



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE  
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

**ΑΛΕΞΑΝΤΕΡ ΦΟΝ ΑΙΚΣΤΕΤ**

A.M.:14003

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας για τον Αρχαιολογικό χώρο-μουσείο του  
Κεραμεικού*

Επιβλέπων Καθηγητής

**Δρ. Γεώργιος Μαθιόπουλος**

Λέκτορας Εφαρμογών Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

Αθήνα, Ιούλιος 2022



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE  
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

Εξεταστική Επιτροπή:

**Γεώργιος Μαθιόπουλος**

Λέκτορας Εφαρμογών  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

**Ρωσσέτος Μετζητάκος**

Επίκουρος Καθηγητής  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

**Ευαγγελία Μασούρα**

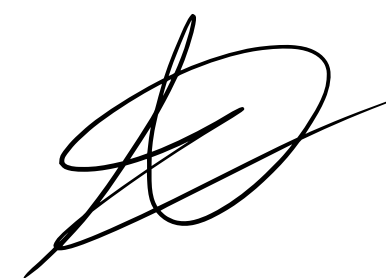
Λέκτορας  
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ / ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος Αλεξάντερ Φον Αϊκστet του Κλάους, με αριθμό μητρώου 14003 φοιτητής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής “Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού” του Τμήματος “Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας”, δηλώνω υπεύθυνα ότι: «Είμαι συγγραφέας-σχεδιαστής αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Ο Δηλών

Αλεξάντερ Φον Αϊκστet



## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, Γεώργιο Μαθιόπουλο, για την συνεχή υποστήριξη και καθοδήγηση με τις γνώσεις και την εμπειρία του καθ' όλη τη διάρκεια της εργασίας μου καθώς και την άψογη συνεργασία μας. Επίσης, ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου και στους φίλους μου για τη βοήθειά τους.

# ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Οπτική Ταυτότητα για τον Αρχαιολογικό χώρο-μουσείο του Κεραμεικού

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΙΑΣ

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

ALEXANDER VON EICKSTEDT

# Case Study Kerameikos



# Περιεχόμενα

## ο Κεραμεικός

- 01. Εισαγωγή
- 02. Χαρακτηριστικά
- 03. Museum Branding

## Λογότυπο

- 04. Το εικονίδιο
- 05. Πρωτεύον εμφάνιση
- 06. Δομή
- 07. Σχεδιαστική δομή
- 08. Παραλλαγές χρωμάτων
- 09. Επεκτάσιμο σύστημα
- 10. Κατακόρυφη διάταξη
- 11. Εικονίδιο
- 12. Wordmark
- 13. Τοπικές ιδιότητες
- 14. Μέγεθος λογότυπου
- 15. Καθαρός χώρος
- 16. Υπόβαθρο
- 17. Τοποθέτηση

- 18. Συνήθη λάθη

## Χρώμα

- 19. Κύρια παλέτα
- 20. Χρήση Λευκού Μαύρου
- 21. Προτεινόμενα ζεύγη

## Τυπογραφία

- 22. Hyratia Sans Pro
- 23. Ιεραρχία και βάρος
- 24. Χρήση τυπογραφίας
- 25. Συνήθη λάθη

## Οπτικό στυλ

- 26. Κάναβος
- 27. Εικονίδια
- 28. Στοιχεία

## Φωτογραφία

- 29. χώρος
- 30. Εκθέματα

## Προώθηση

- 31. Αφίσες
- 32. Φυλλάδια

## Ιστοσελίδα

- 33. Στόχος και δομή
- 34. Ιστοσελίδα

## Εφαρμογές

- 35. Κάρτες
- 36. Τσάντες
- 37. Ρούχα
- 38. Σουβενίρ

01

# ο Κεραμεικός

Your culture is your  
brand.

*Tony Hsieh*

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αφορά τη μελέτη του σχεδιασμού της οπτικής ταυτότητας, την προώθηση και της ιστοσελίδας για τον αρχαιολογικό χώρο του Κεραμεικού.

**Λέξεις κλειδιά:** Ταυτότητα, Λογότυπο, Αρχαιολογία, Ιστορία, Αθήνα, Πολιτισμός, Τέχνη, Οπτικός σχεδιασμός, branding, Απλές φόρμες, Χρώματα, Γράμματα, Έμπνευση, Διαχρονικό

ΣΕΛΙΔΑ 05

**Εισαγωγή**

ΣΕΛΙΔΑ 06

**Χαρακτηριστικά**

ΣΕΛΙΔΑ 10

**Museum Branding**



Ιερά προχωρούν εδώ οι ακράδαντοι έλληνες  
 η Οδός των Τάφων οδηγεί στον Πειραιά  
 κ' είν' αρχαία η θάλασσα πατρίδα στους καιρούς ανταύγεια μόνη.  
 Τα όνειρα παίρνουν απ' τον αιώνιο ρόχθο τη λαλιά  
 και πετώντας ο αδέξιος γλάρος έχει σβήσει τα όρια  
 παρελθόντος παρόντος και μέλλοντος.

*Νίκος Καρούζος*

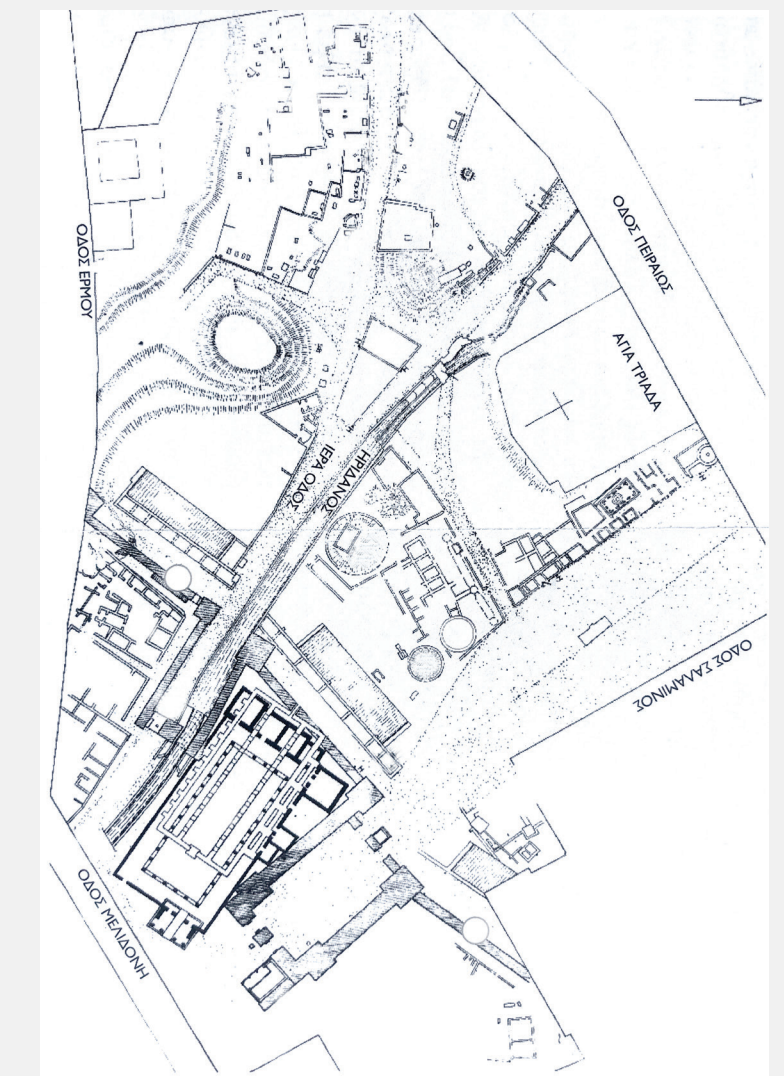
Ο Κεραμεικός επίσης γνωστός με τη λατινική μορφή του *ceramicus* είναι μια περιοχή της Αθήνας, που βρίσκεται βορειοδυτικά της Ακρόπολης. Περιλαμβάνει μια εκτεταμένη περιοχή εντός και εκτός των αρχαίων Τειχών της πόλης, στις δύο πλευρές της Πύλης Διπύλων (Δίπυλον) και στις όχθες του ποταμού Ηριδανού. Ήταν η συνοικία των αγγειοπλαστών της πόλης, από την οποία προέρχεται η αγγλική λέξη «*ceramic*», και ήταν επίσης η τοποθεσία ενός σημαντικού νεκροταφείου και πολυάριθμων ταφικών γλυπτών που ανεγέρθηκαν κατά μήκος του δρόμου έξω από την πόλη προς την Ελευσίνα.

### Έσω Κεραμεικός

Ανατολικά της εσωτερικής πύλης του Διπύλου εκτείνεται ο Έσω Κεραμεικός, η συνοικία της αρχαίας Αθήνας που αποτελούσε το σημαντικότερο τμήμα της, την οποία και διέσχισε η οδός των Παναθηναίων. Αμέσως μετά την εσωτερική πύλη του Διπύλου ήταν το Πομπείο και πολλά άλλα κτίσματα, ναοί, στοές, δημόσια ιδρύματα τα οποία βρίσκονταν στην Αρχαία Αγορά, η οποία αποτελούσε το μεγαλύτερο τμήμα.

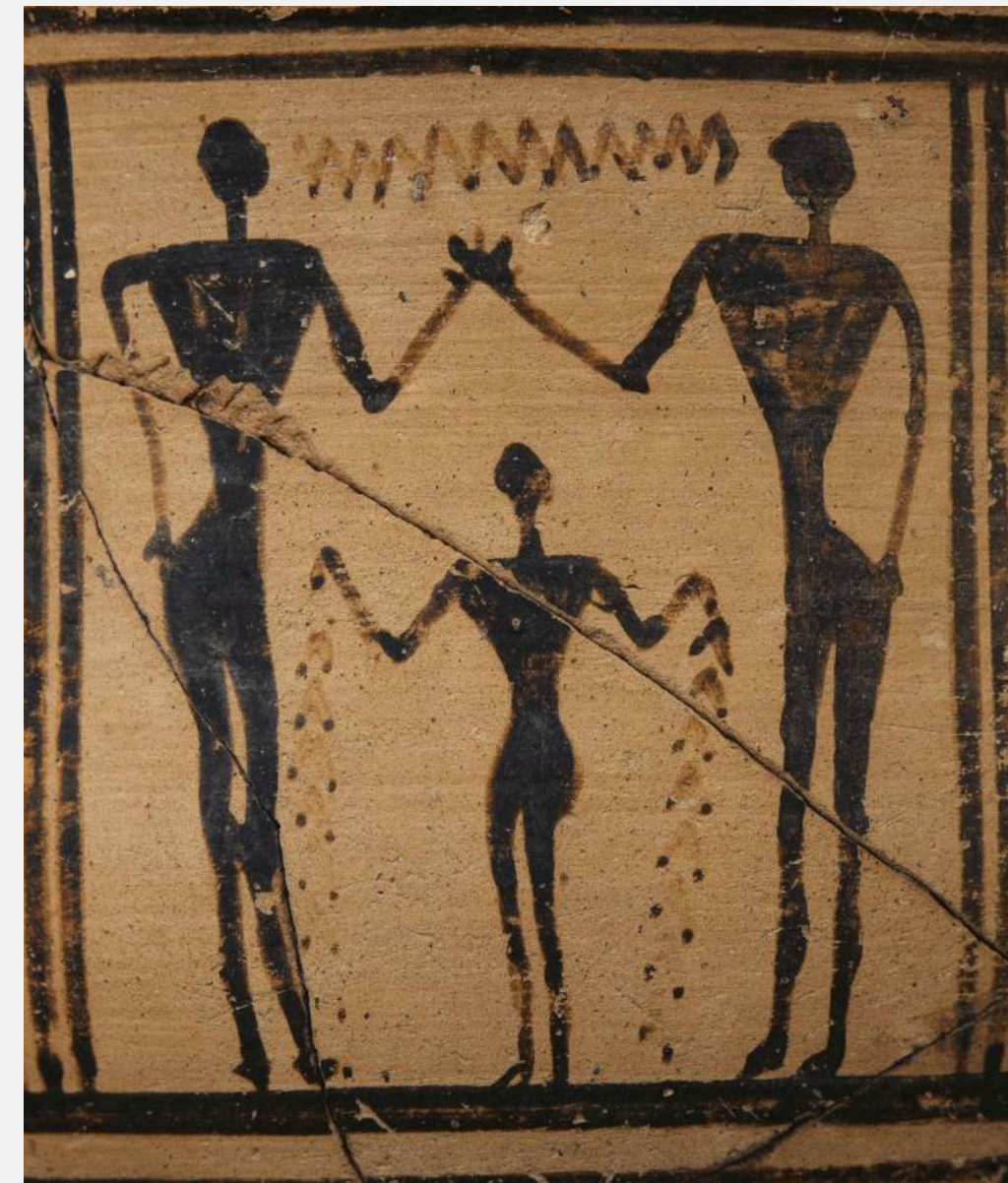
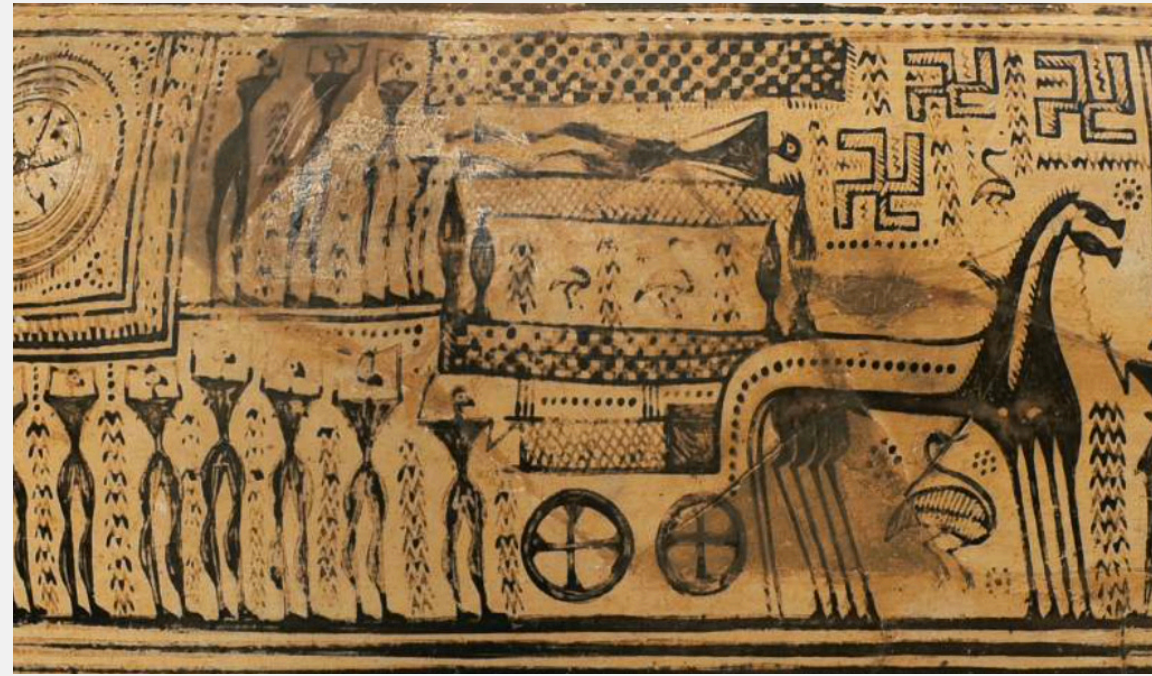
### Έξω Κεραμεικός

Την περιοχή του Έξω Κεραμεικού διέσχιζαν τρεις συγκλίνουσες αρχαίες οδοί, η από Πειραιά λεγόμενη «Πειραιώς», η από την Ελευσίνα, η «Ιερά Οδός» και ο «Δρόμος» γνωστός ως Οδός των Παναθηναίων, από και προς την Ακαδημία του Πλάτωνα. Προ του τείχους και εκατέρωθεν της καθεμιάς των οδών αυτών βρίσκονταν οι τάφοι (νεκροταφεία) της αρχαίας Αθήνας με συνέπεια ολόκληρη η περιοχή να δίνει την εντύπωση μεγάλου νεκροταφείου.



010









# Museum Branding

## Τι σημαίνει ο όρος branding

Η επωνυμία - μπραντινγκ μπορούμε να πούμε ότι είναι η αίσθηση του ατόμου για ένα προϊόν, υπηρεσία ή μια εταιρεία. Είμαστε όλοι συναισθηματικά, διαισθητικά όντα, παρά τις όποιες προσπάθειές μας να είμαστε λογικοί. Το Branding απευθύνεται στο εσωτερικό μας συναίσθημα, γιατί τελικά η επωνυμία δημιουργείται από άτομα, όχι από εταιρείες, αγορές ή το λεγόμενο ευρύ κοινό. Ο καθένας δημιουργεί τη δική του εκδοχή. Ενώ οι εταιρείες δεν μπορούν να ελέγξουν αυτή τη διαδικασία, μπορούν να την επηρεάσουν γνωστοποιώντας τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν αυτό το προϊόν από αυτό το προϊόν.

Για καλύτερη διευκρίνιση μπορούμε να συγκρίνουμε την έννοια της επωνυμίας με το πλατωνικό ιδεώδες - μια έννοια που μοιράζεται η κοινωνία για να προσδιορίσει μια συγκεκριμένη κατηγορία πραγμάτων. Για να χρησι-

μοποιήσουμε το παράδειγμα του Πλάτωνα, κάθε φορά που ακούμε τη λέξη «άλογο» φανταζόμαστε ένα μεγαλοπρεπές πλάσμα με τέσσερα πόδια, μια μακριά ουρά και μια χαίτη που πέφτει πάνω από ένα μύωδες σώμα. Τα μεμονωμένα άλογα μπορεί να είναι διαφορετικά, αλλά στο μυαλό μας εξακολουθούμε να αναγνωρίζουμε τον κοινό «τύπο αλόγων» τους. Από την άλλη πλευρά της εξίσωσης, όταν αθροίζουμε τα μέρη που αποτελούν ένα άλογο, το άθροισμα είναι τόσο έντονο που σκεφτόμαστε άλογο, όχι σκύλο ή γάτα».

Συνοψίζοντας το branding είναι η διαδικασία παράδοσης ενός σαφούς, συνεπούς μηνύματος για έναν οργανισμό για μια χρονική περίοδο. Ο σκοπός του είναι να φτάσει σε ένα σημείο όπου το κοινό αναγνωρίζει την επωνυμία (με τα αντίστοιχα σύμβολα της) και αντιλαμβάνεται την αντίστοιχη αντίληψη για τον οργανισμό που αντιπροσωπεύει.

## Γιατί το branding είναι σημαντικό για τα μουσεία;

Το branding δεν σημαίνει μόνο λογότυπο. Όταν μιλάμε για μια «μάρκα» εννοούμε πώς βλέπουν οι άνθρωποι έναν οργανισμό. Είναι ένας τρόπος για τις εταιρείες και τα ιδρύματα να επικοινωνούν στο κοινό ποιοι είναι και τι είναι. Η επωνυμία μπορεί να περιλαμβάνει ένα λογότυπο, ένα tagline, λογαριασμούς μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή ακόμα και μια εντελώς νέα στρατηγική μάρκετινγκ.

Η επωνυμία είναι αυτό που κάνει μια επιχείρηση διαφορετική από την επόμενη. Το καλό branding ξεχωρίζει έναν οργανισμό και τον κάνει αξιοσημείωτο. Για τα μουσεία, η είσοδος περισσότερων επισκεπτών από την πόρτα και η προσέγγιση νέου κοινού είναι συχνά πρόκληση. Πολλά ιδρύματα έχουν εργαστεί σκληρά για να δημιουργήσουν μια ταυτότητα επωνυμίας. Αυτό τους

βοηθά να παραμένουν ενημερωμένοι και να επικοινωνούν με ένα ευρύτερο κοινό. Μια επιτυχημένη επωνυμία επικοινωνεί μέρος της ουσίας του οργανισμού. Ξεκαθαρίζουν ποιοι είναι και τι πρεσβεύουν. Η ταυτότητα της επωνυμίας τους τους βοηθά να επικοινωνούν με το κοινό τους.

Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζεται ο Κεραμεικός ως Case Study μαζί με τα χαρακτηριστικά στοιχεία που αποτελούν την συνολική εικόνα του Brand.

- Λογότυπο
- Χρώμα
- Τυπογραφία
- Οπτικό στυλ
- Προώθηση
- Ιστοσελίδα
- Εφαρμογές

# ο Λογότυπος

Η καρδιά, η ψυχή και το κέντρο της ταυτότητας και της επωνυμίας.

Το λογότυπό μας είναι το πώς μας ξεχωρίζουν οι πελάτες μας από μια πολυσύχναστη βιομηχανία. Είναι μια υπόσχεση ποιότητας, συνέπειας και αξιοπιστίας.

Ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας το λογότυπό μας να παρουσιάζεται σωστά σε κάθε εκτέλεση. Αυτή η ενότητα καλύπτει λεπτομερώς αυτές τις οδηγίες.

Οποιαδήποτε χρήση του λογότυπου της επωνυμίας μας εκτός ή σε αντίθεση με τα περιεχόμενα αυτής της ενότητας θα θεωρείται μη εξουσιοδοτημένη.

ΣΕΛΙΔΑ 12

**Brief logotype**

ΣΕΛΙΔΑ 13

**Προσχέδια**

ΣΕΛΙΔΑ 16

**Λογότυπο**

ΣΕΛΙΔΑ 33

**Τοποθέτηση**

ΣΕΛΙΔΑ 40

**Συνήθη λάθη**

# Brief logotype

Σκοπός είναι ο σχεδιασμός ενός λογότυπου για τον Κεραμεικό (αρχαιολογικός χώρος και μουσείο) που θα αναδεικνύει το περιεχόμενο και την ιστορία του χώρου.

Μετά από brainstorming συγκέντρωσα βασικές ερωτήσεις-κριτήρια που θα υποστηρίξουν τη δημιουργία του σήματος.

## Ποιός είναι ο στόχος για αυτό το λογότυπο;

Το λογότυπο πρέπει να ξεχωρίζει μέσα σε άλλα λογότυπα, να έχει μελετηθεί και σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να ορίζει ξεκάθαρα την θέση του, την ιδιότητα και τον χαρακτήρα του. Παράλληλα, μέσα στο πέρασμα του χρόνου να παραμείνει διαχρονικό.

## Τι είναι το ένα που θα πρέπει να πετύχει;

Το λογότυπο θα πρέπει με τον σχεδιασμό του να αποδώσει το στίγμα του στην αγορά προσφέροντας δυναμική εικόνα, ούτως ώστε να την αντιπροσωπεύει επάξια σε μια επιτυχημένη πορεία.

## Τί θα πρέπει να φαίνεται μέσα από το λογότυπο;

Ένα σήμα πρέπει να είναι σχεδιασμένο με το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον, με γενικές προδιαγραφές και σύγχρονο τρόπο εικαστικής αντιμετώπισης.

## Σε ποιό κοινό απευθύνεται;

Σε όλους τους ανθρώπους που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό και την ιστορία ανεξαρτήτως το γνωσιακό υπόβαθρο.

## Πού θα εφαρμοστεί το λογότυπο;

Σκοπός είναι να εμφανίζεται σε ψηφιακά και αναλογικά μέσα, όπως σε ιστοσελίδες, συσκευασίες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης· να προσαρμόζεται εύκολα ως ασπρόμαυρο ή έγχρωμο σε σήμα, σε διάφορες τονικές διαβαθμίσεις και αποχρώσεις, για ένα αισθητικά επιτυχημένο αποτέλεσμα.

## Τί πρέπει να δει το κοινό;

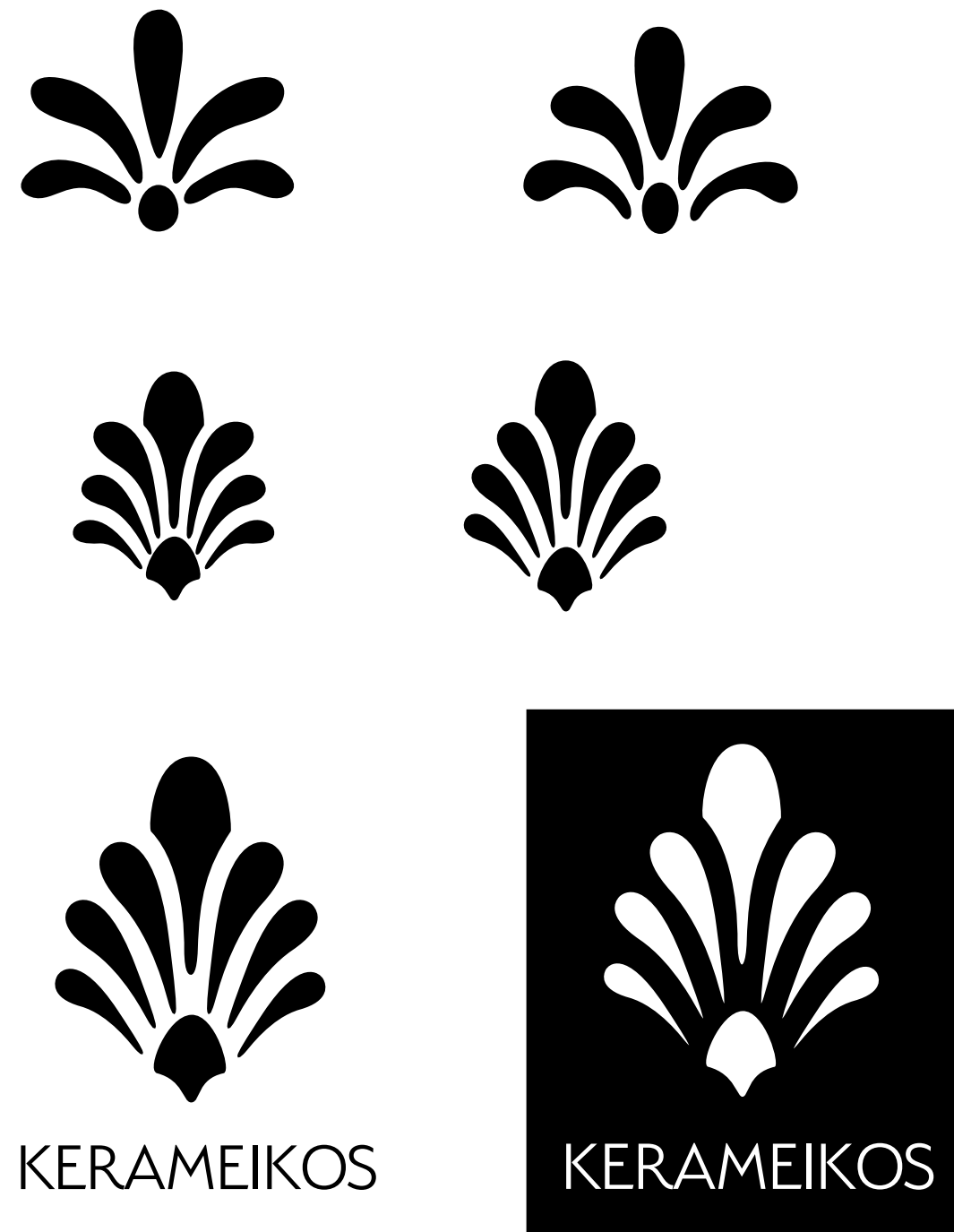
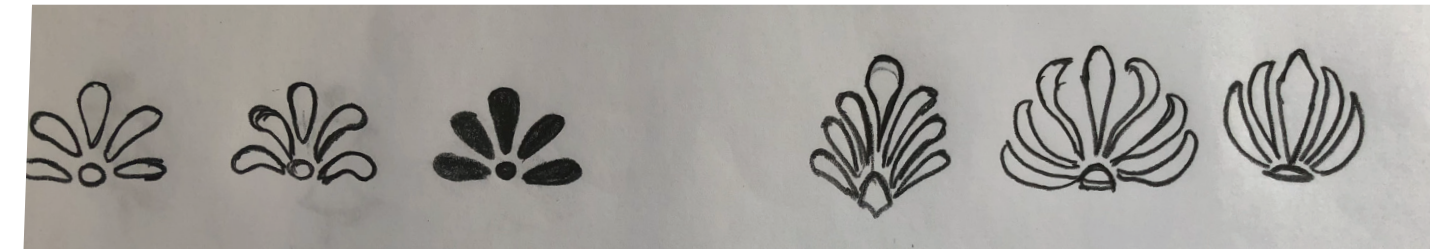
Έναν αξιόλογο, ποιοτικό σχεδιασμό συν την σύλληψη ιδέας ούτως ώστε το κοινό να το θυμάται. Οφείλει να αποπνέει σεβασμό και να μην δείχνει σε καμία περίπτωση "φθηνό αισθητικά" μιας και κάτι τέτοιο θα μπορούσε να καταστρέψει την εικόνα.



