



Nozioni di base sulla progettazione

gordongroup

4.



Informazioni su **gordongroup**

gordongroup è un'agenzia di servizi, marketing one-stop-shop e comunicazione che offre una combinazione esclusiva di servizi creativi inclusi la progettazione e servizi editoriali per stampe e progetti digitali, Web, video e altre soluzioni digitali, social media, campagne di marketing diretto, gestione di eventi, formazione e, ovviamente, strategie di marketing e comunicazione onnicomprensive.

Visitare il loro sito Web all'indirizzo www.gordongroup.com.

Nozioni di base sulla progettazione

La progettazione nel publishing richiede la creazione di un significato. Tutto si basa sull'uso di forme, strutture e creatività per trasmettere un messaggio specifico al pubblico. E come ottenere questo? Creando progetti e organizzando il contenuto in modo visivamente interessante, convincente e attraente per il pubblico.

A prescindere dal livello di esperienza con CorelDRAW®, le pagine seguenti saranno molto utili durante la pianificazione, la creazione e la revisione dei progetti.

Un risultato desiderabile: un progetto che funzioni

Avete mai incontrato delle difficoltà nella lettura di un menu, un programma o un poster? Talvolta, il materiale stampato realizzato con lo scopo di facilitare la vita risulta poco efficace perché gli elementi sono collocati a caso sulla pagina.

Per creare progetti che funzionino, è necessario attenersi a quattro principi fondamentali: vicinanza, allineamento, ripetizione e contrasto.

Analizziamo in dettaglio questi quattro principi per comprenderne l'importanza nel processo di progettazione.

Principio 1: vicinanza

Avete mai visto progetti con testo e grafica che semplicemente non funzionano? Testo e immagini appaiono sparsi e senza correlazione tra loro, dando luogo a una situazione di anarchia progettuale.

Il principio di **vicinanza** afferma che gli elementi correlati devono essere raggruppati al fine di formare un'unità coesa. Sulla base di questo principio, è possibile ridurre la confusione e aumentare la chiarezza. Contenuto e messaggi diventano immediati e diretti, in modo che gli utenti possano leggerli e ricordarli con più facilità (figura 1).



Figura 1: notare come sono stati organizzati sulla pagina i singoli blocchi di testo e le foto. La vicinanza di elementi correlati aiuta i lettori a esplorare il contenuto della pagina.

Principio 2: allineamento

Ciascun elemento della pagina deve presentare una connessione con un altro elemento per garantire una lettura fluida e semplice. Per ottenere risultati ottimali, è necessario abolire tutto ciò che possa risultare arbitrario e illogico. **L'allineamento** permette di ottenere un aspetto pulito e sofisticato, che consente di attirare l'attenzione verso i messaggi chiave e di connettere visivamente gli elementi (figura 2).

Di norma, un elemento chiave nella pagina funge da punto focale con il quale si allineano gli altri elementi. Quando si aggiunge un nuovo elemento al layout, è opportuno allineare gli oggetti lungo una linea invisibile.



Figura 2: l'allineamento degli elementi nella pagina fa sì che il contenuto risulti ben sviluppato e organizzato e, di conseguenza, interessante

Principio 3: ripetizione

È la natura umana. In qualche modo, dobbiamo vedere, ascoltare ed eseguire più volte le stesse operazioni affinché queste abbiano un impatto. Lo stesso vale anche nel design.

La **ripetizione** degli elementi visivi nel progetto, come colori, forme, texture, linee e punti, consente di sottolineare alcuni messaggi importanti. Le ripetizioni mantengono il contenuto unificato, organizzato e visivamente interessante, in modo che il prodotto sia più facile da leggere (figura 3).

Una sola precisazione per il principio di ripetizione: fare attenzione a non esagerare. La ripetizione eccessiva di un elemento può sovraccaricare la pagina e complicare la comprensione del messaggio. In caso di dubbio è meglio optare per la semplicità.



Figura 3: la ripetizione di temi visivi come cerchi, colori e testo consente di unificare il progetto lasciando spazio alla creatività

Principio 4: contrasto

Vi è mai capitato di leggere qualcosa e chiedervi "Cosa cerca di comunicare?". La confusione potrebbe essere il risultato di troppi elementi conflittuali, che attirano tutti l'attenzione del lettore e con lo stesso peso nella pagina. Per evitare tale confusione, è necessario mettere in evidenza gli elementi più importanti, in modo da creare un contrasto con quelli secondari (figura 4).

L'utilizzo del contrasto è essenziale per la differenziazione degli elementi e la loro organizzazione gerarchica nel disegno. Con il contrasto di colori, dimensioni, texture o testo, è possibile creare una forte presenza visiva e attirare l'attenzione sui messaggi chiave. La distinzione fra i vari elementi non deve essere minima; per ottenere un progetto a effetto è necessaria una differenziazione a 180 gradi.



