# Лабораторная работа № 7 (2021)

# Разработка дизайна проекта

# Цель лабораторной работы:

# Получить практические навыки по созданию фирменного стиля, логотипа.

# Приобрести умения по оформлению внешнего вида интерфейса с помощью макета, шрифтов, цвета и графики.

# 1. Краткие теоретические сведения

**1, 1. Дизайн фирменного стиля**

Понятие фирменного стиля появилось в начале XX века, когда количество компаний, работающих в одной области, критически возросло, и стала актуальной проблема их узнаваемости.

Фирменный стиль – это образ компании, её отражение в документации, рекламных материалах. По нему встречают, провожают и оценивают солидность организации. Чем оригинальнее и привлекательнее фирменный стиль, тем больше шансов у компании выделиться, стать заметной среди конкурентов, объявить о своих качествах и экономических возможностях, профессиональных способностях.

Соблюдение фирменного стиля улучшает запоминаемость бренда компании, оказывает положительное влияние на выбор покупателей, а также является доказательством стабильности и организованности. Обретение собственной символики и атрибутики – это не только создать выразительный образ, но и стать самой собой.

Сегодня [фирменный стиль](http://jetmix.su/portfolio) стал наиболее важным маркетинговым и рекламным инструментом. Он влияет на престиж, способствует возникновению положительной репутации.

Оригинальный фирменный стиль играет роль также в создании мотивации потенциальных потребителей к совершению покупке или во взаимодействии с деловыми партнерами. Профессиональная корпоративная символика формирует в глазах покупателей идеал.

Традиционно в систему фирменного стиля входят такие элементы:

* логотип (фирменный знак, торговая марка);
* фирменный лозунг (слоган);
* фирменный цвет;
* фирменный комплект цветов.

В процессе создания фирменного стиля помимо разработки логотипа может потребоваться разработка ещё и слогана.

Создание логотипа — это процедура по разработке яркого и запоминающегося зрительного образа, который несет в себе отличительные черты и характеристики, воплощенные в компании или бренде.

Вам необходимо раскрыть идею, по которой построен фирменный стиль вашего сайта или программного продукта. Необходимо рассказать о том, что должен символизировать логотип, и почему он построен так, а не иначе. Для лучшего понимания задачи необходимо исследовать логотипы конкурентов.

Существуют несколько принципов построения логотипа:

• **Классический**, или шрифтовой — заложенный еще в середине XIX века британскими книгопечатниками. Это универсальный способ создать уникальный логотип на основе какого-либо шрифта. После детальной ручной прорисовки логотипа с ним органично начинают работать шрифты той группы, на которой он основан.

• **Символьный**. К примеру, в начале ХХ века в Голландии, когда поднялось производство луковичных растений, и каждый фермер ставил на своей продукции рисунок цветка, на котором он специализируется. На данный момент существует 2 вида символьных логотипов — это конкретный и абстрактный типы.

• **Синтетический** — этот способ также появился в начале ХХ века, но уже в Германии, и связан он с ростом производства военной техники. Именно в Германии начали впервые сочетать буквы и символы в логотипе. Классический и всемирно-известный логотип, сохранившийся до нашего времени — это логотип компании Ford. Это самый сложный и самый яркий способ формирования логотипа. Он наиболее запоминающийся, так как сочетает в себе как эмоциональное состояние, так и информационную базу.

Логотип — визуальная константа, которая отражает основные качества и характеристики бренда, и транслирует его для целевой аудитории. Основной аспект разработки логотипа — цветовое кодирование, поскольку выбор цветовой гаммы является важным практически во всех сторонах жизни, в том числе и в конкурентной среде. Визуальный образ компании создается путем позиционирования, нейминга, продумывания концепции, становясь лицом бренда.

**Нейминг** – англ., «name» (имя) –реклама пригодность имени бренда – высокая вероятность воздействия на широкую публику, и вызова положительных эмоций.

Например, реклама пригодность слогана:

«Ешь Пей Жуй ...орбит» – балансирует на грани.

«Пам Пам Пам Пам, покупайте Микоян» – 100% пригодность.

«Носки "Вонючка" – носи во имя свежести» – 5% пригодность.