# Προσχέδια

Μέσα στον αρχαιολογικό χώρο βρίσκονται αρκετές στήλες, πάνω στις οποίες είναι τοποθετημένο το λεγόμενο ανθέμιο. Είναι κλασική διακόσμηση που χρησιμοποιείται για παράδειγμα σε ζωφόρους (και ως στοιχείο διακοσμητικής απόκρυψης ατελειών). Ο συνηθέστερος τύπος αρχαιοελληνικού ανθέμιου προσομοιάζει στα άνθη του αγιοκλήματος και τα φύλλα του φοίνικα. Προκειται για ένα στοιχείο που συνδέεται με την αρχαιότητα, ταυτόχρονα έχει μια καθαρή και λιτή μορφή, η οποία προσφέρεται ως ιδέα για λογότυπο.

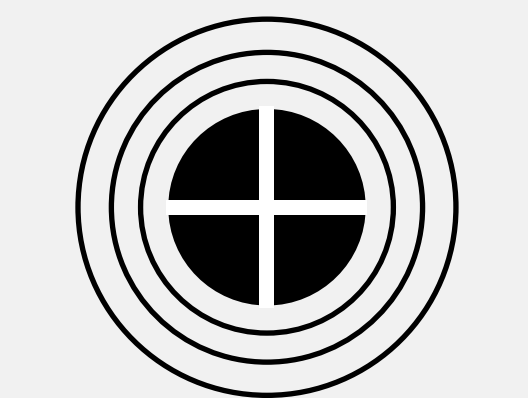
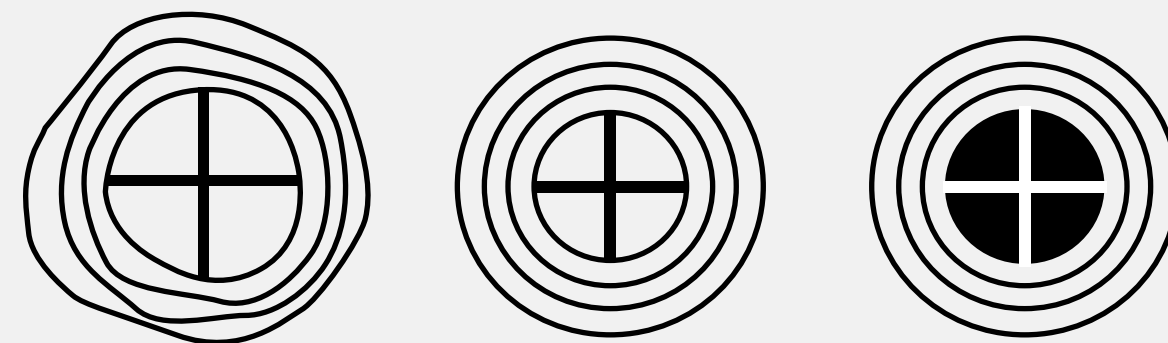
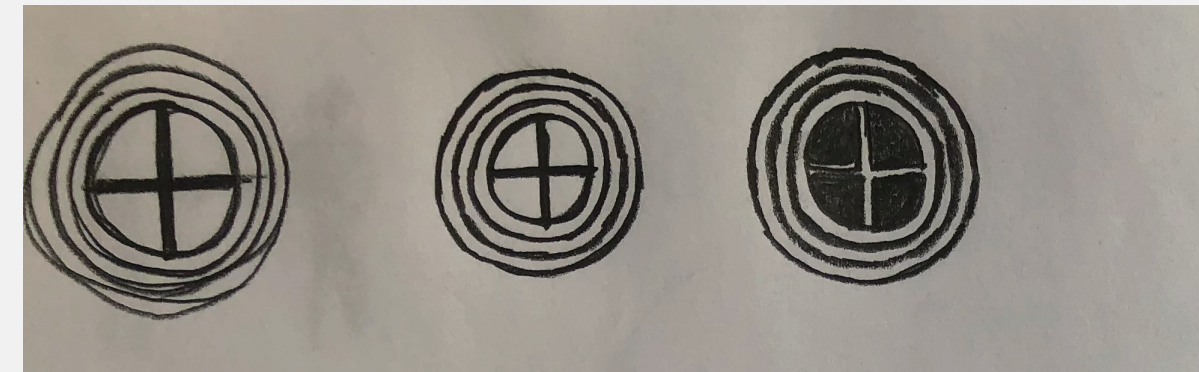
Το Ανθέμιο δίνει μια αισθητική και λειτουργική πρόταση για λογότυπο. Όμως από την άλλη θα μπορούσε να χαρακτηριστεί κοινότοπο μιας και ανθέμια υπάρχουν και σε άλλους χώρους. Επιπλέον ο Κεραμεικός έχει και άλλα χαρακτηριστικά.



018

Όπως προέρχεται η αγγλική λέξη «ceramic», ο Κεραμικός ( το λέει και η ίδια η λέξη) ήταν η συνοικία των αγγειοπλαστών της πόλης. Επομένως πολλά κεραμειδιά που βρέθηκαν και εκθέτονται στο Αρχαιολογικό Μουσείο Αθηνών και στο Μουσείο Κεραμεικού προέρχονται από αυτήν την περιοχή. Μετά από έρευνα, συνάντησα σε αρκετά αγγεία από το βιβλίο του Κεραμεικού το γεωμετρικό σύμβολο που θυμίζει σε ρόδακα. Όπως ο Κεραμικός ήταν μια κεντρική περιοχή με τα εργαστήρια αγγειοπλαστικής, το Πομπείο, τα λουτρά, το νεκροταφείο κ.α. Έτσι και ο ρόδακας συμβολίζει με το σταυρό του ένα επίκεντρο. Πέρα από αυτό η γεωμετρική του μορφή δίνει ταυτόχρονα έναν λιτό διαχρονικό χαρακτήρα που θα μπορούσε να λειτουργήσει ως γέφυρα για το παρόν.

Ο ρόδακας δίνει μια αισθητική και λειτουργική πρόταση για λόγoτυπο. Παρόλα αυτά θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι είναι λιτός και του λείπει ίσως η συγκεκριμένη οπτική συσχέτιση με την αρχαιολογία και τον Κεραμικό.



KERAMEIKOS



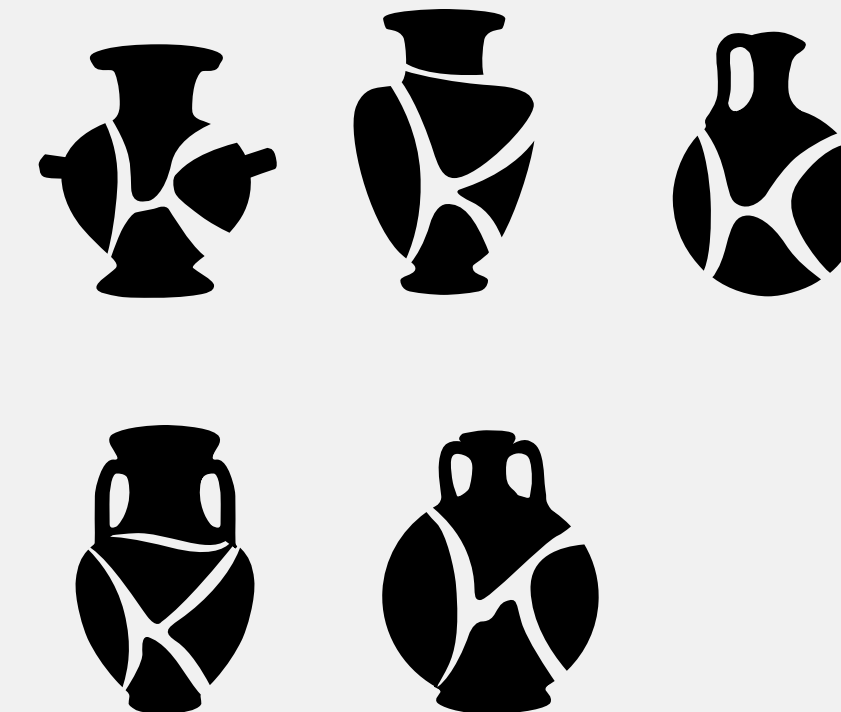
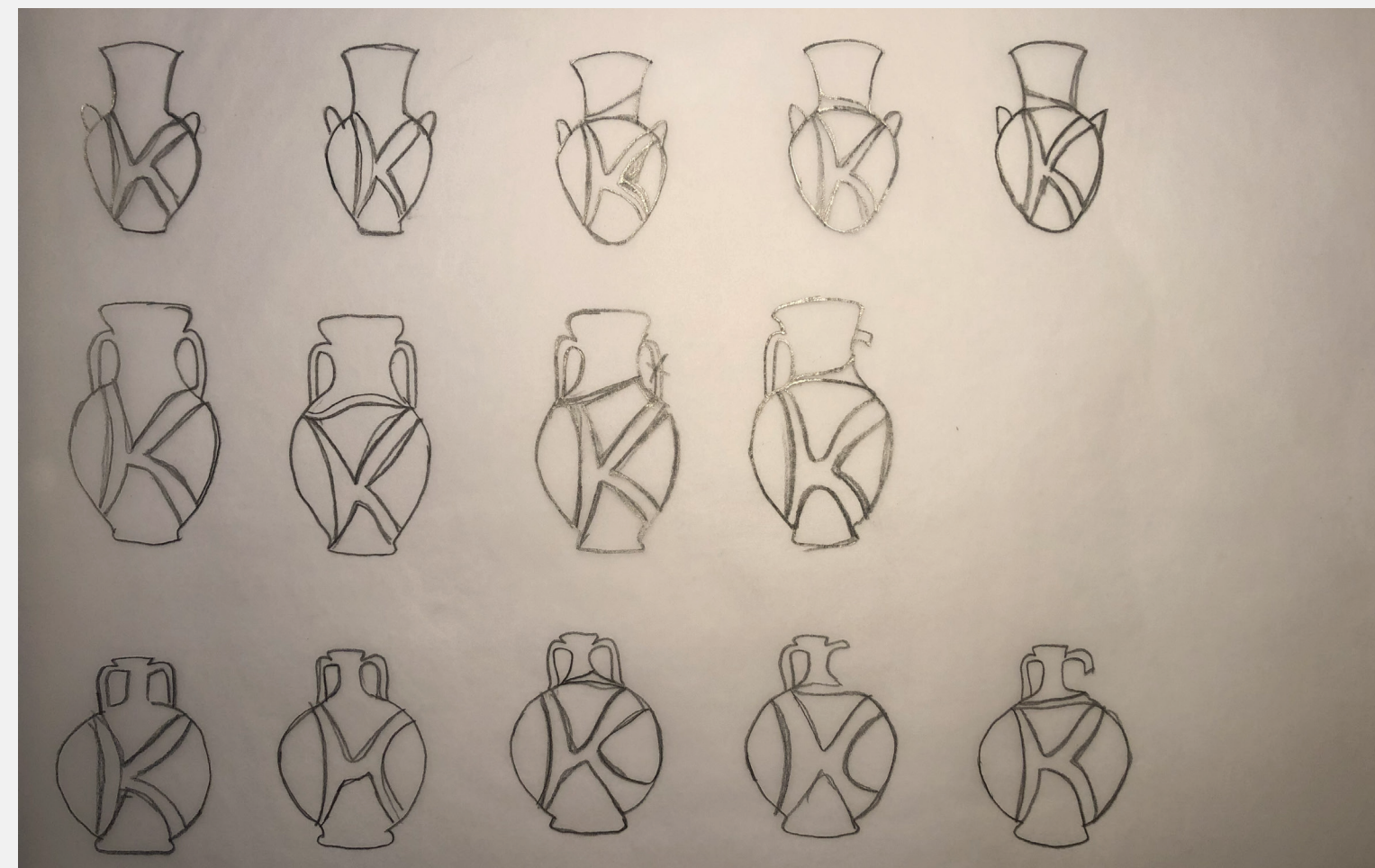
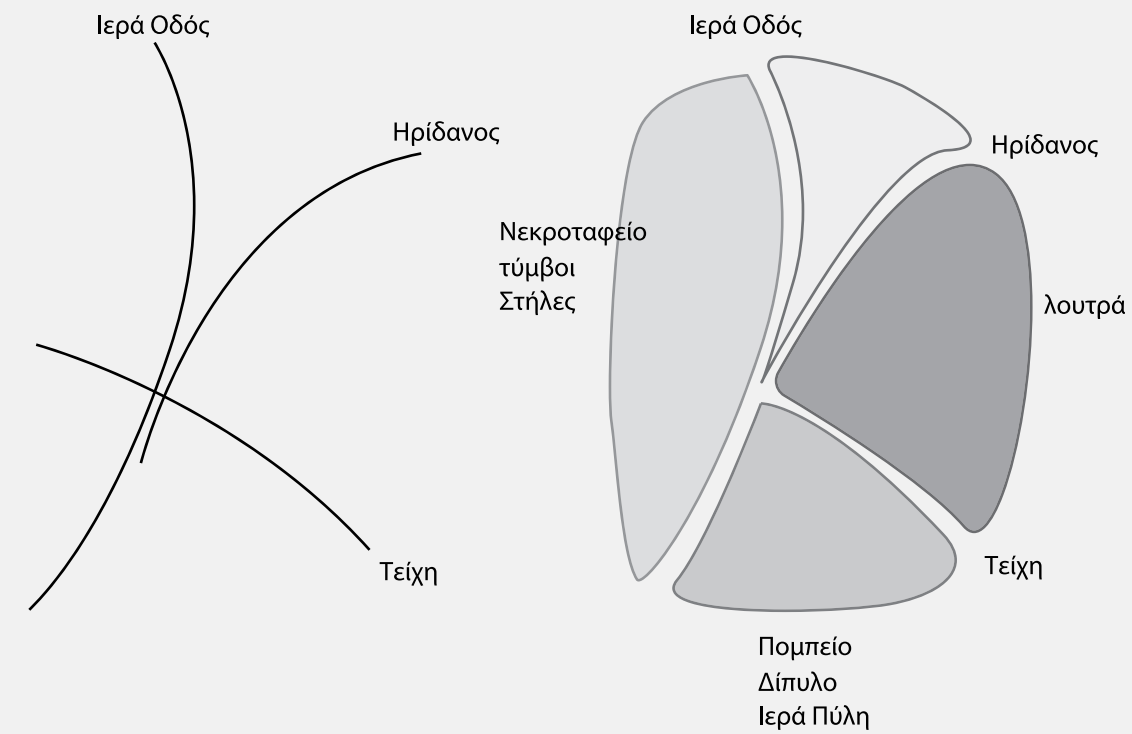
KERAMEIKOS



# Κεντρική Ιδέα

Βλέποντας τον Κεραμεικό από ολιστική μεριά, πέρα από την αγγειοπλαστική χαρακτηριστικό του τόπου είναι επίσης το νεκροταφείο, το Δίπυλο, τα λουτρά οι ναοί και οι κατοικίες. Βάση το Mind Map (σελ. 6) βλέπουμε λοιπόν ότι πρόκειται για "πολύχωρο" με πολλές ιδιότητες. Η Ιερά Οδός, το ποτάμι Ηριδανός και τα Τείχη των Αθηνών μπορούμε να πούμε χωρίζει τον τόπο σε διάφορα τμήματα.

Από τις χωρισμένες φόρμες, προκύπτουν διάφορα κομματάκια τα οποία δημιουργούν μικρά κομμάτια πάζελ. Σε δεύτερη ματιά τα κενά δημιουργούν το γράμμα Κ, το οποίο είναι το αρχικό του Κεραμεικού. Με αυτό τον τρόπο σκοπεύεται να δημιουργηθεί ένας συσχετισμός μεταξύ της έννοιας και της εικόνας. Νοητικά οι χωρισμοί των κομματιών μπορούν να συμβολίζουν την Ιερά Οδό, τον Ηριδανό και τα Τείχη. Όπως ο χώρος αποτελείται από διάφορες πτυχές έτσι και το αγγείο αποτελείται από διάφορα κομμάτια.





ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

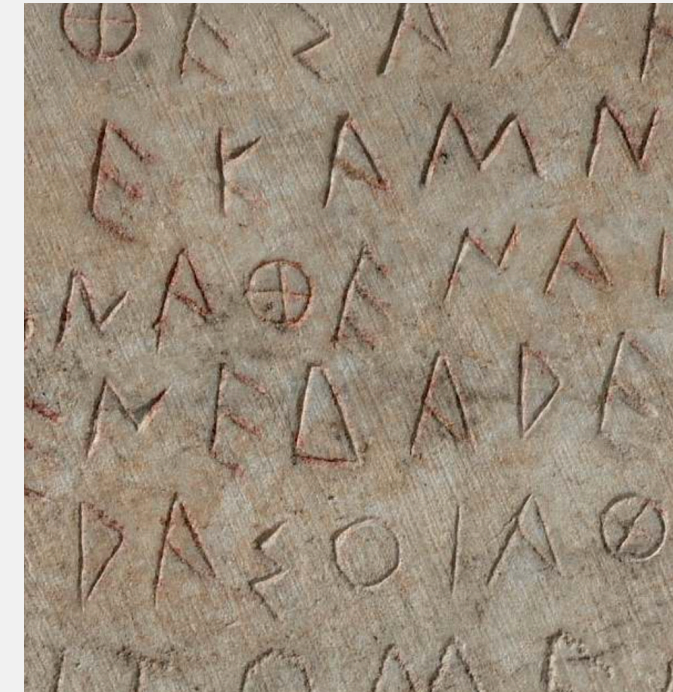
021



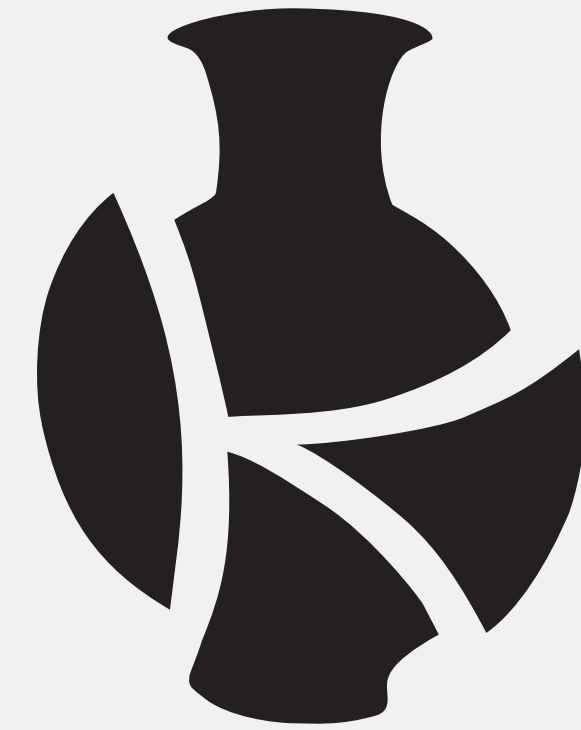
+



+



=



# Τι αντιπροσωπεύει το εικονίδιο.

Βλέποντας τον Κεραμικό από ολιστική μεριά, πέρα από την αγγειοπλαστική χαρακτηριστικό του τόπου είναι επίσης το νεκροταφείο, το Δίπυλο, τα λουτρά οι ναοί και οι κατοικίες. Πρόκειται για "πολύχωρο" με πολλές ιδιότητες. Η Ιερά Οδός, το ποτάμι Ηριδανός και τα Τείχη των Αθηνών μπορούμε να πούμε χωρίζει τον τόπο σε διάφορα τμήματα.

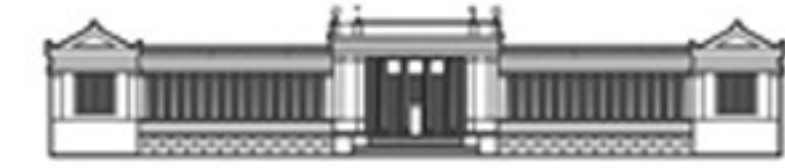
Σε δεύτερη ματιά τα κενά δημιουργούν το γράμμα Κ, το οποίο είναι το αρχικό του Κεραμικού. Με αυτό τον τρόπο

σκοπεύεται να δημιουργηθεί ένας συσχετισμός μεταξύ της έννοιας και της εικόνας. Νοητικά οι χωρισμοί των κομματιών μπορούν να συμβολίζουν την Ιερά Οδό, τον Ηριδανό και τα Τείχη. Όπως ο χώρος αποτελείται από διάφορες πτυχές έτσι και το αγγείο αποτελείται από διάφορα κομμάτια.

Στο θέμα της τυπογραφίας, η κεντρική ιδέα είναι να χρησιμοποιηθεί μια γραμματοσειρά που να θυμίζει ή και να παρουσιάζει χαρακτηριστικά αντίστοιχα με επιγραφές.



ARCHAOLOGISCHES MUSEUM  
HAMBURG  
STADTMUSEUM HARBURG  
HELMS-MUSEUM



ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ  
NATIONAL ARCHAEOLOGICAL MUSEUM

022



**BENAKI MUSEUM**



ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ



MUSEUM  
OF CYCLADIC  
ART  
NICHOLAS AND DOLLY  
GOULANDRIS FOUNDATION



Staatliche Museen zu Berlin  
Preußischer Kulturbesitz



**THE  
MET**

The British  
Museum

023

# Πρωτεύον εμφάνιση

Το χωρισμένο αγγείο δίνει μια αισθητική και λειτουργική πρόταση για λογότυπο. Το αγγείο αυτό συσχετίζεται άμεσα με την ονομασία Κεραμεικός. Σε δεύτερη ματιά τα κενά δημιουργούν το γράμμα Κ, το οποίο είναι το αρχικό του Κεραμεικού. Με αυτό τον τρόπο σκοπεύεται να δημιουργηθεί μια γέφυρα μεταξύ της έννοιας και της οπτικής εικόνας. Νοητικά οι χωρισμοί των κομματιών μπορούν να συμβολίζουν την Ιερά Οδό, τον Ηριδανό και τα Τείχη. Όπως ο χώρος αποτελείται από διάφορες πτυχές έτσι και το αγγείο αποτελείται από διάφορα κομμάτια. Όλα τα αναφερόμενα δημιουργούν μια καθαρή οπτική εικόνα που παρουσιάζει την ιδιαιτερότητα του τόπου.



# ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

024

# Δομή



## ΥΨΟΣ ΕΙΚΟΝΙΔΙΟΥ

Το ύψος του εικονιδίου του Κεραμεικού είναι ακριβώς τριπλάσιο από το λεκτικό σήμα, σε κλίμακα.

## ΧΩΡΙΣΜΟΣ

Το κενό μεταξύ του εικονιδίου και του λεκτικού σήματος είναι ίσο με το ύψος του λεκτικού σήματος.

## ΕΥΘΥΓΡΑΜΜΙΣΗ

Το δεξί σημείο του εικονιδίου του Κεραμεικού πρέπει να ευθυγραμμίζεται ακριβώς με το κατακόρυφο κέντρο του λεκτικού σήματος.

Όταν το εικονίδιο και το λεκτικό μας σήμα συναρμολογούνται μαζί, το ύψος του λεκτικού μας σήματος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον προσδιορισμό της αναλογίας και της σχέσης μεταξύ των δύο στοιχείων.



## ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ

Αυτή η έκδοση δεν προορίζεται για εξαιρετικά μικρά μεγέθη. Το ελάχιστο ύψος είναι 0,75" για εφαρμογές εκτύπωσης και 50 px για ψηφιακές εφαρμογές.



# Σχεδιαστική δομή

Ο αμφορέας είναι χαρακτηριστικός για την αρχαία ελληνική περίοδο. Έχει εφαρμοστεί εσωτερικά το αρχικό Κ ως < τυχαίο> σπάσιμο δίνοντας το στοιχείου το αρχαίου (φθορά του χρόνου). Παράλληλα διαχωρίζεται το αγγείο σε ξεχωριστά τμήματα, όπως και ο Κεραμικός αποτελείται από διάφορες περιοχές.

Στο θέμα της τυπογραφίας, η κεντρική ιδέα είναι να χρησιμοποιηθεί μια γραμματοσειρά που να θυμίζει ή και να παρουσιάζει χαρακτηριστικά αντίστοιχα με επιγραφές. Στόχος είναι να γίνει ένας νοητικός συσχετισμός στο παρελθόν και με αυτόν τον τρόπο να αναδυθεί η ιστορία. Συνδιάζοντας το σχήμα με την γραμματοσειρά επιδιώκεται ένα διαχρονικό και σοβαρό ύφος, το οποίο εφαρμόζει σε οπτική ταυτότητα του μουσείου, γιατί έχει το παρελθόν ως αναφορά και ταυτόχρονα στρέφεται στην σημερινή κοινωνία.



026

# Παραλλαγές χρωμάτων

Κάθε κλείδωμα λογότυπου επωνυμίας έχει πολλές χρωματικές παραλλαγές για χρήση σε διαφορετικούς τύπους φόντου, τόνους και χρώματα.

Σε περίπτωση αμφιβολίας, χρησιμοποιήστε την πιο ευανάγνωστη έκδοση του λογότυπου για το διαθέσιμο φόντο.

Για τις έντυπες εκτελέσεις, θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή ώστε να διασφαλίζεται η αναγνωσιμότητα του λογότυπου στο τελικό μέσο ή υλικό που χρησιμοποιείται.

## Δίχρωμο, σκούρο



**Icon:** Kerameikos Yellow  
**Wordmark:** Midnight Black

## Δίχρωμο, ανοιχτό



**Icon:** Kerameikos Yellow  
**Wordmark:** White

## Μονόχρωμο, σκούρο



**Icon:** Midnight Black  
**Wordmark:** Midnight Black

## Μονόχρωμο, ανοιχτό



**Icon:** White  
**Wordmark:** White

027



ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

VERTICAL LOCKUP



ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

PRIMARY LOCKUP



ICON-ONLY

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

WORDMARK LOCKUP

# ΕΠΕΚΤΑΣΙΜΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Η προσπάθεια να τοποθετήσουμε το ίδιο σήμα ταυτόχρονα σε μια πινακίδα και σε μικρές γραφιστικές εφαρμογές είναι μια πρόκληση. Το σύστημα ταυτότητάς έχει σχεδιαστεί για ευελιξία, συνέπεια και αναγνώριση επωνυμίας.

Έχουμε παράσχει διαφορετικά λογότυπα που θα πρέπει να καλύπτουν κάθε χώρο που μπορεί να φανταστεί κανείς. Αντί να προσπαθήσουμε να τοποθετήσουμε ένα λογότυπο σε έναν χώρο που είναι πολύ μικρός ή γεμάτος, απλώς χρησιμοποιούμε μια διαφορετική έκδοση

για μέγιστο οπτικό αντίκτυπο και σαφήνεια.

Όταν χρησιμοποιούμε το σήμα μόνο για εικονίδιο, βεβαιωνόμαστε ότι η επωνυμία μας είναι ορατή κοντά ή σε σχέση με το εικονίδιο. Για παράδειγμα, ένα φλιτζάνι εσπρέσο που φέρει το σχέδιο εικονιδίου στο εσωτερικό του φλιτζανιού θα πρέπει να έχει μια ετικέτα ή κουτί που να εμφανίζει ευανάγνωστα το όνομα της επωνυμίας. Αυτό θα βοηθήσει στην ενίσχυση της αναγνώρισης της επωνυμίας σε πολλά σημεία επαφής.

