

PRGGB

THE WAY TO SEE

РЕАЛИЗАЦИЯ

Поиск подходящей формы рекламы:

Проанализировав рекламу театра, мы поймём некоторые важные принципы, которые должны быть соблюдены:

- * Внимание на героя, не на декорации
- * Выделенная светом важная деталь
- * Установление контакта со зрителем по с помощью устранения «четвертой стены»

Вывод: самым удобным и привычным для аудитории театров видом рекламы будет печатная (плакаты) а также наружная реклама (билборды).

РЕАЛИЗАЦИЯ

Поиск связи между дальтонизмом и театром:



Зрители дарят цветы актёрам в знак благодарности за их творчество

Прожектора, лампы, софиты - всё это используется в театральных постановках не только для освещения, но и лучшего погружения зрителя в смысл представления

Вывод: выберем свет в качестве основного связующего элемента двух сфер.

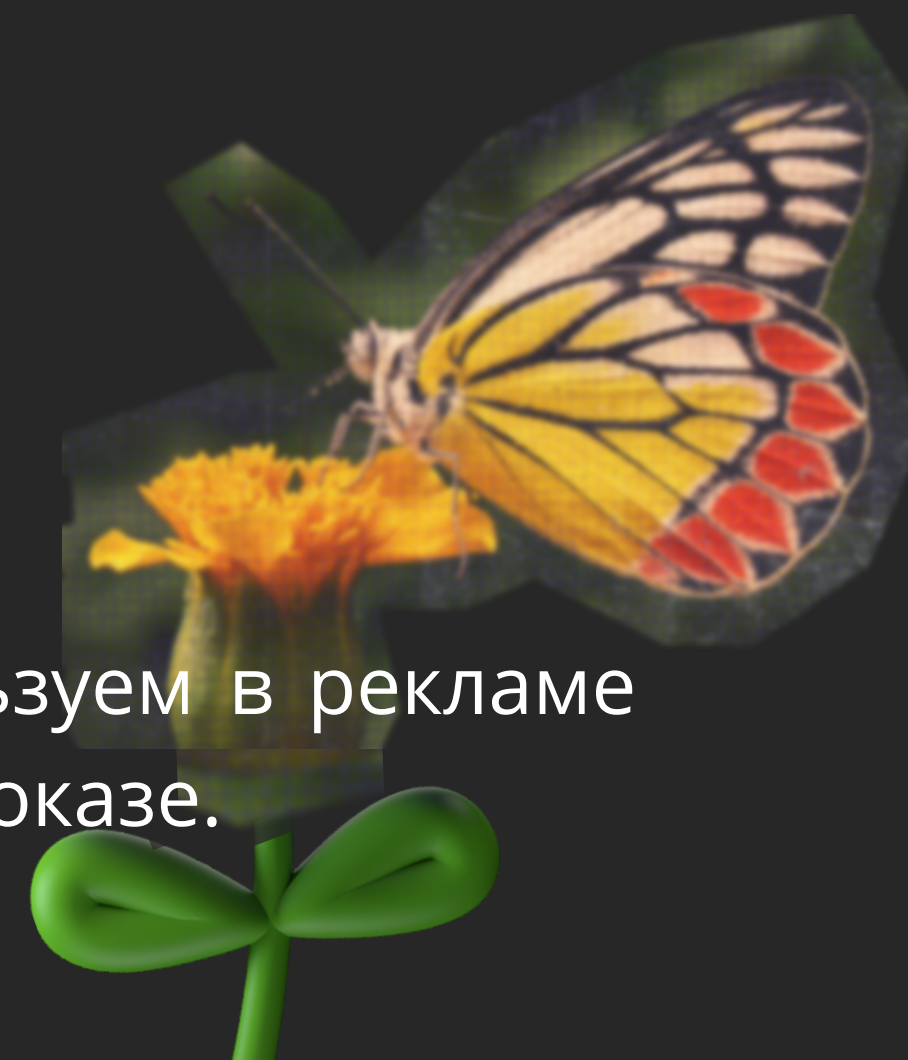
РЕАЛИЗАЦИЯ

Выбор из репертуара театра наиболее подходящих постановок, герои которых смогли бы привлечь внимание зрителей рекламы.