Главной целью логотипа является разработка отличительных черт, отделяющих бренд от конкурентов, и формирование узнаваемости торговой марки для потребителя.

**1. 2. Шрифтовое оформление**.

Прежде чем говорить о дизайнерских приемах, которые можно использовать при создании интерфейсов приложений и о возможности их воплощения, нельзя не рассмотреть основы, на которых они строится.

Существует четыре следующие основные типы шрифтов:

• Шрифт с засечками (serif).

• Без засечек (sans-serif).

• Рукописный или курсив.

• Специальные шрифты, включая моноширинный.

При построении дизайна лучше использовать гарнитуру одного-трех шрифтов: базовый шрифт – основной шрифт материалов сайта и акцидентный – шрифт для заголовков.

Существуют также и другие различия.

• Не все типы шрифта создаются одинаковыми, даже если создаются одного размера в пунктах. Размер в пунктах определяет высоту букв, и некоторые шрифты будут больше при 18 пунктах, чем другие.

• Расстояние между буквами и словами могут быть разные, или некоторые гарнитуры шрифтов, такие как Jokewood, не имеют букв нижнего регистра.

• Шрифты могут выглядеть по разному во всех браузерах, так как различные браузеры остаются по сути несовместимыми. Причина этой проблемы состоит в том, что не все операционные системы поддерживают одни и те же шрифты. И даже если одни и те же шрифты, то вариант, толщина и другие факторы могут представляться по разному в том или ином браузере.

**Правила выбора шрифта**

Шрифт должен соответствовать содержанию текста и быть уместным. Для заголовков можно использовать и декоративные шрифты, но для основного текста лучше всего остановится на Helvetica, Lato или Open Sans.

В Web-приложениях чаще всего используют в качестве основного шрифта – Verdana, а для заголовков – Times Roman или Georgia.

Размер шрифта обычно варьируется между 12 и 16 пикселями для основного текста. Но для мобильных устройств он должен быть как минимум в два раза больше. Размер шрифта должен быть максимально разборчивым в зависимости от разрешения экрана.

Необходимо установить иерархию размеров для различных частей текста и соблюдать эту иерархию на всех страницах сайта. Например, основной размер текста 16 пикселей, тогда следующие размеры для блоков с текстом и крупных заголовков будут от 18 до 72.

Для выделения слова или фразы в тексте можно использовать курсив, выделение жирным шрифтом, подчеркивание, изменение размера шрифта, различные цвета. После того, как стиль выбран, его следует при-держиваться на всех страницах сайта.

Длина строки должна варьироваться между 40-80 символами. Золотая середина – 65 символов.

Межстрочное расстояние зависит от используемого шрифта, его размера, стиля и длины строки. Обычно размер межстрочного расстояния на 2-5 пунктов больше, чем размер шрифта.

Хорошее выравнивание текста способствует общему приятному впечатлению от сайта. Содержание сайта следует аккуратно разместить согласно логике восприятия текста и визуальному балансу, а страница должна быть разделена на системы столбцов, строк, меню, заголовков, боковые и нижние колонтитулы.

Следует особое внимание уделять соблюдению наивысшего контраста текста: располагать тёмный текст на светлом фоне, или наоборот – светлый текст на тёмном фоне (наивысший контраст даёт отношение чёрный/белый). Однако, для больших кусков текста лучше остановиться на традиционном сочетании темного цвета для шрифта и светлого для страницы.

Желательно избегать ярких фоновых заливок использования графических обоев, затрудняющих восприятие текстовой информации.

Конструируйте сайты с небольшим количеством элементов и обилием свободного пространства между ними. Он смотрится более привлекательно, чем страницы, забитые содержимым до предела.

**1. 3. Цветовое** **оформление**

Цвета в интерфейсах обычно подбираются исходя из **цветовых схем**.

Цветовые схемы существуют уже очень давно. Хотя цвета Web отличаются от цветов печати, принципы остаются такими же.

