

1. ТРЕБОВАНИЯ К ЗАЧЕТУ

Раздел III. Создание индивидуального образа объекта в рекламе (VII семестр)

Для успешной сдачи зачета студенты должны выполнить все задания за семестр, создать и распечатать с их изображениями экспозицию, а так же ответить на теоретические вопросы во время контрольной точки, проходящей в форме зачета.

1. Понятие системной рекламной коммуникации.
2. История становления фирменного стиля как самостоятельного направления в дизайне.
3. Понятие фирменного стиля и его роль в рекламных коммуникациях.
4. Пакет фирменного стиля.
5. Понятие торговой марки и товарного знака.
6. Логотип в пакете фирменного стиля.
7. Композиция фирменного знака.
8. Символы в товарных знаках.
9. Классификация фирменных знаков по Веркману.
10. Особенности восприятия потребителем фирменного знака, логотипа
11. Назовите этапы создания товарного знака.
12. Цветовая палитра фирменного стиля, ее функциональная нагрузка.
13. Цветовые контрасты и типы гармоний.
14. Цветосимволика в рекламе.
15. Колориметрические круги: виды, особенности, назначение.
16. Классификация шрифтов по способам воспроизведения.
17. Основные элементы построения букв.
18. Функциональная нагрузка шрифта в пакете фирменного стиля.
19. Основные требования, предъявляемые к шрифтам.
20. Образность шрифта.
21. Цветовая гармония и шрифт.
22. Психология восприятия букв.
23. Критерии анализа словесных товарных знаков (по Веркману)
24. Типология фирменных названий и свойства эффективного названия в фирменном стиле (по А. Уиллер)
25. Этапы разработки фирменного стиля (с точки зрения менеджмента проектов)
26. Этапы разработки фирменного стиля по Р. Нельсону (креативная стратегия разработки)
27. Сувенирная продукция в пакете фирменного стиля.
28. Дополнительные элементы фирменного стиля: буклет, персонаж, спецодежда и пр.
29. Сайт как носитель фирменного стиля и корпоративной культуры современной организации.
30. Упаковка как элемент фирменного стиля.