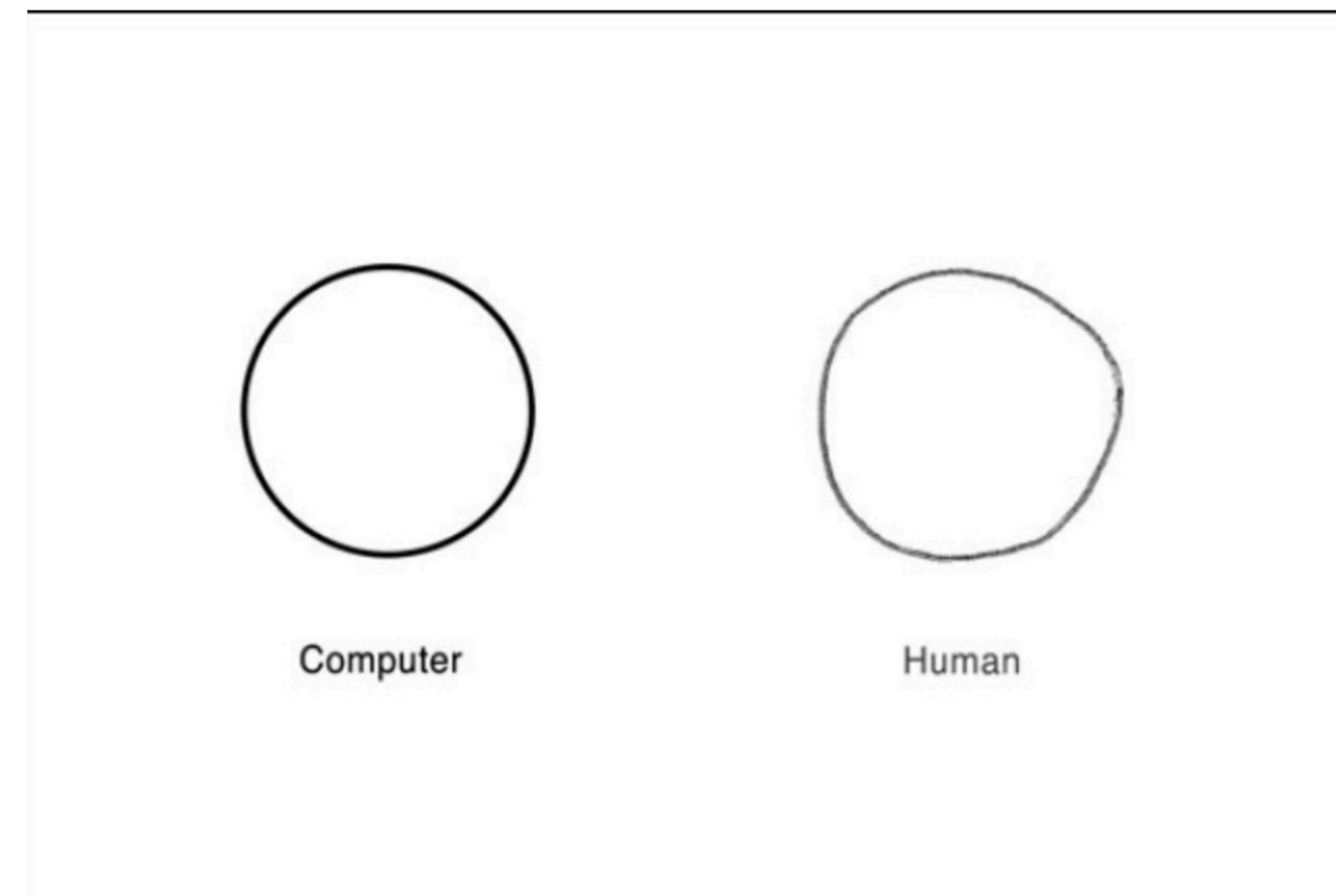
Их миссия - это нечто большее, чем просто дизайн. Их видение

Автор: Enrique Puerto



<https://www.behance.net/gallery/120366329/MUDO-architecture>

20 MO1-И



Визуальные аналоги

Рожденный в поисках тепла, Hug создает трикотаж ручной работы на заказ для холода и одиночества. Сочетая мелодраматическую фотографию с театральным тоном голоса, получившийся фирменный стиль представляет собой карикатуру на безнадёжного романтика.