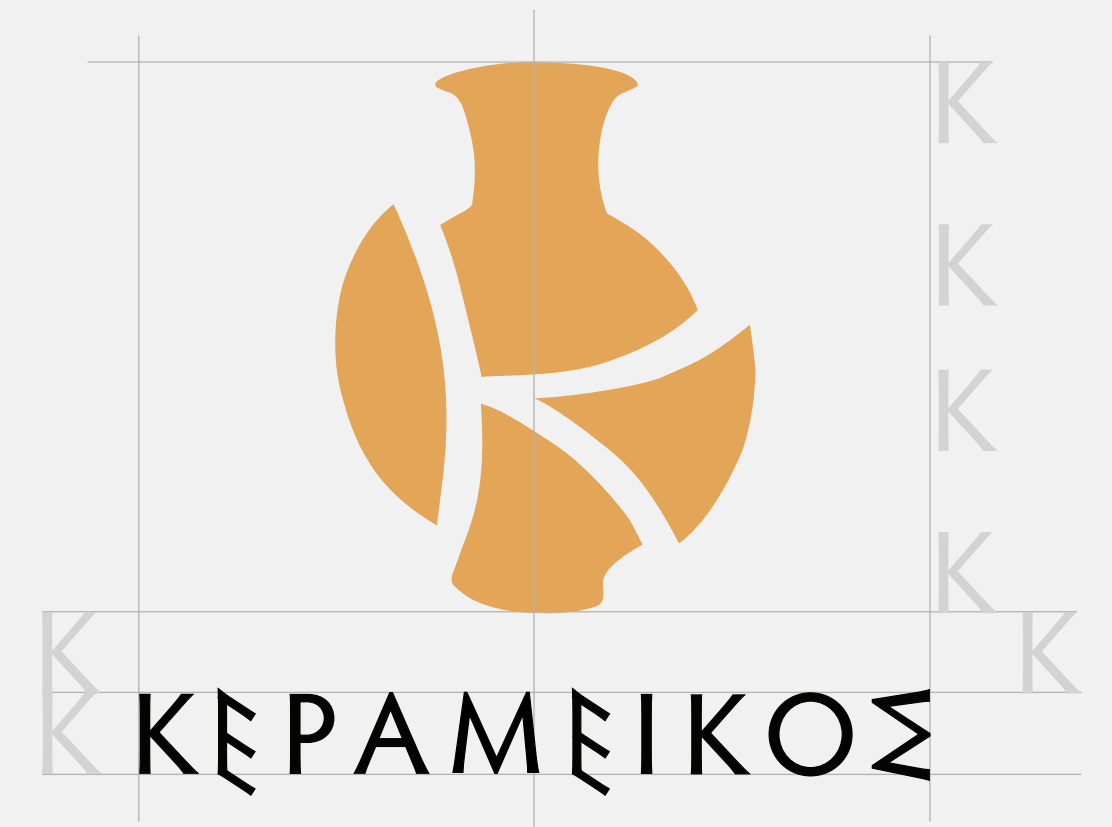
028

# Κατακόρυφη διάταξη



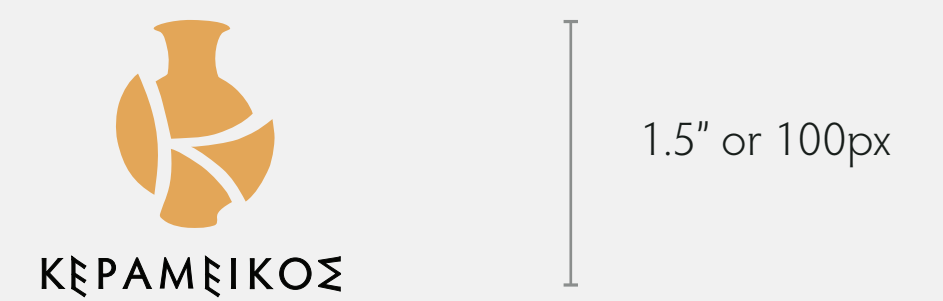
# ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Σχεδιασμένο ειδικά για να είναι κατακόρυφα αποτελεσματικό, η κατακόρυφη τοποθέτηση ταιριάζει τέλεια σε ψηλότερες περιοχές και σε περιοχές όπου ένα κεντραρισμένο σχέδιο θα εφαρμόζει καλύτερα.



## LOCKUP ASSEMBLY

Το εικονίδιο και το λεκτικό σήμα είναι οριζόντια στο κέντρο και χωρίζονται με το ύψος του γράμματος Κ. Το ύψος του εικονιδίου είναι ίσο με επτά ύψη καπακιού γράμματος Κ.



## ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ

Αυτή η έκδοση δεν προορίζεται για εξαιρετικά μικρά μεγέθη. Το ελάχιστο ύψος είναι 1,5" για εφαρμογές εκτύπωσης και 100 px για ψηφιακές εφαρμογές.

029

# Icon-Only Lockup



## ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΧΡΩΜΑΤΑ

Όταν το εικονίδιο χρησιμοποιείται ως αυτόνομο στοιχείο, θα φιλοξενήσει οποιονδήποτε αποδεκτό συνδυασμό των χρωμάτων.



.75" or 50px

## ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ

Σε μικρά μεγέθη, βεβαιωθείτε ότι το βάρος της γραμμής είναι ευανάγνωστο και ότι τα αρνητικά κενά δεν κλείνουν. Το ελάχιστο ύψος είναι 0,75" για εκτύπωση και 50 εικονοστοιχεία για ψηφιακές εφαρμογές.

030

# Wordmark Lockup

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Όταν ο χώρος είναι στο απόλυτο premium, το λεκτικό σήμα Κεραμεικός μπορεί να χρησιμοποιηθεί αντί για ένα πλήρες σήμα του λογότυπου της επωνυμίας.

Αυτό το λογότυπο έχει σχεδιαστεί για μικρούς χώρους και αποτυπώματα που είναι διαβόητα για θέματα αναγνωσιμότητας, όπως μικρά χαρακτηριστικά ή αποτυπώματα μεταξοτυπίας.

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ | .25" or 18px

#### ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ

Αυτό το λεκτικό σήμα έχει σχεδιαστεί για πολύ μικρούς χώρους. Το ελάχιστο ύψος είναι 0,25" για εκτύπωση και 18 px για ψηφιακές εφαρμογές.

031

# Ειδικά σήματα

Εάν είναι επιθυμητό, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ένα σήμα συγκεκριμένης τοποθεσίας για σήμανση, ιεράρχηση χώρου.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην τυπογραφία και την απόσταση, προκειμένου να παραμείνουν συνεπείς σε όλη την επωνυμία.



## LOCKUP ASSEMBLY

Χρησιμοποιώντας την ίδια μορφή με το κατακόρυφο κλείδωμα, το κείμενο τοποθεσίας κεντράρεται κάτω από το λεκτικό σήμα, με το μισό ύψος του καλύμματος του K ενδιάμεσα.



## ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ

Αυτή η έκδοση δεν προορίζεται για εξαιρετικά μικρά μεγέθη. Το ελάχιστο ύψος είναι 1,75" για εφαρμογές εκτύπωσης και 125 εικονοστοιχεία για ψηφιακές εφαρμογές.

032



ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ  
πωλητήριο



ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ  
καφέ



ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ  
αμφιθέατρο



ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ  
μουσείο



033

# Μέγεθος Λογότυπου

Η διατήρηση του βέλτιστου και ελάχιστου μεγέθους λογότυπου είναι ζωτικής σημασίας για την αναγνωσιμότητα του σήματος και τη συνολική αναγνώριση της επωνυμίας.

Η εκτέλεση συχνά υπαγορεύει το σωστό μέγεθος λογότυπου. Αλλά για να μεγιστοποιήσουμε την αναγνωσιμότητα, προσπαθούμε να χρησιμοποιήσουμε το μεγαλύτερο μέγεθος (εντός λογικής) για κάθε έκδοση λογότυπου που αναφέρεται. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να είναι αποδεκτή η χρήση του ελάχιστου μεγέθους.

## Ελάχιστο μέγεθος



### PRIMARY LOCKUP

Το ελάχιστο ύψος είναι 0,75" για εκτύπωση και 50 px για ψηφιακές εφαρμογές.



### ICON

Το ελάχιστο ύψος είναι 0,75" για εκτύπωση και 50 px για ψηφιακές εφαρμογές.



### WORDMARK

Το ελάχιστο ύψος είναι 0,25" για εκτύπωση και 18 px για ψηφιακές εφαρμογές.



### VERTICAL LOCKUP

Το ελάχιστο ύψος είναι 1,5" για εκτύπωση και 100 px για ψηφιακές εφαρμογές.



### LOCATION LOCKUP

Το ελάχιστο ύψος είναι 1,5" για εκτύπωση και 100 px για ψηφιακές εφαρμογές.

034

# Καθαρός χώρος

Ο καθαρός χώρος, ή ο αρνητικός χώρος, είναι η περιοχή που περιβάλλει το λογότυπο και είναι εντελώς καθαρή από οποιοδήποτε άλλο γραφικό στοιχείο. Ο καθαρός χώρος βοηθά το λογότυπο να ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα στοιχεία της σελίδας και διασφαλίζει την ευανάγνωση, ακόμη και σε μικρά μεγέθη.

Κατά γενικό κανόνα, όσο πιο καθαρός ή αρνητικός είναι ο χώρος γύρω από το λογότυπο, τόσο το καλύτερο.

Τουλάχιστον, θα πρέπει να υπάρχει ελεύθερος χώρος ίσος με το ύψος του εικονιδίου και στις τέσσερις πλευρές του λογότυπου. Η χρήση ενός στοιχείου από το λογότυπο ως μονάδα μέτρησης εξασφαλίζει αρκετό καθαρό χώρο σε οποιοδήποτε μέγεθος.

## Οπτικοποιημένος καθαρός χώρος



## Εναλλακτικές εκδόσεις λογότυπου

### ΥΨΟΣ ΕΙΚΟΝΙΔΙΟΥ

Όλες οι εκδόσεις του λογότυπου της μάρκας περιλαμβάνουν ένα στοιχείο εικονιδίου (επισημασμένο με κόκκινο χρώμα). Κάθε έκδοση του λογότυπου χρησιμοποιεί το δικό της μέγεθος εικονιδίου για τον καθορισμό του ελεύθερου χώρου.



ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

035

# Υπόβαθρο

Αντίθεση είναι το κλειδί όταν σκεφτόμαστε να τοποθετήσουμε το λογότυπο σε οποιοδήποτε φόντο.

Το λογότυπό δεν πρέπει να είναι μόνο ευανάγνωστο. Θα πρέπει επίσης να κάνει μια σαφή, ισχυρή δήλωση όταν χρησιμοποιείται. Εάν δεν υπάρχει αρκετή αντίθεση μεταξύ του λογότυπου και του φόντου, η παρουσία του λογότυπου εξασθενεί.

Το λογότυπο μπορεί να τοποθετηθεί σε φωτογραφίες, υφές και μοτίβα, εφόσον υπάρχει αρκετή αντίθεση για να είναι ορατό το λογότυπο.



Η δίχρωμη έκδοση του λογότυπου μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε οποιοδήποτε μονόχρωμο φόντο. Χρησιμοποιήστε τη σκοτεινή ή ανοιχτή έκδοση για να επιτύχετε τη μέγιστη αντίθεση.



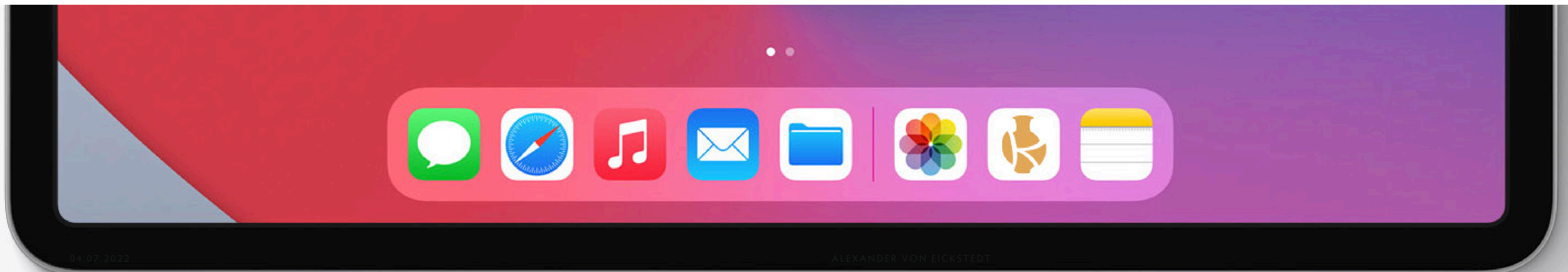
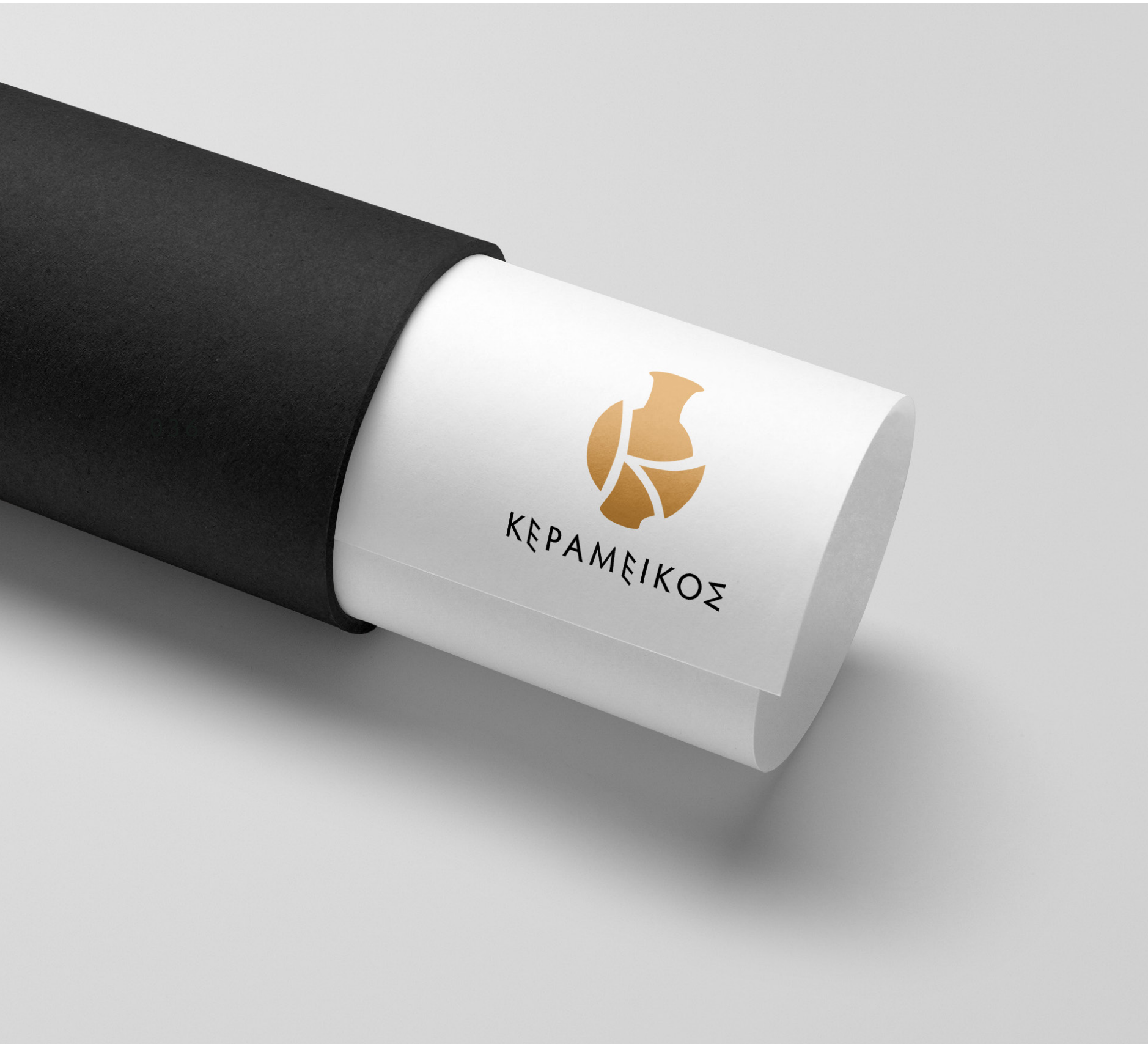
Η μονόχρωμη, ανοιχτή έκδοση του λογότυπου μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε οποιοδήποτε σκούρο φωτογραφικό φόντο. Μην χρησιμοποιείτε τη δίχρωμη έκδοση στις φωτογραφίες.



Η μονόχρωμη, σκούρα έκδοση του λογότυπου μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε οποιοδήποτε ανοιχτό φωτογραφικό φόντο. Μην χρησιμοποιείτε τη δίχρωμη έκδοση στις φωτογραφίες.



Η μονόχρωμη έκδοση του λογότυπου μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε μοτίβα χαμηλής αντίθεσης. Χρησιμοποιήστε τη σκοτεινή ή ανοιχτή έκδοση για να επιτύχετε τη μέγιστη αντίθεση.



037

# Η ορθή **τοποθέτηση** του λογότυπου είναι ζωτικής σημασίας για ένα σταθερό οπτικό στυλ.

Το σημείο που τοποθετείται το λογότυπό επικοινωνεί πολύ με το οπτικό στυλ της επωνυμίας. Σε αυτό το κεφάλαιο, παρουσιάζεται η καθοδήγηση υψηλού επιπέδου για το πώς θα πρέπει να τοποθετηθεί το λογότυπο σε διάφορα σημεία επαφής και μέσα.

Κατά γενικό κανόνα, το λογότυπό δεν πρέπει να βρίσκεται στο κέντρο σε μια περιοχή. Συνήθως προτιμούμε μια διάταξη με αριστερή στοίχιση με το λογότυπο να είναι ευθυγραμμισμένο με την κύρια γραμμή πλέγματος - τη σπονδυλική στήλη.

**037.** Στη σελίδα

**038.** Ως σήμανση

**039.** Εμπορεύματα

**040.** Ιστοσελίδα

**041.** Social Media



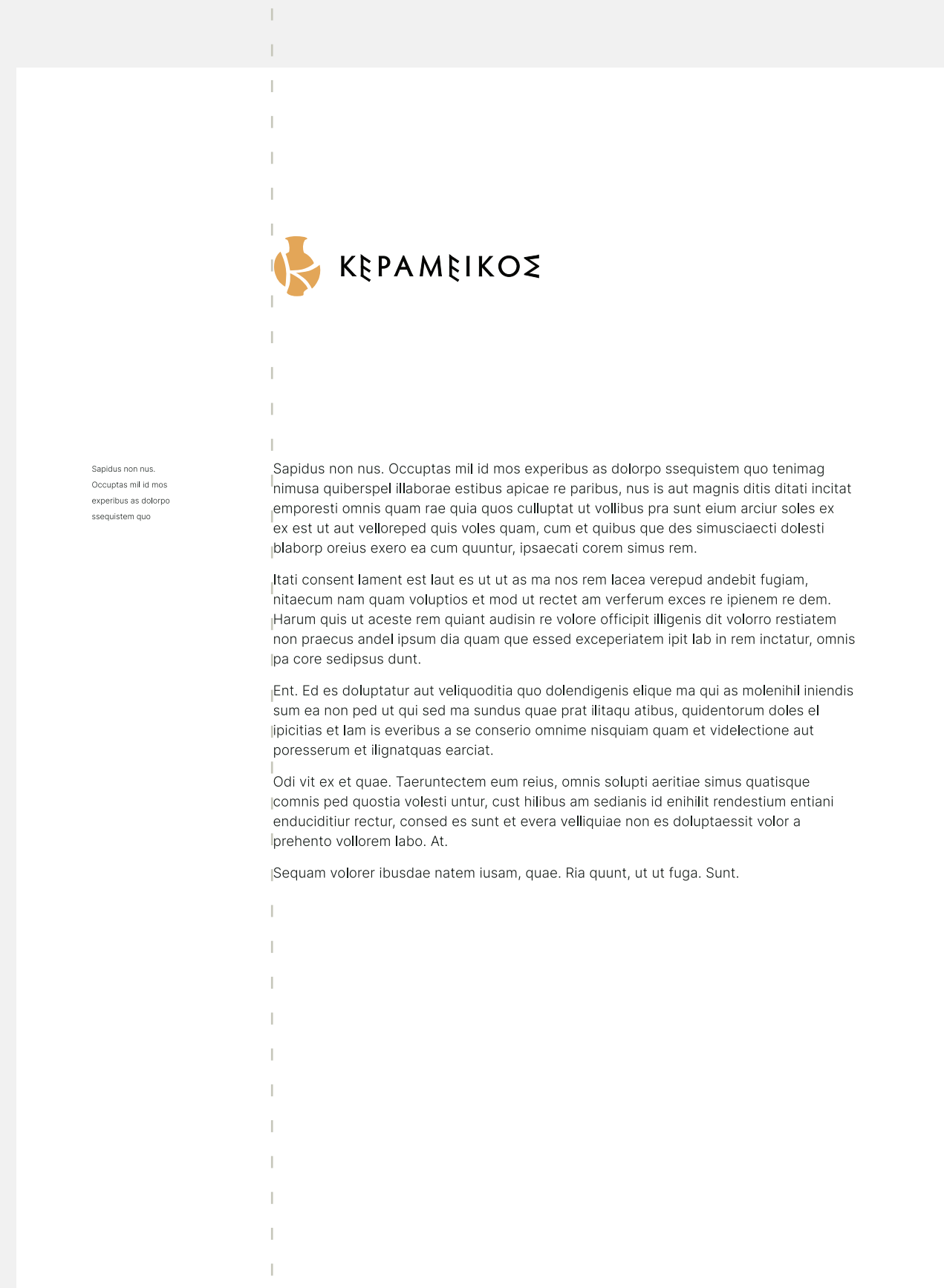
039

## Στη σελίδα

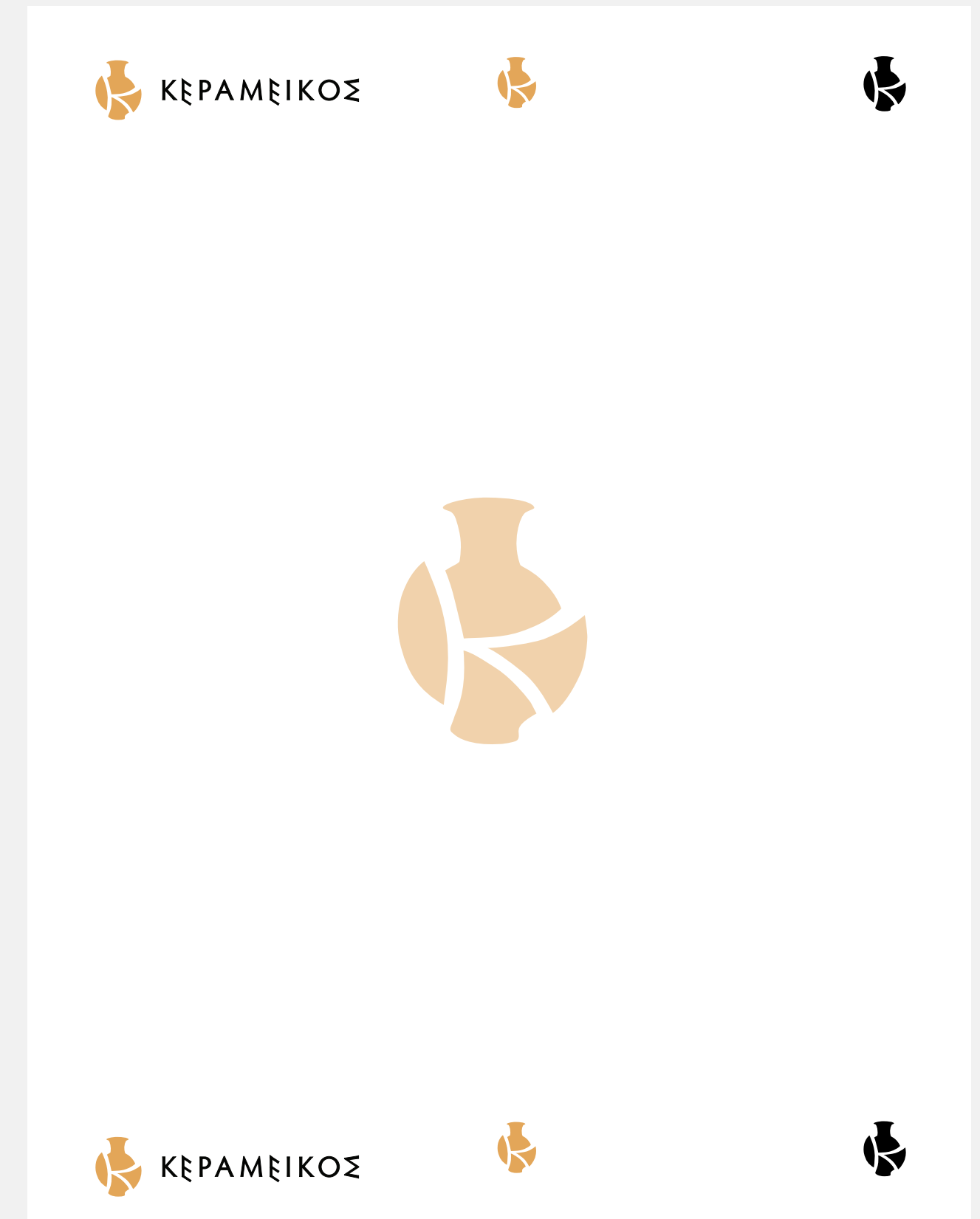
Τοποθετούμε το λογότυπο με αριστερή στοίχιση στην κύρια γραμμή πλέγματος. Εάν αυτός ο χώρος δεν είναι διαθέσιμος, το λογότυπο βρίσκεται στην επάνω ή κάτω αριστερή γωνία της σελίδας.

Η δεύτερη σελίδα παρουσιάζει εναλλακτικές προτάσεις ως προς την τοποθέτηση του λογοτύπου πάνω στο επιστολόχαρτο. Σε περίπτωση που δεν είναι δυνατή η ένχρωμη εκτύπωση, το εικονίδιο τυπώνεται σε μαύρο.

# Τοποθέτηση



Ευθυγραμμίστε το λογότυπο με την κύρια γραμμή πλέγματος (αναφέρεται ως ράχη). Το κύριο κλειδίωμα φαίνεται καλύτερα όταν είναι ευθυγραμμισμένο με αριστερά.



Ευθυγραμμίστε το κύριο κλειδίωμα στις αριστερές γωνίες. Εάν η διάταξη υπαγορεύει ένα σημάδι στο κέντρο ή στοίχιση δεξιά, χρησιμοποιήστε το εικονίδιο ή το κατακόρυφο κλειδίωμα.

040

## Ως Σήμανση

Όταν χρησιμοποιείται στο εξωτερικό του κτιρίου, η σήμανση θα πρέπει να ακολουθεί την ίδια αριστερή στοίχιση τοποθέτηση του λογότυπου σε άλλα σημεία επαφής.

Προκειμένου να επιτευχθεί συνοχή μεταξύ των τοποθεσιών, συνιστούμε την ευθυγράμμιση της τοποθέτησης της πινακίδας με ένα σημαντικό χαρακτηριστικό του κτιρίου, όπως ένα μεγάλο παράθυρο ή μια πόρτα.

Εάν απαιτούνται κατασκευασμένες πινακίδες, τοποθετήστε το λογότυπο στην πινακίδα ασύμμετρα (είτε οριζόντια είτε κάθετα). Λεπτομερή αρχεία προτύπων είναι διαθέσιμα.

# Τοποθέτηση





041

## Εμπορεύματα

Τα επώνυμα εμπορεύματα όπως τα μπλουζάκια, τα καπέλα και οι κούπες καφέ θα πρέπει όλα να ακολουθούν μια αριστερή στοίχιση τοποθέτησης λογότυπου, αν είναι δυνατόν.

Εάν είναι δυνατόν, αναζητάμε μοναδικές και ασυνήθιστες περιοχές αποτύπωσης προς χρήση. Περιοχές όπως τα μανίκια μπλουζών χρησιμοποιούνται σπάνια και μπορούν να κάνουν μια εντυπωσιακή οπτική δήλωση.



# Τοποθέτηση

042

## Ιστοσελίδα

Στον ιστότοπο, το λογότυπο θα τοποθετηθεί στην επάνω αριστερή γωνία της γραμμής πλοήγησης.

# Τοποθέτηση



### FAVICON

Το favicon μας—ένα εικονίδιο 32px x 32px που εμφανίζεται στο πρόγραμμα περιήγησης δίπλα στη διεύθυνση url—είναι η μόνη άλλη εγκεκριμένη χρήση του εικονιδίου μας σε συμπαγή μορφή.



### DEVICE ICON

Εάν ο ιστότοπός μας αποθηκευτεί ως σελιδοδείκτης στην αρχική οθόνη ορισμένων κινητών συσκευών, θα εμφανιστεί αυτό το γραφικό. Το προεπιλεγμένο μέγεθος είναι 192px x 192px.



043

## Social Media

Όταν χρησιμοποιείται ως είδωλα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το λογότυπο μόνο με εικονίδιο θα πρέπει να χρησιμοποιείται με τον κατάλληλο ελεύθερο χώρο σε όλες τις πλευρές.