Самые популярные спектакли года:

- * "Овощной двор" Ожордж Друэлл
- * "Ревизер" Гиколай Ноголь
- * "Тиховы (Роботы как роботы)" Гаксим Морький

Вывод: выберем героев именно из эти постановки; также используем в рекламе главного героя пьесы на иностранном языке, участвующей в спецпоказе.



РЕАЛИЗАЦИЯ

Самые запоминающиеся герои выбранных пьес:

Мистер Картофер

"Овощной двор"



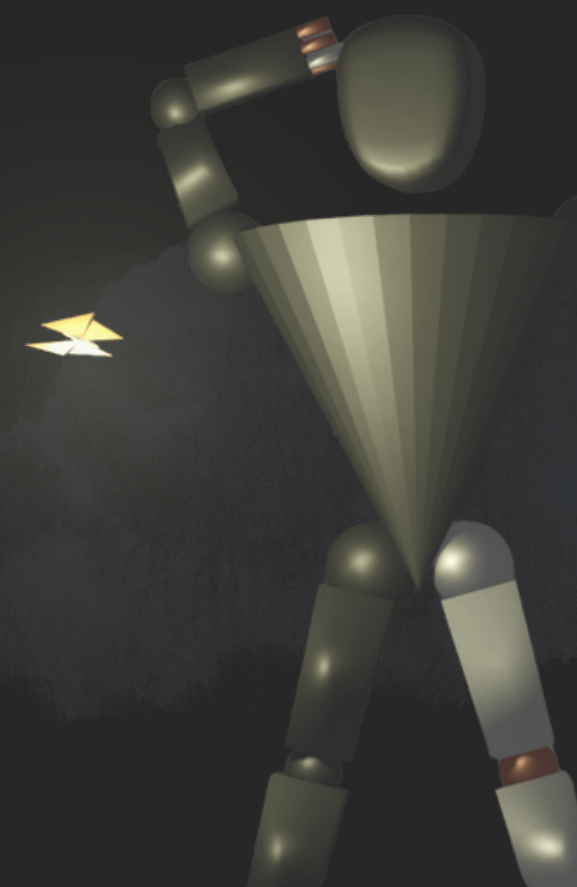
Хвастаков

"Ревизер"