Автор: Adam Lowe

<https://www.behance.net/gallery/74428355/Hug-Branding>

20 MO1-И



Состав проекта

1. Провести интервью с заказчиком.
2. Изучить имеющиеся на рынке концептуальные, тематические и визуальные аналоги
3. Проанализировать целевую аудиторию
4. Разработать концепцию проекта
5. Определить основные носители фирменного стиля
6. Сделать концептуальные фотографии и коллажи
7. Разработать ключевые элементы фирменного стиля (Логотип, цветовая гамма, графика)
8. Разработать печатные носители



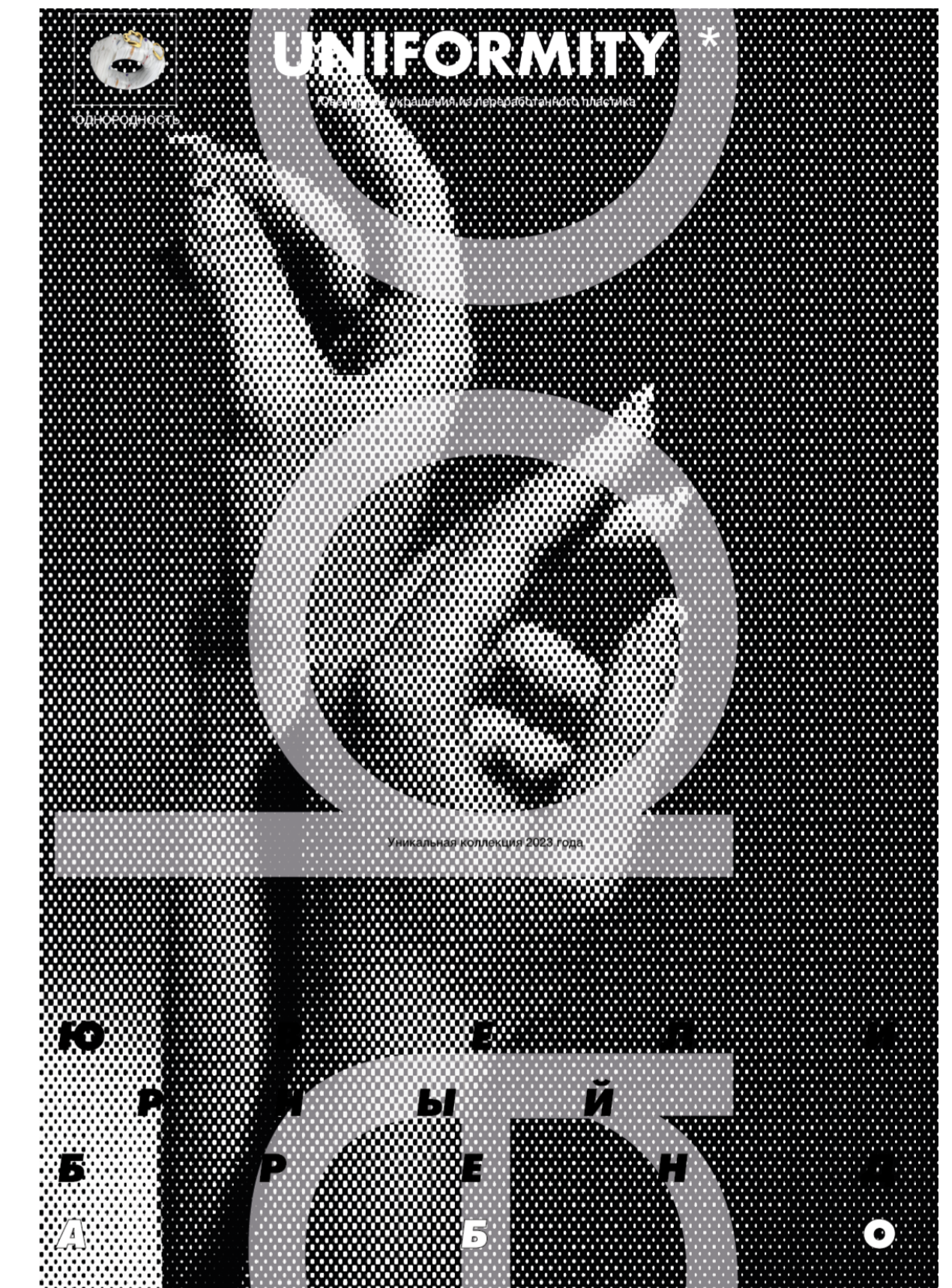
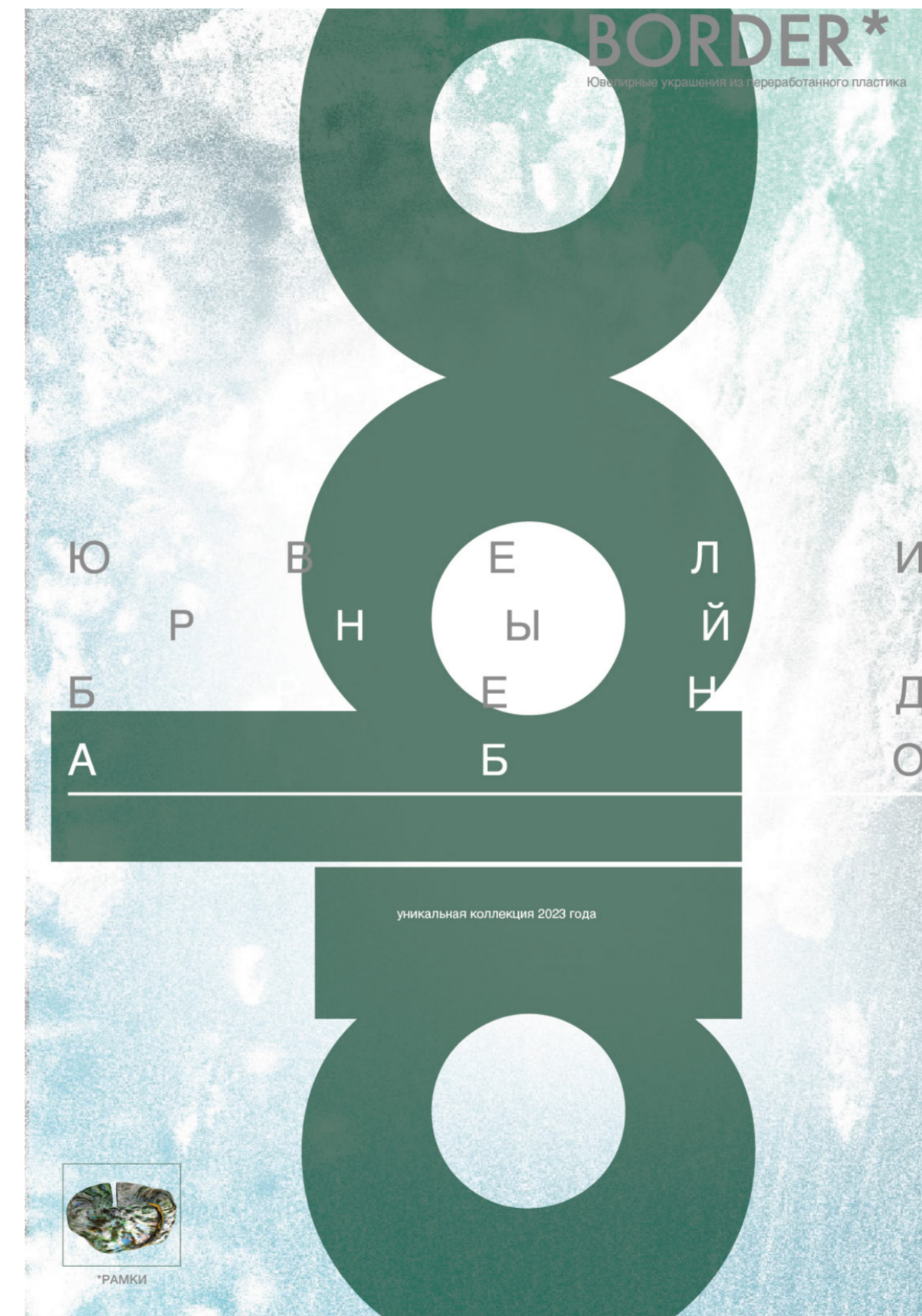
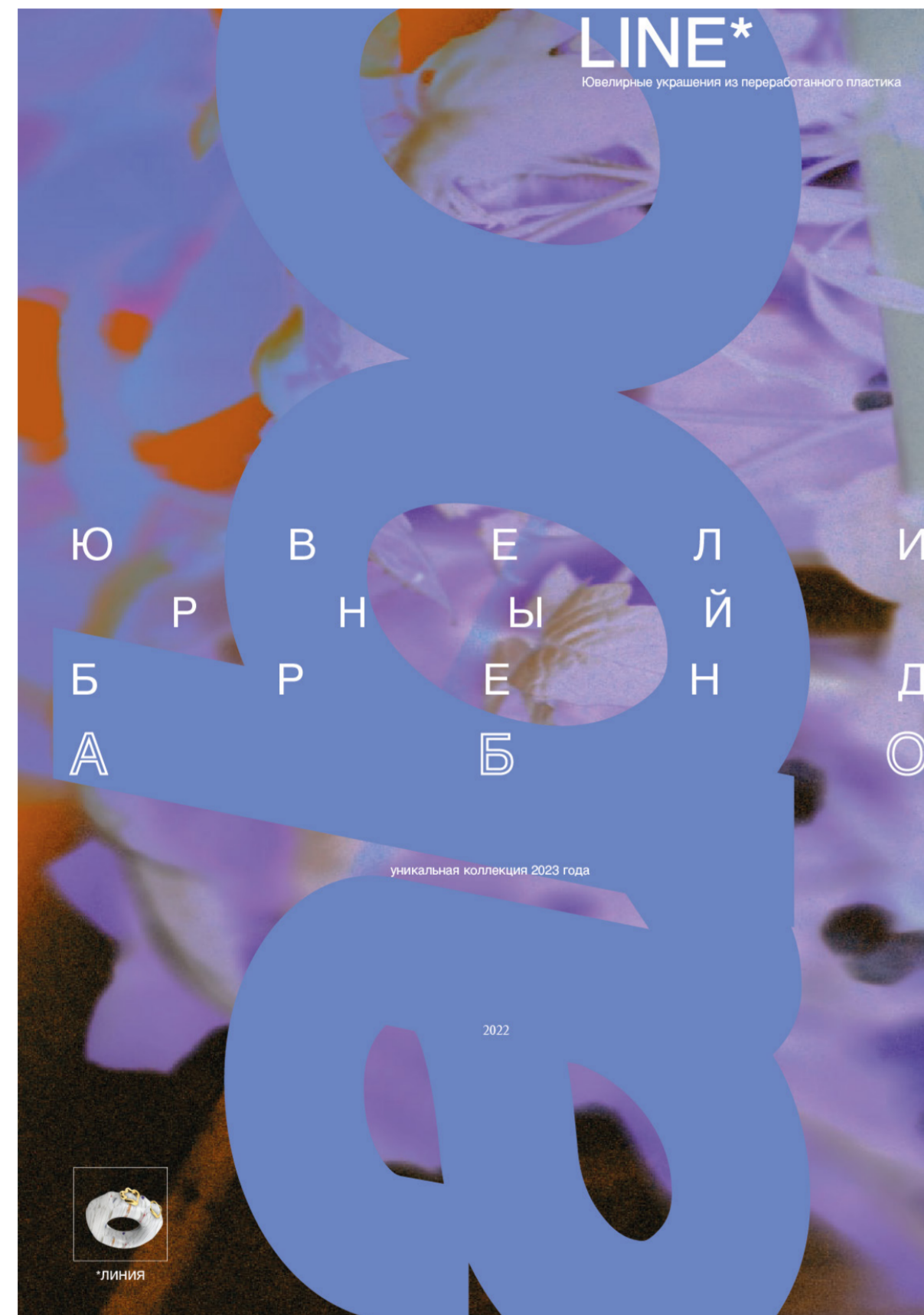
Целевая аудитория