Έχουν αναπτυχθεί δύο εγκεκριμένες εικόνες avatar που βρίσκονται εδώ σε αυτήν τη σελίδα. Είναι το καθένα εγκεκριμένο για κυκλικά και τετράγωνα σχήματα avatar όλων των μεγεθών.

Αν και η διάταξη αυτών των avatar δεν πρέπει να τροποποιηθεί με κανέναν τρόπο, μπορεί να χρησιμοποιηθούν εγκεκριμένα δευτερεύοντα χρώματα επωνυμίας για την αντιμετώπιση ειδικών εκδηλώσεων.

# Τοποθέτηση



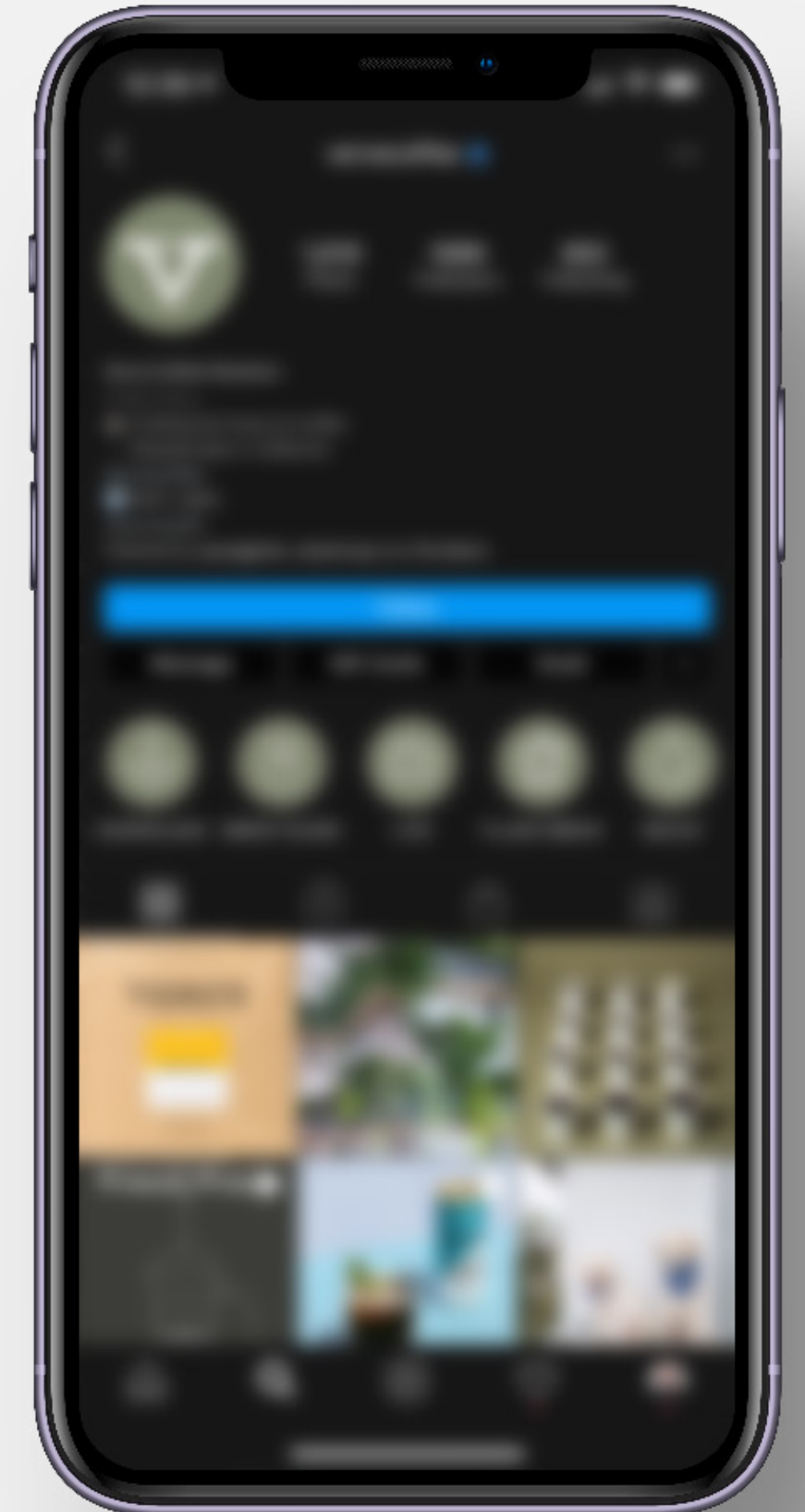
### ICON AVATAR

Προτιμώμενο avatar για χρήση σε όλες τις πλατφόρμες. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν όλοι οι εγκεκριμένοι χρωματικοί συνδυασμοί.



### WORDMARK AVATAR

Μπορούν να χρησιμοποιηθούν όλοι οι εγκεκριμένοι χρωματικοί συνδυασμοί. Το λεκτικό σήμα πρέπει να είναι οπτικά κεντραρισμένο, όχι μηχανικά.



# Συνήθη λάθη

Σημείωση: Αυτή δεν είναι μια ολοκληρωμένη λίστα σφαλμάτων, είναι απλώς τα πιο συνηθισμένα σφάλματα.



Μην τεντώνετε ή παραμορφώνετε το λογότυπο με οποιονδήποτε τρόπο.



Μην επεξεργάζεστε το χρώμα του λογότυπου, μην χρησιμοποιείτε χρώμα εκτός επωνυμίας και μην μειώνετε την αδιαφάνεια του λογότυπου.



Μην προσθέτετε εφέ γραφικών στο λογότυπο, συμπεριλαμβανομένων των σκιών.



Μην τοποθετείτε το λογότυπο σε μοτίβο υψηλής αντίθεσης ή πολυάσχολη φωτογραφία.



Μην αλλάζετε τη διάταξη ή τη σχέση μεταξύ των στοιχείων του λογότυπου.



Μην παραβιάζετε τον απαιτούμενο ελεύθερο χώρο γύρω από το λογότυπο.

# το Χρώμα

Το χρώμα μας ξεχωρίζει και μας βοηθά να προκαλέσουμε συναισθήματα.

Τα χρώματα που έχουν επιλεγεί για τον Κεραμεικό είναι βασικός παράγοντας για τη διαφοροποίηση και την αναγνώριση του Αρχαιολογικού Χώρου.

Ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας τα χρώματά αυτά να αναπαράγονται πιστά και να συνδυάζονται με τον σωστό τρόπο. Αυτή η ενότητα καλύπτει λεπτομερώς αυτές τις οδηγίες.

ΣΕΛΙΔΑ 42

**Κύρια παλέτα**

ΣΕΛΙΔΑ 43

**Μαύρο & άσπρο**

ΣΕΛΙΔΑ 45

**Προτειμήσεις**

## Kerameikos Yellow

PMS 157 C  
CMYK: 10, 37, 75, 0  
RGB: 228, 166, 89  
HEX: #e4a659

## Tomb Grey

PMS 7527 C  
CMYK: 12, 12, 16, 0  
RGB: 223, 216, 207  
HEX: #dfd8cf

## Attic Soil

PMS 2021 C  
CMYK: 27, 76, 99, 21  
RGB: 156, 77, 36  
HEX: #9c4d24

# Κύρια παλέτα χρωμάτων

Η συνεπής χρήση του χρώματος είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική αναγνώριση της επωνυμίας.

Επιλογή χρωματικής γκάμας εμπνευσμένη από γνωστό αμφορέα στον Κεραμεικό: κίτρινο, μπεζ, καφέ και σκούρο καφέ. Η ιδέα είναι να χρησιμοποιηθούν τα χρώματα αυτά στην οπτική ταυτότητα και στις γραφιστικές εφαρμογές.

Ως προς την σημειολογία του χρώματος στο θέμα του branding τα κιτρινωπά χρώματα συνδέονται με ζεστασιά, αισιοδοξία και χαρά. Συνδέονται επίσης με τις έννοιες του φωτός και του ηλίου. Είναι χρώματα φανερά που εξέχουν. Με βάση τον θεωρητικό των χρωμάτων Faber Birren τα κιτρινωπά χρώματα προάγουν στην γρήγορη και καθαρή σκέψη, λόγω της υψηλής ορατότητας του κίτρινου.

# Χρήση Λευκού & Μαύρου

Το μαύρο και το άσπρο είναι ζωτικής σημασίας στοιχεία για την παλέτα της μάρκας. Τόσο το λευκό όσο και το μαύρο χρησιμοποιούνται για τον καθορισμό χώρου στη σελίδα, στη συσκευασία και στον ιστότοπο. Δημιουργία υψηλής αντίθεσης συνδυάζοντας και τα δύο: ιδανικό για ευανάγνωστη τυπογραφία. Αυτός ο οδηγός χρησιμεύει ως ένα εξαιρετικό παράδειγμα αυτού. Συνίσταται η εκτεταμένη χρήση του αρνητικού χώρου στις εκτελέσεις επωνυμίας, που μπορεί να δημιουργηθεί χρησιμοποιώντας είτε λευκό είτε μαύρο.

## White

PMS 100U  
CMYK: 4, 3, 3, 0  
RGB: 241, 241, 241  
HEX: #f1f1f1

## Midnight Black

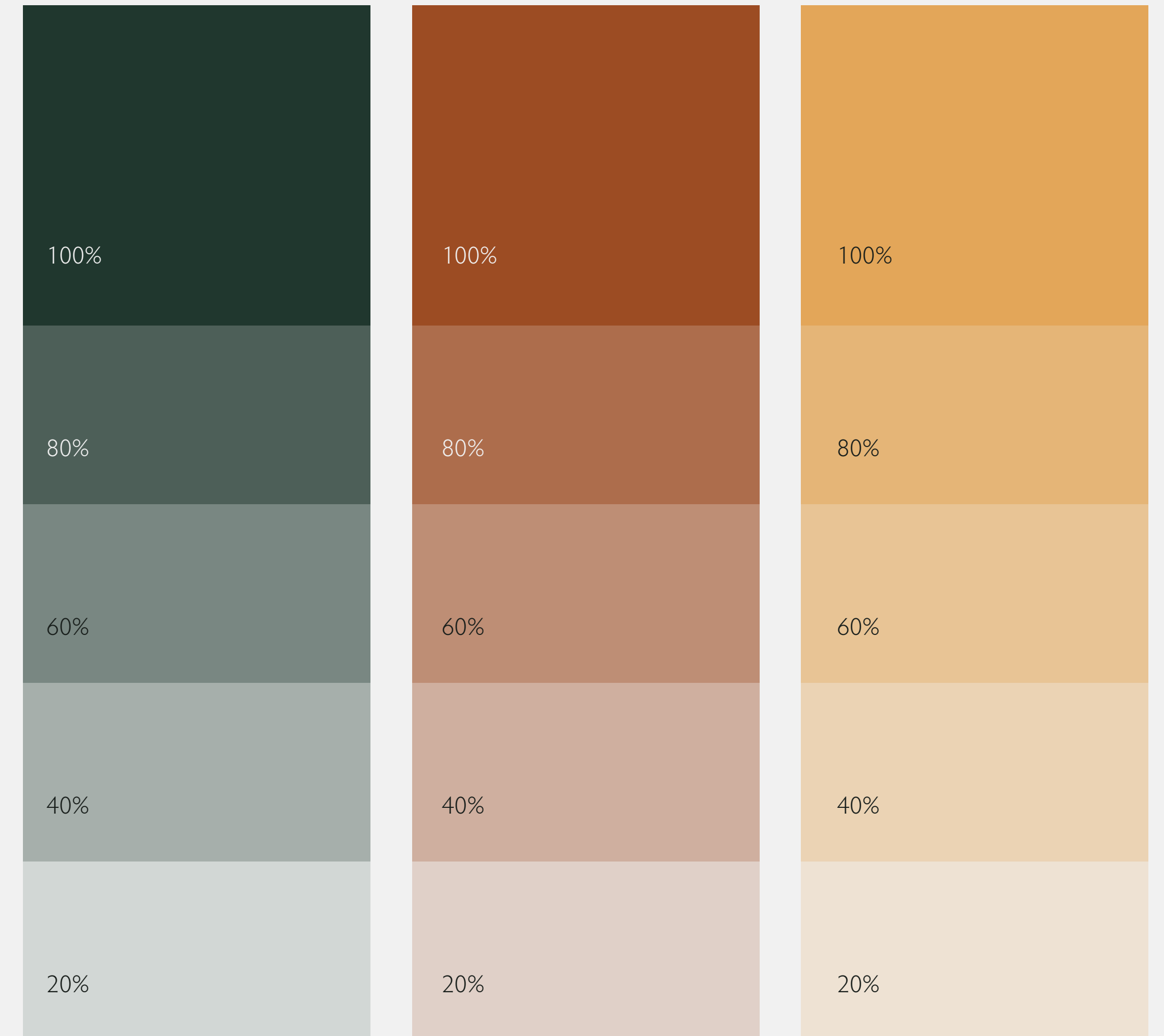
PMS 900U  
CMYK: 75, 64, 68, 77  
RGB: 23, 29, 26  
HEX: #171d1a

048

## Χρήση αποχρώσεων

Προτιμούμε τα χρώματα της επωνυμίας που χρησιμοποιούνται χωρίς επεξεργασία, αλλά ορισμένες περιπτώσεις απαιτούν τη χρήση χρωματικών αποχρώσεων, ειδικά στον ιστότοπο. Για παράδειγμα, όταν ένας χρήστης τοποθετεί το δείκτη του ποντικιού πάνω από ένα κουμπί στον ιστότοπό, η χρήση μιας αλλαγής απόχρωσης μπορεί να βοηθήσει στην επιβεβαίωση της ενέργειάς του.

Εάν είναι απαραίτητο, χρησιμοποιούμε ένα σύστημα βημάτων απόχρωσης 20%, λαμβάνοντας υπόψη την αναγνωσιμότητα. Οποιαδήποτε απόχρωση κάτω του 60% που χρησιμοποιείται ως φόντο θα απαιτεί σκούρο κείμενο.





049

# Προτεινόμενα ζεύγη

Σχεδόν όλα τα χρώματα στην κύρια παλέτα μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε συνδυασμό. Όποτε είναι δυνατόν, στοχεύουμε για ευανάγνωση με αντίθεση, ειδικά όταν ρυθμίζουμε την τυπογραφία.



050

## Συνήθη λάθη

Ο καθένας πρέπει να μπορεί να διαβάζει αυτά που γράφουμε και να βλέπει τι φτιάχνουμε. Η χρωματική αντίθεση είναι ζωτικής σημασίας για τη διασφάλιση μιας προσβάσιμης εκτέλεσης. Συνιστούμε να διατηρείτε μια ελάχιστη αναλογία αντίθεσης 4,5:1.

Σε περίπτωση αμφιβολίας, ελέγχουμε την αναλογία αντίθεσης χρησιμοποιώντας εργαλεία όπως το [contrast-ratio.com](https://contrast-ratio.com).



Μην συνδυάζετε τόνους Forest Green, Midnight Black και/ή σκούρου γκρι. Δεν υπάρχει αρκετή αντίθεση.



Μην συνδυάζετε το Fern Green και το Ember red. Οι τιμές είναι πολύ κοντά μεταξύ τους για να είναι ευανάγνωστες.



Μην χρησιμοποιείτε αποχρώσεις ως βασικά χρώματα. Θα πρέπει να προορίζονται για εφέ και δευτερεύοντες τόνους στην απεικόνιση.



Μην χρησιμοποιείτε χρώματα εκτός επωνυμίας, ειδικά σε συνδυασμό με χρώματα εγκεκριμένης επωνυμίας.



Μην αλλάζουμε ή προσαρμόζουμε τα χρώματά μας με κανέναν τρόπο. Η συνέπεια στο χρώμα είναι ζωτικής σημασίας.

05

# Τυπογραφία

Typography is the craft of endowing human language with a durable visual form."

*Robert Bringhurst*

Λίγα πράγματα επικοινωνούν πιο ξεκάθαρα την εμφάνιση και την αίσθηση μιας μάρκας από τον τρόπο που συνδυάζονται τα γράμματα, οι αριθμοί και τα σύμβολα. Πιστεύουμε ότι η τυπογραφία πρέπει να εξισορροπεί την αναγνωσιμότητα και το ενδιαφέρον.

Αυτή η ενότητα καλύπτει εγκεκριμένες γραμματοσειρές, τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούμε την τυπογραφία για να επικοινωνούμε καθαρά και μερικές χρήσιμες συμβουλές χρήσης.

ΣΕΛΙΔΑ 48

**Τυπογραφία**

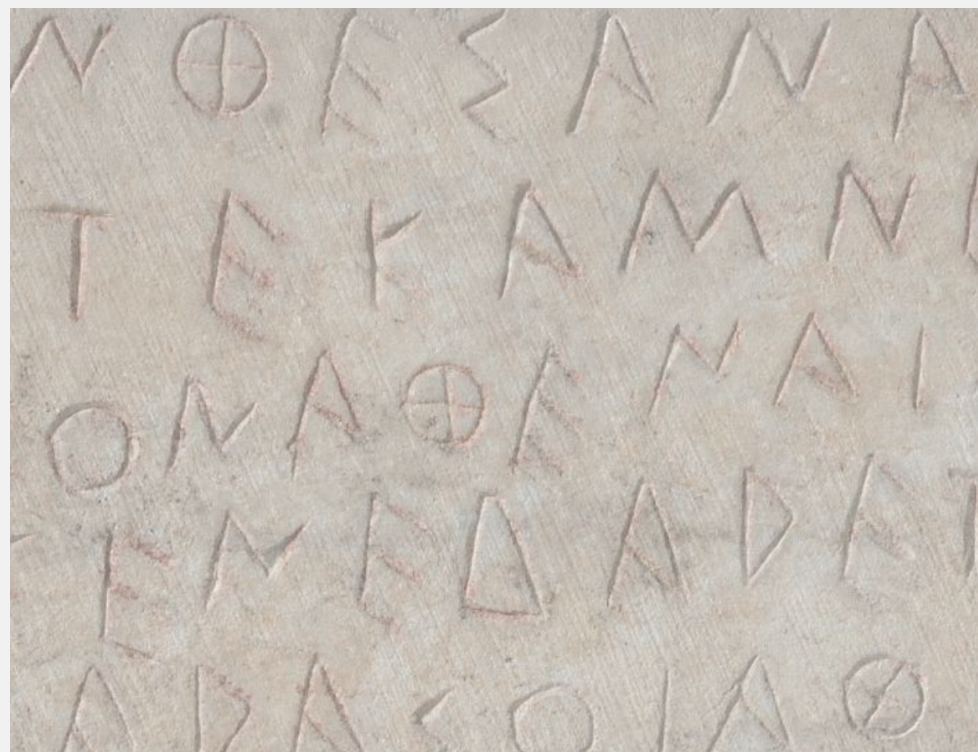
ΣΕΛΙΔΑ 49

**Βάρη**

ΣΕΛΙΔΑ 54

**Συνήθη λάθη**

# Hypatia Sans Pro.



Στο θέμα της τυπογραφίας, η κεντρική ιδέα είναι να χρησιμοποιηθεί μια γραμματοσειρά που να θυμίζει ή και να παρουσιάζει χαρακτηριστικά αντίστοιχα με επιγραφές. Σε αυτές τα γράμματα είναι ξεκάθαρα, ευανάγνωστα και επιπλέον ο χαρακτήρας τους μεταμορφώνεται διαχρονικά. Στόχος είναι να γίνει ένας νοητικός συσχετισμός στο παρελθόν και με αυτόν τον τρόπο να αναδυθεί η ιστορία.

Η Hypatia Sans του Thomas Phinney είναι ένα γεωμετρικό sans serif με ουμανιστικούς τόνους. Η Hypatia απηχεί τη βασική μορφή των γεωμετρικών σχεδίων και προσθέτει χαρακτηριστικά που προέρχονται από κλασικές παλιές γραμματοσειρές και επιγραφικά γράμματα που δίνουν στο σχέδιο μια ισορροπία μεταξύ ψυχρής γεωμετρίας και ζεστής οργανικής φόρμας. Τα γράμματα είναι εκφραστικά σε μεγαλύτερα μεγέθη και εξακολουθούν να είναι καθαρά και ευανάγνωστα σε μεγέθη

κειμένου σε σύντομες παραγράφους. Ένα ευρύ φάσμα βαρών αυξάνει την ευελιξία της οικογένειας και τα πολλά εναλλακτικά γλυφά και χαρακτηριστικά διάταξης παρέχουν μια παλέτα εκφραστικών επιλογών.

## Ιεραρχία & Βάρος

Η Hyratia είναι μια γραμματοσειρά μεταβλητού βάρους, που σημαίνει ότι μπορούμε να προσαρμόσουμε τα βάρη και τις γωνίες για να δημιουργήσουμε έναν άπειρο αριθμό βαρών. Τούτου λεχθέντος, συνήθως μένουμε μέσα σε αυτά τα τέσσερα βάρη.

Χρησιμοποιούμε την αντίθεση μεταξύ βαρέων και ελαφρύτερων βαρών για να επικοινωνήσουμε τη σχετική σημασία, αλλιώς γνωστή ως ιεραρχία, των πληροφοριών.

# Βάρη

Light

aābcçdðeéffghiîjklmñnoøpqærstuüvwxyz  
 AĀÂBCÇDEFGHIÍJKLMNOØÓÔÒPQRSTUVWXYZ  
 0123456789°(.,'" -;:;!)?&© · ° π® † ≈ ⋄™ £ ¤ ∞ § • ªº

Regular

aābcçdðeéffghiîjklmñnoøpqærstuüvwxyz  
 AĀÂBCÇDEFGHIÍJKLMNOØÓÔÒPQRSTUVWXYZ  
 0123456789°(.,'" -;:;!)?&© · ° π® † ≈ ⋄™ £ ¤ ∞ § • ªº

Semi Bold

**aābcçdðeéffghiîjklmñnoøpqærstuüvwxyz**  
**AĀÂBCÇDEFGHIÍJKLMNOØÓÔÒPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789°(.,'" -;:;!)?&© · ° π® † ≈ ⋄™ £ ¤ ∞ § • ªº**

Bold

**aābcçdðeéffghiîjklmñnoøpqærstuüvwxyz**  
**AĀÂBCÇDEFGHIÍJKLMNOØÓÔÒPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789°(.,'" -;:;!)?&© · ° π® † ≈ ⋄™ £ ¤ ∞ § • ªº**

## Ελληνικά

Light

αβγδεζηθικλμνξοπρστφχψω  
 ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΦΧΨΩ  
 0123456789°(.,'" -;:)!/?&© · ° π® † ≈ ⋄™ £ ¢ ∞ § • ªº

Regular

αβγδεζηθικλμνξοπρστφχψω  
 ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΦΧΨΩ  
 0123456789°(.,'" -;:)!/?&© · ° π® † ≈ ⋄™ £ ¢ ∞ § • ªº

Semi Bold

αβγδεζηθικλμνξοπρστφχψω  
 ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΦΧΨΩ  
 0123456789°(.,'" -;:)!/?&© · ° π® † ≈ ⋄™ £ ¢ ∞ § • ªº

Bold

αβγδεζηθικλμνξοπρστφχψω  
 ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΦΧΨΩ  
 0123456789°(.,'" -;:)!/?&© · ° π® † ≈ ⋄™ £ ¢ ∞ § • ªº

## Βάρη

## Επικεφαλίδες ιστοτόπων

Η δομή της επικεφαλίδας σε αυτήν τη σελίδα είναι σε άμεση αναφορά στον τρέχοντα σχεδιασμό του ιστοτόπου. Αυτή είναι η βασική ανάλυση των τυπικών μεγεθών επικεφαλίδων και η σχέση τους με το αντίγραφο του σώματος.

Προφανώς, υπάρχουν εξαιρέσεις, ειδικά μεταξύ διαφορετικών προτύπων σελίδων. Επίσης, το επίπεδο ή κάθε επικεφαλίδας θα πρέπει να οριστεί σύμφωνα με τις βέλτιστες πρακτικές μηχανών αναζήτησης και ανάπτυξης.

# 1. Επικεφαλίδα

### USAGE

- Page Headings
- Major Section Headings
- Emphasized Words

### SPECIFICS

Font: Inter Medium  
Size: 80px (4.44rem)  
Bottom Margin: 50px

# 2. Επικεφαλίδα

### USAGE

- Section Headings
- Blog Body Headings
- Product Headings

### SPECIFICS

Font: Inter Semi-Bold  
Size: 52px (2.89rem)  
Bottom Margin: 30px

# 3. Επικεφαλίδα

### USAGE

- Sub Headings
- Call To Action Headings
- Blog Sub Headings

### SPECIFICS

Font: Inter Semi-Bold  
Size: 34px (1.89rem)  
Bottom Margin: 30px

# 4. Επικεφαλίδα

### USAGE

- Minor Headings
- Table Labels
- Sub-Sub Headings

### SPECIFICS

Font: Inter Bold, Uppercase  
Size: 18px (1rem)  
Bottom Margin: 20px

## Κείμενο

Το μέγεθος του ριζικού σώματος κειμένου, το πλάτος γραμμής, το ύψος γραμμής και η παρακολούθηση έχουν ρυθμιστεί ώστε να βελτιώνουν την ορατότητα και την αναγνωσιμότητα σε όλες τις οθόνες.

Σε αυτήν τη σελίδα περιγράφονται επίσης ορισμένες τυπογραφικές καταστάσεις που αφορούν τον ψηφιακό τύπο, όπως εισαγωγικά και σύνδεσμοι κειμένου.

### ΠΑΡΑΓΡΑΦΟΣ

Weight: Inter Light  
Size: 18px  
Line Height: 26px  
Color: Grey  
Bottom Margin: 16px

### BLOCK QUOTE

Size: 30px  
Line Height: 36px  
Margins: 20px, 0  
Padding: 0, 0, 0, 40px  
Border (Left): 3px

### LINKS

Weight: Inter Medium  
Color: Green  
Underlined

Max Width: 700px

Omnimus cuscilit que ea volesto et, sitatur minum rae. Et expel inctae rerum ea que omnima consedit maio conet, venimaximi, corepel iquunt volorpos quam, si quos intiusciate sitas millabo reicita tiissimus explantecab imet doluptati delit, sequiandit, aperfernam, officiisti dolorerate rerchil eaquassequid ut dolendit aciet officiatur am debis sum simporem nit, ut ut fuga. At fugit dent, suntur, consenim ad undae. Necta cus quodior iandund andionsed ut remque sinctotatur amus.

**Aximo quis veni dolupta spiet, sit harunto eum illor arumquas et aut pliquae necum liquam quam fugit quam enecus, sundiam, odit laboreptas qui aci cus, omnia qui doluptam in coreribus ellaccus.**

Dolut venis pre aboreri berions edicius doluptat rehendi omnihicitas quasperum ex esed magnatur magniet acerio con re doluptate sum iume vendi que repudae ctibus dero occae venim si ilique eum numet accae delestrume officia inti

## Met prepudi piderovid estio magnat adit offictet as aut dolori acerspedis

Dolorro videnis poresequi doluptat liasita tincium debit, seque landae ligenda musdae verum haria doluptassi sendera velliquas dolla quatur, ut et postisquasin necuscipsam volesci mendae et inctem eos sundi reptaquia porepudio inctem quatio molectasped molorpos esci.

Quatia dolum alique es asped es aliquam, qui ducimus andunte volorendam ressitempos corrum ratur? Harita sequam inctotote volupisit veni doloriam dolut a por ad ut lam non pliquam eum ad quodit explique



## Κείμενο

Το μέγεθος του ριζικού σώματος κειμένου, το πλάτος γραμμής, το ύψος γραμμής και η παρακολούθηση έχουν ρυθμιστεί ώστε να βελτιώνουν την ορατότητα και την αναγνωσιμότητα σε όλες τις οθόνες.

Σε αυτήν τη σελίδα περιγράφονται επίσης ορισμένες τυπογραφικές καταστάσεις που αφορούν τον ψηφιακό τύπο, όπως εισαγωγικά και σύνδεσμοι κειμένου.