Создание бизнеса: Стоит ли Вам заниматься франшизой? Открытие нового бизнеса отчасти средин ходьбе по канату. Оно даёт устойчивую прибыль только после преодоления некоторого риска, поэтому необходимо с самого начала ознакомиться с информацией и реалистично настроиться. Один из первых вопросов – это правовая форма бизнеса. Франшиза – это такой вариант, в котором риск удачно уравновешивается прибылью.

Франшиза – это отношение между владельцем торговой марки или торговой фирмы (правообладателем) и частным лицом или организацией (получателем франшизы), включающим договор об использовании в бизнесе официально зарегистрированной торговой марки. Подробности их взаимоотношений регулируются на основании договора о франшизе, но у большинства франшиз есть схожие характеристики. Как правило франшиза продает товары или услуги, которые или поставляются правообладателем, или, как минимум, соответствуют установленным им стандартам. Проще говоря, правообладатель обеспечивает то, что наработано опытом ведения определенного типа бизнеса, а получатель франшизы приносит свой труд и всё то неослаемое, что требуется бизнесу, чтобы встать на ноги и процветать.

Подробности взаимоотношений франшизы регулируются договором франшизы, но у большинства франшиз есть общие черты.

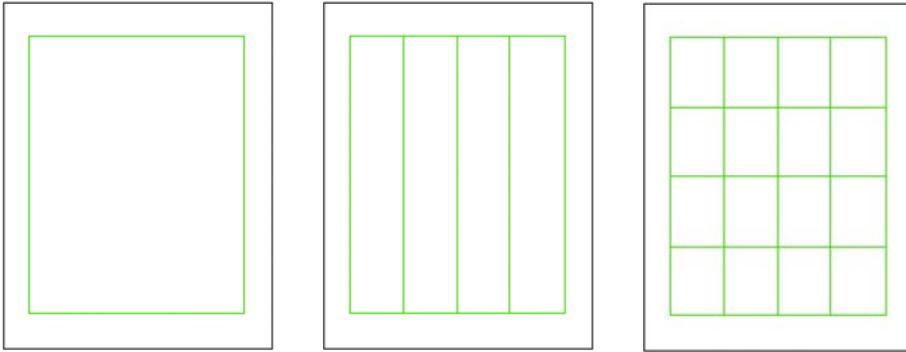
Доклад консультанта

Наша компания, ул. 8 ян. 187
100000 МСК, РФ, М. П.
Тел: +7 (495) 344-0788
Моб: +7 (125) 456-7890
Факс: +7 (125) 567-8901
E-mail: info@Сonsultant.ru

Figura 4: il banner con testo di grandi dimensioni contrasta con il corpo del testo e la foto grande contrasta con quella più piccola. Gli elementi sono correlati, ma diversi e le differenze aggiungono interesse visivo

Griglie 101

Cosa sarebbe il mondo del design senza le griglie? Nella forma più semplice, una griglia è una struttura di linee incrociate o parallele che fornisce un metodo sistematico e coerente per la collocazione degli oggetti. Le griglie costituiscono la base di tutta la progettazione e sono fondamentali per la creazione di lavori pubblicati coerenti, coesi e facili da esplorare. Le griglie possono essere semplici o complesse, a seconda delle proprie preferenze. È possibile creare facilmente le griglie utilizzando software per desktop publishing come CorelDRAW. Analizziamo alcuni comuni formati di griglia (figura 5).



Griglia a colonna singola

Griglia a più colonne

Griglia modulare

Figura 5: formati di griglia più comuni

La griglia a **colonna singola** è il formato più comune impiegato nella realizzazione di pagine di libri. Per creare più spazio per la rilegatura, gli impaginatori di libri allargano solitamente i margini interni rispetto a quelli esterni.

La griglia a **più colonne** viene spesso impiegata per articoli, opuscoli, newsletter e poster. Questo formato di griglia può essere utilizzato in molti modi diversi. Le colonne esterne vengono spesso riservate a immagini e didascalie o a una combinazione delle due.

La griglia **modulare** contiene un numero uguale di colonne e righe. Questo formato consente l'impiego di una gamma quasi infinita di combinazioni di design (figura 6).



Figura 6: questa griglia modulare offre possibilità di progettazione illimitate, pur mantenendo la pagina pulita e organizzata.

Nozioni di base sui layout

L'organizzazione del contenuto rappresenta il componente centrale del processo di progettazione. È possibile attirare l'attenzione del lettore sul contenuto più importante del lavoro utilizzando dimensioni, peso, collocazione e spaziatura. Questo aspetto del layout si chiama gerarchia di progettazione. Esempi di layout gerarchico possono essere visti nei quotidiani, nelle riviste e nei poster (figura 7).

