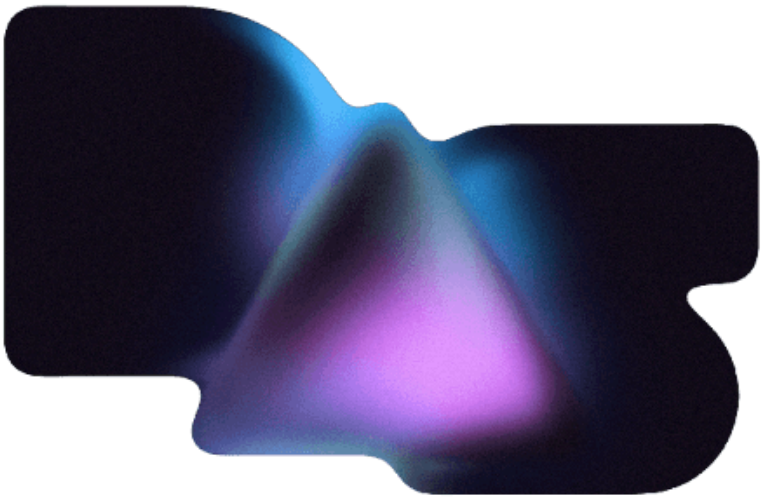


ვიზუალური კომუნიკაცია

ნიკა კუმბარი

დიზაინის და ანიმაციის სკოლა © 2024

კურსის ხანგრძლივობა: 12 კვირა

კურსის აღწერა:
კურსის მიზანია მოამზადოს შემოქმედებით ინდუსტრიაში დასაქმებისათვის კომპეტენტური კადრი, რომელიც შეძლებს ვიზუალური კომუნიკაციის როლის გააზრებას ბრენდინგში და წარმატებული ბრენდის იდენტობის ანალიზის, ეფექტური კრეატიული სტრატეგიის შემუშავებას, გრაფიკული დიზაინის ელემენტების გამოყენებით ვიზუალური იდენტობის შექმნას, ვიზუალური ელემენტების - ტიპოგრაფია, ფერი, გამოსახულების მანიპულირებას, მომხმარებლის გამოცდილების დიზაინის მნიშვნელობის გაგებას და პროექტის შექმნა - პრეზენტირებას.

კურსის განმავლობაში გამოყენებული პროგრამები: Illustrator, Photoshop

პრერეკვიზიტები:
კურსის სპეციფიკიდან გამომდინარე, აუცილებელია აპლიკანტმა დამწყებ დონეზე იცოდეს ფოტოს რედაქტირება, რეტუში და მანიპულაციები, ასევე შეეძლოს 2D გრაფიკული პროგრამებიის Photoshop/Illustrator გამოყენება და პრეზენტირებისთვისი საჭირო ფორმატებსა თუ პროგრამებში ნავიგაცია PDF/Figma/Canva/keynote.
კურსზე აპლიკანტების შერჩევა წარიმართება ორ ეტაპად:
პირველი ეტაპია პორტფოლიოების გადარჩევა - მსურველებმა უნდა გამოგზავნონ საკუთარი შესრულებით მინიმუმ ხუთი ნახატი მეილზე enroll@das.edu.ge (ციფრული ნახატების შემთხვევაში AI-ით დაგენერირებული ნამუშევრები არ მიიღება). მეორე ეტაპია გასაუბრება.

შეხვედრები ჩატარდება ფიზიკურ გარემოში.

I ეტაპი - მარტივი ბრენდინგი

კვირა 1

- ვიზუალური კომუნიკაციის როლი ბრენდინგში - მისი გავლენა ბრენდის იდენტობაზე
- დიზაინ პროცესის და მასში შემავალი კომპონენტების განხილვა: კვლევა, იდეების გენერირება, კონცეფციის განვითარება, პროტოტიპის შექმნა და ფინალური დიზაინი
- სად და როგორ უნდა მოვიძიოთ საჭირო რესურსები, წყაროები, მასალები
- ვიზუალურ კომუნიკაციაზე მუშაობის დასაწყისი: მუდბორდის, სთაილსქეიფის, ჩანახატის შესრულება

დავალება

კვირა 2

- დიზაინ ელემენტების განხილვა და გამოყენება: სიმბოლო, ტიპოგრაფია, ფერები, კომპოზიცია
- რებრენდინგის პრინციპები:

1. ბრენდინგის გაუმჯობესება
2. ბრენდინგის სრული ცვლილება
3. ბრენდინგის განახლებულ სტილში მოქცევა

- ვიზუალური კონცეფციის პირველადი მონახაზის შექმნა

დავალება

კვირა 3

- შესრულებული დავალების საფუძველზე, გრაფიკული დიზაინ ელემენტების სიღრმისეული განხილვა
- მარტივი ბრენდინგის შემუშავება

