

Seminar

Grafik-Design für Nicht-Grafiker

*Grafische Gestaltung fundiert, sachlich
und sicher beurteilen*



*„Ich bin absolut begeistert und nehme viel mit
für meinen beruflichen Alltag!“*

Kim-Eva Daberkow, htp GmbH



Gerne informieren wir Sie über unser Inhouse Training

Grafik-Design für Nicht-Grafiker

Grafische Gestaltung fundiert, sachlich und sicher beurteilen

Sie beauftragen und beurteilen grafische Arbeiten, etwa in Anzeigen, Mailings oder Broschüren. Aber wissen Sie, welche gestalterischen Vorgaben Sie Ihren kreativen Partnern geben? Nach welchen Kriterien Sie grafische Ideen beurteilen? Welche Schriften, Farben oder Bilder auf Ihre Botschaft einzahlen? Und wie Sie Ihr Urteil sicher und fundiert begründen, sowohl gegenüber externen Kreativpartnern wie auch gegenüber internen Meinungen?

Trainieren Sie in unserem zweitägigen Seminar, wie Sie sachliche und objektive Diskussionen über die Qualität von Gestaltung führen – um reibungsfrei an Ihr kommunikatives Ziel zu gelangen. Oder eignen Sie sich Basiswissen für eigene Gestaltungsaufgaben an.

Die nachstehenden Inhalte sind ein Vorschlag, gerne nehmen wir eine maßgeschneiderte Ausrichtung auf Ihr Unternehmen vor. Sie bestimmen die Schwerpunkte – wir entwickeln das Seminar, zugeschnitten auf Ihre Anforderungen nach Inhalt, Zeit und Ort. Ihre Fragestellungen und Beispiele werden in das Training einbezogen. Kontaktieren Sie uns, wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot.

Herzlichen Gruß

Florian Lex
Geschäftsführer



Diese Vorteile garantieren Ihnen

ein hochwertiges Seminar:

- Top-Experten mit langjähriger Erfahrung in den grafischen Aspekten der Markenführung als Ihre Trainer
- Analyse Ihrer eigenen Grafik-Design-Arbeiten
- Praxisnahes, interaktives und sofort umsetzbares Training mit zahlreichen Übungen
- Maßschneidung des Trainings auf Ihre Anforderungen

Ihr Seminarprogramm

1. SEMINARTAG (Vorschlag)

Die Grundlage guter Zusammenarbeit mit Grafik-Designern und Agenturen: was ist wichtig rund ums Briefing?

- Wie briefen Sie richtig?
- Wie bereiten Sie Ihr Briefing vor?
- Wie führen Sie ein Briefinggespräch?
- Wie formulieren Sie das schriftliche Briefing?
- Warum ist das Rebriefing so wichtig?

Die Bewertung von Grafik-Design: worauf kommt's an?

- Wie trainieren Sie Ihre Wahrnehmung?
 - Welche Umwelterfahrungen beeinflussen Ihre Wahrnehmung?
 - Was sind die Grundregeln guter Gestaltung?
 - Wie schärfen Sie Ihre Urteilskraft bei der Bewertung von Grafik-Design?
- Wie werden Layouts erstellt?
 - Bessere Blickführung durch Spannung und Kontrast
 - Raumaufteilung und Hierarchie der Objekte: das Prinzip der 1., 2. und 3. Ordnung

- Wie funktioniert der Goldene Schnitt?

Übung zur Bildaufteilung

- Welche Signale setzt die Gestaltung?
 - Wie „lesen“ Sie das Layout richtig?
 - Welche Elemente bestimmen den ersten Eindruck?
 - Was erzeugt welche Emotion?
 - Layout-Raster
 - Raum- und Textbeziehungen
- Woran erkennen Sie eine gute Idee?
 - Was muss eine Idee konzeptionell leisten?
 - Wodurch zeichnet sich eine Idee aus?
 - Wie wird die Idee dramatisiert?

Übung zur Schärfung der konzeptionellen Idee

Analyse und Bewertung mitgebrachter grafischer Arbeiten: warum sie wie wirken und wie weit sie auf kommunikative Ziele einzahlen.

Programm

Ihr Seminarprogramm

2. SEMINARTAG (Vorschlag)

Das ABC der Typographie: welche Rolle spielt die Schrift?

- Was müssen Sie über Schriftgestaltung wissen?
- Wie wirken unterschiedliche Typographien, Größen, Mengen, Abstände?
- Was beeinflusst die Lesbarkeit?
- Welche Fehler verderben den Effekt?
- Wie arbeiten Text und Bild zusammen?

Farbenspiele: alles so schön bunt hier?

- Wie steuern Farben die Wirkung?
- Bedeutung und Tonalitäten von Farben
- Farbwirkungen und Farbzusammensetzungen
- Farbtiefen und Farbdeckung

Nicht nur eine Frage des Budgets: Shooting, Stock-Fotografie oder Illustration?

- Die Beurteilungskriterien von Bildern
- Stock-Foto oder Neu-Shooting?
- Wie kommen Sie zu den Fotos, die Sie haben wollen?
- Wie finden Sie den passenden Bildstil?
- Wie briefen Sie Fotografen und Illustratoren richtig?

Zeichen setzen: was, wie, wohin?

Der richtige Umgang mit der Corporate Identity

- Welche Elemente zählen zur CI?
- Wirkung von Logos
- Wort-Bild-Marke und grafische Evolution der Marke
- Welche Gestaltungskriterien sind im Umgang mit dem Corporate Design wichtig?

Vom Entwurf zur Umsetzung: welche Schritte führen zum Ziel?

- Wie führen Sie den Abstimmungsprozess?
- Wie prüfen Sie das Ergebnis auf Zielgenauigkeit und Wirksamkeit?
- Wie regen Sie Nachbesserungen an?
- Wie leiten Sie die Umsetzung ein?

Methodik: Präsentationen des Trainers, Übungen und die Analyse eigener Beispiele finden in Abwechslung statt. Grafische Arbeiten werden auf Wirkung und Effektivität hin analysiert und bewertet, konkrete Lösungswege für eventuelle Schwachpunkte werden aufgezeigt.

Zeitraumen (Vorschlag):

1. Tag:

- 09.30 Uhr: Beginn der Veranstaltung
- 13.00 Uhr: Gemeinsames Mittagessen
- 18.00 Uhr: Ende des ersten Seminartages

2. Tag:

- 09.00 Uhr: Beginn des Seminartages
- 13.00 Uhr: Gemeinsames Mittagessen
- 17.00 Uhr: Ende der Veranstaltung

Zielgruppen:

Mit dieser Veranstaltung wenden wir uns an Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb, Mitarbeiter aus PR- und Marketingagenturen sowie aus Unternehmensberatungen, die

- Grafik-Design-Arbeiten in Auftrag geben und beurteilen,
- mit Grafik-Designern, Art-Direktoren, Typografen, Fotografen oder Illustratoren zusammenarbeiten,
- Grafik-Designer, Art-Direktoren, Typografen, Fotografen oder Illustratoren briefen, verstehen und motivieren müssen,
- eigene Gestaltungsaufgaben verantworten.

Der Veranstalter:



market&more – Forum für Wissen in Marketing und Vertrieb GmbH steht für die Konzeption und Durchführung von qualitativ hochwertigen Seminaren, Workshops und Coachings zu aktuellen Themen in Marketing und Vertrieb.

So erreichen Sie uns:

 089/76 75 71-0  089/76 75 71-22

 info@market-and-more.de  www.market-and-more.de

market&more • Sendlinger Str. 25 • 80331 München