

ВКЛАДИНКА



E-1

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Як зробити дизайн реклами яка заповнює?"
Почнемо з того - що таке дизайн? Дизайн - це мистецтво особистий, індивідуальний і творчий стиль який можна сказати мова - якою окрім мови крім не, графіки. Ми має в дні досвід багатьох дизайнерів з багатьох почерком мислення. Дизайн - це мистецтво до майбутнього це "мистецтво пока-ти себе і те що показує в собі в творчій сфері. Люди диза-йнери ніколи не засудять інших за його стиль, бо вони як мистецтво знають, що може бути в собі. Співвідношення Дизайн організм іде показати та показати себе, майже творить творче - може бути мистецтво, до якого не завжди люди звертають увагу. Це в дитинстві і в дорослості коли хочеш бути ким в житті з математики хімії того що ми знаємо організм, мова про вираження мови може, як ні у кого ніколи не сниться. Тільки невідомо частини дизайну - реклама. Реклама - це спосіб показати розказати або показати мо-же про себе в реальному житті реклами ми самі розси-лю, чия не пам'ятаючи і не звертаючи уваги на самотні, створює стінох маркетинг. В рекламі на мову. Всі люди хочуть щоб їх пам'ятали аби ти чи часто в самотні реклами, про яку потім думати заважає?
Створює красиву, цікаву і корисну рекламу. Як ре-клами не так легко як може здаватися. Що реклама заповнює і є інформаційною і корисною крам. Використовувати екрані кадри які будуть звертати увагу, мовити в око, кадри мають бути комунікативні і не самотні гарний шрифт індивідуальний стиль - гарні ко-мари! Можуть створити круту і цікаву рекламу яка тільки не залишиться без уваги. Права рука дизайнера - креатив, особистий стиль, майже ідею і застосування. Як разані ви точно зможете створити листу рекламу. Дизайн який копіює нашу роботу - ніколи не буде політичним, майже ніколи не оцінює, може стати самим екраном, цікавим,

ров, в спогодену пати у морі мало радості, в країні
ліній, таво зорі, хтось сниться за рідним мисл далю
не бачив, і здається, чи можна зроби ісе 'пайт-про-
мечки іскраїне?' Ми не можемо виникти і зійти
пайт морі, але ми можемо дорати саро, приєсти
росинку, коліть емо морі, чого не може?
Так і ввійшла, що це можна зроби, з таких мале-
нких рорцій і екорейс чорне, він вору, прось
не всі цого пайтат, може, варто дорати? А не
крути, всі ми морі у кожного свої проблеми, переживання,
хтось не може пайтат спайтат до рідня морі на війні,
а хтось ще просто дитина, яка вий і надіється.
Він ми ріднати, паче одні-днати, тачо чорне
краще бачити не парат дурати! А вору, мал чорне
спайтат: і з серця пітня морі, і з снот, вайс су-
дуча дит, він вору, андійска! Отже, дорати
пайтат, пайтат іе, чого ніким коліть і не пайтат
інші, він може, приєсти радості, зроби, крути
і іскраїне, пайтат, проєкт, а рорат, стане чорна-
ді, і дорати, морі пайтат, можна дорати
чорне, чорне, або прось, буде зорати, вору, краї-
ні, і гарно, іскраїне-картинкою.

Завдання: знати першину, пайтат аналізу та
дружину, знати першину, структуру есе, пайтат
критичного аналізу, знати першину, різноманітність
виглядів дити.

ВКЛАДИНКА



E-2

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

~2 „Як зробити дизайн реклами, яка запам'ятається?“

Кожний день своєю життєвими ідеями рекламує. Реклама одного товару вражає та змушує одразу купити, а інша зовсім не перевіряє уваги. Я хочу проаналізувати та дослідити, як саме дизайнери роблять таку велику рекламу.

Кожному з того, що вперше за все дизайни розробляють створюючи на самі товари, а саме об'єднують всі привабливі товари. Найкраща реклама авто, звичайно буде доцільно написати всю його характеристику, це стосується будь-якого товару. Це передбачає рекламу зайвою для користувача інформацією, це потрібно, це може зовсім відвернути увагу. Люди зараз живуть у світі швидкої інформації, саме через це мало хто буде дивитися на товар з великим описом, що наданий їй непотрібний покупцю. Опис повинен бути стислим і зрозумілим.

Наступне, це звичайно звертатися на користувачів. Зазвичай на кожен товар є різні групи моделей і дизайнер повинен розуміти по кожній з них, щоб вміло довести інформацію.

Стислість, кольори, акценти, на кожен дизайн різні. Звичайно завжди треба звертатися на прагнення замовника, але справжній дизайнер порадить, як зробити рекламу більш ефективною.

Можливо вогнище образів стили. Як може як ідеально підходить, так і бути повною протилежністю. Робити такі різні рішення у дизайні, треба вийти і показати це дитині, адже воно може звернути найбільш уваги.

У акцентів повинна бути гарна контрастність. Весь текст повинен бути читабельним. Кольори не повинні мати контраст, обертати світі кольори для тексту та образу — провальна ідея.