### PARAGRAPH

Weight: Inter Light  
Size: 18px  
Line Height: 26px  
Color: Grey  
Bottom Margin: 16px

### STRONG OR BOLD

Weight: Inter Medium

### BLOCK QUOTE

Size: 30px  
Line Height: 36px  
Margins: 20px, 0  
Padding: 0, 0, 0, 40px  
Border (Left): 3px

### TEXT LINKS

Weight: Inter Medium  
Color: Green  
Underlined

Max Width: 700px

Στην Πρώιμη Γεωμετρική περίοδο (900–850 π.Χ.), το ύψος των αγγείων είχε αυξηθεί, ενώ η διακόσμηση περιορίζεται γύρω από το λαιμό μέχρι το μέσο του σώματος του αγγείου. Η υπόλοιπη επιφάνεια καλύπτεται από ένα λεπτό στρώμα πηλού, το οποίο κατά το ψήσιμο παίρνει ένα σκούρο, γυαλιστερό, μεταλλικό χρώμα. Ήταν η περίοδος που το διακοσμητικό θέμα του μαιάνδρου προστέθηκε στο σχέδιο κεραμικής, το πιο χαρακτηριστικό στοιχείο της γεωμετρικής τέχνης. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, ξεκίνησε ένα ευρύτερο ρεπερτόριο σχημάτων αγγείων. Συγκεκριμένα, αμφορείς χρησιμοποιήθηκαν για τη συγκράτηση τέφρας αποτέφρωσης. Οι αμφορείς έφεραν λαβές στον «λαιμό/ώμο» για τα αρσενικά, ενώ λαβές στην «κοιλιά» του αγγείου για τις γυναίκες.

Το γεωμετρικό στυλ, από το 900 έως το 700 π.Χ., εισάγει πολλά σχέδια. Είναι ως επί το πλείστον ευθύγραμμα και μερικά παραμένουν κοινά για αιώνες. Ο μαιάνδρος είναι το πιο χαρακτηριστικό σχέδιο. Το Geometric εισάγει επίσης ανθρώπινες και ημι-ανθρώπινες φιγούρες, πρώτα μεμονωμένες, μετά σε ομάδες που κάνουν αφηγήσεις με νόημα. Τα γράμματα μπορούν πλέον να εγγραφούν ή να ζωγραφιστούν στην επιφάνεια. Η εισαγωγή της αφήγησης και των αλφαβητικών επιγραφών δείχνει ότι οι Έλληνες έρχονταν σε επαφή με πιο προηγμένους πολιτισμούς της Εγγύς Ανατολής, καθώς μπορούσαν να έμαθαν και. Η αφήγηση γίνεται το σήμα κατατεθέν της λεπτής μορφοποιημένης κεραμικής, ιδιαίτερα της Αθήνας. Η γραφή γίνεται συνηθισμένη, για διάφορους σκοπούς, αλλά σπάνια χρησιμοποιείται ως λεζάντα για τον προσδιορισμό του περιεχομένου της εικόνας.

# Συνήθη λάθη

Σημείωση: Αυτή δεν είναι μια ολοκληρωμένη λίστα σφαλμάτων. Είναι απλώς το πιο συνηθισμένα.

## Oh, Goodness, No...

Omnimus cuscilit que ea volesto et, sitatur minum rae. Et expel inctae rerum ea que omnima consedit maio

Μην χρησιμοποιείτε μη εξουσιοδοτημένες γραμματοσειρές ή γραμματοσειρές. Η μόνη εξαίρεση είναι τα στυλιζαρισμένα εμπορεύματα ή οι εικονογραφήσεις κατά περίπτωση.

## No t good, nope.

Omnimus cuscilit que ea volesto et, sitatur minum rae. Et expel inctae rerum ea que omnima consedit maio conet, venimaximi, corepel, iquunt volorpos quam, si, quos intiusciate sitas millabo reicita trissimus

Συνεχίστε να παρακολουθείτε, να μαρκάρετε και να οδηγείτε λογικά και ευανάγνωστα. Μην απομακρυνθείτε από τα παραδείγματα σε αυτόν τον οδηγό.

## Not For Us

Omnimus cuscilit que ea volesto et, sitatur minum rae. Et expel inctae rerum ea que omnima consedit

Μην χρησιμοποιείτε κεντραρισμένη ή πλήρως αιτιολογημένη στοίχιση για κείμενο πολλών γραμμών. Δεν υπάρχουν εξαιρέσεις.

# Help me

Μην τεντώνετε, στριμώνχετε ή με άλλο τρόπο παραμορφώνετε την τυπογραφία. Χρησιμοποιήστε αντί αυτού το κατάλληλο βάρος.

## Too Much Stroke

Omnimus cuscilit que ea volesto et, sitatur minum rae. Et expel inctae

Μην χρησιμοποιείτε εγκεφαλικό επεισόδιο ή περίγραμμα στην τυπογραφία. Επίσης, αποφύγετε τη χρήση σκιάς στην τυπογραφία με κάθε κόστος.

## I'm Falling!

Omnimus cuscilit que ea volesto et, sitatur minum rae. Et expel inctae

Μην χρησιμοποιείτε την τυπογραφία σε άλλη γωνία εκτός από 0° ή 90°. Η τυπογραφία μας θα πρέπει πάντα να διαβάζεται αν είναι 90°.

# Συνήθη λάθη

Σημείωση: Αυτή δεν είναι μια ολοκληρωμένη λίστα σφαλμάτων. Είναι απλώς το πιο συνηθισμένα.

## Θεέ μου, όχι...

Το γεωμετρικό στυλ, από το 900 έως το 700 π.Χ., εισάγει πολλά σχέδια. Είναι ως επί το πλείστον ευθύγραμμα και μερικά παραμένουν κοινά για αιώνες.

Μην χρησιμοποιείτε μη εξουσιοδοτημένες γραμματοσειρές ή γραμματοσειρές. Η μόνη εξαίρεση είναι τα στυλιζαρισμένα εμπορεύματα ή οι εικονογραφήσεις κατά περίπτωση.

## Όχι καλό, όχι

Το γεωμετρικό στυλ, από το 900 έως το 700 π.Χ., εισάγει πολλά σχέδια. Είναι ως επί το πλείστον ευθύγραμμα και μερικά παραμένουν κοινά για αιώνες.

Συνεχίστε να παρακολουθείτε, να μαρκάρετε και να οδηγείτε λογικά και ευανάγνωστα. Μην απομακρυνθείτε από τα παραδείγματα σε αυτόν τον οδηγό.

## Όχι για εμάς

Το γεωμετρικό στυλ, από το 900 έως το 700 π.Χ., εισάγει πολλά σχέδια. Είναι ως επί το πλείστον ευθύγραμμα και μερικά παραμένουν κοινά για αιώνες.

Μην χρησιμοποιείτε κεντραρισμένη ή πλήρως αιτιολογημένη στοίχιση για κείμενο πολλών γραμμών. Δεν υπάρχουν εξαιρέσεις.

## Βοήθησέ με

Μην τεντώνετε, στριμώνετε ή με άλλο τρόπο παραμορφώνετε την τυπογραφία. Χρησιμοποιήστε αντί αυτού το κατάλληλο βάρος.

## πολύ περίγραμμα

Omnimus cuscilit que ea volesto et, sitatur  
minum rae. Et expel inctae

Μην χρησιμοποιείτε εγκεφαλικό επεισόδιο ή περίγραμμα στην τυπογραφία. Επίσης, αποφύγετε τη χρήση σκιάς στην τυπογραφία με κάθε κόστος.

## Πέφτω!

Το γεωμετρικό στυλ, από το 900 έως το 700 π.Χ., εισάγει πολλά σχέδια. Είναι ως επί το πλείστον ευθύγραμμα και μερικά παραμένουν κοινά για αιώνες.

Μην χρησιμοποιείτε την τυπογραφία σε άλλη γωνία εκτός από 0° ή 90°. Η τυπογραφία μας θα πρέπει πάντα να διαβάζεται αν είναι 90°.

06

# Οπτικό Στυλ

Συστατικά για διατάξεις και σύνθεσεις επί της επωνυμίας

Ενώ η συνέπεια της επωνυμίας βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη χρήση του λογότυπου, στο χρώμα και στην τυπογραφία, αναγνωρίζουμε ότι αυτά δεν είναι τα μόνα στοιχεία σε ένα σύστημα σχεδιασμού ταυτότητας επωνυμίας.

Αυτή η ενότητα περιέχει οδηγίες σχετικά με τη χρήση του πλέγματος και αναφορές σε εγκεκριμένα οπτικά στοιχεία όπως εικονίδια, εικόνες, μοτίβα, πλαίσια και άλλα.

ΣΕΛΙΔΑ 57

**Πλέγμα**

ΣΕΛΙΔΑ 59

**Φόρμες**

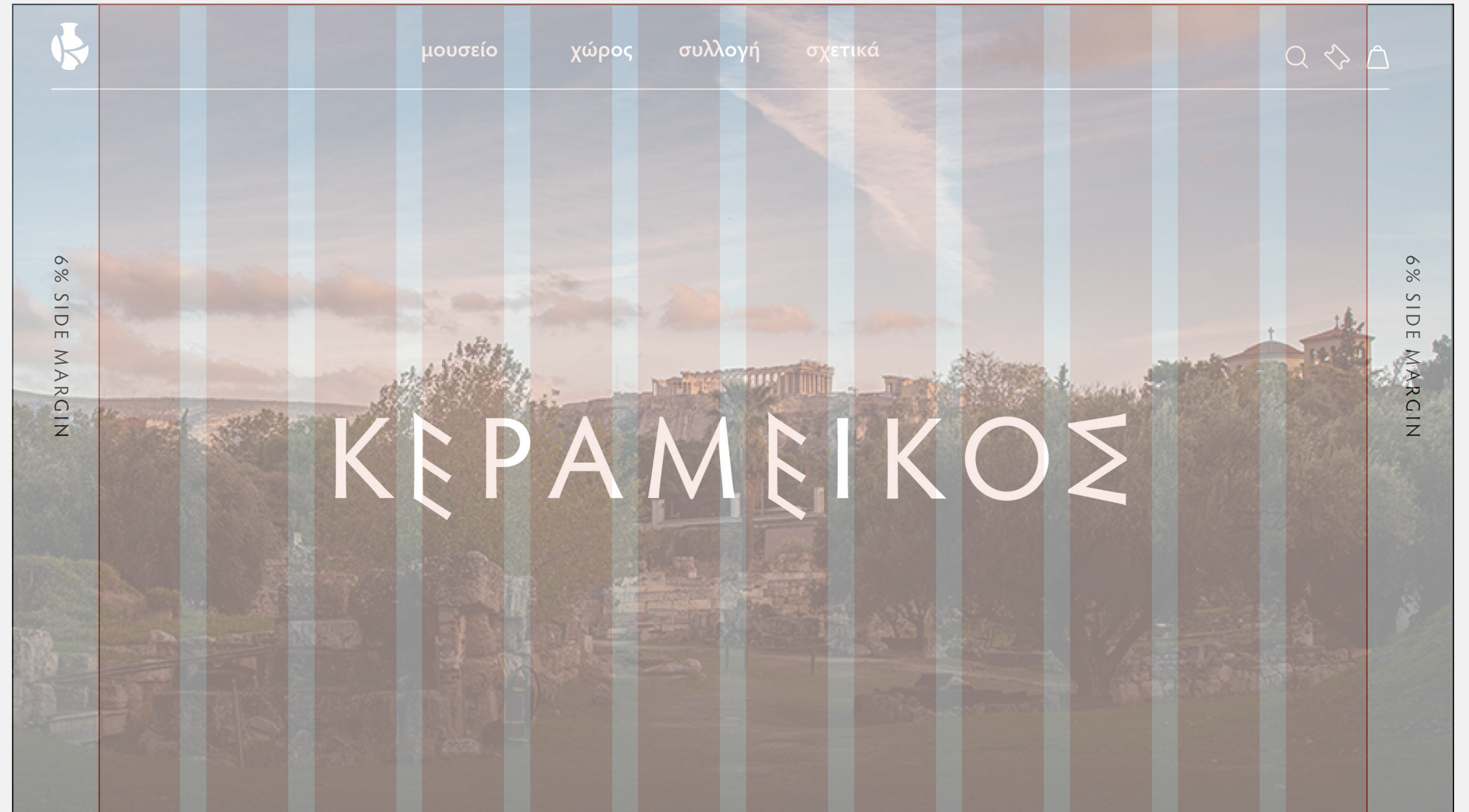
061

## Website

Προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η συμβατότητα σε όλες τις συσκευές και να διασφαλιστεί η ευελιξία της διάταξης, το πλέγμα του ιστότοπου είναι συμμετρικό και κεντραρισμένο στο πρόγραμμα περιήγησης.

Στην έκδοση επιτραπέζιου υπολογιστή του πλέγματος, υπάρχουν 12 πλήρεις στήλες. Ο αριθμός των στηλών μειώνεται καθώς το παράθυρο του προγράμματος περιήγησης μειώνεται, έως ότου τελικά καταλήξουμε σε διάταξη μιας στήλης σε κινητές συσκευές.

Τα πλάτη των υδρορροών και τα πλευρικά περιθώρια υπολογίζονται ως ποσοστό του μεγέθους του παραθύρου του χρήστη και ποικίλλουν ανάλογα με την ποσότητα της στήλης. Δεν υπάρχουν περιθώρια πάνω και κάτω.



062

## Website

Προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η συμβατότητα σε όλες τις συσκευές και να διασφαλιστεί η ευελιξία της διάταξης, το πλέγμα του ιστότοπου είναι συμμετρικό και κεντραρισμένο στο πρόγραμμα περιήγησης.

Στην έκδοση επιτραπέζιου υπολογιστή του πλέγματος, υπάρχουν 12 πλήρεις στήλες. Ο αριθμός των στηλών μειώνεται καθώς το παράθυρο του προγράμματος περιήγησης μειώνεται, έως ότου τελικά καταλήξουμε σε διάταξη μιας στήλης σε κινητές συσκευές.

Τα πλάτη των υδρορροών και τα πλευρικά περιθώρια υπολογίζονται ως ποσοστό του μεγέθους του παραθύρου του χρήστη και ποικίλλουν ανάλογα με την ποσότητα της στήλης. Δεν υπάρχουν περιθώρια πάνω και κάτω.

6% SIDE MARGIN

# Σχετικά

Ώρες λειτουργίας	10:00 – 18:00
Γενική Είσοδος	10€ μειωμένο 5€



6% SIDE MARGIN

### Εκπαίδευση

Προγράμματα και δράσεις

---

### Shop



### Αρχείο

the Museum shop



### Έρευνα

Προγράμματα και τελευταίες μελέτες

---

### Εκδηλώσεις

Παρουσιάσεις και διαλέξεις

### Εκθέσεις




063

## Φόρμες

Αντλώντας έμπνευση από το σχήμα του εικονιδίου του λογότυπου, πολλά τυπικά και αφηρημένα γεωμετρικά σχήματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε γραφικές συνθέσεις με διάφορους τρόπους.

Χρησιμοποιούμε τα σχήματα σε αυτήν τη σελίδα ως έμπνευση για να δημιουργήσουμε νέα στοιχεία.

Όποτε είναι δυνατόν, αποφεύγουμε τη χρήση κυρτών σχημάτων υπέρ των ευθειών γραμμών και των γεωμετρικών γωνιών.



### ΑΦΗΡΗΜΕΝΑ ΠΟΛΥΓΩΝΑ

Τα παραπάνω σχήματα αντλούνται απευθείας από το εικονίδιο με το λογότυπό μας και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως στοιχεία μοτίβου, πλαίσια και πολλά άλλα γραφικά στοιχεία.



### ΤΥΠΙΚΑ ΣΧΗΜΑΤΑ

Ενώ το σχεδιαστικό μας μοτίβο είναι συνήθως πολύ μίνιμαλ, η χρήση ορισμένων τυπικών σχημάτων ως γραφικών στοιχείων ή ομαδοποιημένων σε μοτίβα μπορεί να βελτιώσει τη διάταξη.

064

## Patterns

Έχουμε αναπτύξει τέσσερα στυλ μοτίβων που είναι εγκεκριμένα για χρήση ως φόντο, σε υλικά εκτύπωσης και σε συσκευασίες.





07

# Φωτογραφία

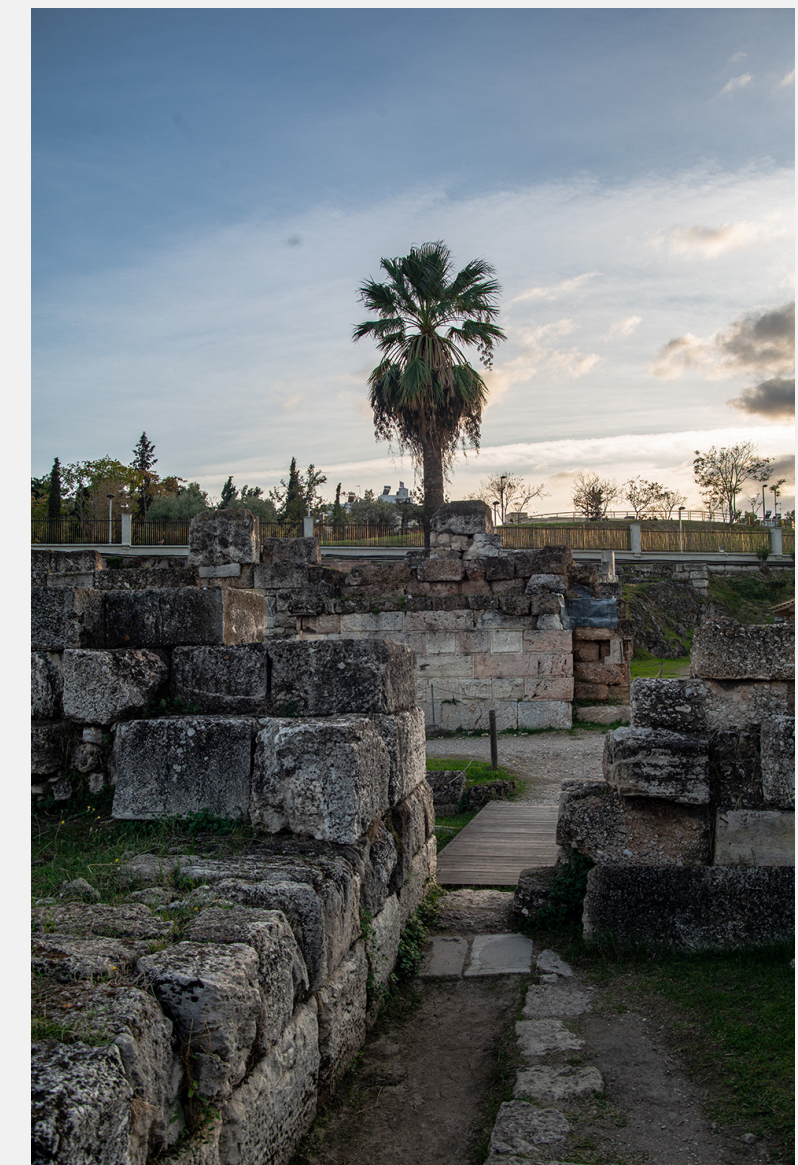
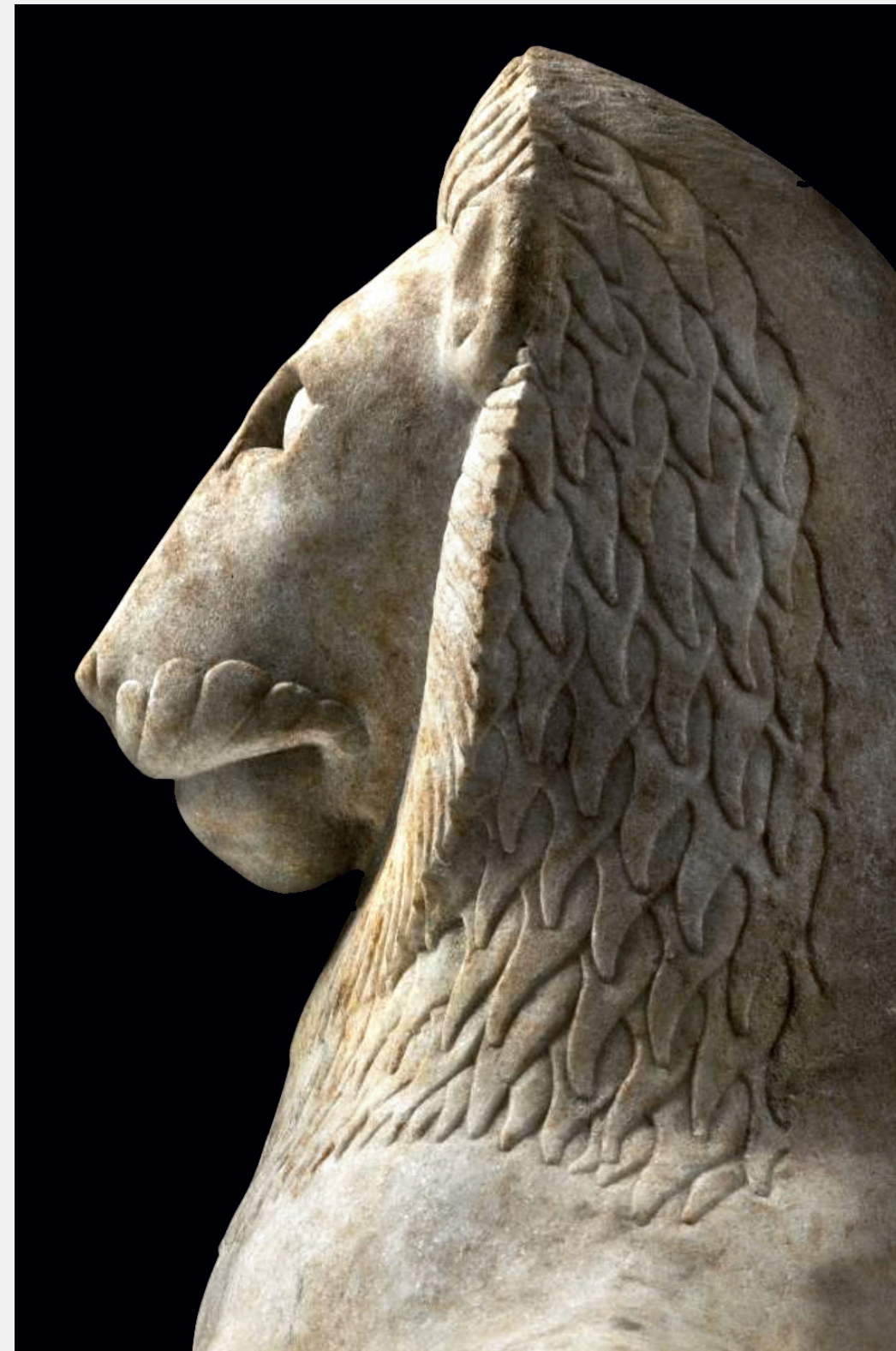
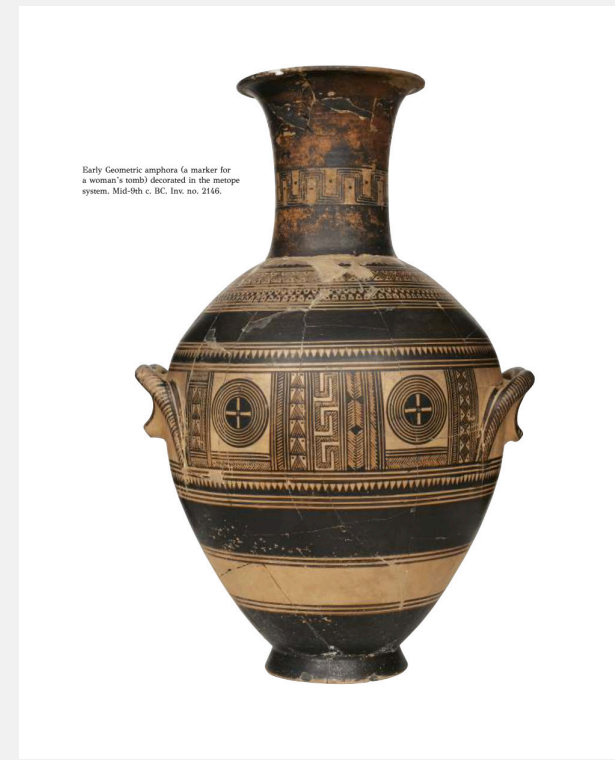
Φωτογραφίες:  
αξίας άνω των  
1.000 λέξεων.

Μια υπέροχη φωτογραφία μπορεί να αλλάξει ολόκληρη την πορεία του μηνύματος. Με άλλα λόγια, η φωτογραφία είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία της επωνυμίας και θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ουσιαστικό μέρος των εκτελέσεων του brand identity.

Σε αυτήν την ενότητα, παρουσιάζεται η φωτογραφική σύνθεση, το περιεχόμενο, ο τόνος και η χρήση. Η τυποποίηση αυτών των πτυχών της φωτογραφίας θα εξασφαλίσει μια συνεπή εμφάνιση και αίσθηση σε ολόκληρη τη βιβλιοθήκη εικόνων.

ΣΕΛΙΔΑ 62

**Παραδείγματα**



# Προώθηση

Nobody reads ads  
people read what  
interests them,  
sometimes its an ad.

Το Μουσείο του Κεραμεικού στοχεύει στην προώθηση του διαλόγου και της κατανόησης της Ιστορίας. Η συλλογή του Μουσείου επιτρέπει στους ανθρώπους από ολόκληρο τον κόσμο να γνωρίσουν και να μάθουν, έναν άλλον τρόπο σκέψης καθώς ένα μέρος του πολιτισμού και του παρελθόντος. Η συλλογή εκτείνεται από την προϊστορική περίοδο της ελληνικής ιστορίας μέχρι την ύστερη Ρωμαϊκή και Βυζαντινή εποχή. Το Μουσείο είναι ένας ιδιαίτερος πόρος λόγω του εύρους της συλλογής του. Επιπλέον βρίσκεται μέσα στον αρχαιολογικό χώρο, δίνοντας στον επισκέπτη την εικόνα του χώρου και του περιεχομένου.

