

DIZAJNERSKE SMJERNICE

LED EURO MEDIA



PREPORUKE ZA KVALITETNU IZRADU DIZAJNA



TIPOGRAFIJA



BOJA



KOMPOZICIJA

TIPOGRAFIJA

- Tipografija, kao jedan od najvažnijih elemenata u dizajnu, potpomaže jasnu **vizualnu komunikaciju** poslovnih vrijednosti ciljnoj populaciji.
- Tipografija je raspored i izgled slova na stranici.
- **Ograničen broj fontova** je jedno od osnovnih pravila, nikada ne koristite više od tri fonta u istom dizajnu. Koristite jedan font za naslov, drugi za podnaslov, a treći za tekst u dizajnu. Kombinacija različitih vrsta fontova je dozvoljena dokle god postoji kohezivnost između tih fontova

Primjeri:



BOJA - dizajna



Odabir i usklađivanje odgovarajućih boja će pozitivno uticati na svijest o brendu.

Krug boja se sastoji od primarnih, sekundarnih i tercijarnih boja.

Primarne boje su crvena, žuta i plava, koje se ne mogu dobiti kombinacijom drugih boja.

Kombinacijom primarnih boja dobijamo sekundarne boje (zelena, ljubičasta, smeđa, narandžasta, ...).

Kombinovanjem primarnih i sekundarnih dobijamo tercijarne boje (crveno-ljubičasta, žuto-narandžasta, ...).

Svrha kruga boja jeste da olakša odabir i usklađivanje boja, te da se definišu odnosi između pojedinih nijansi boja.

Iako je percepcija boja donekle subjektivna, postoje univerzalni efekti koje određene boje izazivaju.

Tople boje (crvena, narandžasta, žuta) izazivaju emocije osjećaja topline i udobnosti.

Hladne boje (plava, ljubičasta, zelena) izazivaju emociju osjećaja mira.



PODJELA BOJA



PRIMARNE BOJE



SEKUNDARNE BOJE



TERCIJARNE BOJE

Primarne, osnovne boje ili boje prvog reda su žuta, crvena i plava.

Sekundarne boje su narančasta, ljubičasta i zelena. Nastaju miješanjem primarnih boja (crvena i žuta=narančasta, plava i žuta=zeleno, plava i crvena=ljubičasta)

Tercijarne boje su žutonarančasta, crvenonarančasta, plavoljubičasta, crvenoljubičasta, plavozelena i žutozelena. Nastaju miješanjem sekundarnih boja.

COLOR EMOTION GUIDE



PRIMJERI:



PRIMJERI:



EFIKASAN

- Pozicija proizvoda prirodno usmjerava pogled ka informaciji
- Odlična upotreba boja doprinosi čitljivosti
- Manje elemenata dizajna čini poruku jasnijom
- Kratka i jasna informacija



NEEFIKASAN

- Dizajn prikladan za štampane medije, a ne za digitalni displej, gdje su posmatrači u pokretu
- Brendovi koji su zatrpani tekstem
- Previše elemenata dizajna se nadmeće za vizuelni značaj
- Loša pozicija informacija i elemenata ne podstiče prirodan smjer pogleda
- Previše boja zbunjuje posmatrača

KOMPOZICIJA

HIJERARHIJA KOMUNIKACIJE

1. Istaknuta fotografija, logo, usluga i slika proizvoda
2. Dodatne informacije koje prate detalje iz prvog navoda (web sajt)
3. Informacija koja posmatraču govori gdje, kako ili koliko.



NAPOMENA> Treba voditi računa o sažetosti teksta, da posmatrač u što kraćem vremenu sagleda i zapamti poruku!