Проаналізував це питання можна висловити, що гарний
дизайн реклами має багато складових, а саме: дивимо-
ся на товар та його споживачів, опис та загальна
характеристика, кольори, серифати, стилістика.
Звісно ємислі форми „як зробити дизайн реклами,
яка форма „ефективна“, а саме, але спираючись на всі
вищевказані вище, гарантовано ваш дизайн не
замінитися без уваги. І найголовніше завжди використо-
вуйте свій особистий творчий підхід.

Зауваження: розробка проєкту різноманітності
використання - функція.

ВКЛАДИНКА



E-3

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Як зробити дизайн реклами,
яка запам'ятається?

Реклама - це, мабуть, одна з найважливіших складових у продажі продукту. Не існує жодного розвиненого та популярного бренду без гарної мар-команди. Давайте розглянемо це явище. Як же зробити дизайн реклами, яка запам'ятається?

Що ж це взятати, за конетіе таке реклама? Що спадає вам на думку, коли чуєте це слово? Мені от перерва між телепрограмами на телевізорі, або ролик, що зважають дивитися улюблений серіал на ютубі. Але, насправді, це далеко не все. Реклама всюди.

Кожен ранок ми прокидаємось і це не встигнувши повністю прокинутися, протираємо очі та беремо до рук телефон. І що ж ми бачимо за кілька секунд, перед собою на екрані? Звігаймо ж, соумеретіе! Зовсім неважливо що це за додаток. Запевню, абсолютно у кожному безперервно повторюються скрабі, нафрідпіві картинки.

Насправді, реклама не обов'язково буде така помітна. Це може бути будь-що. Ви відкриваєте тік ток та заходите на сторінку улюбленого блогера, бачите, що нарешті вийшло нове відео. На ролик улюбленої робите гарний макіяж, але гомиць показує майже кожен продукт на камеру. А ось рандомне відео в рекомендаціях, де якийсь хлопець розповідає про свій досвід в IT. Але гомиць він так докладно розповідає про курс, який відвідав нещодавно? Відповідь проста - це все реклама.

І насправді, ці всі патерни поведінки, які я щосіно описала, дуже впливово діють на глядачів, бо така реклама зазвигайі дуже добре

запам'ятовується. Це все тому, що людина у таких роликах ділиться своїми емоціями, враженням та досвідом. А всі ми здатні на емпатію. До того ж, я вважаю, таку рекламу дивитися набагато цікавіше, ніж звізайту, як на телевізорі.

Ще однією гарною стратегією для створення гарної реклами, яка запам'ятовується є потрапляння влучення у больову точку людини. Для того потрібно знайти тему, яка небайдужа багатьом глядачам. Наприклад, власне здоров'я, сім'я, робота, глобальне потепління. А наступним кроком варто розв'язати цю проблему своїм продуктом. Наприклад, ви створюєте сумки із використаної вже один раз тканини. І аби ваш продукт купили вам потрібно сказати, що купуючи ваші сумки люди допоможуть екології.

Також варто вказати, що ваша реклама має привабливати зовнішньо. Можна додати у неї якісь яскраві кольори, як червоний та жовтий. Якщо ви створюєте саме відео, то світло має бути виставлене під правильним кутом, а предмет, тобто продукт, виділяється в центрі композиції. Будь-яка деталь важлива.

Створення реклами це досить творчий процес, тут вам допоможе ваша уява. Ви маєте вразити глядачів. Це, звичайно, корисно аналізувати роботи конкурентів, але ще кориснішим буде знайти ізюминку, особливість саме вашого продукту, у людей має з'явитися бажання купити саме ваш продукт.

Якщо ви хочете, аби вашу рекламу подивило якомога більше глядачів, то обов'язково варто слідкувати за трендами. Зараз додаток тік-ток можна вважати одним із найпопулярніших. Цього завантажили мільйони.

Упевіть, які тільки перетвори може набрати ваша реклама, якщо контент буде якісним.

А якщо ви ще й будете відео знімати під трендову музику та додавати в ролик популярні мемчи, то можете бути впевнені, що замовлення просто не будуть закінчуватися. Тож наступного разу гарно подумайте, де

не краще опублікувати вашу рекламу.
Думаю, саме час підійти підсумки.
Дизайн реклами є невід'ємною частиною
бренду. Від неї залежить чи буде продукт
популярним на ринку. І для того, щоб
зробити якісну рекламу треба постаратися
вразити глядача. Ви маєте знайти його боль-
ову точку, викликати сильні емоції, але дати
знати, що ваш продукт розв'яже будь-яку
проблему. Картинка обов'язково має запам'ята-
тися, тож варто використовувати яскраві акценти:
кольори, світло та персонажів, які приваб-
ляють. Користуйтеся цією пам'яткою - і ваша
реклама ^{забезпечить} зробить продукт на перші місця
в рейтингу!

ВКЛАДИНКА



(штамп вищої навчальної установи
його підрозділу)

E-4

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Як зробити дизайн реклами, яка запам'ятається.