ΣΕΛΙΔΑ 64

**Αφίσες**

ΣΕΛΙΔΑ 71

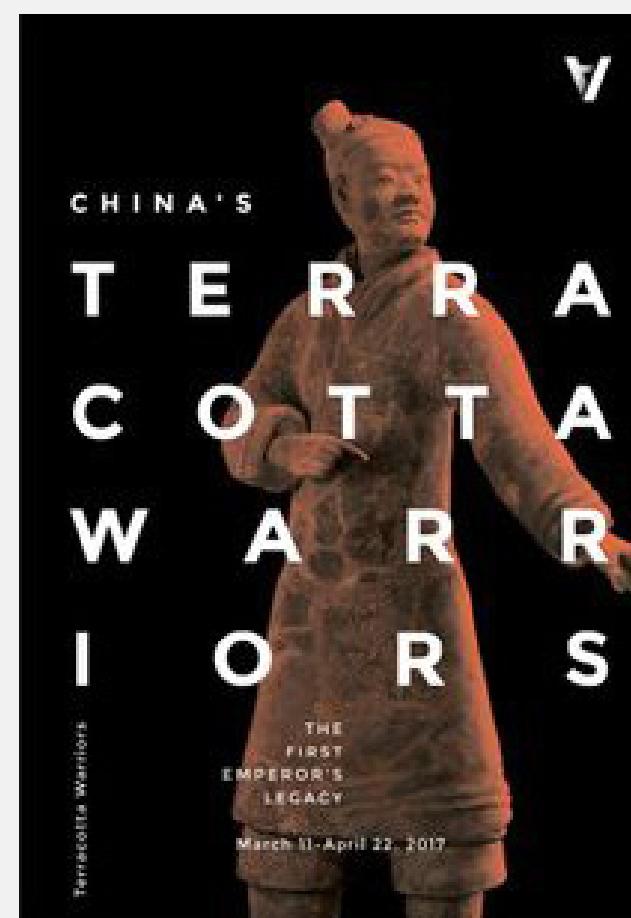
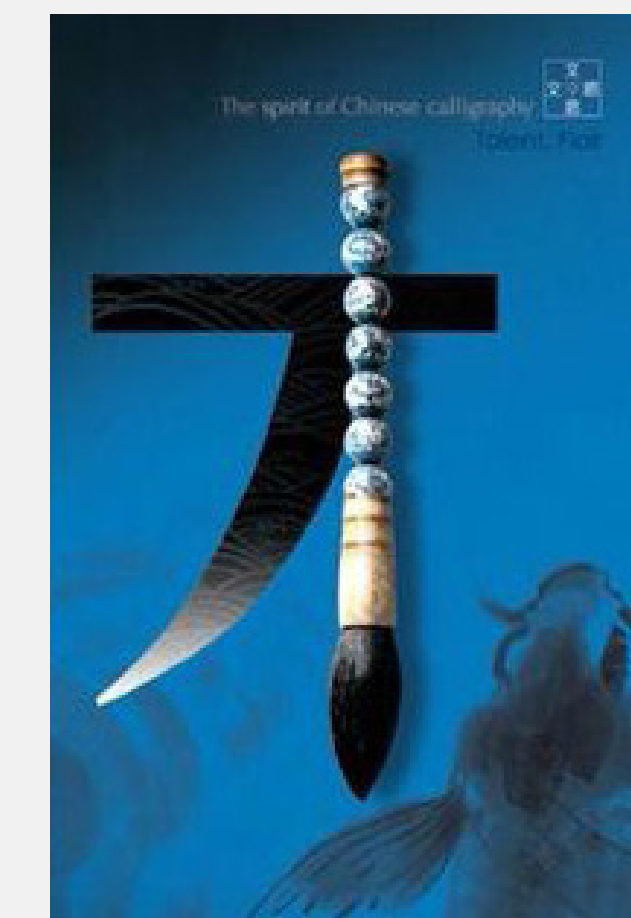
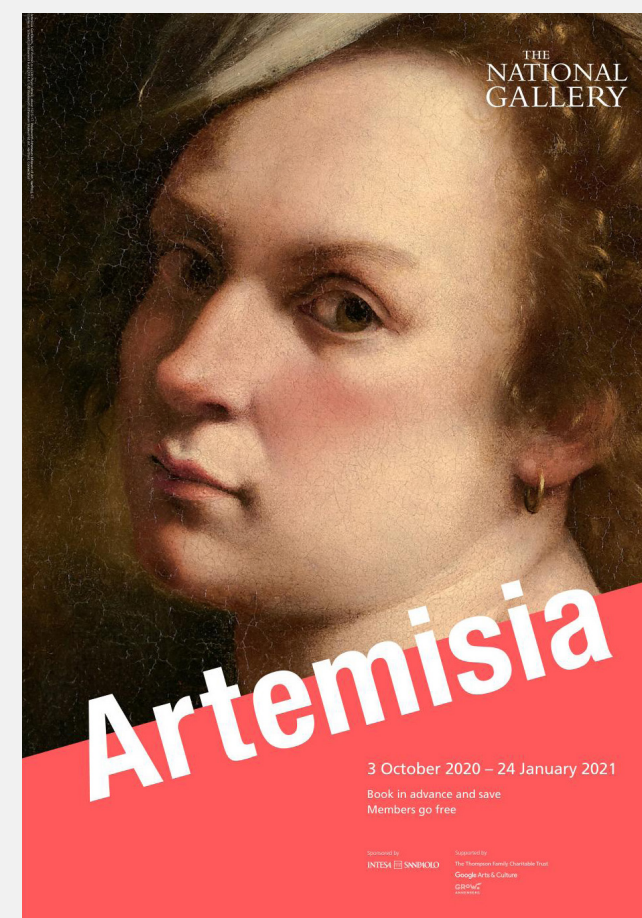
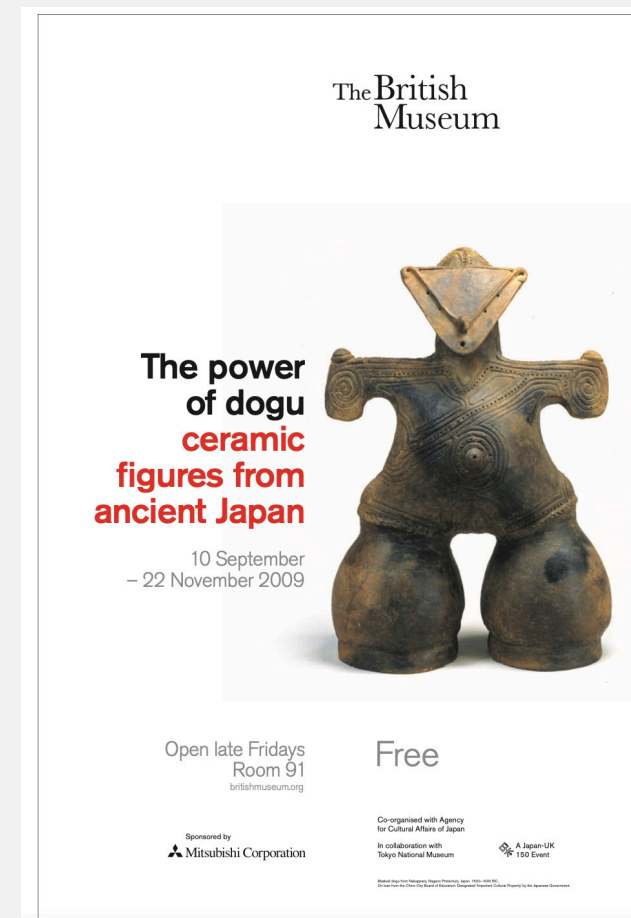
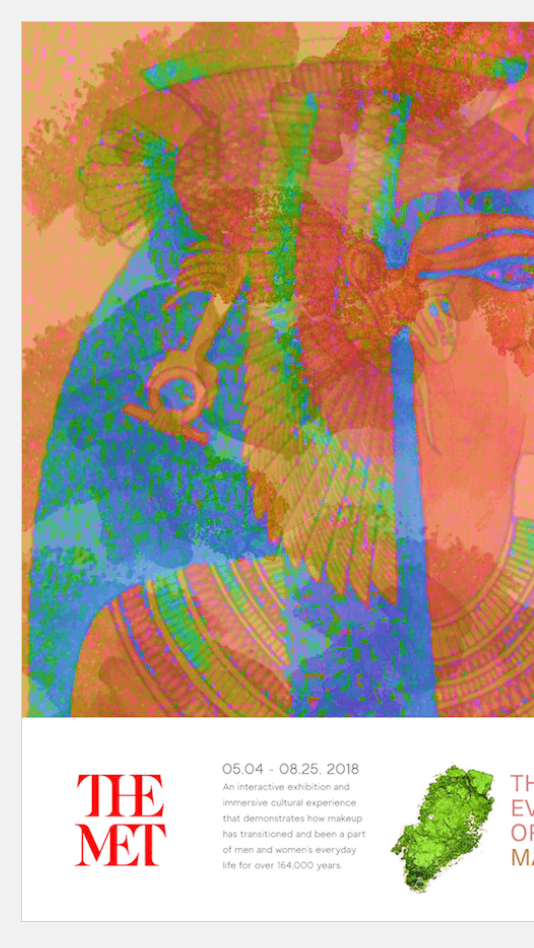
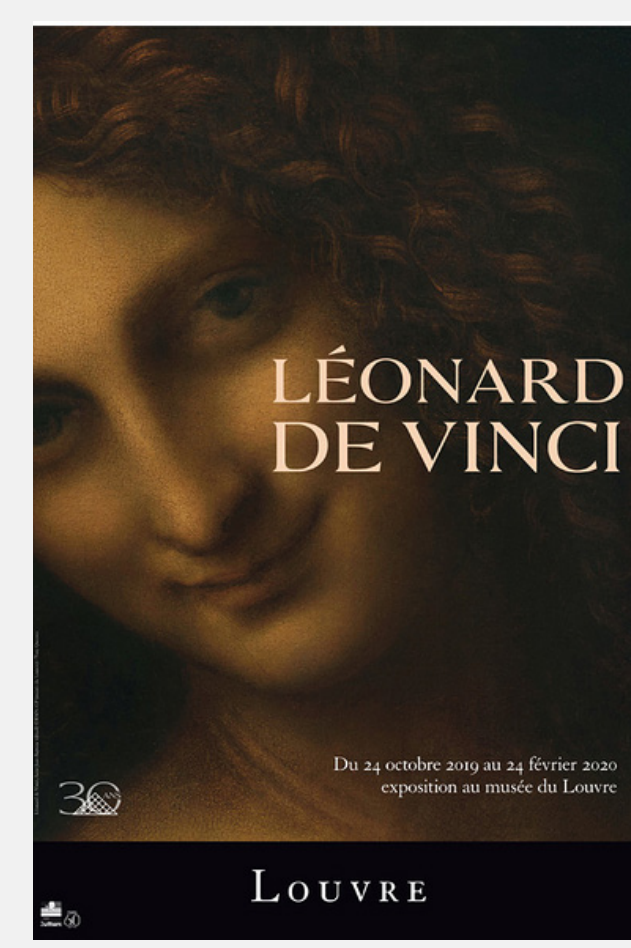
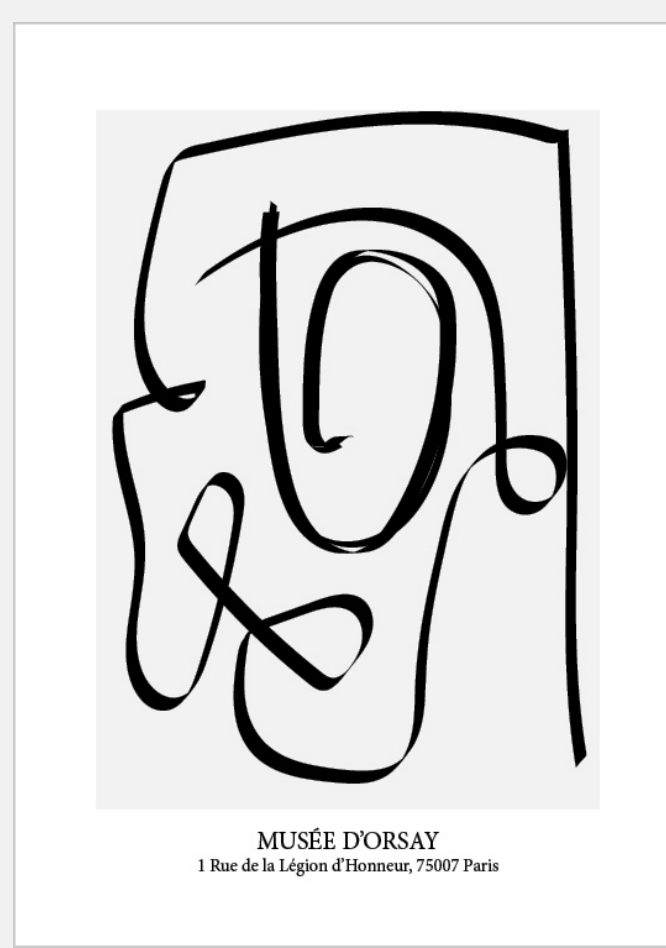
**Φυλλάδια**

ΣΕΛΙΔΑ 74

**Παραδείγματα**

# Αφίσες

Ενδεικτικές αφίσες από μουσεία όπως Musée d'Orsay, the British Museum, Louvre, MET, National Gallery και άλλα. Η ανάγνωση και ανάλυση αφισών μας βοηθάει στην έφευρεση ιδεών. Τα παραδείγματα παρουσιάζουν ποικίλους τρόπους σχεδίασης και ιεράρχησης πληροφοριών. Ο σχεδιασμός μπορεί να είναι συντηρικός μέχρι πειραματικός. Όμως όλες οι αφίσες έχουν σκοπό την προώθηση της τέχνης και του πολιτισμού. Μάλιστα πολλές φορές η αισθητική και ο σχεδιασμός υποδηλώνουν το είδος του περιεχομένου.

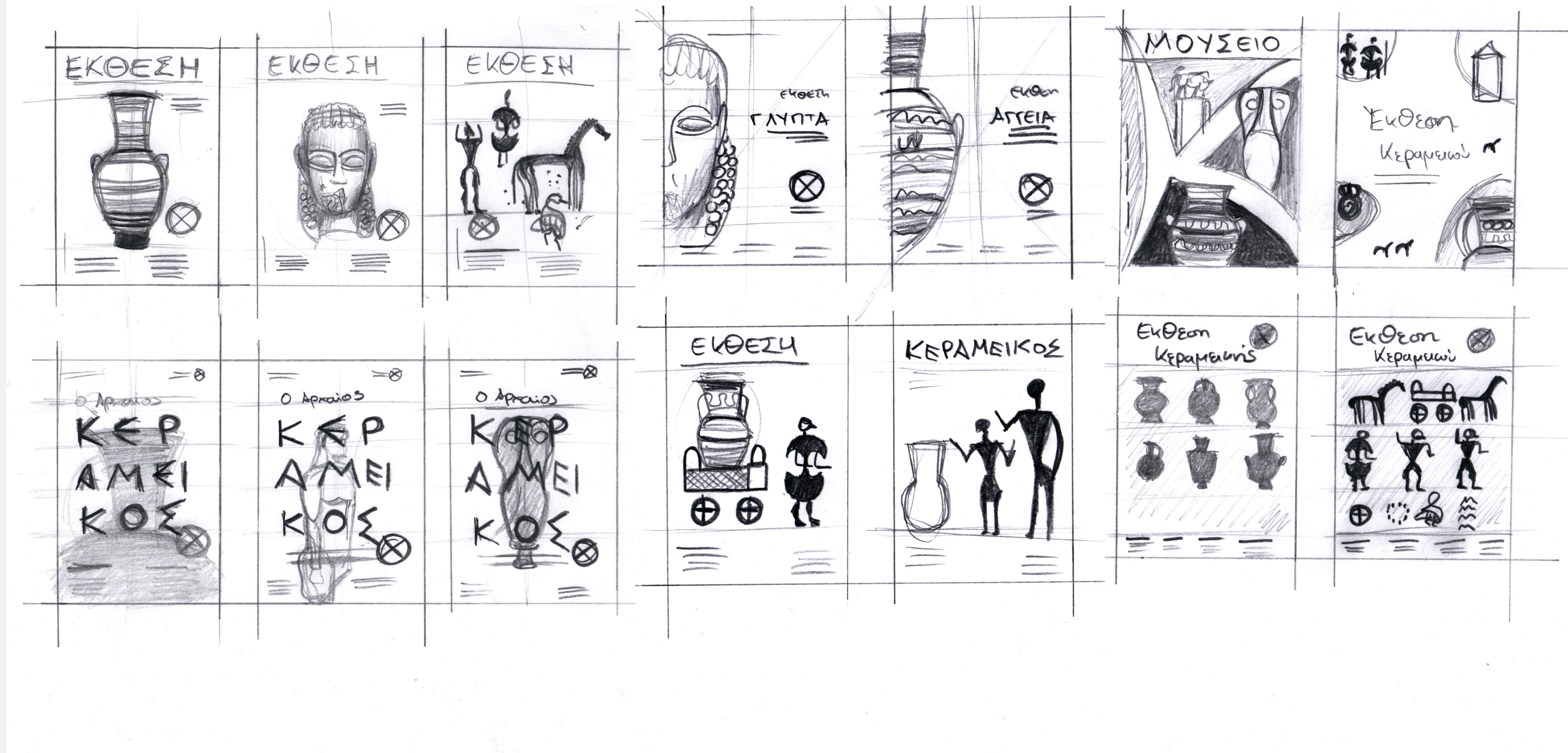


## Προσχέδια

Η οπτική γλώσσα του βασίζεται σε ένα σύστημα που έχει σχεδιαστεί για να αναπαριστά οπτικά το περιεχόμενο του Κεραμεικού. Αντανακλά και ενισχύει τις αξίες και τον βασικό σκοπό του Μουσείου.

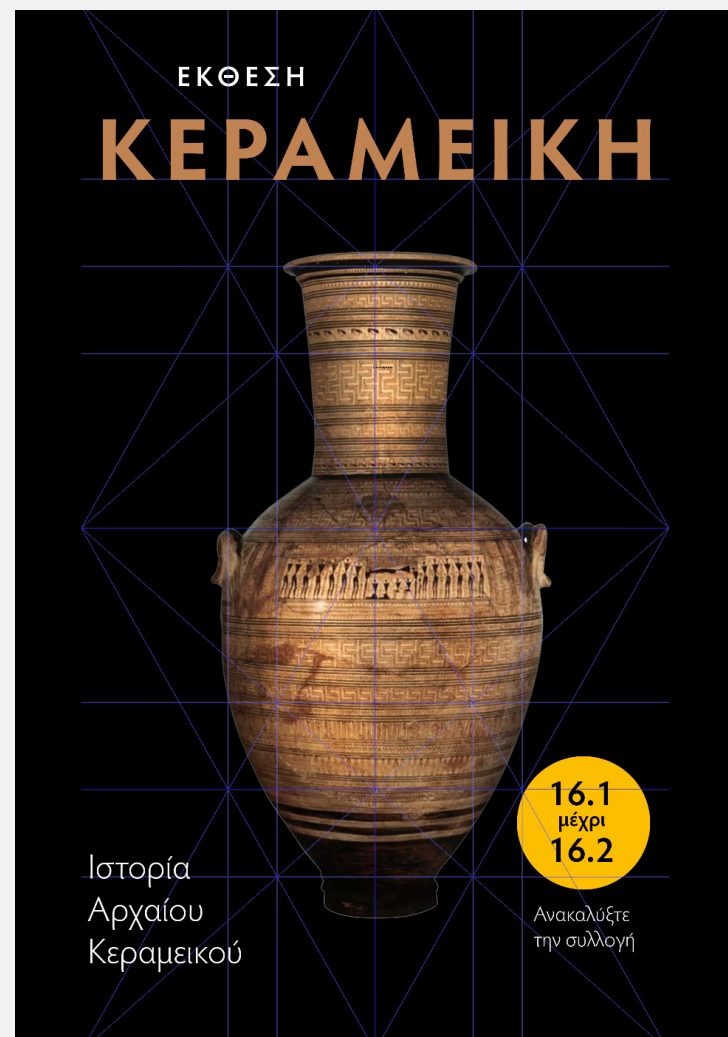
Η επιλογή και η χρήση εικόνων από αντικείμενα της συλλογής του Μουσείου είναι το πιο σημαντικό στοιχείο του σχεδιασμού. Η επιλογή του σωστού αντικείμενου είναι κρίσιμη για την αντοχή του σχεδίου και χρησιμοποιούνται διαφορετικά αντικείμενα για τη διάκριση διαφορετικών προσφερόμενων δραστηριοτήτων. Το σύστημα σχεδιασμού έχει δημιουργηθεί για να σέβεται και να προστατεύει πάντα τα αντικείμενα διασφαλίζοντας την αξία τους.

Δίπλα παρουσιάζονται πρώτα προσχέδια με διάφορες σχεδιαστικές ιδέες ως προς την οπτικοποίηση ενδεικτικού περιεχομένου του Μουσείου. Στην επόμενη σελίδα ακολουθούν οι περαιτέρω προτάσεις.



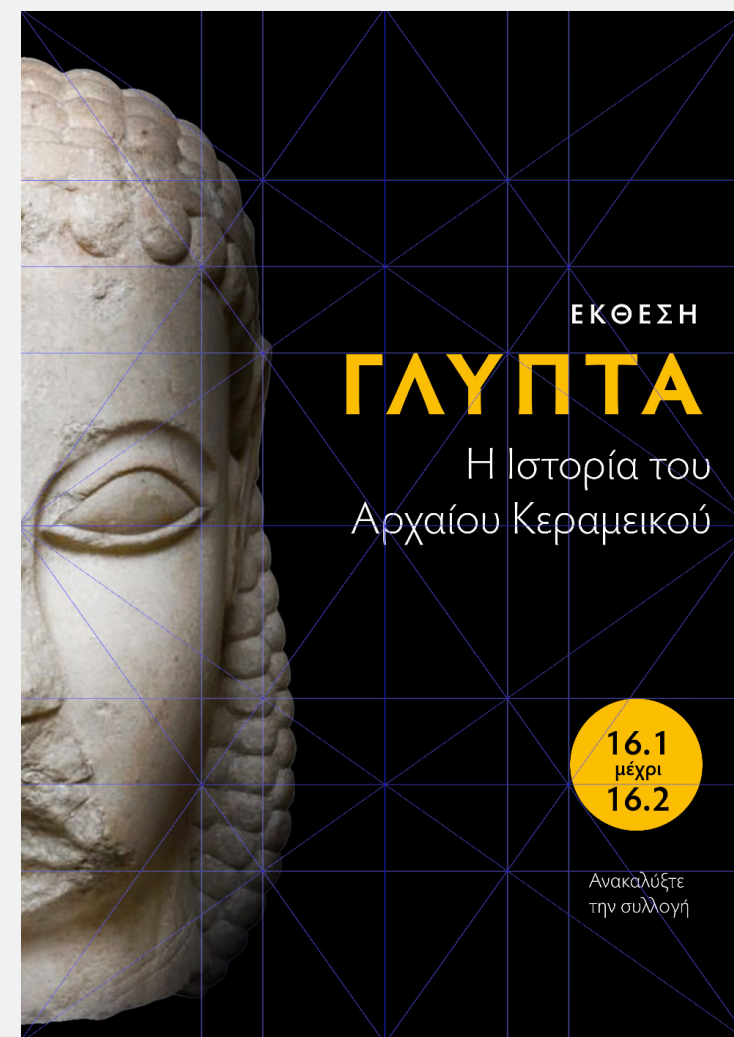
## Προτάσεις

070



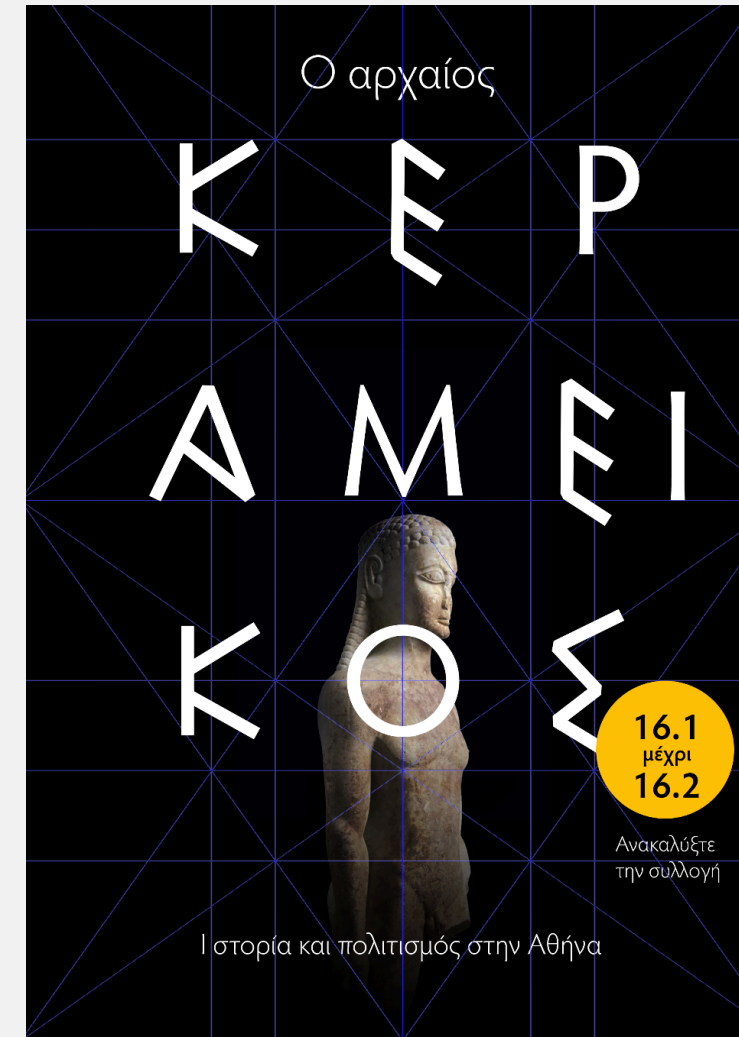
### Ιδέα 1

Κλασική σειρά αφίσας με το αντίστοιχο θέμα στο επίκεντρο. Ο τίτλος τοποθετείται από πάνω και αναλόγως οι περαιτέρω πληροφορίες από κάτω.



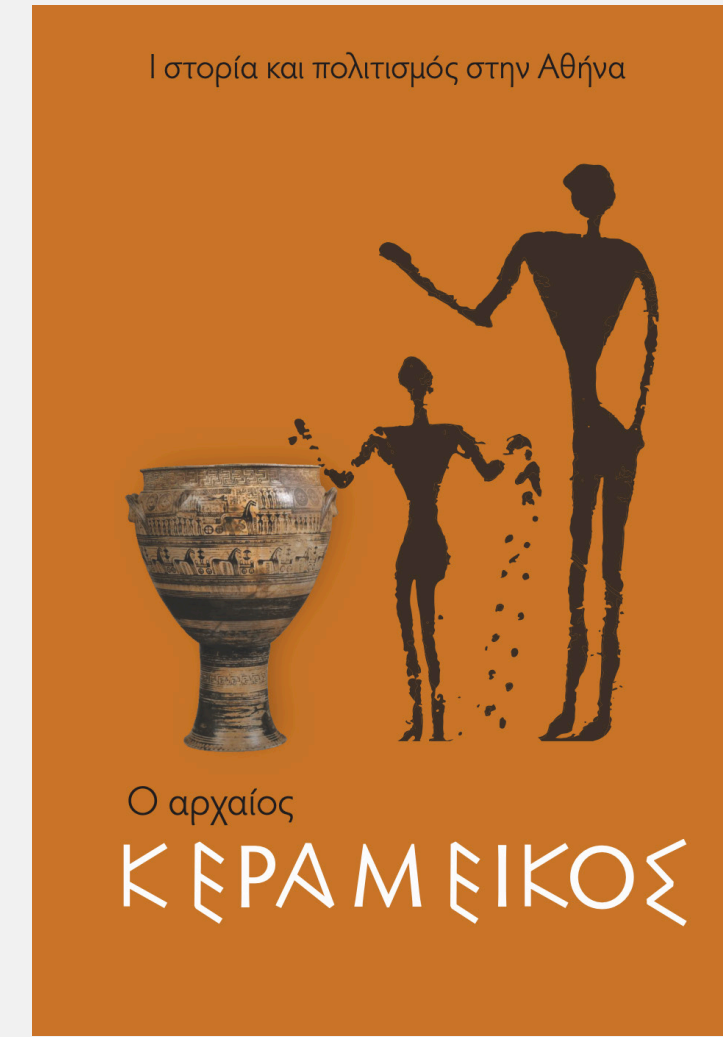
### Ιδέα 2

Σχεδιασμός σειρά αφίσας με βάση τον κανόνα της χρυσής τομής (golden ratio composite grid). Η φωτογραφία τοποθετημένη στον 1/3 του χώρου δίνει έμφαση και δυναμισμό στο θέμα. Δίπλα αναφέρονται οι λεπτομέρειες.



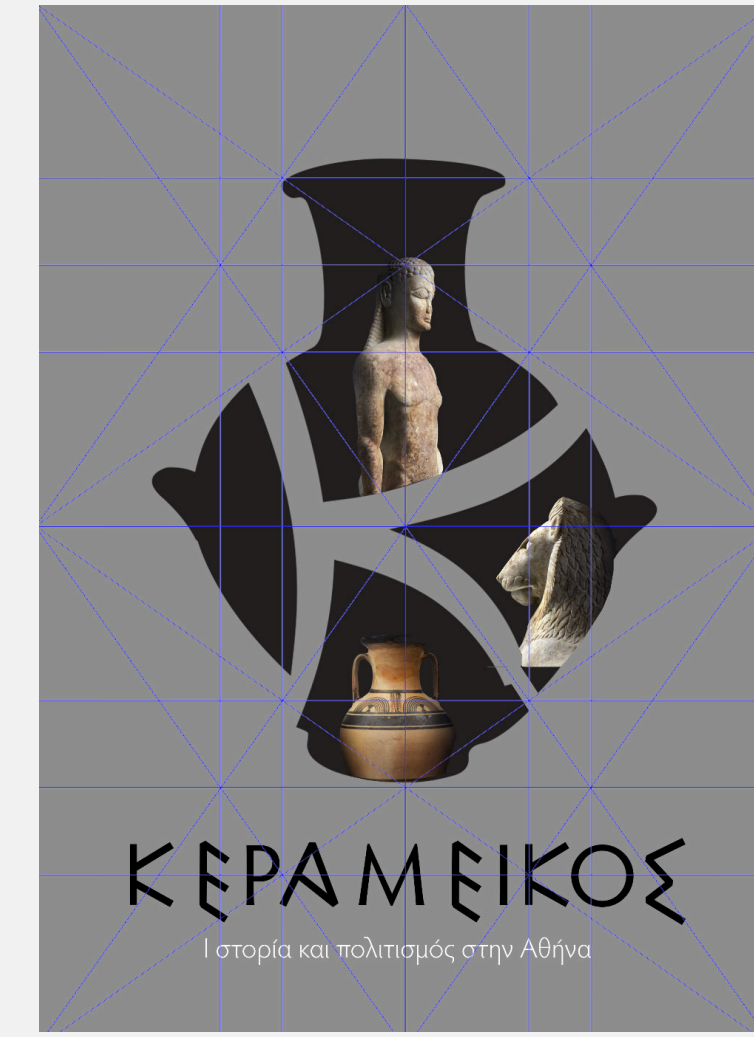
### Ιδέα 3

Σχεδιασμός σειρά αφίσας με βάση τον κανόνα της χρυσής τομής (golden ratio composite grid). Κύριος τίτλος ο Κεραμεικός, με κεφαλαία όπως στις αρχαίες επιγραφές.



