

1. Uvod - definicija, podele

1.1. Dizajn kroz istoriju

1.2. Grafički dizajn

1.2.1. Korporativni identitet

1.2.2. Vizuelni identitet

1.2.3. Osnovni principi identifikacije (vizuelne konstante)

1.3. Informacioni dizajn

1.3.1. Informaciono zasićenje

1.3.2. Informacioni dizajn na vebu

1.3.3. Majstori informacionog dizajna

1.3.4. Pravilo obrnute piramide

1.3.5. U komuniciranju manje je bolje

1.3.6. Previše komunikacije

1.3.7. Važnost dobrog informacionog dizajna

2. Principi i elementi dizajna

2.1. Principi dizajna

2.1.1. Balans

2.1.2. Ritam

2.1.3. Kontrast

2.1.4. Kontrasti prema Paulu Kleeu

2.1.5. Harmonija

2.1.6. Proporcija

2.1.7. Dominacija

2.2. Jedinstvo

2.3. Geštalt psihologija - osnovni pojmovi

2.3.1. Vizuelni principi Geštalt psihologije

2.4. Elementi dizajna

2.4.1. Tačka

2.4.2. Linija

2.4.3. Forma, oblik i prostor

2.5. Pokret

2.5.1. Boja

2.5.2. Boja kao izražajno sredstvo

2.5.3. Kontekst boja

- 2.5.4. Simboličko značenje boja*
- 2.5.5. Psihološko delovanje boja*
- 2.5.6. Prostorno delovanje boja*
- 2.5.7. Valer*
- 2.5.8. Grupe valera - valerski ključevi*
- 2.5.9. Šara*
- 2.5.10. Tekstura*

3. Razlika između vektorske i rasterske grafike

- 3.1. Vektorska grafika
- 3.2. Rasterska grafika
- 3.3. Grafički formati
- 3.4. Konfiguracija datoteke slike
- 3.5. Komprimovanje (kompresija) podataka slike
 - 3.5.1. RLE komprimovanje (kodiranje)*
 - 3.5.2. LZWkomprimovanje (kodiranje)*
- 3.6. Metode za redukciju boja
 - 3.6.1. Uniformna redukcija boja*
 - 3.6.2. Redukcija pomoću srednje boje*
- 3.7. Često korišćeni grafički formati
 - 3.7.1. JPEG format*
 - 3.7.2. BMP format*
 - 3.7.3. PCX format*
 - 3.7.4. TIFF format*
 - 3.7.5. GIF format*
 - 3.7.6. PNG format*
 - 3.7.7. TGA format*
 - 3.7.8. Važniji formati za smeštaj vektorske grafike*
 - 3.7.9. Važniji formati za smeštaj rasterske grafike*

4. Kompozicija

- 4.1. Kompozicija i format
- 4.2. Formatim
 - 4.2.1. Konstrukcije formata iz kvadrata*
 - 4.2.2. Konstrukcija formata iz petougona*

4.3. Dizajn i "božanska" proporcija

4.3.1. Osećaj

4.3.2. Božanska proporcija

4.3.3. Primena broja fi u dizajnu

4.3.4. Umesto zaključka

4.4. Krenimo od praznog papira

4.4.1. Podela prema proporcijama

4.4.2. Budite kreativni

4.4.3. Povezanost sa rasterom

4.4.4. Kompozicija može stvari učiniti upotrebljivijim

4.5. Iz teorije u praksu

4.5.1. Oblikovanje stranice

4.5.2. Primena zlatnog preseka

4.5.3. Kreiranje sistema

4.6. Osvrt na rastere

4.6.1. Aranžiranje kompozicije: proporcija i konzistentnost

4.6.2. Standardni formati papira

5. Uvod u tipografiju

5.1. Šta je tipografija

5.2. Tipografski merni sistem

5.3. Pismo i font

5.4. Rez i porodica

5.5. Slovni znakovi

5.6. Elementi slovnih znakova

5.7. Veličina pisma

5.8. Osnovna pismovna linija

5.9. Razmak između slova

5.10. Razmak između reči

5.11. Razmak između redova

5.12. Kapitalna slova

5.13. Uvlake i inicijali

5.14. Uvod u digitalnu tipografiju

5.14.1. Šta je font?