В сучасному світі швидко розвивається індустрія технологій включаючи дизайн реклами та різні логотипи, сайти, іконки та інтерфейси програм. Тому важливо виділитися серед конкурентів. Варіантів як це зробити безліч але один з найефективніших це емоційність. Бо через емоції які з'являються у клієнта можна передати суть реклами, і саме ця реклама скоріше за все засяде в голові людини. Через рекламу можна передати приємні мандри або просто позитивні емоції, але можна через рекламу віддати і негативні емоції страх або сум наприклад: у банерах про фільми і коли людина стане страшною скоріше за все вона згадає той страшний постер з клоуном і захоче подивитися фільм.

Це один з варіантів зробити так щоб реклама запам'яталась це зробити її привабливою і зручною. Що ж стосується дизайну реклами відрізнялась від інших наприклад в бізнесі Рекстром ключову роль грає логотип яка привабливість має на собі увагу, яскраві кольори та яківою анімацією яку вона робить. Щодо зручності це також важливий елемент бо від нього залежить чи зрозуміло буде майбутньому клієнту якщо в постері буде багато незрозумілих і не ключових моментів людина просто не зверне уваги на нього бо буде здаватися що це неважливо. Також важлива якість дизайну наприклад навіть якщо постер або банер або би привабливим емоційним та в ньому виділено головне все це можна перевернути позитивною якістю зображення або не читабельний в деяких випадках декоративний текст на який клієнт потенційні клієнти взагалі не звертають уваги, бо для того щоб відзначити інформацію людині потрібно вчитуватися в незрозумілий текст, а люди не люблять це робити бо це задирає час. Тому для того щоб зробити дизайн реклами яка запам'ятається зробити всі аспекти які я перерахував важливо особливо це якість та емоційність так люди її запам'ятають.

Зауваження: знання процесів. Відповідності висловлю
до об'єкту, розуміння сутності вираження думки.

ВКЛАДИНКА



E-5

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Як зробити дизайн рекламних записів? У сучасному світі навкруги ми бачимо дизайн. Він вже є невід'ємною частиною життя. Дизайн реклами є впливовою складовою успіху, бо саме так бренд вкладається у свідомість покупця.

Наприклад, можна використувати яскраві асоціації з комою, щоб це запам'яталося. Або використувати у рекламі слоган. Взяти до уваги "Coca Cola" в популярній рекламі присутній світ атмосфери, родзинки запису, як використати постер.

Розглянемо тему венку з відомою компанією, як "Нові компи" в її дизайні входять записувальні елементи, такі як: комою (перший і останній), потім, який якийсь потриває час не ось одразу використати згадку саме про цю компанію. Також компи ми бачимо рекламу це не тільки купівля картинка, а окремий спосіб записування слогану в компі компанії, наприклад.

Також часто використовують фразу, яка має відношення до бренду, її вимовляють в рекламній формі потриває. Nike використувує картинку з текстом прийомом, їх фразу "Just do it". Коротко, чітко і ясно. Добре записується слоган, бо він в нас присутній потриває до довго, його спонукає щось робити. Також фрази в рекламі це дуже важливий елемент.

Окремі моменти в дизайні реклами записує дуже компанія зображення. А, щоб не забути, що у рекламі повинні бути присутні комою, зрозумілий шрифт, чітка подача. Саме все це треба врахувати в дизайні реклами. Бо ми

будуть люди дивитися з задоволенням на
рекламу в ефірі не тільки каналів, але і зрозуміло,
що саме рекламують. І т.д. Саме тому
чудово убагачити рекламу газет реклами щоб
вона відповідала вартості своїх не тільки
Таким чином щоб зробити задоволення
величезний газетний рекламний ринок можна використати
бувають канали, які асоціюються з брендом, емоції в
рекламі щоб тільки збільшити цей вплив,
уважати людину, який буде вживати
сервіс інших. Також дивитися сподобається
використання слів, але короткого і
чоткого. І треба не забувати про цей чоткий
газетний щоб максимізувати вплив зрозуміло,
що саме рекламують. Все це повинно допомогти
то зробити газетний рекламний запитання вивченням
і збільшити свій у світанні чоткого
впливу!

Зауваження: реклама повинна бути різноманітною
використанням слів.



ВКЛАДИНКА

E-6

ШИФР

(штамп навчального закладу/
його підрозділу)

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Без сумніву фактом, що оточує нас, все складніше зробити те, що приверне увагу й дозволить знайти. Рішення повинно викликати інтерес, зацікавлення в тому, що є скритим, зашифрованим повідомленням.

Кроку виділяючи основну частину фактів; кольорами, розмішуванням, розміром. Не повинно бути зайвими зайвої інформації, що є надлишок, яка дивиться на факти, розуміючи, що це ідеється мова. Можна вибрати персоналізацію, який асоціюватися з компанією або послугою, що фактичною. Також дизайн можна підібрати під цілівої аудиторії, наприклад: робити факти і факти, або дитячий факти і факти, в дитині дитини і факти, а для дорослих - більш надійно, серйозно.

Зауваження: відсутність відповідності викидає до обсягу, структури, есе, наявності релевантних прикладів, різноманітності використаних джерел.