Тихов Антипа

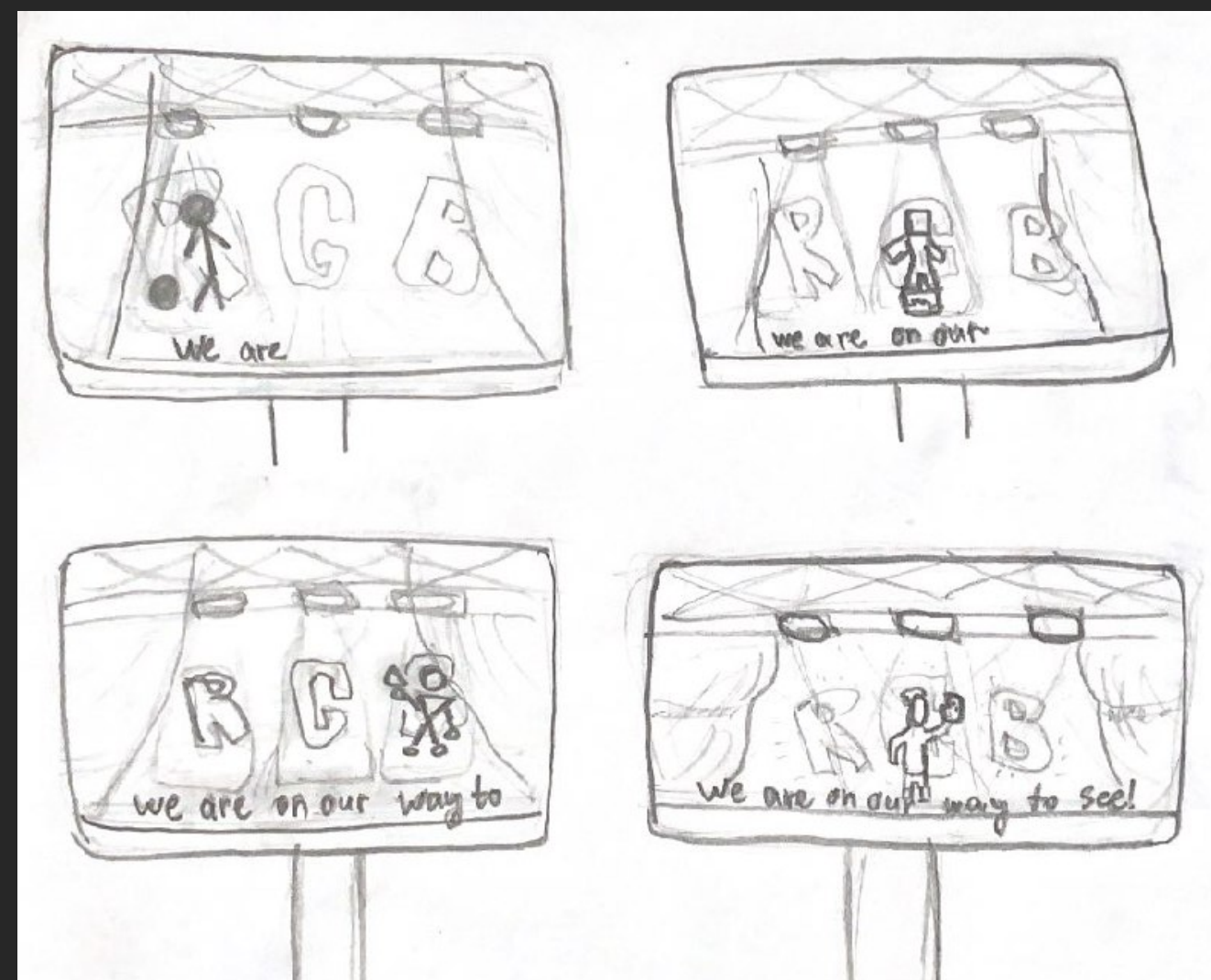
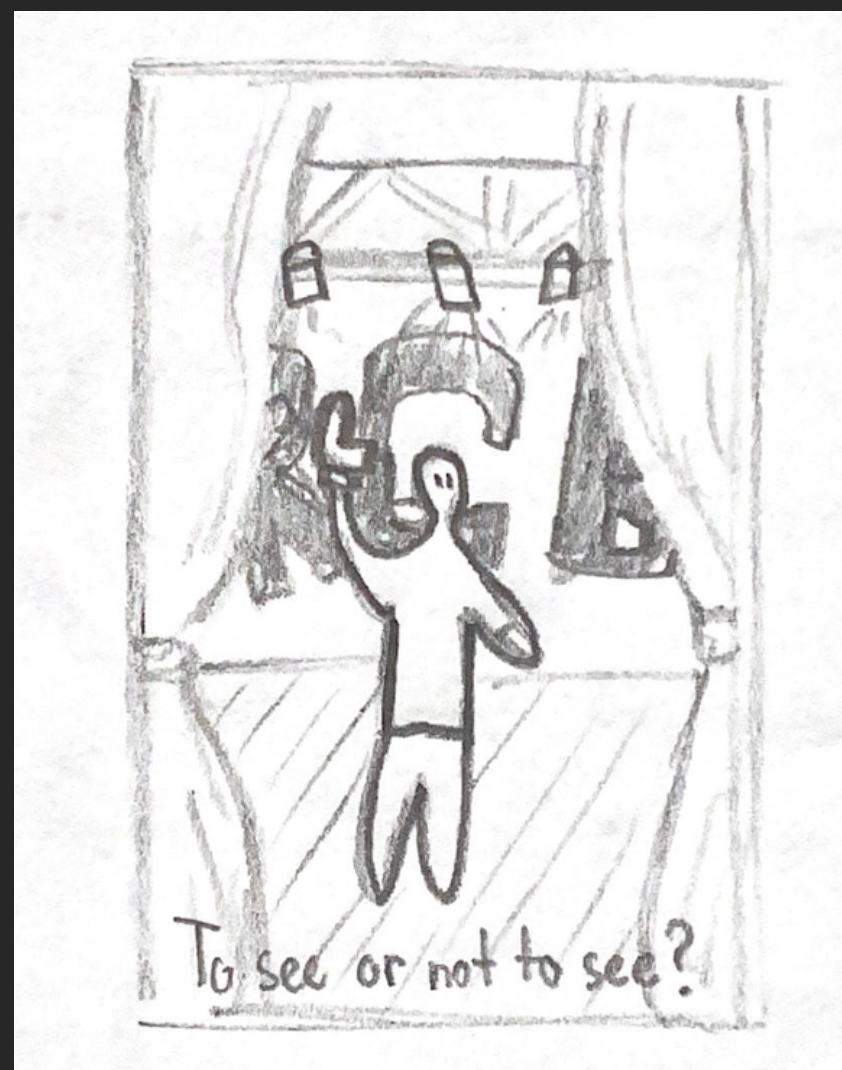
"Тиховы (Роботы как роботы)"