Существуют следующие цветовые схемы:

* **Монохроматические** – схема соответствует одному цвету и всем его оттенкам, тональностям и теням.
* **Аналоговая**. Аналоговые цветовые схемы создаются из смежных цветов. Один цвет используется как доминирующий, в то время как другие используются для обогащения схемы.
* **Дополнительные** – при выборе одного цвета и его противоположного, используют также все оттенки, тональности и тени обоих цветов.
* **Триадическая** цветовая схема создается при выборе одного цвета и добавлении затем двух других цветов, которые должны лежать на одинаковом расстоянии друг от друга на цветовом круге.
* **Тетрадическая** цветовая схема – похожа на дополнительную схему, только используется две пары дополнительных цветов, расположенных на равном расстоянии друг от друга.
* **Пользовательская**. Существует простой трюк, который можно использовать для создания великолепной цветовой палитры: просто добавьте яркий цвет для акцента в нейтральную палитру (например, традиционную монохроматическую схему).
* **Естественная цветовая схема.** Сделайте снимок красивого момента и создайте на его основе свою цветовую схему.

**Цветовая гармония** – это сочетание отдельных цветов или цветовых множеств, образующие органическое целое и вызывающие эстетическое переживание.

Существуют определенные правила, которые позволяют выбрать гармоничную цветовую палитру.

### **Ограничьте количество цветов – предпочтительно только простые цветовые комбинации, которые опираются на два или три цвета.**

### **Используйте цветовую гамму, наиболее приятную для глаз. Вдохновляйтесь природой.**

### **Пытайтесь следовать правилу 60–30–10. 60% – ваш доминирующий оттенок, 30% – вторичный цвет и 10% – цвет для акцента. Этот метод позволяет глазу удобно перемещаться из одной фокусной точки в другую.**

### **Сначала дизайн в оттенках серого – использовать в качестве основы градации серого цвета, а в самом конце добавить другой цвет для акцента.**

### **Избегайте использования черного цвета. Когда вы помещаете чистый черный цвет рядом с набором тщательно подобранных цветов, черный все пересилит. Он выделяется, потому что это не естественно. В большинстве приложений, которые мы ежедневно используем, есть черные цвета, которые на самом деле не черные, а темные серые.**

### **Подчеркните важность, используя цветовой контраст.**

### **Используйте цвет для воздействия на эмоции пользователей.**

### **Сделайте свой дизайн доступным. Сегодняшние продукты должны быть доступны для всех – независимо от способностей человека.**

* Избегайте использования цвета в качестве индикатора.
* Избегайте низкой контрастности текста (маленький текст должен иметь коэффициент контрастности не менее 4,5: 1 по отношению к фону; большой текст (при 14 pt жирный / 18 pt обычный) должен иметь коэффициент контрастности по крайней мере 3: 1 по отношению к фону). Используя инструмент Color Contrast Checker <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>, вы можете проверить свои цветовые комбинации всего за несколько кликов.

**Основные инструменты UX дизайнера**

В настоящее время существует множество сайтов, с помощью которых можно выбрать цветовую схему. Многие из этих ресурсов позволяют пользователям загружать уже готовые цветовые схемы и дорабатывать их. Большинство ресурсов позволяют искать и сортировать цветовые схемы по определенным оттенкам или ключевым словам. Это может быть полезно, если основной цвет уже выбран, и есть необходимость подобрать к нему другие цвета.

К одним из лучших сайтов для поиска цветовых схем относятся:

Color Scheme Generator II (<http://colorschemedesigner.com/>),

Adobe Color CC (<https://color.adobe.com/>),

Adobe Kuler ([<http://kuler.adobe.com/>](file:///H:\Мобильн_прил_2016\Лекции\Л4_дизайн\Лек_диз\Лек_диз\Цвет\Цветовые%20решения%20для%20сайта.docx)),

Dribbble поиск по цвету ([dribbble.com/colors](https://dribbble.com/colors/)) ,

Toucan ([<http://aviary.com/tools/toucan>](file:///H:\Мобильн_прил_2016\Лекции\Л4_дизайн\Лек_диз\Лек_диз\Цвет\Цветовые%20решения%20для%20сайта.docx)),

ColoRotate ([<http://www.colorotate.org/>](file:///H:\Мобильн_прил_2016\Лекции\Л4_дизайн\Лек_диз\Лек_диз\Цвет\Цветовые%20решения%20для%20сайта.docx)),

Material Design (<https://material.io/guidelines/style/color.html>),

Colorzilla <http://www.colorzilla.com/firefox/>,

Coolors.co (<https://coolors.co/>).