დავალება

კვირა 4

- ►►►

II ეტაპი - კონკრეტული ბრიფის მიხედვით შექმნილი ვიზუალური იდენტობა

კვირა 5

- ოდულარული ბრენდინგის მიდგომის მეთოდოლოგია - დიზაინ სისტემის შემუშავება
- ოდულარული ბრენდინგის კომპოზიციის მორგება სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხსა და ფორმატზე: ციფრული და ფიზიკური არხები
- არსებული ბრიფის შესაბამისი ვიზუალური კონცეფციაზე მუშაობის დასაწყისი - იდეების გენერირება

დავალება

კვირა 6

- ბრიფის მიხედვით გრაფიკული დიზაინ ელემენტების განხილვა და გამოყენება: სიმბოლო, ტიპოგრაფია, ფერები, კომპოზიცია, გაშლები, მოდულარულობა
- შემუშავებული ვიზუალური იდენტობის ბრიფის შესაბამისად მორგება სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხსა და ფორმატზე

დავალება

კვირა 7

- დიზაინ ელემენტების განხილვა: სიმბოლო, ტიპოგრაფია, ფერები, კომპოზიცია, გაშლები, მოდულარულობა
- ბრიფის მიხედვით ვიზუალური იდენტობის შექმნა

დავალება

კვირა 8

- უალდეური გამოცდა - პრეზენტაცია
- ამუშევრების შეფასება და პროცესის განხილვა

დავალება

III ეტაპი - ფუნქციური დიზაინი

კვირა 9

- ლობალური პრობლემის იდენტიფიკაცია
- ბრენდინგი როგორც გლობალიური პრობლემის გადაწყვეტის გზა
- სტრატეგიული დოკუმენტის (ბრიფის) შექმნა - რა არის პრობლემა და ამ პრობლემის, გდაჭრის გზები;
- პრობლემის გადაწყვეტის 3 სხვადასხვა კამპანიის იდეის მოფიქრება და შესაბამისი მუდბორდის შექმნა (კამპანიის აღწერა და styleskapes)

დავალება

კვირა 10

- კამპანიის საბოლოო კონცეფციის განსაზღვრა
- ეფექტური კრეატიული სტრატეგიის შემუშავება
- შერჩეული კამპანიის ვიზუალური იდენტობის პირველადი კონცეფციის შექმნა

დავალება

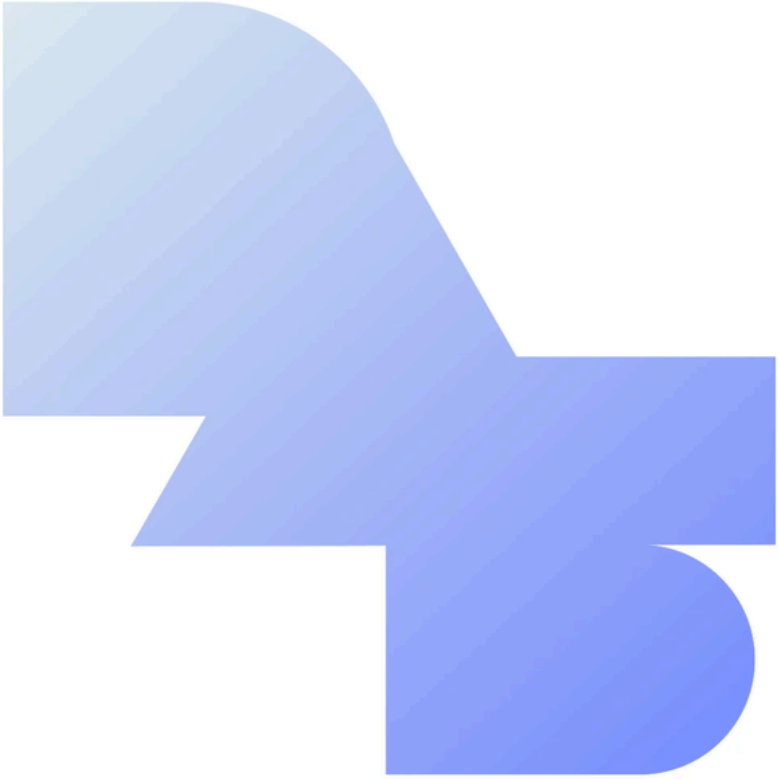
კვირა 11

- გრაფიკული დიზაინ ელემენტების განხილვა და გამოყენება: სიმბოლო, ტიპოგრაფია, ფერები, კომპოზიცია, გაშლები, მოდულარულობა
- კამპანიის საბოლოო ვიზუალური იდენტობის შექმნა

დავალება

კვირა 12

- ფინალური გამოცდა - პრეზენტაცია
- ამუშევრების შეფასება და პროცესის განხილვა



USAID FROM THE AMERICAN PEOPLE

animatory

HOLY MOTORS

GARNAMATAC