

Afiș de promovare

SCOP	Conștientizarea modului prin care pasiunea către artă te poate ajuta să îți câștigi propriul venit.
TEMA DIN PROGRAMĂ/ CURRICULUM PENTRU EDUCAȚIA TIMPURIE LA CARE POATE FI APLICATĂ	<i>Proiecte și evenimente</i> <i>Afiș de promovare</i>
GRUPUL ȚINTĂ	Elevi, clasa a VIII-a
NIVEL DE DIFICULTATE	Mediu
LOCUL DE DESFĂȘURARE	Sala de clasă
FORMA DE ORGANIZARE A ACTIVITĂȚII	Frontal, individual, pe grupe
MATERIALELE NECESARE	Laptop, foi, creioane colorate, tablă, prezentare PowerPoint
TIMPUL NECESAR	50 de minute
RESURSE	<ul style="list-style-type: none"> Elena Stoica, Adina Grigore, Imets Laszlo, Patricia Stocbeci, Educație plastică, clasa a VIII-a, editura Ars Libri, Buzoești, 2020 Dr. Laura Dindire, Promovarea afacerilor economice interne și internaționale - o abordare sistematică, Editura Universitară, București, 2011

CE VA ÎNVĂȚA / CE VA ȘTI SĂ FACĂ ELEVUL LA SFÂRȘITUL ACTIVITĂȚII

- Ce înseamnă afișul și afișele de promovare- date generale.
- Care sunt suporturile utilizate pentru publicitate
- Tipuri de afișe
- Etapele de realizare ale unui afiș
- Managementul sistemelor promoționale
- Elaborarea programului de publicitate prin afișe
- Conștientizarea modului prin care afișul promovează ceva anume și convinge populația să cumpere crescând veniturile producătorilor

Pasul 1. Ce înseamnă afișul și afișele de promovare- date generale

Afișul este o înștiințare imprimată, expusă public, prin care se transmit informații, pentru a promova anumite evenimente, produse ș.a. Afișele de promovare sunt unele dintre cele mai utilizate și vechi metode de promovare ale unor produse sau servicii.

În artă afișul s-a remarcat la sfârșitul secolului al XVIII-lea. Alois Senefelder și-a ilustrat singur propriile piese de teatru prin litografie.

Jurles Cheret a fost creatorul primului afiș colorat, acesta a fost recunoscut pentru alegerea tehnicii de execuție a litografiei.

În perioada Belle Epoque s-a realizat o expoziție de afișe de către Toulouse- Lautrec ale cărui afișe pentru Moulin Rouge a ridicat afișul la rang de artă în 1891.

În prezent pentru afișe predomină grafica inedită, transmiterea mesajelor sau realizarea lor prin metode tradiționale desenate și pictate.

Astăzi desigerii graficieni se ocupă de proiectarea afișelor. Caracteristica afișelor este aceea că ele trebuie să aibă putere de transmitere mesajul și de a atrage privitorul.

DESCRIEREA ACTIVITĂȚII PAS CU PAS

Pasul 2. Care sunt suporturile utilizate pentru publicitate:

- Afișe
- Panouri publicitare
- bannere

Pasul 3. Tipurile de afișe sunt:

- afișul de evenimente
- afișul de publicitate
- afișul politic
- afișul cinematografic
- afișul motivațional
- afișul de călătorie
- afișul educativ/informativ

Pasul 4. Etapele de realizare ale unui afiș:

1. Documentarea- reprezintă prima etapă a procesului de realizarea a unui afiș și constă în studierea, informarea amănunțită pe baza unor doumente a datelor despre afiș.
2. Schițarea- în această etapă artistul își concretizează ideile cu ajutorul documentației exercitată în prima etapă și își alege materialele de lucru (creion, markere, creioane colorate, tempera ș.a. Graficianul trebuie să fie conștient ca are nevoie de materialele necesare în scopul realizării unui afiș așa că este conștient de o eventuală investiție ce va urma să îi crească venitul.
3. Construcția – schița sugestivă se pune pe o planșă de dimensiuni mari A3, A2 sau se ține cont de locul în care afișul trebuie expus.
4. Structura și echilibrul- Pentru început se trasează axele de mijloc orizontale și verticale ale stratului suport, se adaugă marginile superioare, inferioare și laterale. Cu ajutorul acestora se formează un spațiu

cadru interior unde se adaugă elementele vizuale și scrisul.

5. Alegerea cromatică- În general se ține cont de semnificația culorilor, pentru acest lucru graficianul studiază cromatologia.

6. Executarea tradițională sau digitală a afișului

Executare tradițională- afișul se pictează în stil plastic sau decorativ

Executare digitală- se folosesc diferite programe Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, stabilind forma planșei și redesenând schița cu ajutorul tabletei grafice.

7. Rezultatul final- afișul realizat manual/ digital este printat și amplasat în locul destinate, în general spațiul expozițional este ales în funcție de factorii socio-culturali pe care tema afișului o reprezintă astfel se alege publicul țintă.

Pasul 5. Managementul sistemelor promoționale și elaborarea programului de publicitate prin afiș

Managementul sistemului de promovare presupune cunoașterea, înțelegerea și aplicarea promovării, a strategiilor promoționale optime, a analizării ca sistem complex. Pentru un program cei care stabilesc strategia publicitară trebuie să înceapă prin identificarea publicului țintă astfel există o colaborarea între grafician și echipă.

Deciziile cu privire la referința afișului țin cont de cei 5M:

1. Misiunea – stabilirea obiectivelor publicitare
2. Mărimea fondurilor- stabilirea bugetului de publicitate pentru afișe
3. Mesajul- elaborarea mesajului publicitar
4. Mijloacele- alegerea mijloacelor de diseminare a publicității
5. Măsurarea rezultatelor.

gestionarea talentului și a bugetului dedicat instrumentelor de execuție.

Realizat de: Boștinăru Larisa Georgiana, Profesor Arte plastice

Revizuit de: Rodica Botea, Inspector școlar pentru arte

FIȘĂ DE LUCRU

1. Realizează un afiș cu o tehnică și temă de execuție la alegere.
2. Consideri că un afiș publicitar poate crește venitul producătorului?
3. Povestește reacția ta atunci când citești un afiș publicitar și spune dacă au un impact asupra deciziilor tale.