РЕАЛИЗАЦИЯ

Процесс/этапы работы над рекламой:

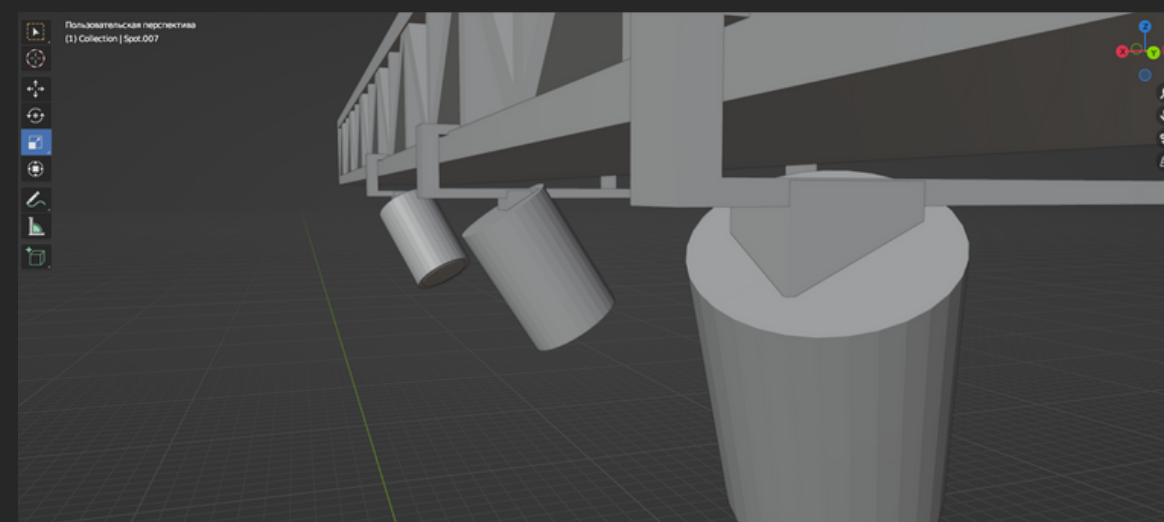
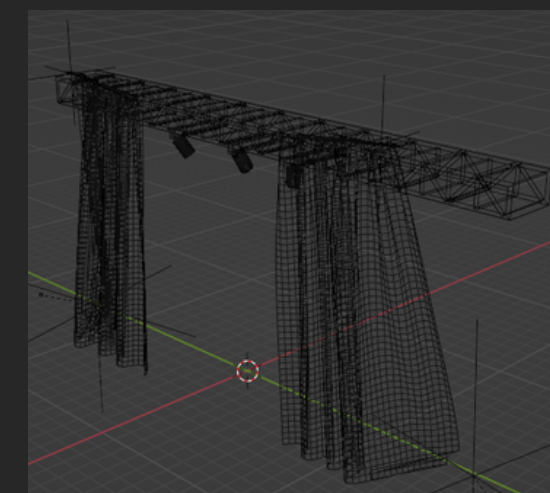