ВКЛАДИНКА

E-7

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Як зробити дизайн реклами, яка запам'ятовується
В наш час дизайн та реклама використовуються скрізь.
Банкери, мистівки, тижняти - все це способи привернення уваги людей до якогось бренду або продукції. Небагато поширених брендів можуть зацікавити споживачів через погано оформлену рекламу.
Існує декілька способів використання об'єднаних сил своїх галузей, які утворюють кожного разу щось нове та креативне.
А саме: візуальне оформлення, величезні кошти та правильна психологія сенсу. Ця тема - "Люди обирають очима" - описує необхідність гарного, емоційного виду реклами. Нате, щоб зацікавити людину даною темою, через це має бути щось, що одразу приверне увагу.
Наприклад: великий текст, шрифти, графічні рішення, кольори, які будуть правильно підібрані до контексту реклами. Також кольори і шрифти можуть сприяти на емоційніше захоплення людини, бо знаємо, у всіх нас є якісь асоціації з тими чи іншими кольорами. Новий нагадує радість, блакитний цин, також "Люди можуть забути що ви казали, можуть забути ваші дії, але ніколи не забудуть те, що відчували поруч з вами" - писавши це Елізабет Г. Кош є відомий візуал, обов'язково має бути правильно підібрані слова до сенсу, який ми хочемо передати цій людині, яка його бачить. Якщо цього не буде, людина може відчувати недовіру, вона подумає що їй брешуть та намагається прорекламувати щось підрозріле. Через це споживач обере конкурента, який у своїй рекламі зміг донести та підкреслити сенс своєї продукції. Клієнта отримає той, чия реклама одразу затримає око.
Дехто вважає, що візуал не є обов'язковим, та можливим.
Замість цього лише текст. Але вибір правильно підібраного оформлення сприяє на інтерес та довіру людини. Наприклад, відомі компанії: такі як "Nike" або "Apple", прославилися зручністю та вином своєї продукції. Візуал простий, але всі знають які емоції вони отримають після покупки їх речей. Головними причинами великого продажу є не тільки знання оригінальної особливостям, а ще через свій вид та спосіб легкого використання. Простота та емоційність приваблюють більше, ніж перенавчання.
Отже, щоб зробити дизайн реклами, яка тогко запам'ятовується, треба пристосуватися до трьох критеріїв: візуал, емоції, та

першого сенсу. Частіше люди беруть не логікою, а серцем.
У виборі між гарно оформленим кав'ярнею, зправедно поцібаним
інтер'єром, зможним меню та красивим веб-сайтом, і між
таким же місцем, але з хаотичним оформленням, людина
обере ту, в якій їй буде комфортно, оточений першим вершні.
У об'єднанні дизайну та реклами завжди може корисуватися
нові, незвичайні та креативні, головне не боятися експериментувати,
віднаходити щось нове задля успіху свого проєкту.

Зауваження: неможливо перушити різноманітності
використання енергії.



ВКЛАДИНКА

E-8

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Наразі все наше оточення заловнено купом різноманітної реклами. В телебаченні, на вулиці, по час перелітку чомусьного шову, ми завжди бачимо різноманітну, але водночас однакову рекламу. Тож, як можна зробити щось інше реклами який образ залишилося людям?

Взагалі розвиток реклами повністю залежить від подій, які відбуваються в суспільстві. Різні маркетингові вивчають найпопулярніші новини або вивчають саме потреби споживачів і на цій інформації роблять відповідну рекламу. Наприклад, в 1900-х в Америці з'явився новий виробник лез для бриття, але так як на той час бритися було дуже популярно серед чоловіків, це було не дуже ризиковане діло. Тому один з маркетинговців того часу почав шукати інші напрями просування своєї продукції так йому це вдалося вдало на хіт. На той час, як в Англії і Франції, жінки піклувалися про свій зовнішній вигляд, тож коли почалися розмови щодо просування бритти про те що бритися це нова мода, то теж це красиво, вони зохотіли підійти на тренд. Ось так з'явилася реклама що людям потрібно. Можна привести до початку нової ери в моді.

Інший випадок нещодавно виникнення т.зв. "Reak'ad", "Віршени" майже не мала попередньо надумані фран-бачи чи реклам повні, купують світу і в усіх програмах, які, вони цікавили мільйони людей саме унікальністю своєї гри. Люди який вже побачили сюжетні одноманітні гри від великих компаній які тільки і хотіли вивести з них останні гри, тому коли на майдані інтернету з'явилася проста на вигляд гра, з захопленою атмосферою, то ніяких інших пропозицій у грі і реклами не було. Бачи великий інтерес. Як ні-як, хто б це зацікавив а в початку з друзями в гру про свідомість

з багатий маслиницями?

Отже, усіх проекту замінять не від великої кількості реклами, чи щось зображе на білборді. Це процес вивчення потреб та ситуації навколо нас. Це дасть можливість людям відчувати себе більш комфортно і створює відчуття відповідності, що викликає інтерес в слухачі. Як саме ми маємо це зацікавити їх щоб вони кинули чи створили наш проект.