### Ιδέα 4

Οπτική σύνθεση όπου συνδιάζεται η φωτογραφία με γραφιστικές εικονογραφίες της τότε εποχής.

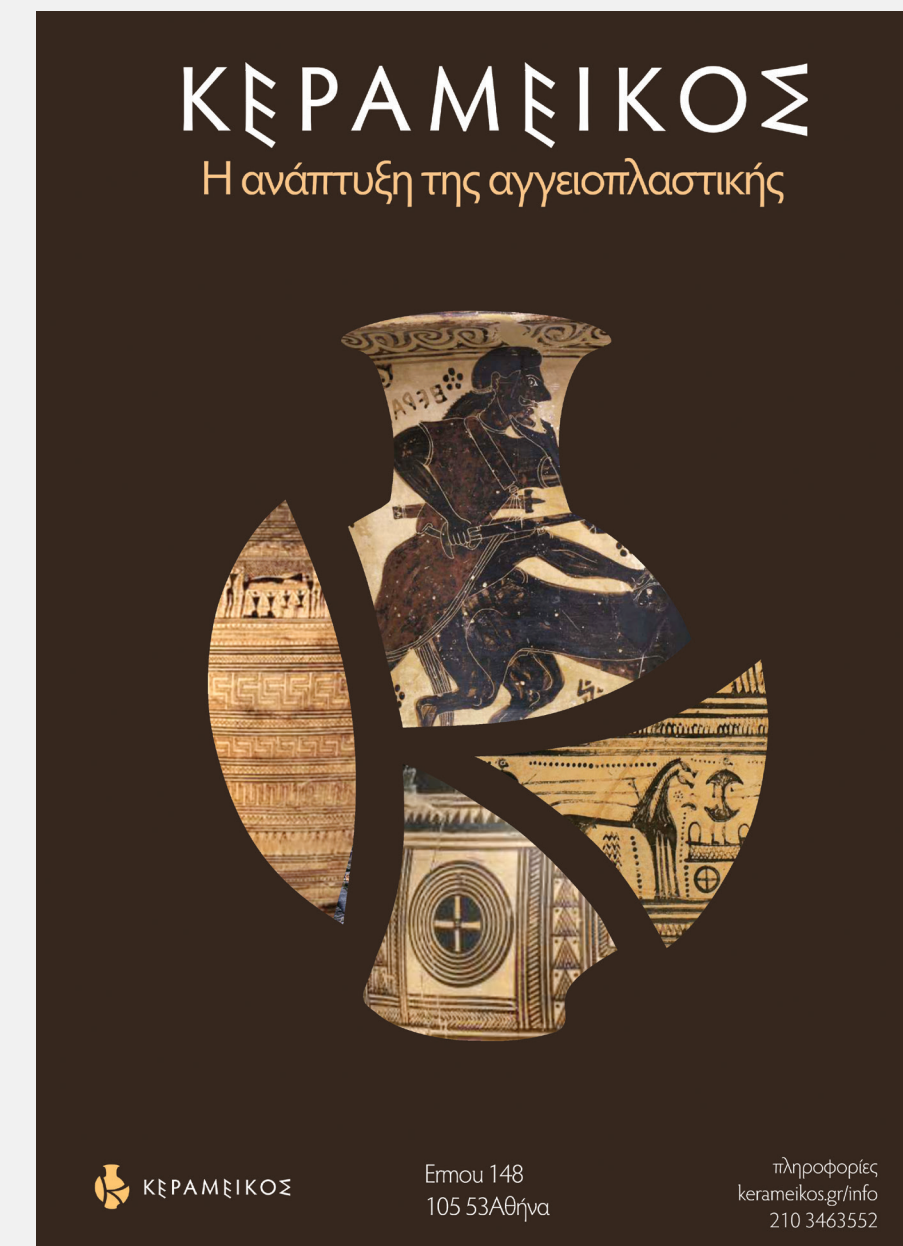
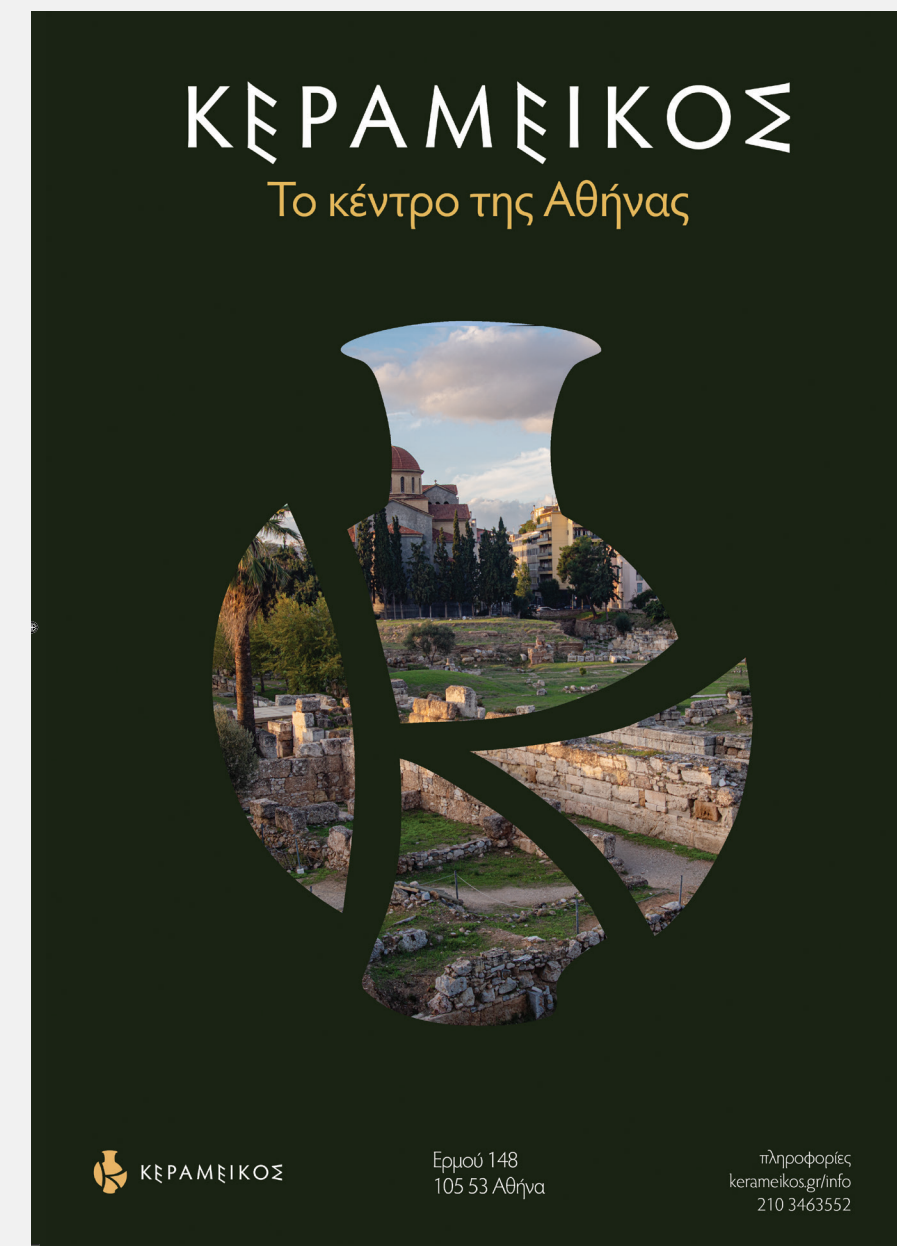
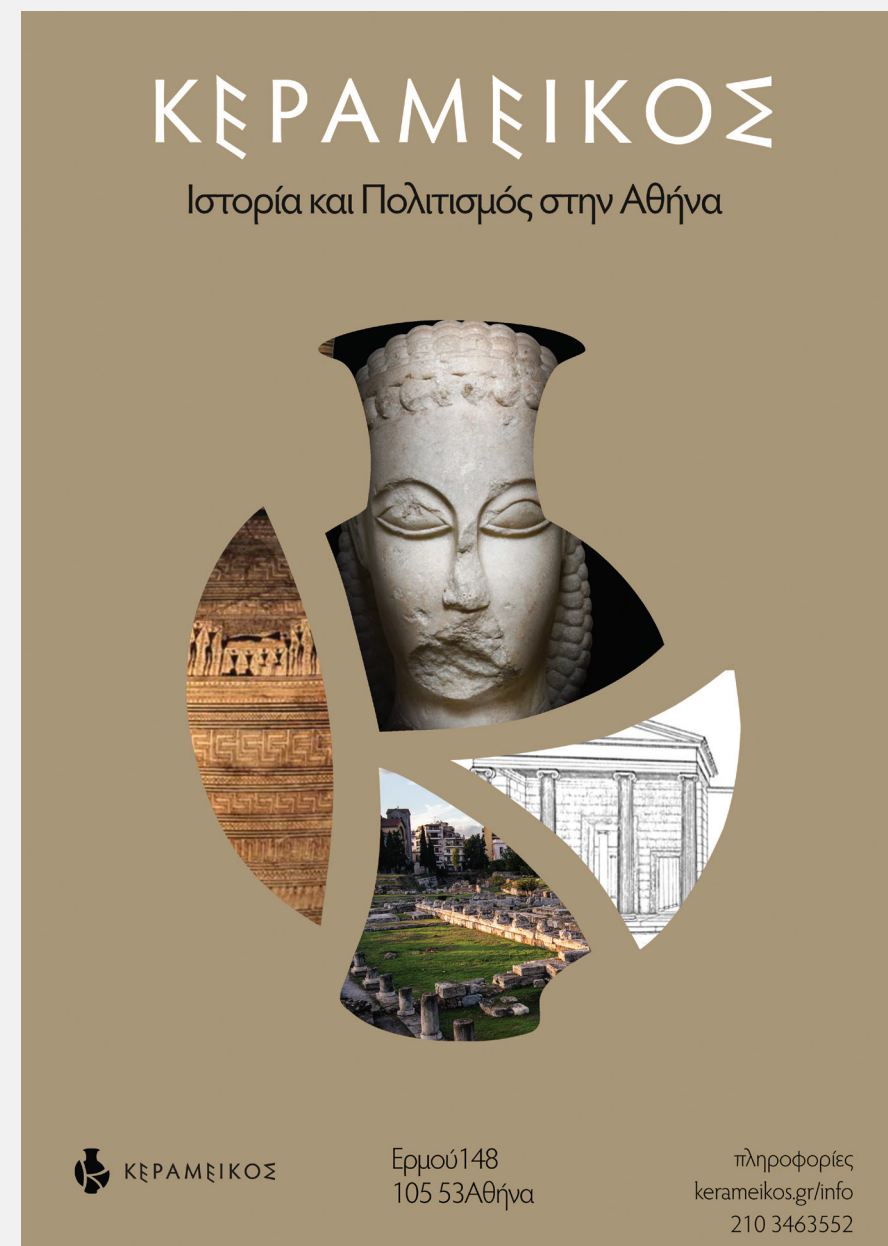


### Ιδέα 5

Συνδιασμός του λογότυπου με εκθέματα του μουσείου.

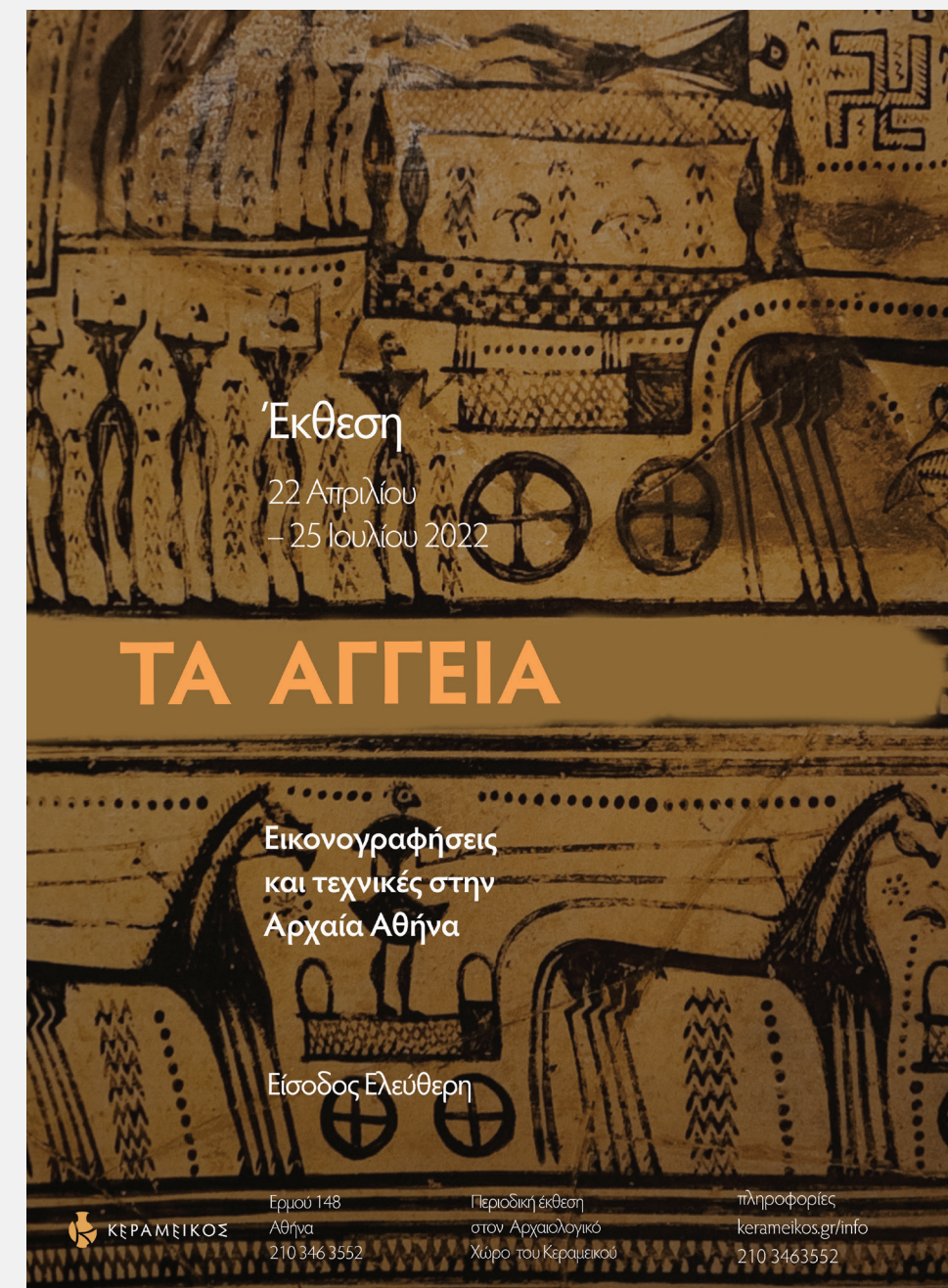
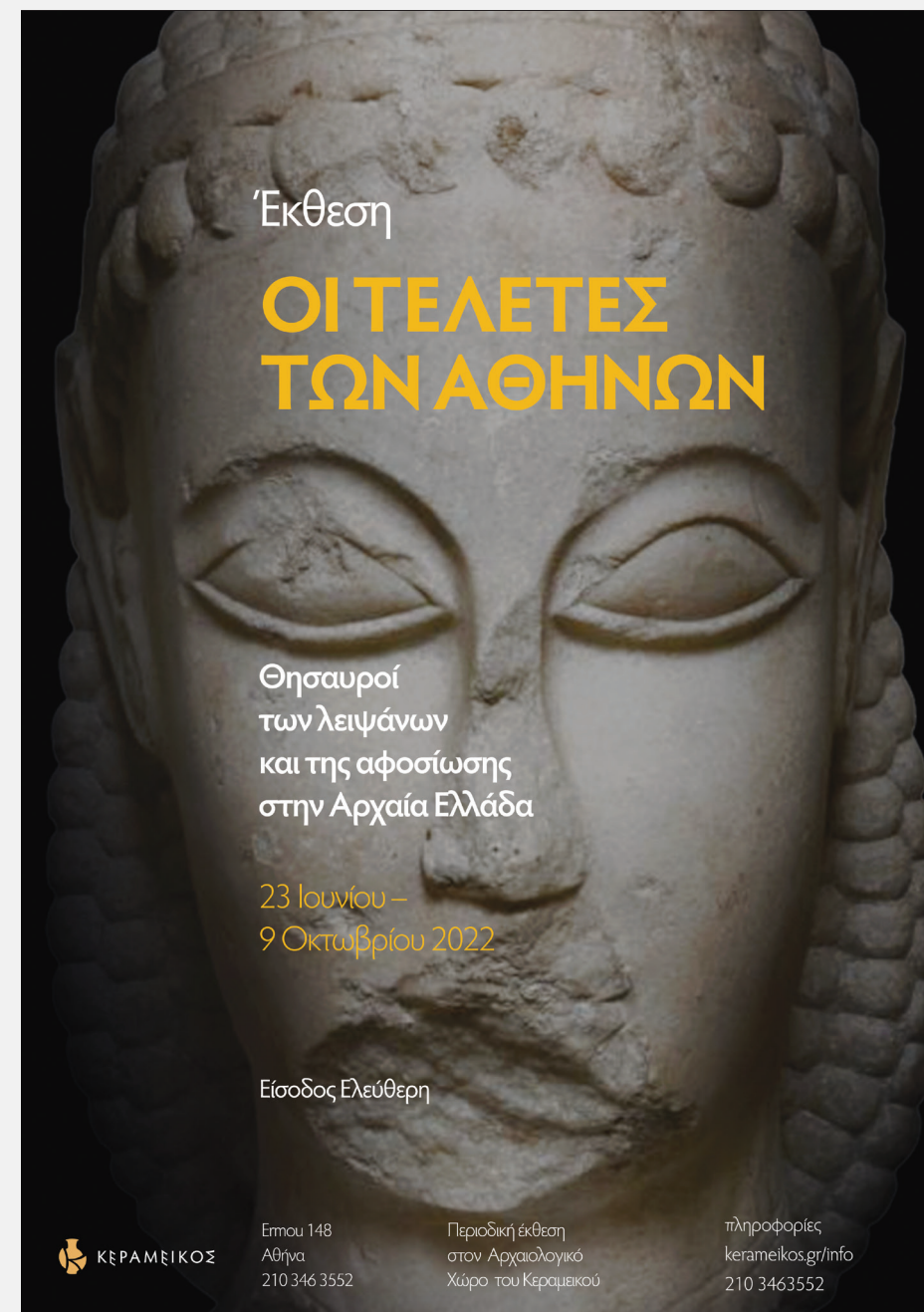
071

## Αφίσες Κεραμεικού



072

## Αφίσες Εκθέσεων






Έκθεση

# ΟΙ ΤΕΛΕΤΕΣ ΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

Θησαυροί των λειψάνων και της αφοσίωσης στην Αρχαία Ελλάδα

23 Ιουνίου – 9 Οκτωβρίου 2022

Είσοδος Ελεύθερη

 ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ  
 Επαι 148  
 Αθήνα  
 210 346 3552

Περιοδική έκθεση στον Αρχαιολογικό Χώρο του Κεραμεικού

Περιοδική έκθεση στον Αρχαιολογικό Χώρο του Κεραμεικού

Ξεναγήσεις  
κάθε Σάββατο

Εξερευνήστε τη συλλογή, την Ιστορία, τα έθιμα

23 Ιουνίου – 9 Οκτωβρίου 2022

kerameikos.gr/savvata

 ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ  
 Επαι 148  
 Αθήνα  
 210 346 3552



# Φυλλάδια

075

## Γιατί ένα συνοδευτικό φυλλάδιο;

Παρόλο που ζούμε σε μια εποχή που ο ψηφιακός κόσμος έχει εδραιωθεί και εξελίσσεται συνεχώς, υπάρχουν άνθρωποι που δεν έχουν εξοικειωθεί με τις λεγόμενες έξυπνες συσκευές. Εκτός αυτού είναι αναλογικό και απτικό (offline communication touchpoint) το οποίο βοηθά στην άμεση μετάδοση, δίνοντας παράλληλα ένα αναμνηστικό στοιχείο του χώρου.

## Επανασχεδιασμός φυλλαδίου

Ένα συνοδευτικό έντυπο είναι πολύ χρήσιμο για τον επισκέπτη που επιθυμεί να επισκευτεί το Αρχαιολογικό μέρος καθώς του προσφέρει σημαντικές πληροφορίες και ιστορικό υπόβαθρο. Το αρχικό φυλλάδιο του αρχαιολογικού χώρου έχει σχεδιαστεί και διπλωθεί με την τεχνική Pyramid fold. Κατά την χρήση και μελέτη του εντύπου παρατηρήθηκαν μερικά ζητήματα όποια με τις προτάσεις που ακολουθούν, βελτιώνουν την ανάγνωση των πληροφοριών.

## Σκοπός του φυλλαδίου

Ο κάθε επισκέπτης να εκλάβει το βασικό ιστορικό περιεχόμενο μαζί με έναν χάρτη που θα τον διευκολύνει στον προσανατολισμό του χώρου. Όπως παρουσιάζεται στην επόμενη σελίδα στο mindmap, ο Κεραμεικός χαρακτηρίζεται από διάφορες πτυχές. Επομένως, μια ιεραρχικά και οπτικά δομημένη παρουσίαση θα διευκολύνει τον αναγνώστη στην κατανόηση της ιστορίας του τόπου.

## Περιεχόμενο

Το έντυπο παρουσιάζει τις βασικές εκφάνσεις όπως την περιοχή, τα κτήρια, τα μνημεία, εργαστήρια κεραμικής συνοδευόμενο από έναν χάρτη. Επίσης μέσα στον αρχαιολογικό χώρο υπάρχουν αρκετοί πίνακες (ταμπέλες) όπου περιγράφονται με περαιτέρω πληροφορίες τα αντίστοιχα μέρη του Κεραμεικού. Το περιεχόμενο του φυλλαδίου είναι με τέτοιο τρόπο δομημένο ώστε να αντλεί ο επισκέπτης τις βασικές γνώσεις προχωρώντας από το γενικό στο ειδικό.

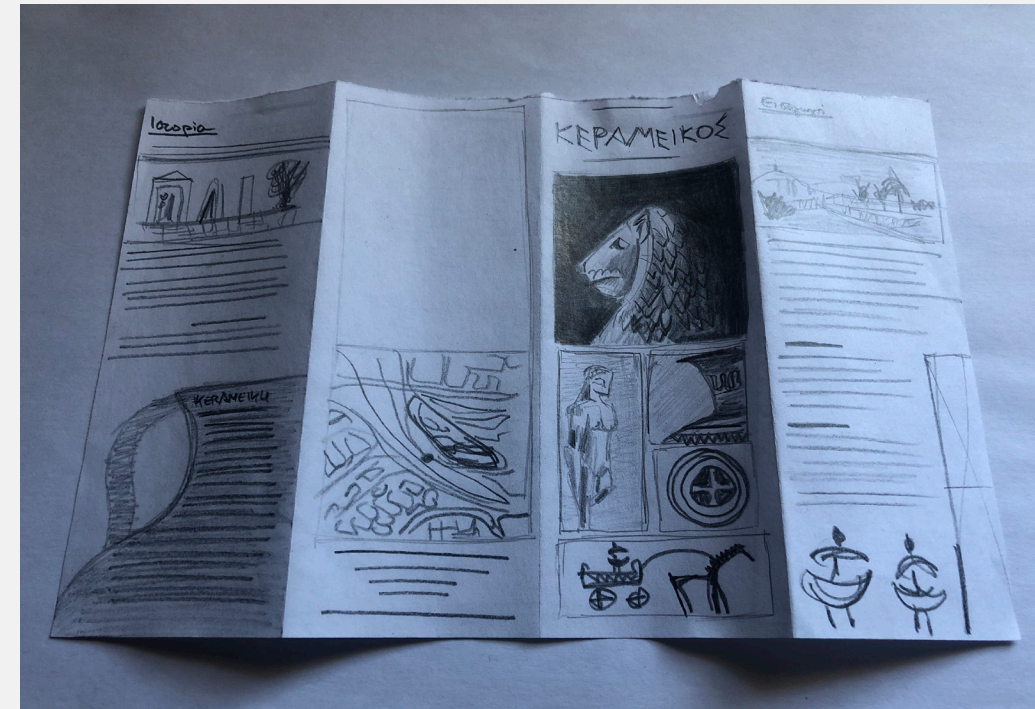
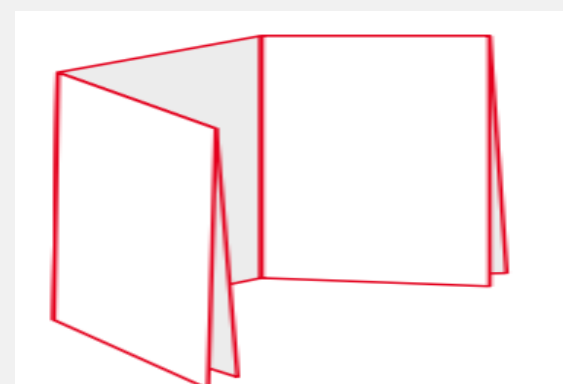
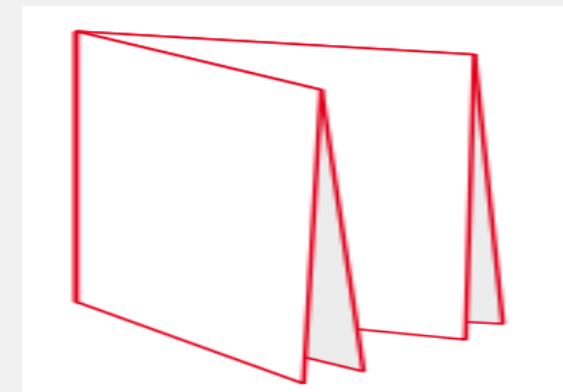
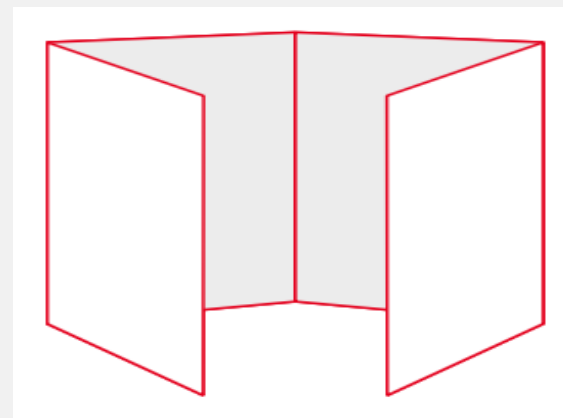
## Πώς θα είναι το φυλλάδιο;

Μετά από την ανάλυση και τον σκοπό του θέματος προχώραμε στην έρευνα και στα παραδείγματα διάφορων εντύπων που θα υποστηρίξουν την έρευνα ιδεών (ενδεικτικά παραδείγματα στα δεξιά). Το προκείμενο θέμα μας αποτελείται από διάφορες κατηγορίες, επομένως είναι σημαντική μια οπτική ιεράρχηση και καταχώρηση. Κυρίας σημασίας είναι ο χάρτης του αρχαιολογικού χώρου για να μπορέσει ο επισκέπτης να προσανατολιστεί. Με βάση τον όγκο των πληροφοριών που υπάρχει πρέπει να αξιοποιηθούν και οι δύο όψεις του χαρτιού.

Ανάλογα με τους τρόπους δίπλωση του χαρτιού προκύπτουν διάφορες σχεδιαστικές προσεγγίσεις. Ο στόχος είναι να είναι απλό, χρήσιμο αλλά και ξεχωριστό. Στην συνέχεια παρουσιάζονται τέσσερις προτάσεις μαζί με πρότιμο prototype.