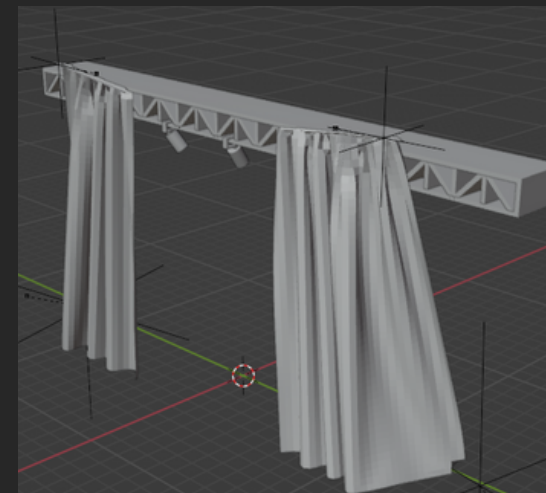
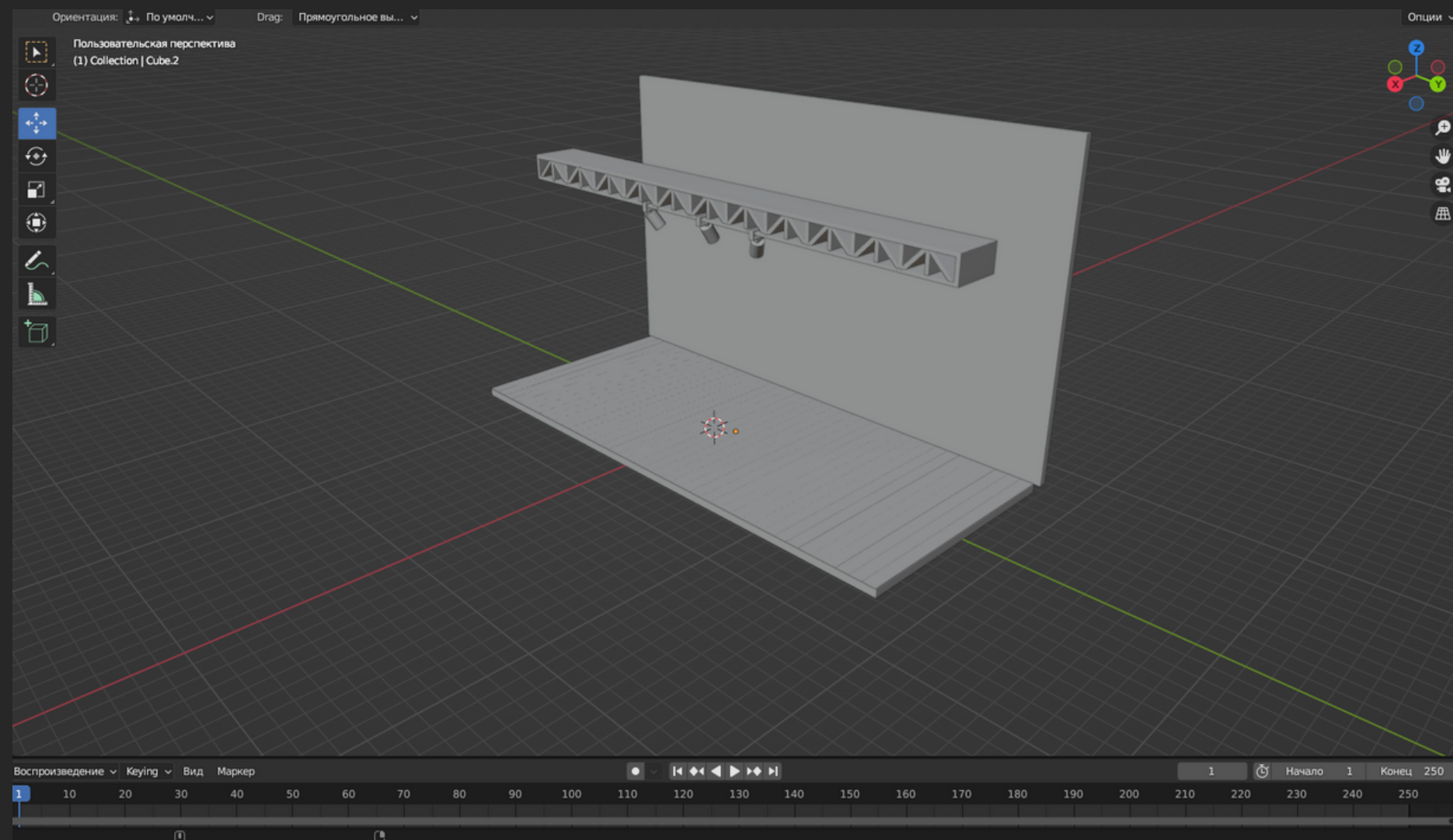
* Создание наброска будущей рекламы