- Женщины и любящие мужчины (от 25 до 45 лет)
 - Люди, интересующиеся темой осознанного потребления
 - Эстеты
- Практическая значимость проекта.

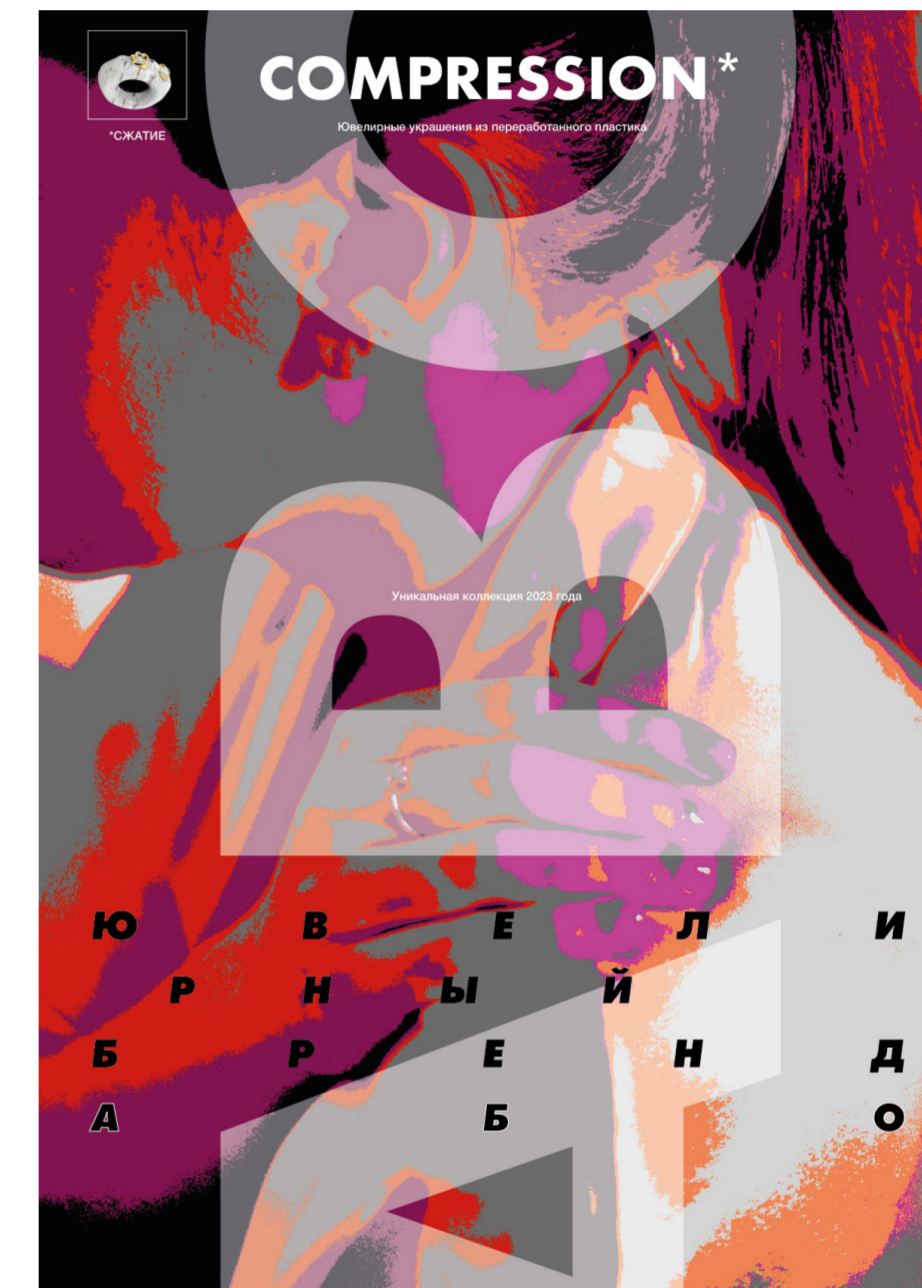
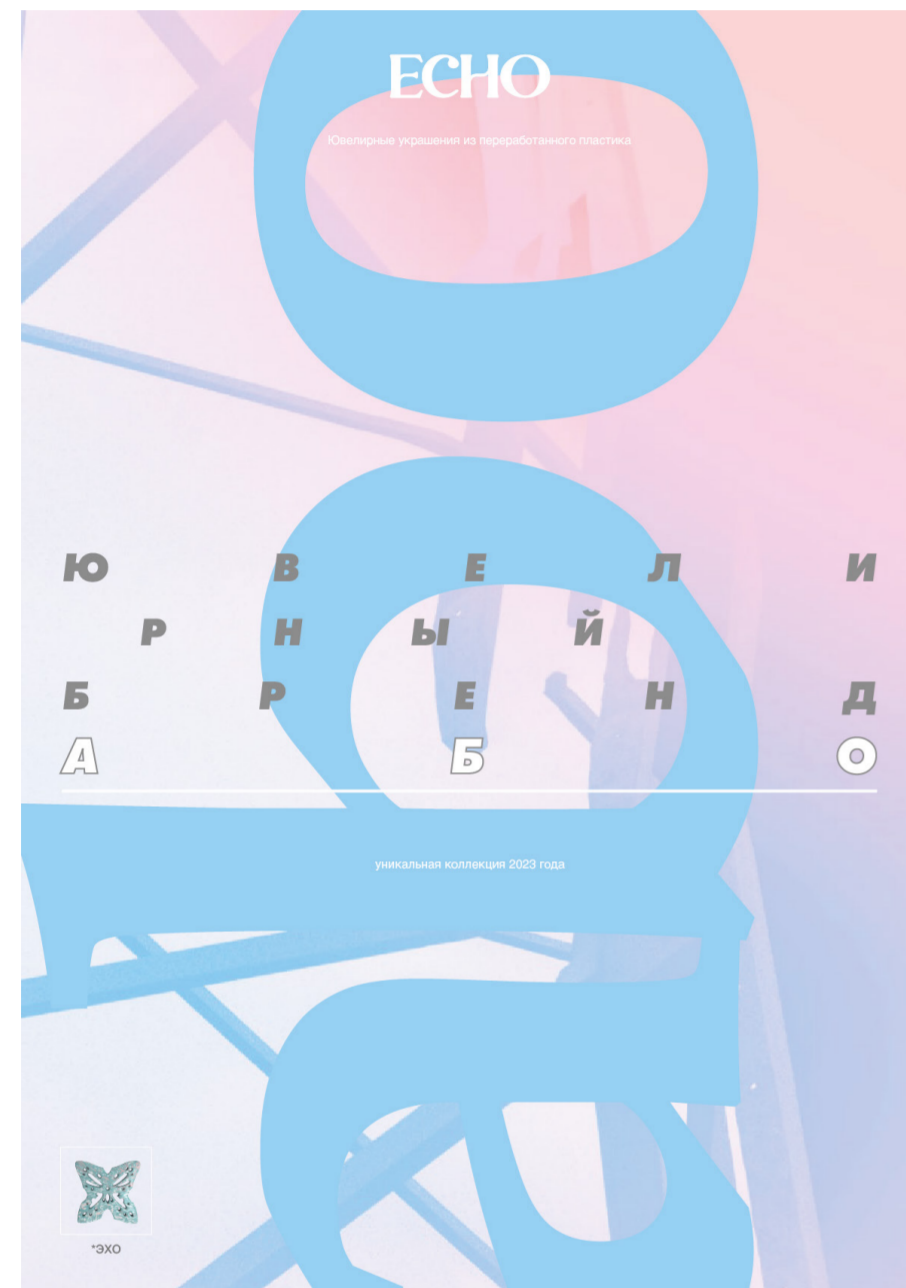
Создание имиджевых плакатов