UL. SOMEWHERE 1
81-116 GDYNIA
POLSKA

TEL: 00-22) 123 4567
KOMÓRKA: 00-22) 234 5678
FAXS: 00-22) 012 3456

ABC technologia

Bolesław Reymont
przyłączył się
do firmy ABC
technologia w styczniu, jako Dyrektor
ds. Marketingu i Sprzedaży. Bolesław
ma ponad 20-letnie doświadczenie w
zakresie sprzedaży środków aneste-
tycznych szpitalom w Lubuszu.

Bolesław został
gorąco
polecony przez
Organ
Donadczy firmy ABC technologia. Leszek
Kaczyński zajęł miejsce Józefa Gomułki
jako Kontroler Korporacji firmy ABC
technologia. Leszek jest zawodowym
księgowym z ponad 20-letnim stażem
pracy. Leszek został gorąco polecony
przez audytorów ABC.

Casimir Poniatowski rozpoczyna pracę w
maju, jako stażysta na okres 18m. Będzie
on pomagał we wszystkich obszarach.

ABC technologia przeprowadza się do nowej siedziby

Firma ABC technologia z radością zawiadamia, że od czasu poprzedniego biuletynu z października 2007 r. poczyniliśmy znaczne postępy.

W styczniu, firma ABC technologia przeprowadziła się do nowej siedziby w Polsce, w Warszawie. Od tej pory nasze biura zostały całkowicie wyremontowane i wyposażone, i obecnie trwają w zakładzie przygotowania do zamalowania naszej zastrzeżonej aparatury do odzysku i oczyszczania środków anestetycznych. Kierujemy specjalne podziękowania do licznych udziałowców i przyjaciół, którzy pomagali i nadal pomagają w tym przedsięwzięciu.

W ciągu ostatnich sześciu miesięcy sfinalizowaliśmy projekty zakładów oraz przyznaliśmy kontrakty. Korporacja XYZ przygotowała początkowe projekty procesu i oprzyrządowania dla aparatury do odzysku. Firma 123 Filters, renomowany dostawca wysokiej jakości technicznych układów do filtracji płynów jest w trakcie

wytworzenia aparatury do odzysku, której dostarczenie przewiduje się na sierpień 2007 r.

Firma Dr. Władysław Prus & Wspólnicy, przy Wydziale Chemii i Technologi Materiałów Uniwersytetu Krakowskiego, przygotowała diagramy P&ID dla aparatury do oczyszczania środków anestetycznych. Firma Big Gas and Oil Production Equipment Ltd, producent i wytwórca aparatury do przetwarzania ropy naftowej i gazu, załatwiła niedawno zamówienie na aparaturę w obecności Janusza Wajdy, Kierownika Projektu w firmie ABC technologia. Dostawa spodziewana jest na koniec czerwcia.

NOWY LOKAL ZAPEWNI BARDZIEJ PRODUKTYWNA, JAŚNIEJSZA PRZESTRZEŃ DO PRACY.

WWW.ABCTECHNOLOGIA.PL

Figura 7: il titolo e il testo più grandi attirano l'attenzione del lettore sulla storia a destra. Il contenuto della barra a sinistra è meno importante, dunque il testo è più piccolo e collocato su uno sfondo di colore diverso

Tipi di carattere

Un tipo di carattere è un insieme di caratteri di testo stampati. La scelta del tipo e delle dimensioni di carattere corretti è essenziale per comunicare il messaggio desiderato. I tipi di carattere presentano diverse personalità e quello scelto deve riflettere il messaggio e il tono del pezzo.

Se il testo è troppo piccolo o difficile da leggere, i lettori potrebbero decidere che non vale la pena sforzarsi. Se si utilizza troppo grassetto, sottolineato o maiuscolo, si creano troppi elementi in competizione e il messaggio potrebbe perdersi. L'impiego di più di tre tipi di carattere diversi in ciascun pezzo potrebbe rovinare un buon progetto.

I tipi di carattere sono spesso suddivisi in categorie sulla base della presenza o meno delle grazie, piccoli tratti terminali delle linee principali che formano le lettere. Sebbene esistano migliaia di tipi di carattere (troppi da citare in una sola esercitazione), la maggior parte di essi appartiene a una delle sei categorie illustrate (figura 8).



Figura 8: le sei categorie di tipi di carattere

Indipendentemente dal tipo di carattere scelto, è necessario assicurarsi che venga usato un carattere leggibile e adeguato al pubblico. Non esagerate con le peculiarità! Il testo deve migliorare la leggibilità e rafforzare il messaggio.

Iniziate a progettare!

Ora che conoscete alcune nozioni di base sulla progettazione, siete pronti per metterle in pratica? Per iniziare non c'è niente di meglio della suite grafica CorelDRAW Graphics Suite X7, una soluzione software completa che permette di dedicarsi in modo efficace e sicuro a una vasta gamma di progetti grafici, dalla creazione di loghi e brochure aziendali a testi accattivanti per il marketing.

Copyright © 2015 Corel Corporation. Tutti i diritti riservati. Tutti i marchi o marchi registrati sono proprietà dei rispettivi detentori.