**Симуляция цветовой слепоты в Adobe Photoshop**

Можно проверить доступность вашего дизайна с помощью Photoshop. Перейдите в View Proof Setup, а затем выбрать один из двух типов цветовой слепоты (протанопия или дейтронопия).

Кроме этого для имитации проблем со зрением можно использовать инструмент NoCoffee Vision Simulator для Chrome <https://chrome.google.com/webstore/detail/nocoffee/jjeeggmbnhckmgdhmgdckeigabjfbddl>.

Если требуется дополнительная помощь, чтобы определить, что выбранные цвета обеспечивают достаточно хороший контраст, попробуйте использовать инструмент Contrast Analyser ([<http://www.paciellogroup.com/resources/contrast-analyser.html>](file:///H:\Мобильн_прил_2016\Лекции\Л4_дизайн\Лек_диз\Лек_диз\Цвет\Лекция_Теория%20цвета1.docx)/) компании Paciello Group. Этот инструмент определяет контраст между цветами фона и переднего плана.

# 2. Задание на лабораторную работу

**Задание 1.**

1. Исследовать дизайна логотипов конкурентов;
2. Создать концепцию в виде готового описания логотипа;
3. Разработать слоган для вашего логотипа;
4. Используя генератор логотипов:

<https://artismedia.by/blog/10-logo-generator/> разработать логотип своего сайта.

**Задание 2.**

1. Используя цветовой круг применить к одному из шаблонов любые 3 цветовые схемы: "***аналоговую***", "***триаду***", "***тетараду***", и т. д.

В качестве базового цвета следует взять один из основных цветов логотипа. В отчете кратко описать, как строится схема, и какое настроение она привносит в композицию интерфейса.

1. Используя тот же инструментарий, применить к одному из шаблонов “***естественную цветовую гамму***”, взяв в качестве ее источника оцифрованную фотографию.
2. На основе анализа этих схем, выбрать схему для своего приложения.
3. Описать каким правилам цветовой гармонии соответствует выбранная вами цветовая схема.

**Задание 3.**

Выбрать и описать шрифты для вашего приложения. Определить и описать следующие параметры вашего шрифта:

* Тип для основного текста и для заголовков и т. д.
* Размер шрифта.
* Иерархию размеров.
* Способ выделения слов.
* Длина строки основного текста.
* Межстрочное расстояние.
* Как будет осуществляться выравнивание текста.
* Как будет достигаться контраста текста (***вычислить контрастность*** с помощью инструмента Color Contrast Checker).
* Имеется ли свободного пространство.

**Задание 4.**

1. Разработайте дизайн главной страницы сайта.
2. Разработайте макеты второстепенных страниц.
3. Оформите дизайн интерфейсов в выбранном вами пакете.
4. Проверьте доступность вашего дизайна с ***помощью симуляции цветовой слепоты***.

**3. Требования к оформлению отчета**

Отчет должен содержать:

1. Титульный лист;
2. Название и цели работы;
3. Этапы выполнения работы в соответствии с **Заданиями 1 – 4**;
4. Макеты страниц: главной и всех второстепенных;
5. Общие выводы, сделанные в процессе выполнения лабораторной работы.

Защита отчета сопровождается предъявлением **готовых кликабельных интерфейсов**.

1. **Контрольные вопросы:**

1. Как в природе образуется цвет?

2. Какими свойствами обладают первичные цвета?

3. Какие цвета являются аддитивными, и какие субтрактивными? Как они формируются и какими моделями описываются?

4. Что такое комплементарные или дополнительные цвета?

5. Какие существуют цветовые схемы и как они строятся.

6. Что такое цветовая гармония?

7. Какие существуют правила позволяющие выбрать гармоничную цветовую палитру.

8. Какие существуют правила для создания шрифтовой схемы?

9. Какие существуют типы шрифтов и в чем особенности их использования?

10. Какие различия могут быть у шрифтов помимо типов?

11. Какие требования выдвигаются к шрифтам, используемым в интерфейсах?

12. Какой должна быть контрастность текста по отношению к фону?