Создание имиджевых плакатов



Создание имиджевых плакатов



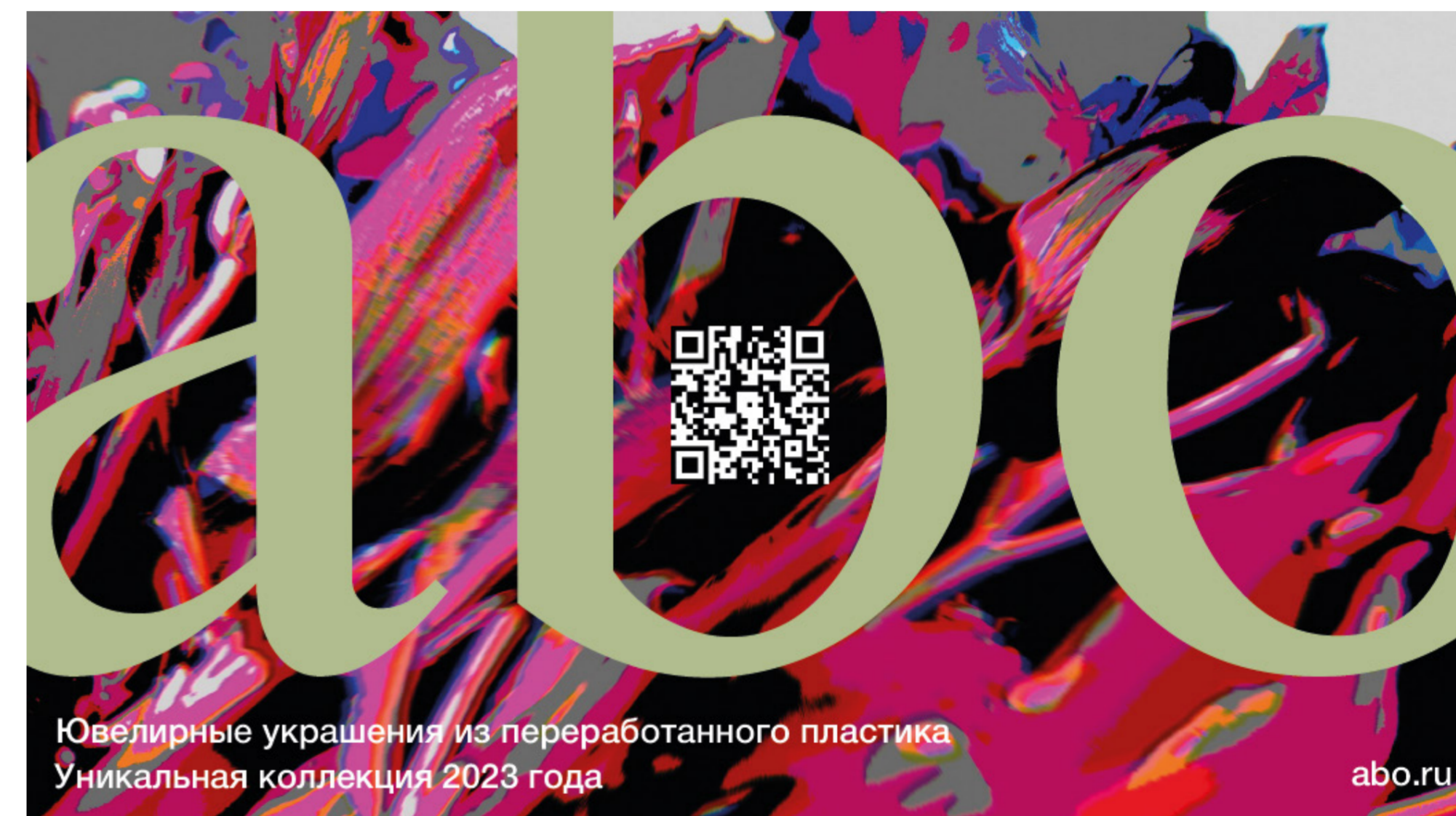
Плакаты в среде



Плакаты в среде



Разработка визиток



Разработка визиток



Визитки в среде