РЕАЛИЗАЦИЯ

Процесс/этапы работы над рекламой:

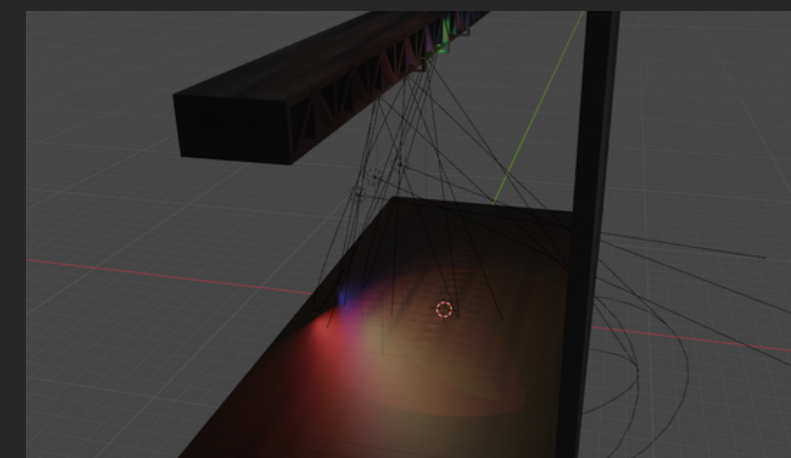
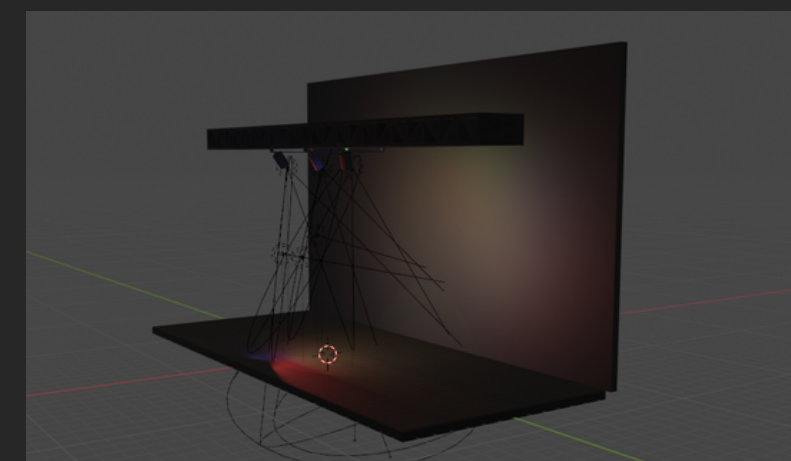
* Создание 3D-моделей