- 5.14.2. *Kako nastaje font?*
- 5.14.3. *PostScript*
- 5.14.4. *Konturni fontovi*
- 5.15. Kodni sistemi za prikazivanje znakova
 - 5.15.1. *Kodni sistem ASCII (ISO 646)*
 - 5.15.2. *ISO Latin 1 (ISO 8859-1)*
 - 5.15.3. *WINDOWS set znakova*
 - 5.15.4. *ISO 8859 porodica*
 - 5.15.5. *Unicode*
 - 5.15.6. *GRAFEM- vizuelni prikaz*
 - 5.15.7. *Fontovi*
- 5.16. Uređivanje teksta - pojmovi, pravila, saveti
 - 5.16.1. *DTP*
 - 5.16.2. *Primeri kreativnih tipografskih rešenja*

6. Branding

- 6.1. Uopšteno o branding
 - 6.1.1. *Šta je branding?*
 - 6.1.2. *Pozicioniranje i branding*
 - 6.1.3. *Put do uspeha*
 - 6.1.4. *Važnost dobre pozicije*
 - 6.1.5. *Aktuelnost brandinga*
- 6.2. Zakoni brandinga
 - 6.2.1. *Zakon širenja*
 - 6.2.2. *Zakon kontrakcije*
 - 6.2.3. *Zakon publiciteta*
 - 6.2.4. *Zakon reklame*
 - 6.2.5. *Zakon reči*
 - 6.2.6. *Zakon verodostojnosti*
 - 6.2.7. *Zakon kvaliteta*
 - 6.2.8. *Zakon kategorije*
 - 6.2.9. *Zakon imena*
 - 6.2.10. *Zakon oblika*
 - 6.2.11. *Zakon boje*
 - 6.2.12. *Zakon granica*
 - 6.2.13. *Zakon postojanosti*

6.2.14. *Zakon promene*

6.2.15. *Zakon smrtnosti*

6.2.16. *Zakon jedinstvenosti*

6.2.17. *Na kraju ove priče šta je to brend?*

7. Umetnost stvaranja logotipa

7.1. *Forme*

7.2. *Boje*

7.3. *Fontovi*

7.4. *Završni rad*

7.5. *Alati*

7.6. *Proporcije*

7.7. *Kontrast*

7.8. *Ponavljjanje*

7.9. *Tipografska rešenja*

8. Korporativni identitet

8.1. *Imidž i identitet*

8.2. *Istraživanje korporativnog identiteta*

8.3. *Korporacijska struktura i njen identitet*

8.4. *Postavljanje ciljeva korporativnog identiteta*

8.5. *Kanali komunikacije korporativnog identiteta*

8.6. *Promocija robne marke i brenda*

8.7. *Vizuelni identitet*

8.8. *Kratki istorijat posetnica i poslovnih kartica*

9. Oglašavanje

9.1. *Kreativnost i apeli u oglašavanju*

9.2. *Fotografija u reklami*

9.2.1. *Direktan pogled*

9.2.2. *Pogled s leđa*

9.2.3. *Pozicioniranje kadrom*

9.2.4. *Poistovećivanje*

9.2.5. *Izobličena stvarnost*

9.2.6. *Nadrealizam i metafora*

9.2.7. Vizuelne parodije

9.2.8. Stereotipi

9.2.9. Novinski oglasi

9.3. Oglašavanje na bilbordima

9.3.1. Gradske značke

9.3.2. Bilbord, pano, poster?

9.3.3. Svetlost i boja umesto zvučnika

9.3.4. Najčešće greške

9.3.5. Manje dimenzije - više mogućnosti

9.3.6. Ne dopustite bilbordu da se "sakrije"

9.4. Medija planiranje

9.4.1. Povećanje broja kanala komunikacije sa potrošačima

9.4.2. Budućnost domaćeg oglašivačkog tržišta

9.5. Reklamni slogan na vebu

9.5.1. Šta je komuniciranje?

9.5.2. Šta je informacija (poruka)?

9.5.3. Šta je znanje?

9.5.4. Slogan

9.5.5. Kako doći do prikladnog slogana?

9.5.6. U komuniciranju, manje je bolje

9.5.7. Govori jednostavno da te ceo svet razume

10. Ambalaža, pakovanje i grafički materijali

10.1. Peti element marketinga - pakovanje

10.1.1. Pojam i definicije pakovanja

10.1.2. Mamac za potrošače

10.1.3. Prepoznatljivost i statusni simbol

10.1.4. Vrste ambalaže

10.1.5. Funkcije ambalaže

10.1.6. Osnovne funkcije ambalaže

10.2. Elementi ambalaže

10.2.1. Vrste etiketa

10.2.2. Kako napraviti dobru ambalažu?

10.2.3. Uticaj boja i oblika

10.2.4. Pravo vreme za promene

10.2.5. Ambalaža za izvoz

10.3. Bar kod označavanje

10.3.1. Linijski bar kod

10.3.2. Set znakova

10.3.3. Diskretne i kontinuirane simbologije

10.3.4. Numerički kodovi - EAN bar kod

10.3.5. Struktura EAN bar koda

10.3.6. EAN 13 bar kod

10.3.7. EAN 8 bar kod

10.3.8. Definisane veličine i mesta bar koda

10.3.9. Neki simboli za označavanje i deklarisanje proizvoda

10.4. Materijali u grafičkim procesima

10.4.1. Papir

10.4.2. Osnovne sirovine - drvo

10.4.3. Karton i lepenka

10.4.4. Komercijalne vrste papira i kartona

10.4.5. Plastične mase