Зауваження: незначна порушення різноманітності вираженням думок, зміною формою мови.



ВКЛАДИНКА

E-9

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Чи знаєш ви, що реклама - це один із основних способів привертати увагу багатьох людей? Реклама у нашому світі, зараз повсюди: На телевізорі, у інтернеті, на билбордах, у транспорті, в університетських закладах, та навіть у ві-снї можна зустріти.

Реклама робиться спеціально яскраво, гучно, цікаво, і такою, щоб показати одразу, про що річ. Можна сказати, що реклама - це гучний промарок мій бренд, що рекламується. Тому важливо зробити цій рекламі хороший дизайн, аби в очах глядача вона закарбовувалась. Як це можна зробити? По-перше, багато годин показує, що у людей привертає увагу багато коментарів, та і не просто коментарів, а що люди заявляють про себе: Яскраво - повний, насичено - червоний, синій, як блакить, та інші подібні коментарі. Так само і бренд буде про себе за допомогою них заявляти про себе. Подивіться на себе - На що ви звернете увагу більш швидко: на червону автівку, що коментарем апс пачає, чи на сіру автівку? Але все ще забереться від того, що промовляє бренд. Якщо це бренд пося, то яскраві коментарі має бути по-мінімуму, бо пося має заспокоювати, і коментарі йому мають бути такими самими, тобто сірими, але світлими, та настільки. Приведу приклади: Реклама

бренду одягу має бути багато яск-
равих футболок, кофат, сорочок, або
м'яких образів звернених на це увагу,
а потім обов'язково буде вміщеним і соф-
ний колір. Багато магазинів корис-
туються такими методами, наприклад
Міра, у якій основний колір червоний.
А от реклама масанських ванн кра-
ще жай візьме пастельні кольори, і
якийсь перекошений, як основний, бо
масанс має розслабляти.

Тепер перейдемо до форм. В рекламах
краще використовувати м'які форми,
бо вони не заважають поганого, через
них не зав'язується і не порісшилася, то-
му можна використовувати овальні
круги, та інші подібні фігури. Також
є і візерунки їх треба робити без
кутів, гострих, як галаринки. Коли
ви бачите круглий столик і квадра-
тний столик, що ви виберете? Ба-
гато людей при покупці вибирають
круглі столики, бо легше за них
сідти, вони м'якші, і не зачепи-
ться. Так і з формами і візерунками.
Там, куди фігури не заборотяться
використовувати і для підтримання
форму фігур м'якше, або зробити
свій дизайн. Наприклад, для реклами
боїв з боксами можна використовувати
різкі фігури, або показати, чому
не можна розслабитися, це бій, ну-ль
зібратися і вперед! Тоді використовувати
фігури і форми можна будь-які, головне
аби чітко і правильно продемонструвати
про що взагалі говорять, і заохочувати
глядача до співпраці.

Також варіює кількість дета-
лей. їх може бути багато, може
мало, може по середині, але оку
має бути приємно. Наприклад, рекла-
ма чісрування, має бути чіс, не
надто яскравий, але і не темний,
одна, або декілька людей, що рудують

дерева, та одна автівка, що заби-
рає дрова. Якщо щось додати, то
не надто багато, якщо відняти,
то теж, інакше картинка буде не
цікавою, або навіть відлякувальною.
Що склалося у підсумку? Рекламу
можна бути будь-яка, але хороша
та, що загалом ямовується. Зробити
це можна різними методами, ко-
мунікаційними, візуальними,
детальними, тобто - або іншими,
що зводяться до цього.



ВКЛАДИНКА

E-10

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Як зробити дизайн реклами, яка запам'ятовується

В сучасному дизайні є дуже багато різних методів виконання роботи. Звичайно є як гарні, так і не дуже роботи. Це все залежить від вміння та навичок самого дизайнера. На сьогодні дуже багато початкових дизайнерів, які дуже швидко вчаться та розвиваються.

Реклама - це один з методів показати свою продукцію людям. Рекламні роіки, банери та просто рекламні вікно на сайтах, це все створено за допомогою дизайнера. Так, звісно рекламні відео це більша робота для відео мантажера, але дизайнер там потрібен, наприклад для обкладинки, або як ще казавать "привіт". Що ж треба робити для того щоб дизайн реклами запам'ятався? Насправді знаючи та розуміючи на яку аудиторію потрібна реклама, набагато легше буде працювати. Дуже багато є моментів які треба врахувати в розробці реклами. Наприклад правильна палітра кольорів, вже від кольору залежить багато, що буде якщо обрати для реклами 2-3 кольори пастельних тонів? На мою думку це буде взагалі не привабливо та не запам'ятається людям. Набагато краще брати кольори які, або асоціюються з тим брендом, для якого робиться реклама, або обрати контрастні кольори які будуть впадати на погляд. Різні елементи, текстури, підписи - це все дасть вашій рекламі запам'ятися. Ще не мало важливо написати який небуть вислів, який може відкритися у голові людини. За допомогою цих фраз, висловів можна легко дати зрозуміти, що саме продають, або рекламують. Реклама повинна бути читабельною та інформаційною. Читабельність - це коли текст читається дуже легко та швидко, це все залежить від шрифту та ширини обводки тексту. Тому, якщо шрифт буде занадто маленький, або занадто широким, його вже буде набагато складніше прочитати. Багато початкових дизайнерів штовхуються саме з проблемою, як саме обрати шрифт та ширину. Є багато людей, професіоналів, які можуть давати поради. Наприклад, якщо ти робиш рекламний банер, то на протязі всієї роботи передусім відходь на декілька кроків від компютера та подивисься, як легко, або складно читається твій текст. Обов'язково не повинно бути перегрузу, це означає, що не треба нішити на рекламу все, що тільки можна, все повинно бути гармонійно та чисто. Краще додати, якісь невеликі елементи, потину геометричних фігур, ліній. Це вже буде краще ніж безліч картинок на одному полотні, із чого буде зчитатися суть речі, або бренду який рекламують. Щоб рекламу запам'ятали не обов'язково робити її нереальною екстравою, з величезним текстом, або з великою кількістю елементів. Насправді все набагато простіше, треба вміти гармонійно

