



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی ■ رشته: گرافیک. ترم: 3 سال تحصیلی: 1398-1399
نام درس: طراحی پوستر تصویری نام و نام خانوادگی مدرس: سمیه لطیفی
آدرس email مدرس: somayeh735735@gmail.com تلفن همراه مدرس: 09361395832

جزوه درس: طراحی پوستر تصویری مربوط به هفته: چهاردهم ■
text: دارد ■ ندارد □ voice: دارد □ ندارد ■ power point: دارد □ ندارد ■
تلفن همراه مدیر گروه: 093827852

❖ از عوامل موثر دیگر در طراحی یک پوستر

۱- سفارش دهنده:

دارای ویژگی های خاص خود است که عبارتند از: شخصیت، روحیه و فرهنگ اجتماعی او، دیدگاه های تجاری و تبلیغی او و میزان آشنایی او با حرفه طراح شناخت این ویژگی ها به طراح امکان می دهد تا میدان عمل خود را دقیق تر تعیین کند. میزان آشنایی سفارش دهنده با چگونگی حرفه طراح، نقش موثری در بازده فکری طراح دارد کار با چنین سفارش دهندگانی همیشه نتایج مطلوبی داشته است.

۲- سفارش:

به طور کلی می توان سفارش ها را به سه گونه تقسیم کرد: موضوعات فرهنگی، موضوعات تجاری، موضوعات اجتماعی که هر یک را می توان به خاطر تنوع موضوعی شان به بخش های کوچکتری نیز تقسیم کرد هر یک از آنها فضا و تماشاچیان خاص خود را دارند که طراح باید در ارتباط با خصوصیات هر دسته از آنها موضع گیری کند.

اما در همه انواع آن نکات مشترکی وجود دارد که طراح باید همیشه آنها را مد نظر داشته باشد. اعلان در درجه اول برای دیدن ساخته می شود نه برای خواندن، بنابراین در طراحی آن باید از عوامل و عناصر تصویری گیرا و جذاب توجه کننده استفاده کرد. برای این منظور تنها ایده های بکر و زیبا کافی نیست بلکه باید از تمام فوت و فن و ترفند های آکادمیکی و تکنیکی استفاده نمود تا اعلان فوراً دیده شود. زیرا هیچ گاه تماشاچی به قصد دیدن اعلان از منزل بیرون نمی آید و به نوع دیگری می توان گفت که اعلان یا هر اثر دیگر گرافیکی هیچ گاه تماشاچی اختصاصی ندارد بلکه باید خودعامل و سبب جلب توجه و نظر تماشاگر بشود. مساله جلب نظر کردن از نقطه نظر زمان و عمر اعلان نیز بسیار حساس و با اهمیت است.

هر اعلان برای زمان محدودی ساخته می شود. بنابراین اگر نتواند در آن مدت محدود و موثر موضوع و پیام آن را برای بیننده مطرح و منتقل کند، اعلان درست طراحی نشده است و دارای نقص طراحی و یا ایده است به خصوص در مورد اعلان های تجاری این امر از حساسیت بیش تری برخوردار می شود

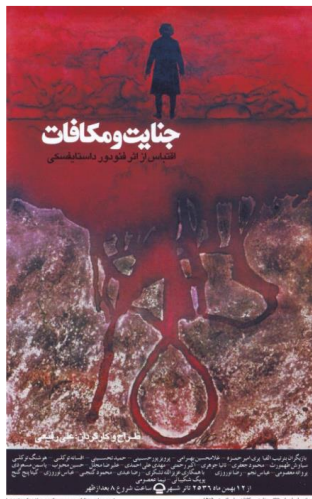
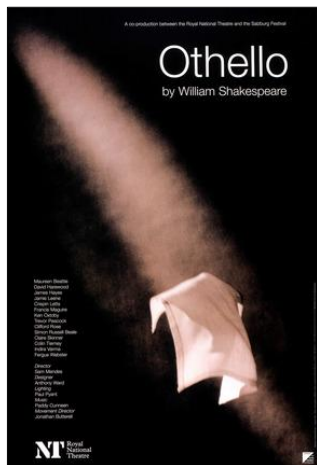
قابل توجه مدرسین محترم: حداقل 4 صفحه در هر هفته برای ارایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



زیرا که در رقابت های تبلیغاتی تجاری تنها کمک به فروش بیش تر به عهده اعلان نیست بلکه اغلب زورتر به فروش رسانیدن کالا و از رقبا جلو افتادن نیز مطرح است. لذا جلب نظر کردن در حکم به موقع خبر کردن و هدایت تماشاچی است.

موضوع اعلان ها در واقع براساس نوع و شیوه جلب نظر کردن آنهاست زیرا لحن و محتوی موضوع، عمر خبر و پیام آن و طرز برخورد تماشاچی است. که تفاوت ها را به وجود می آورد و طراح باید در این مورد شناخت کافی داشته باشد و با پختگی موضوع را بپروراند و با تصویری مناسب و هماهنگ در اعلان مطرح کند. به این شکل که پس از پیدا کردن ایده مناسب آن را با تکنیک و شیوه هماهنگ با لحن و محتوی موضوع طراحی کند و از رنگ هایی استفاده کند که فضای آن را تجسم سازد.

اعلان های فرهنگی را برای معرفی نمایشگاه های هنری و فرهنگی، موزه ها، تجلیل و یادبود، مطالب مذهبی، مسابقات ورزشی، فروش فیلم، تئاتر، آثار هنری، کتب و نشریات، بازدید از ابنیه تاریخی و جلب مردم به کلاس های آموزشی، خرید اعلان های مستقل تزئینی و هنری و غیر طراحی می کنند. بنابراین اعلان فرهنگی، اعلانی برای مصرف ایام فراغت مردم است



قابل توجه مدرسین محترم: حداقل 4 صفحه در هر هفته برای ارایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای ارایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای ارایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



A large empty rectangular box intended for the student's response to the questions.

قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای ارائه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.