

Правильный выбор цвета и формы помогает передать определенное настроение, вызвать определенные эмоции и успешно донести сообщение потребителю.

Список использованных источников

1. Влияние цвета и формы в графическом дизайне на эмоциональное восприятие потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://apni.ru/article/6825-vliyanie-tsveta-i-formi-v-graficheskom-dizajne>. – Дата доступа: 05.11.2023.

УДК 004.921

Влияние графического дизайна на узнаваемость и эффективность рекламы

Кицун М. В., студент

Ганусевич А. А., студент

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель: ст. преподаватель Ражднова А. В.

Аннотация:

В данной статье исследуется роль и значимость графического дизайна в контексте рекламы продукта или компании. Автор рассматривает влияние графического дизайна на узнаваемость и эффективность рекламных кампаний, а также исследует различные методы и элементы дизайна, которые могут способствовать привлечению внимания потребителей и установлению эмоциональной связи с целевой аудиторией.

Графический дизайн – это не просто привлекающее изображение, это связь творчества и математического расчета.

Графический дизайн играет важную роль в рекламе и является мощным инструментом привлечения внимания потенциальных потребителей. Человек получает информацию и формирует отношение к продукту за три секунды, пока смотрит на листовку, сайт, баннер,

любой графический элемент. Первое впечатление формирует именно графический дизайн. Качество графического дизайна влияет на то, станет ли потенциальный клиент реальным.

Реклама и дизайн не отделимы друг от друга. Хорошая реклама не может существовать без дизайна и наоборот. Отличный дизайн можно считать рекламой в ее чистом виде. Известный английский дизайнер Дэвид Стюарт говорил следующее насчет отличия графического дизайна от рекламы: «Единственное различие, пожалуй, заключается в том, что дизайнеры и консультанты обращаются, как правило, к деловой публике, а рекламные агенты – к покупателю. Дизайнеры говорят тихо, а рекламные агенты обычно кричат» [1].

С помощью графического дизайна профессиональные специалисты должны лаконично и доступно все изобразить, чтобы готовый продукт отзывался у целевой аудитории. И как итог – сумел привлечь внимание так, чтобы захотелось пользоваться этим продуктом. Поэтому роль графического дизайна, несомненно, велика. Именно он отличает компанию, создающую продукт, от конкурентов.

Графический дизайн максимально широко используется в маркетинге. Имеется несколько его направлений в рекламе:

– Бренд-дизайн. Формирование визуальной идентификации – индивидуального стиля, логотипа. Это направление включает в себя другие виды дизайна – работу с типографией, упаковкой, оформлением сайта компании. Именно бренд-дизайн является сквозным направлением графического дизайна, помогает выделиться на рынке, передать уникальность и ценности продукта;

– Упаковка. Внешний облик продукта – это один из ключевых инструментов маркетинга. Правильный дизайн способствует созданию продающей упаковки, позволяет значительно увеличить рост продаж, сформировать четкое отношение потребителей к продукту или услуге. Важной составляющей являются брендированные коробки, пакеты, которые влияют на узнаваемость компании, повышение ценности, создают дополнительную защиту для товара. Они являются неотъемлемой частью успешной рекламной кампании;

– Рекламная полиграфия. Это неотъемлемая часть маркетинговой стратегии многих компаний. Она включает в себя различные виды рекламы на бумажных материалах, таких как брошюры, листовки, визитки и многое другое. Рекламная полиграфия играет ключевую

роль в привлечении клиентов и увеличении продаж. Необходимо учитывать требования современных технологий и тенденций в дизайне, чтобы создать эффективную и запоминающуюся рекламную полиграфию;

– Иллюстрация. Искусство иллюстрации играет важную роль в современном маркетинге. Оно помогает создать привлекательные и запоминающиеся изображения, выделиться на фоне конкурентов и создать уникальный образ бренда;

– Motion Design. Видеофрагменты, оживленные изображения, GIF, презентации. Отличительной чертой этого направления графического дизайна является то, что оно существует только в виртуальной среде;

– Дизайн среды. Вывески, объявления, плакаты и баннеры, которые исполняют функции привлечения потенциальных покупателей. Реклама должна пропорционально сочетаться с внешней действительностью [2].

Выше приведенные направления узко связаны друг с другом – например, брендинг содержит в себе все виды рекламного дизайна, а иллюстрация зачастую используется в составлении упаковки продукта.

Для привлечения внимания покупателя существуют различные способы и методы. К ним относится и расстановка акцентов с помощью света, и контрасты для выделения важной информации, и линии, пятна, которые также воздействуют на восприятие. Если же речь идет об анимационных рекламных продуктах, то используются эффекты движения и масштабирования. Самое главное во всех результатах графического дизайна – это впечатление, которое остается у потенциального клиента, а также ненавязчивый, доступный посыл.

Качество визуала влияет на успех рекламы. Графический дизайн и реклама работают вместе, чтобы создать привлекательные и эффективные рекламные кампании, которые привлекают внимание, влияют на человеческое восприятие и убеждают потребителей в приобретении продукта или услуги.

Список использованных источников

1. История рекламы, ее связь с графическим дизайном [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://poznayka.org/s104415t1.html>. – Дата доступа: 29.10.2023.

2. Роль графического дизайна в рекламе. Виды рекламного графического дизайна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mobios.school/blog/rol-graficheskogo-dizayna-v-reklame-vidy-reklamnogo-graficheskogo-dizayna>. – Дата доступа: 03.11.2023.

УДК 004.83

Почему искусственный интеллект не заменит дизайнера

Клебча Е. Ю., студент

Бегеза Е. В., студент

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель: преподаватель Михасик Е. И.

Аннотация:

В данной работе рассмотрена роль искусственного интеллекта в сфере дизайна, обсуждается его потенциальная угроза для профессиональной деятельности дизайнеров. Также сравниваются сильные и слабые стороны человека и ИИ.

Искусственный интеллект с годами играет все большую роль в жизни людей, особенно в сфере дизайна. Многие видят в искусственном интеллекте угрозу и считают, что дизайнеры потеряют работу. Однако другие смотрят на это более оптимистично: искусственный интеллект – это всего лишь помощник, который берет на себя все рутинные задачи и позволяет дизайнерам полностью реализовать свой творческий потенциал. В этой статье мы попытаемся разобраться, сможет ли искусственный интеллект полностью устранить человека, занимающегося дизайном.

Для начала стоит разобраться, что такое дизайн. Дизайн как явление, сочетающее в себе науку, технологии и искусство, имеет определенные характеристики, сходные со всеми тремя элементами: функциональность, эстетика и инновации [4]. Конечно, существуют еще и субъективные критерии, которые указываются, например, заказчиком. Дизайнеру в свою очередь необходимо освоить много профессиональных программ и постоянно прокачивать свои скиллы,