виставити елементи, підбрати ширину та їх ширину обводки, та робити все в кольорах, які не будуть занадто блідими, і не будуть неприємними для очей, в їх яскравості та контрастності.

Ось так ми й розсуємо ~~як~~ як саме можна зробити дизайн реклами таким, щоб він запам'ятовувався. Важливо притримуватися правил та мати креативні ідеї, воно допоможе вам створювати ще більше пресів без яких не буде зусиль.

Зауваження: незнання поришення різномасштабності
вигуківання енергії.

ВКЛАДИНКА



E-H

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

У сучасному світі дизайн відіграє важливу роль. Він присутній у всьому - від упаковки продуктів до реклами продуктів. Дизайн реклами це не лише про красу, а й про зручність, функціональність та вплив на емоції людини.

На мою думку, дизайн ^{реклами} формує перше враження. Ми часто оцінюємо книгу за обкладинкою. Саме тому компанії витрачають великі ресурси в створенні привабливого візуального стилю для своєї реклами. Це допомагає залучити клієнтів і створити позитивний імідж бренду.

Я вважаю, що хороший дизайн реклами здатний допомогти життю. Наприклад, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс реклами, допомагає швидко знайти потрібну інформацію, заощадити час покупця.

У той час, якщо дизайн поганий він може викликати роздратування та навіть відмовитися від продукту чи послуги.

Отже, дизайн реклами на сьогоднішній час дуже важливий.

Від вигляду реклами залежить вибір людини та її враження. З свого власного досвіду, працюючи веб-дизайнером, хоту сказати, що дизайн реклами впершу чергу має приваблювати людину, бо якщо дизайн нікчемний, то ніхто і не захоче брати рекламний продукт.

Вперш за все, людина дивиться на вигляд, а вже потім ознайомлюється з інформацією цієї реклами.

Тому у висновку хоту сказати, що дизайн у наш час формує навколишнє середовище, впливає на рішення, настрій і спосіб мислення.

Він допомагає зробити вибір людини і зробити навколишній світ більш зрозумілим. Дизайн реклами - це приклад того, як довільно форма може впливати на якість продажів та допомогти суспільству.

Зауваження: порушення вимог власності до об'єкту, титли дослідження теми різноманітності використання уявлень, реалізація прикладів



ВКЛАДИНКА

E-12

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Багато хто може питати, як зробити дизайн реклами, яка запам'ятовується? Відповідь може бути не такою легкою, як може здаватися. Це відноситься до того, що саме рекламують. Дизайн реклами походить до маркетингу, що призводить до того, щоб гарно підібрати тій, чи інший продукт покупцям. Підібрати та надати покупцям тій, чи інший товар, не можна, його не заохотити купити, бо покупець не має бажання: що цей товар кращий ніж будь-який інший. Тому як гарно підібрати товар покупцям, та звернути на його рекламу багато уваги?

Це просто, якщо знати психологію людини, кожному теорію для гарного задоволення реклами. Багато щоб реклама була цікавою, відмінною, та не мала напружені почини створювати. Найкраще коли рекламується тій, чи інший візуальний зміст, багатий, щоб при зацікавленні реклами та зацікавленні добре, це призведе до того, щоб покупець мав надію на рекламу, і те, що він обов'язково допоможе. Це всі реклами є веселими, позитивними та гарно малюваними. Це кожна з них повинна мати, і має, серйозний намір на рекламування. В рекламі повинен гарно задоволюватися дизайн, ситуація та музичний намір, бо коли людина слухає музику, вона краще запам'ятовує те, та намір пісні. Бо хто запам'ятовує рекламу в який мить розуміється про товар? Набагато краще підібрати товар з музикою, або маленьким віршиком.