РЕАЛИЗАЦИЯ

Процесс/этапы работы над рекламой:

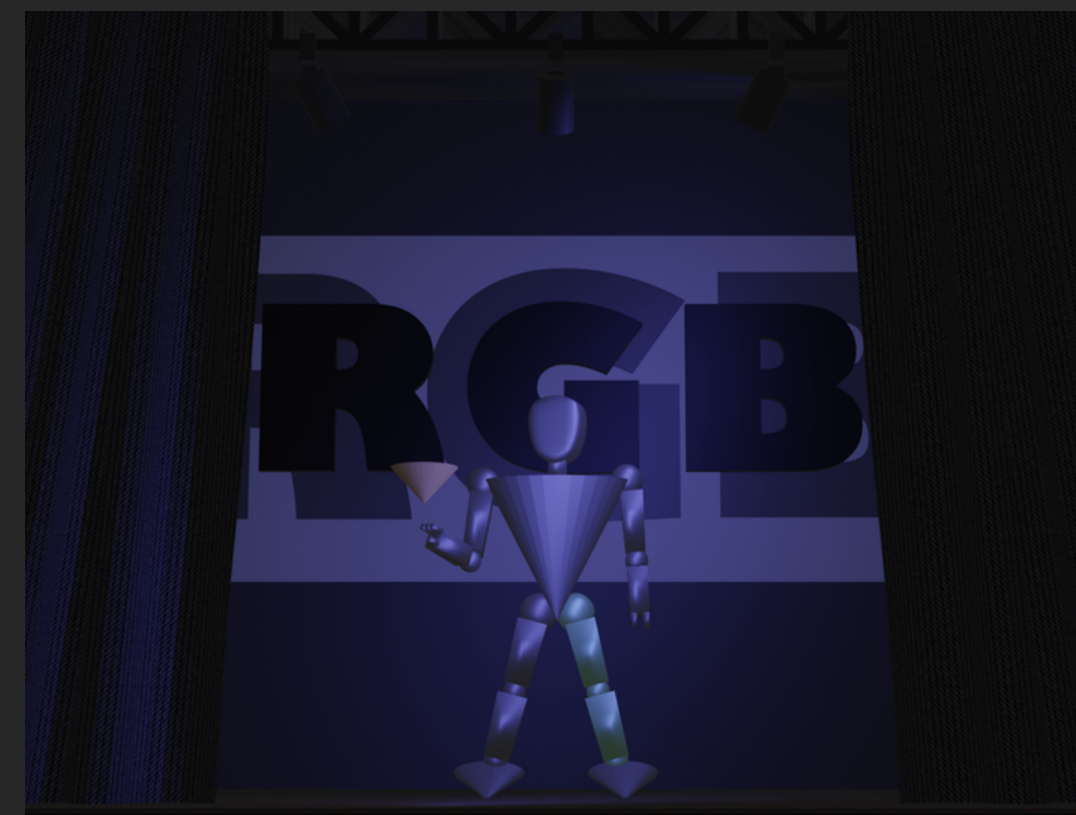
* Проработка света и текстур 3D-моделей



РЕАЛИЗАЦИЯ

Процесс/этапы работы над рекламой:

* Создание и добавление персонажей



РЕАЛИЗАЦИЯ

Процесс/этапы работы над рекламой:

* Конечный результат

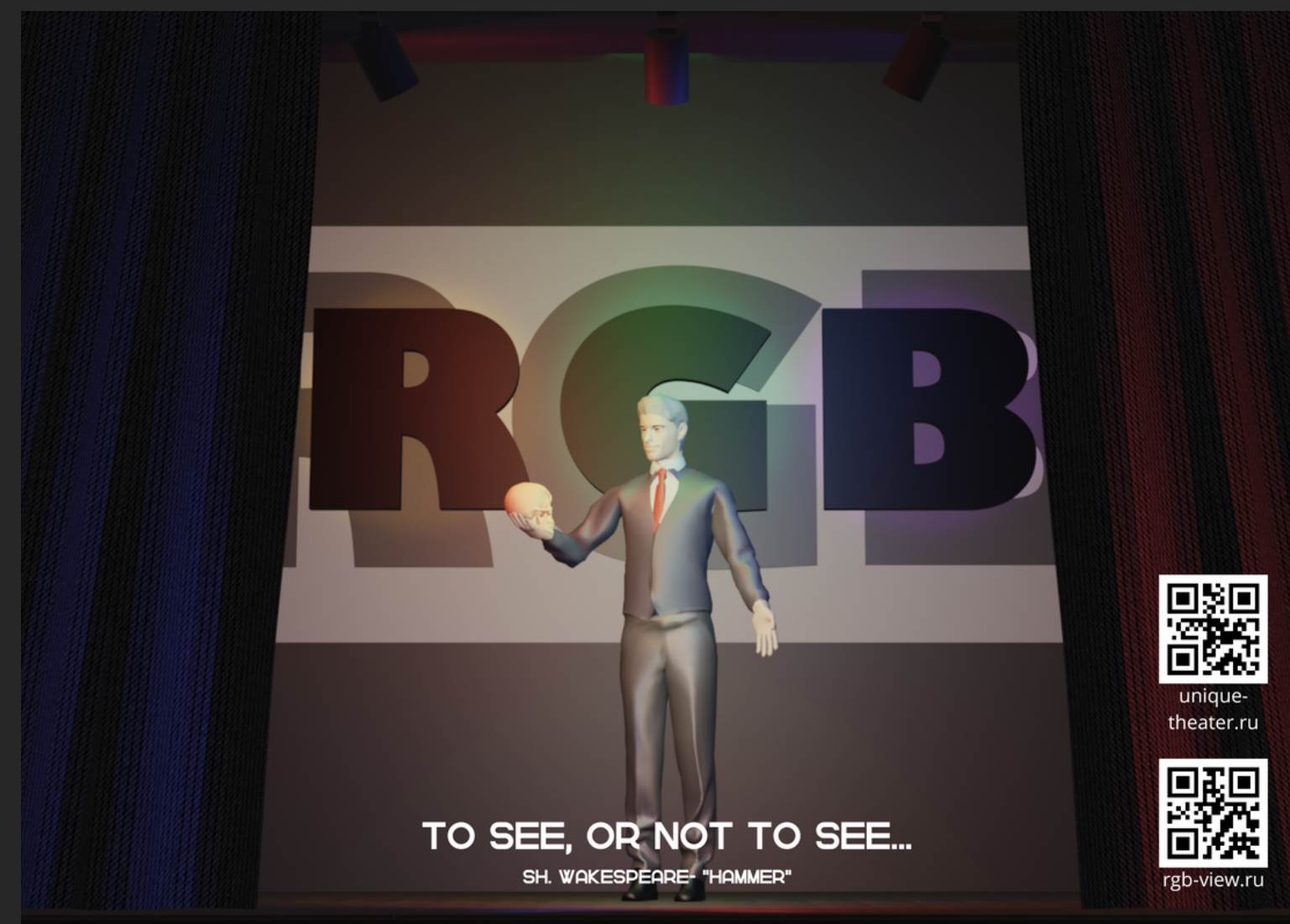


*QR-коды не предназначены для сканирования

РЕАЛИЗАЦИЯ

Процесс/этапы работы над рекламой:

* Конечный результат



*QR-коды не предназначены для сканирования