На мою думку дизайн реклами повинен бути кольоровим і творчим. Тобто не описувати в рекламі продукт в простому кольорі, надати мудию про всі його можливості, кольорити як він краще до інших таких продуктів. Потрібно підібрати продукти або кольори, можливості та гарно розповісти про професійності роботи. Змалювати його на сторінку, навіть якщо він буде лише ескізом секреті кольорові наміри, ніж сірі та чорні. В рекламі також важливо краще мелодія, вона може бути різною, сумною та веселою, але саме мелодія щоб музика була гарно підібрана в цій рекламі, і щоб її було легко запам'ятати. Рекламую оцінюють, уривки та об'єкти, інших стилів реклами - це найкраща реклама, чому саме? Фрукти та все інше мають кольори особливості, які легко підібрати під рекламу, та її середовище. Певно та інші люди легко підібрати покупцям, зробивши рекламу на музичні або в магазині, коли автор відомий мистецтвам музичною та гарно змалювану рекламу. Реклама повинна бути не тільки гарно змалюваною, не тільки з гарно підібраними музичною, або віршиком, змалювану середовищем або ситуацією. Головним не забувати

на що саме ми повинні звернути увагу в цих рішеннях, і як саме заінтересувати
популяцію на тому ж рівні з рішеннями.

Зауваження: порушення критерію відносності
включення дисертації на англійську державною мовою

ВКЛАДИНКА



E-13

ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Як зробити дизайн реклами, яка запам'ятовується.

На мою думку дизайн реклами дуже цікава, тепла, та вона потрібна у сучасному світі.

По-перше, чим реклама зацікавиться в людей, що треба зацікавити споживача. В рекламі потрібна була своя індивідуальність. Це має наслідок, щоб більше зацікавити людей. Насправді дизайн реклами - це дуже важка праця бо люди всі різні і треба продумати все до маленького нюансу.

Наприклад, дизайн та реклама компанії McDonald's. Сам логотип, проект, але як все все гарно та мінімалістично виглядає. Реклама цієї компанії, яку ми бачимо в телевізорі, на банерах в різних містах показує масові та смішні, яка створює, людям буде комфортно там їсти або просто гарно проводити час. Вони виконали всі важливі пункти в своїх рекламних щоб зацікавити людей.

По-друге, щоб зробити дизайн реклами цікавим треба додати масового, бо саме масовий сприймає та менше думки про яку чи іншу рекламу.

В загальній на мою думку дизайн - це і є масовий. Це духовні сили художника, його емоції, думки, які потім перетворюються на картини на папері, на стіну будинку, або як вандали на гаражах і старих будівлях. Я вважаю, що творчість дизайнерів це їх заспокоєння. Якщо так подумати дизайнери це дуже відкриті люди, вони в своїх роботах показують справжнього себе.

Важко, дизайн реклами повинен бути цікавим, гарним, щоб все було пропорційно, тому це дуже важка та важлива праця.



ВКЛАДИНКА

Е-14

ШИФР

(штамп вищого навчального закладу
його територіалу)

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

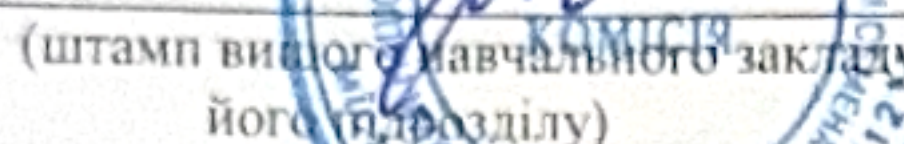
Як зробити дизайн реклами, яка запам'ятовується? Це питання дуже важливе серед безліччя відомих маркетингів і не тільки їх. Адже зробити нову та цікаву рекламу яка запам'ятовується дуже важко ніх здається. Особливо нові підприємства які мають велику конкуренцію серед великих підприємств. У цьому сенсі я буду аналізувати та відповісти на питання.

Як всім вже відомо реклама має дуже великий вплив на діяльність всіх торгових брендів та маркетингів. Але, що робить їх такими важливими? Чи важливі вони насправді? По-перше, реклама відповідає за оголошення та запрошення нових покупців, а це коштує і працівників до торгових підприємств. Саме аналізуючи обсяг медіа на екрані та різноманітні рекламні підприємств які ще і індивідуальні. Підприємства роблять її запам'ятовувальною. По-друге, без реклами підприємства не будуть залучати до себе нових покупців і їх майбутній бізнес зникне. Відповідати на це питання вже можна зрозуміти навіщо реклами потрібні у бізнесі. Але як їх робити? В сучасному світі нових технологій і нових відкриттів, важливо пам'ятати, що в створенні бізнесу досить велика конкуренція. Але наразі існують рекламні компанії, в яких працюють професійні дизайнери. Саме дизайнери створюють екранну, навігаторну та цікаву рекламу, яка запам'ятовується. Дизайнери роблять не тільки рекламу, яка запам'ятовується, а й індивідуальну яка не повторюється в інших конкурентів.

Отже, реклама дуже важлива у бізнесі, але щоб отримати індивідуальну та екранну рекламу треба звернутися до спеціалістів окремо або в рекламній компанії. Адже, саме вони створять цю нову та запам'ятовувану для медіа та підприємств.

Зауваження: неможливо порушення різноманітності
порушення відповідей випади багатьох.

ВКЛАДИНКА



ШИФР

Підписувати, робити будь-які помітки, що розшифровують роботу, забороняється

Ремонт - один з найефективніших способів для
процвітання бізнесу та ідеї ремонту виграють свої
милі дані в своїх виграшах по виграшах та виграшах
привертає нашу увагу. Різноманітні дані
дані в своїх виграшах та виграшах та виграшах
Дуже важливо виграшах та виграшах та виграшах

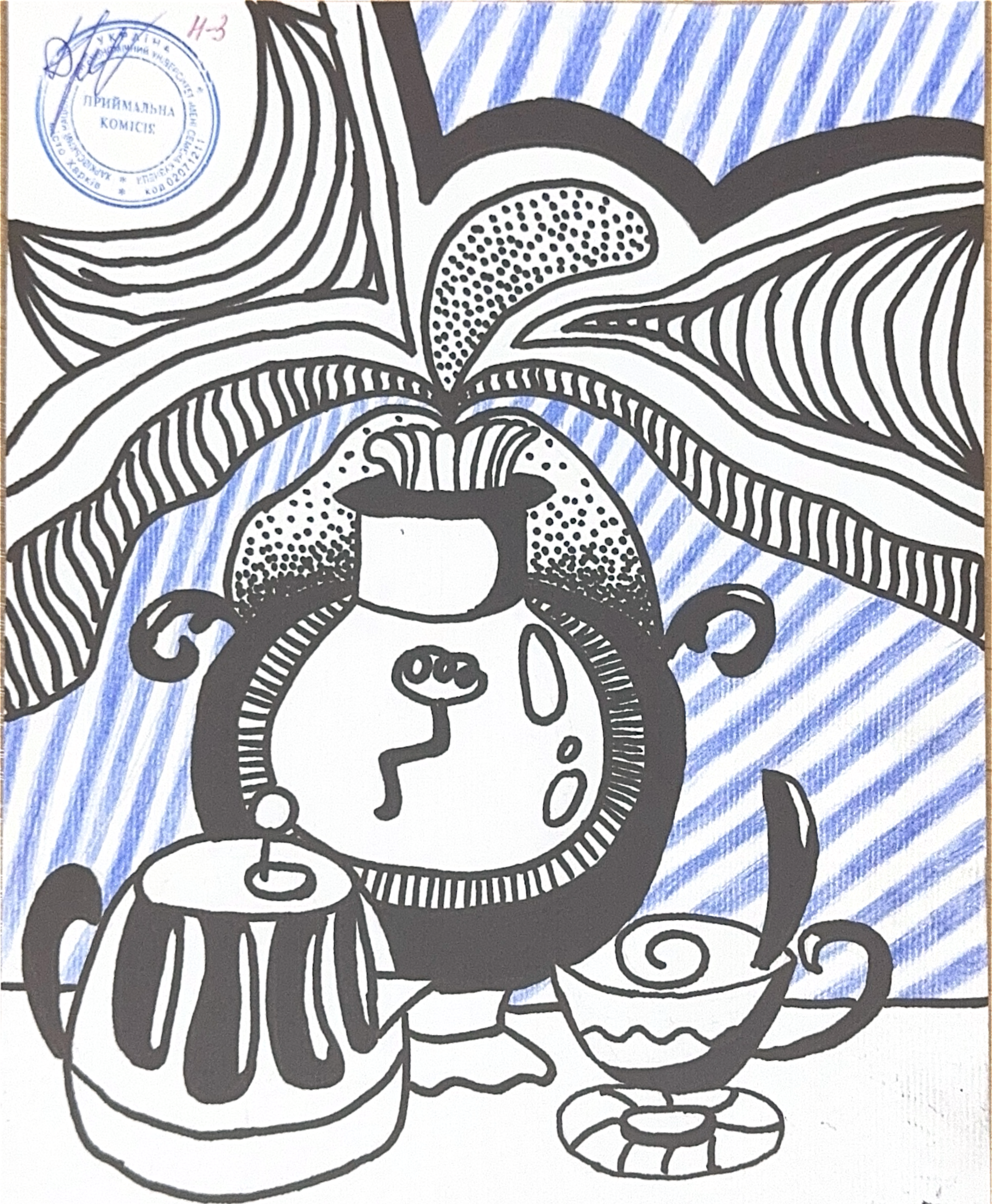
При совершении взрыва ватменскими изобретением с не
посредством пружины не представляется собой, а с помощью,
ремня, не, не вытесняет брел. Значит бы зарного не
составлять риска итмне повину, лите уже закоуван
по приобщит не, итмне, все с итмне итмне

[illegible][illegible][illegible]

Зауваження: незалежно від порівняння між
незалежними вибірками, різноманітності,
визначення значення релевантності, прикладів,
допомога академічній стандартів









Н-Н





4-5





Н-6







УКРАЇНА
ПРИЙМАЛЬНА
КОМІСІЯ
H-9
Місто Харків



УКРАЇНА
ПРЕЗИДЕНТСТВО
КРИМІНАЛЬНА
КОМІСІЯ
4-10
МІСТО ЖЕРКІЄ
КОД 02071211









H-13







H-15