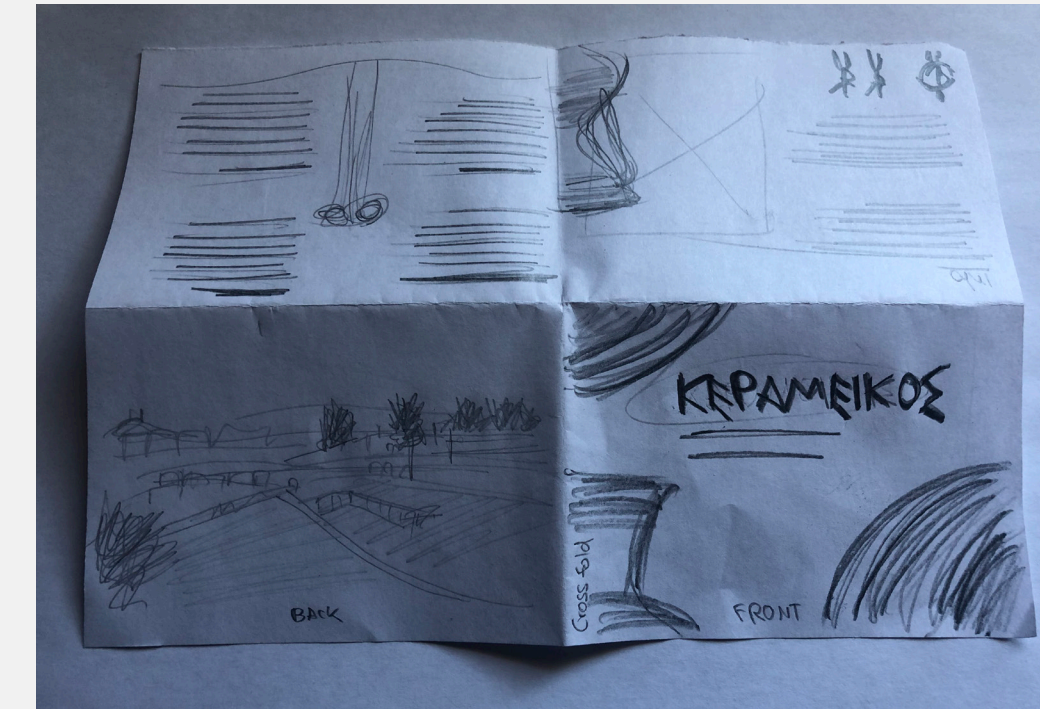


## Προσχέδια



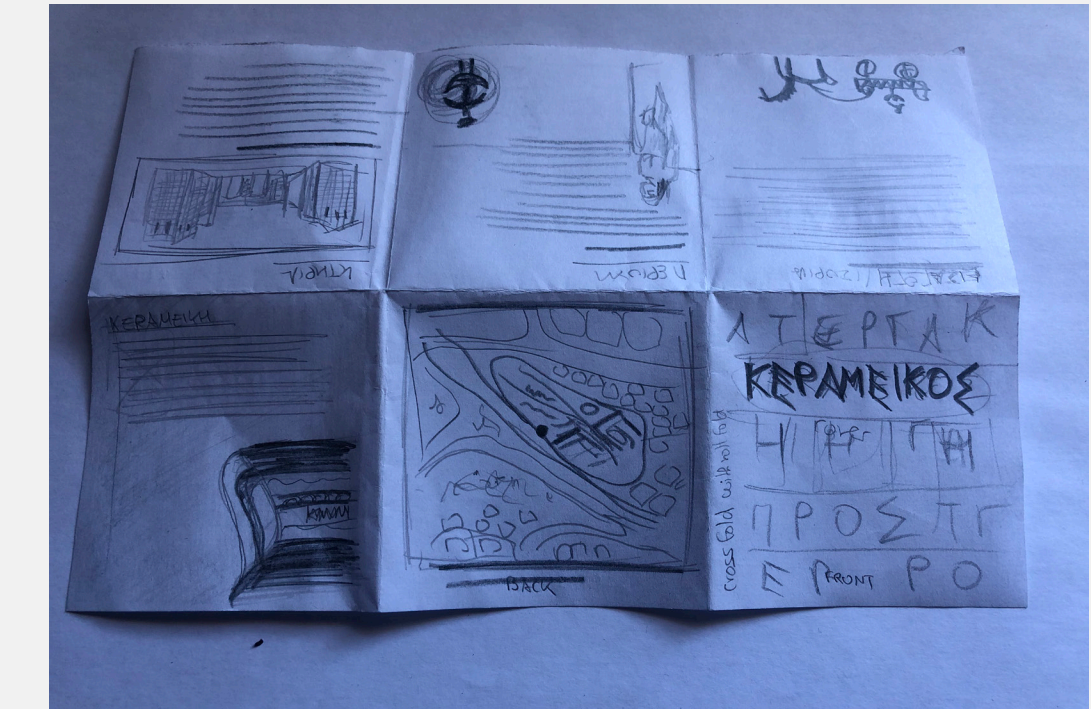
### Πρόταση I

Ανάλογα με με τους τρόπους δίπλωσης του χαρτιού προκύπτουν διάφορες σχεδιαστικές προσεγγίσεις. Συγκεκριμένα η τεχνοτροπία αυτή δημιουργεί με το διπλωμά της σε κάθε όψη τέσσερα τμήματα. Στο εσωτερικό ανάπτυγμα αξιοποιείται όλος ο χώρος για τον χάρτη του Κεραμεικού. Οι άλλες όψεις μπορούν να αξιοποιηθούν για γενικές πληροφορίες όπως για παράδειγμα την εισαγωγή, την ιστορία του τόπου, την κεραμική κ.α. Διπλωμένο, δημιουργούνται διαστάσεις όπου το φυλλάδιο κρατιέται εύκολα στο χέρι και χωράει σε μικρότερες τσάντες ή τσέπες. Επιπλέον βάση αυτής της σχεδιαστικής πρότασης γίνεται εύκολη η ταξινόμηση του περιεχομένου. Ο αναγνώστης με το πρώτο άνοιγμα διαβάζει την εισαγωγή και το ιστορικό πλαίσιο. Στο δεύτερο άνοιγμα παρουσιάζεται ολόκληρος ο χώρος. Προσθέτοντας ο τελικός σκοπός είναι το φυλλάδιο να είναι απλό και χρήσιμο για τον κάθε επισκέπτη.



### Πρόταση II

Ανάλογα με με τους τρόπους δίπλωση του χαρτιού προκύπτουν διάφορες σχεδιαστικές προσεγγίσεις. Συγκεκριμένα, η τεχνοτροπία αυτή δημιουργεί με το διπλωμά της σε κάθε όψη τέσσερα τμήματα. Στο εσωτερικό ανάπτυγμα αξιοποιείται όλος ο χώρος για τον χάρτη του Κεραμεικού. Οι άλλες όψεις μπορούν να αξιοποιηθούν για γενικές πληροφορίες όπως για παράδειγμα την εισαγωγή, την ιστορία του τόπου, την κεραμική κ.α. Διπλωμένο, δημιουργούνται διαστάσεις όπου το φυλλάδιο κρατιέται εύκολα στο χέρι και χωράει σε μικρότερες τσάντες ή τσέπες. Επιπλέον βάση αυτής της σχεδιαστικής πρότασης γίνεται εύκολη η ταξινόμηση του περιεχομένου. Ο αναγνώστης με το πρώτο άνοιγμα διαβάζει την εισαγωγή και το ιστορικό πλαίσιο. Στο δεύτερο άνοιγμα παρουσιάζεται ολόκληρος ο χώρος.



### Πρόταση III

Ανάλογα με με τους τρόπους δίπλωσης του χαρτιού προκύπτουν διάφορες σχεδιαστικές προσεγγίσεις. Συγκεκριμένα η τεχνοτροπία αυτή δημιουργεί με το διπλωμά της σε κάθε όψη έξι τμήματα. Στο εσωτερικό ανάπτυγμα αξιοποιείται όλος ο χώρος για τον χάρτη του Κεραμεικού. Διπλώνοντας το χαρτί περισσότερες φορές, προσφέρονται περισσότερα τμήματα για περαιτέρω ταξινόμηση του γενικού περιεχομένου. Συγκεκριμένα, κάθε πλαίσιο προσφέρεται για ξεχωριστό κεφάλαιο όπως, για παράδειγμα, ιστορία, περιοχή, κτήρια, κεραμική, μνημεία κ.α. Διπλωμένο, δημιουργούνται διαστάσεις όπου το φυλλάδιο κρατιέται εύκολα στο χέρι και χωράει σε μικρότερες τσάντες ή τσέπες. Ο αναγνώστης διαβάζει με κάθε καινούργιο άνοιγμα ένα επιπλέον κεφάλαιο, οδηγώντας τον σε όλες της πτυχές του Κεραμεικού.

077

## Τελικά φυλλάδια

Εξώφυλλα των τελικών φυλλαδίων. Η θεματική σειρά παρουσιάζει τις διαφορετικές πτυχές του Κεραμεικού. Κεντρική ιδέα είναι το παιχνίδι με τα σπασμένα κομμάτια της κεραμικής τα οποία αποτελούν τις φόρμες του λογότυπου. Η κάθε φόρμα αναδεικνύει μια ξεχωριστή ενότητα του Αρχαιολογικού χώρου.



# Φυλλάδιο Αρχαιολογικού Χώρου

078



# Φυλλάδιο Μουσείου



# Ιστοσελίδα

Δεν σχεδιάζουμε  
για τους σχεδια-  
στές. Σχεδιάζουμε  
για τον άνθρωπο.

Ο ιστότοπος που δημιουργούμε είναι το μέσο επικοινωνίας προς το κοινό. Στην προκειμένη περίπτωση με την ιστοσελίδα θέλουμε να αναδείξουμε τον Κεραμεικό (χώρο, εκθέματα, τόπο) για να γίνει από την μια γνωστός και από την άλλη να εκλύσουμε τον κόσμο να επισκευτεί το χώρο. Το περιεχόμενο μπορούμε να το παρουσιάσουμε με τα εξής κεφάλαια: χώρος, συλλογή, επίσκεψη, πωλητήριο και πληροφορίες.

ΣΕΛΙΔΑ 76

**Brief**

ΣΕΛΙΔΑ 78

**Σκελετός**

ΣΕΛΙΔΑ 80

**Ιστοσελίδα**

# Στόχος και σκοπός

## Ποιός είναι ο λόγος μιας ιστοσελίδας;

Μέσα στον σημερινό μας κόσμο το διαδίκτυο έχει γίνει ένα από τα σημαντικότερα και πιο διαδεδομένα μέσα επικοινωνίας, ενημέρωσης, προώθησης περιεχομένου καθώς και μετάδοσης γνώσης. Επίσης τα μουσεία έχουν ως βασικό στόχο την ανάδειξη πτυχών της ανθρωπότητας. Μια ιστοσελίδα θα συνεισφέρει σε υψηλό βαθμό ως μέσο επικοινωνίας. Επομένως, η δημιουργία μιας ιστοσελίδας για τον Αρχαίο Κεραμεικό λειτουργεί ως πομπός επικοινωνίας του πολιτισμού.

## Τι αξία παρέχει;

Μέσο της ιστοσελίδας καθύσταται δυνατό να αναδειχθεί ο πολιτισμός της Ελλάδας σε ένα ευρύ κοινό. Με αυτό τον τρόπο προσφέρονται γνώσεις στους ανθρώπους σε όλο τον κόσμο.

## Σε ποιούς απευθύνεται;

Σε όλους τους ανθρώπους που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό και την ιστορία ανεξαρτήτως από το γνωσιακό υπόβαθρο. Όμως στοχεύοντας σε ένα ευρύ κοινό πρέπει να έχουμε υπόψη μας ότι η ιστοσελίδα πρέπει να παραμείνει χρηστική και λειτουργική.

## Το περιεχόμενο

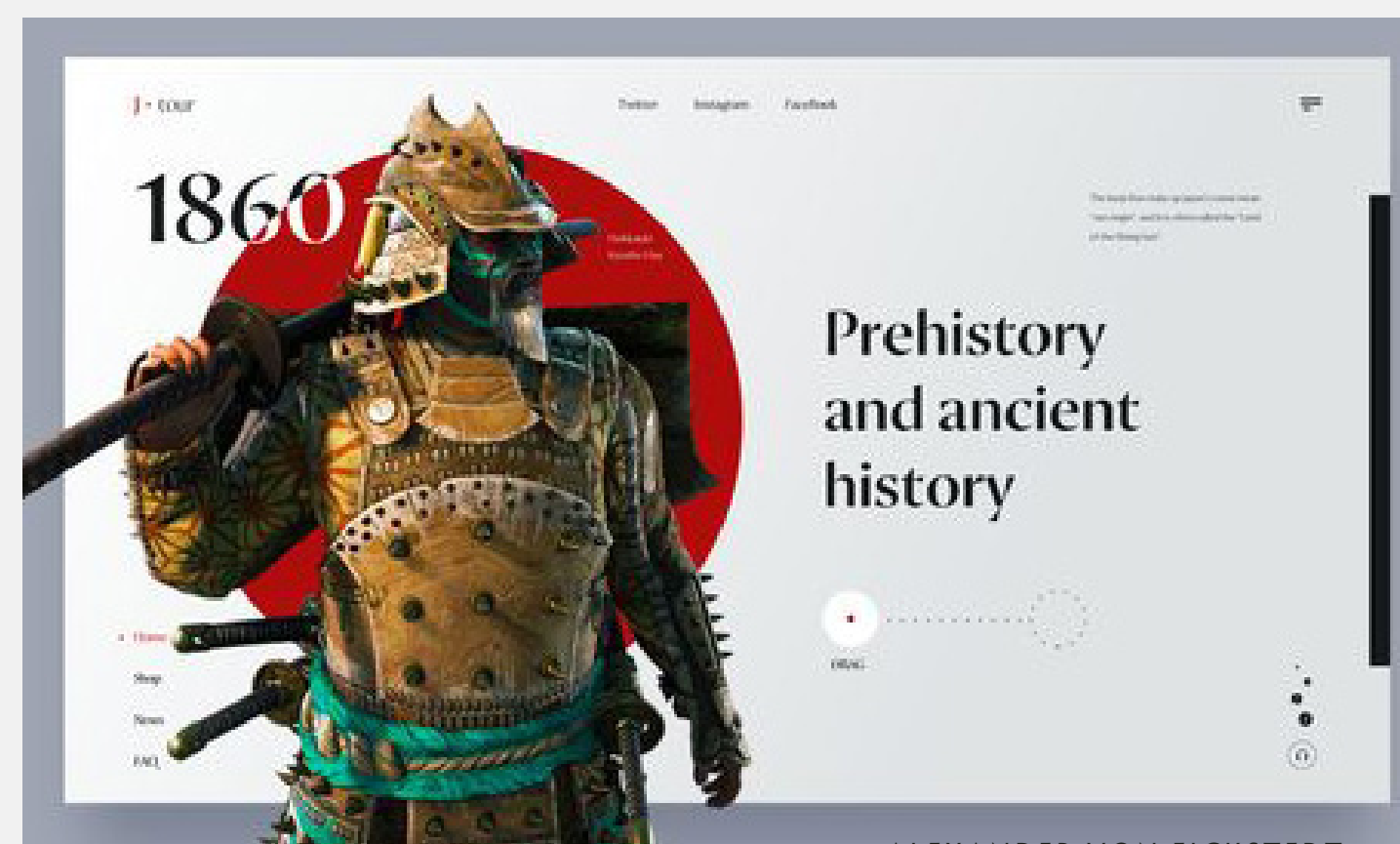
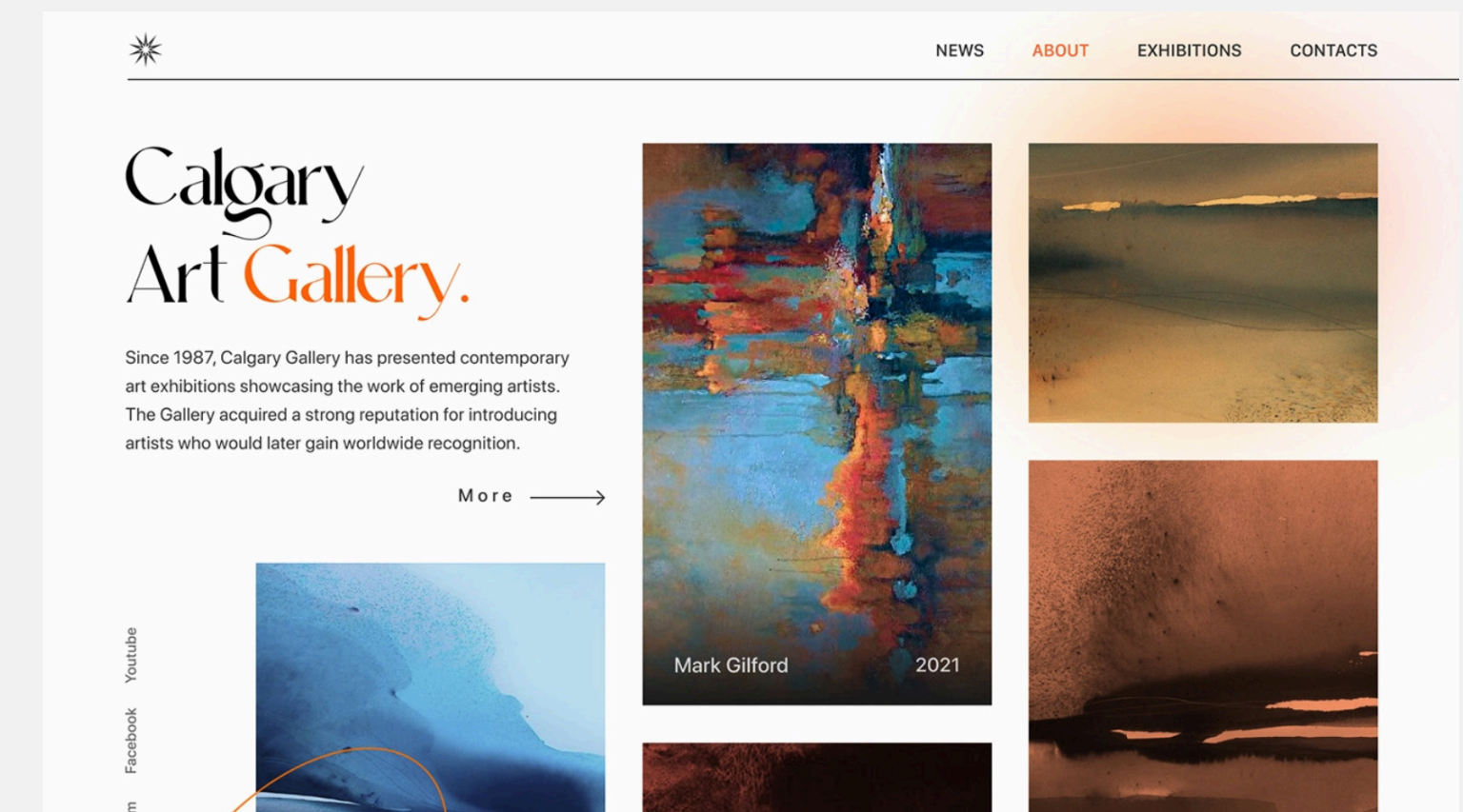
Ο ιστότοπος που δημιουργούμε είναι το μέσο επικοινωνίας προς το κοινό. Στην προκειμένη περίπτωση με την ιστοσελίδα θέλουμε να αναδείξουμε τον Κεραμεικό (χώρο, εκθέματα, τόπο) για να γίνει από την μια γνωστός και από την άλλη να εκλύσουμε τον κόσμο να επισκευτεί το χώρο. Το περιεχόμενο μπορούμε να το παρουσιάσουμε με τα εξής κεφάλαια: χώρος, συλλογή, επίσκεψη, πωλητήριο και πληροφορίες.





**Γιατί η Art Direction είναι σημαντική;**

Μας παρέχει έναν τρόπο να ξεχωρίζουμε από όλους τους άλλους ιστότοπους που έχουν την εμφάνιση και αίσθηση ενός προκαθορισμένου template. Το πρόβλημα με αυτές τις ιστοσελίδες είναι ότι δεν έχουν ψυχή και δεν γεννούν συναισθήματα, αντιθέτως παρουσιάζουν στερεότυπα και ένα αισθητικό κενό όσον αφορά την υφή και το περιεχόμενο. Ο χρήστης επισκέπτεται έναν ιστότοπο που υστερεί σε προσωπικότητα και μεταδοτικότητα. Για τους περισσότερους από εμάς, έχουμε συνηθίσει σε αυτού του είδους τις ιστοσελίδες επειδή το διαδίκτυο είναι γεμάτο από αυτές. Αλλά όλοι έχουμε την ίδια εντύπωση όταν τις βλέπουμε. Δεν είναι αξέχαστες εμπειρίες για τον λόγο ότι δεν σου μεταφέρουν καμία εντύπωση ή συναίσθημα.



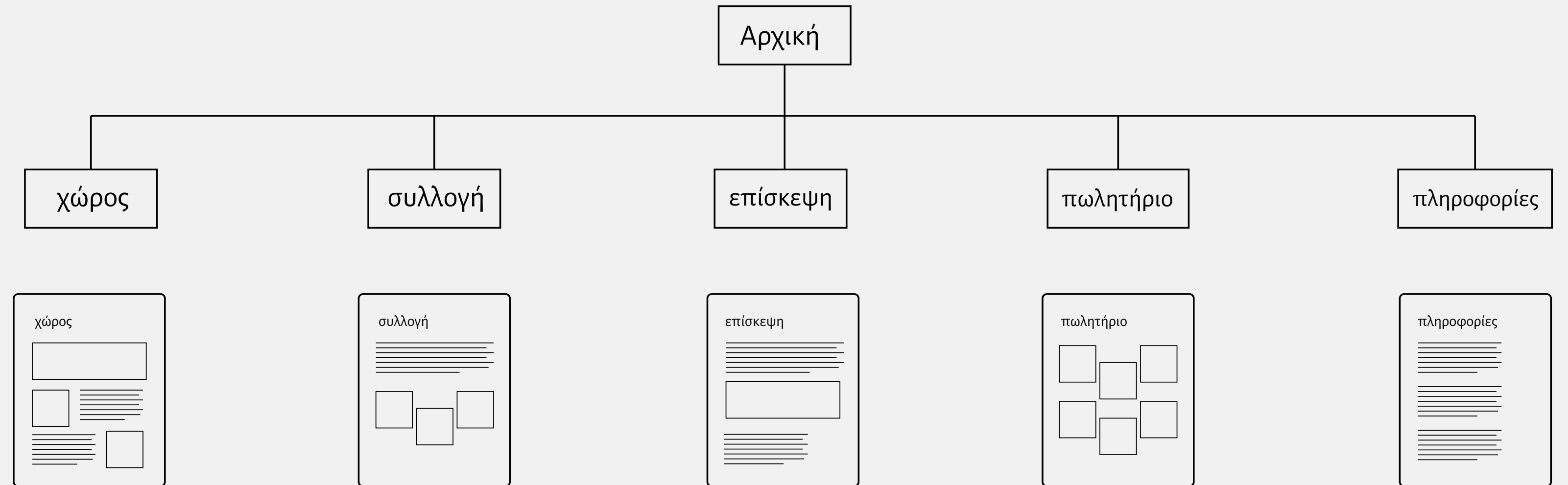
**Ο σκελετός της σελίδας**

Ο ιστότοπος που δημιουργούμε είναι το μέσο επικοινωνίας προς το κοινό. Επειδή ο Κεραμεικός απευθύνεται σε όλους (ανεξαρτήτως υπόβαθρου) πρέπει να είναι απλά δομημένος και οργανωμένος.

Ο αναγνώστης δεν πρέπει να χάνει τον χρόνο του, αντιθέτως να λαμβάνει μια γενική εικόνα του θέματος. Η σελίδα βασίζεται στα εξής θέματα:

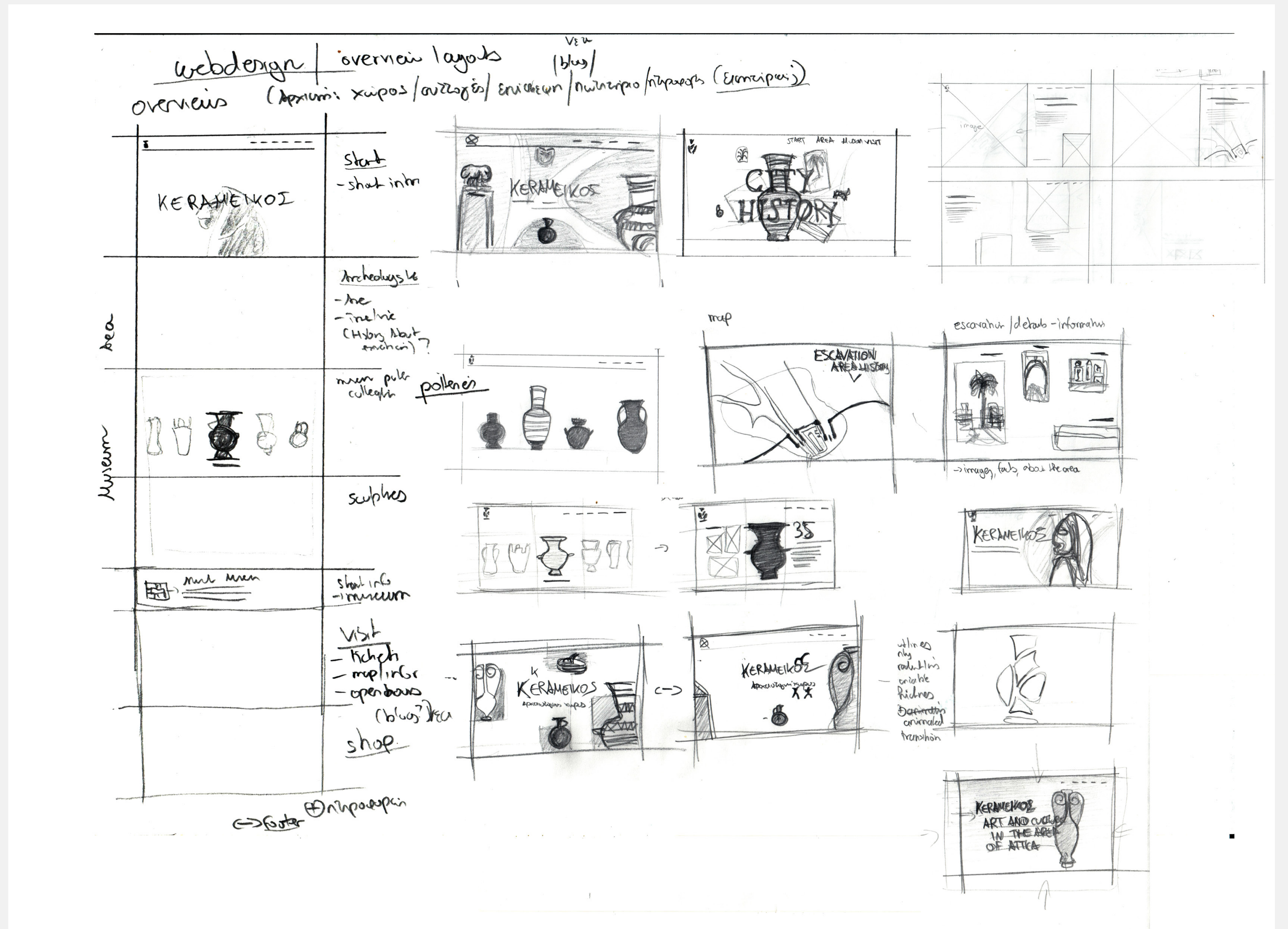
χώρος, συλλογή, επίσκεψη, πωλητήριο και πληροφορίες. Στην Αρχική ενότητα γίνεται μια συνοπτική παρουσίαση του Κεραμεικού. Στον χώρο παρουσιάζεται η περιοχή. (φωτογραφίες, χάρτης κ.α.). Στην κατηγορία συλλογή εκθέτονται βασικά χαρακτηριστικά ευρήματα όπως αγγεία, αγγαλματίδια, κεραμικά. Εξίσου σημαντική είναι η ενότητα επίσκεψη, όπου ο επίσκεπτης μπορεί να μάθει σημαντικές πληροφορίες όπως για παράδειγμα περιοχή, ωράριο, εισιτήρια κ.α.

Η δομή αυτή παρέχει μια γενική και ουσιώδης προβολή του αρχαιολογικού χώρου.

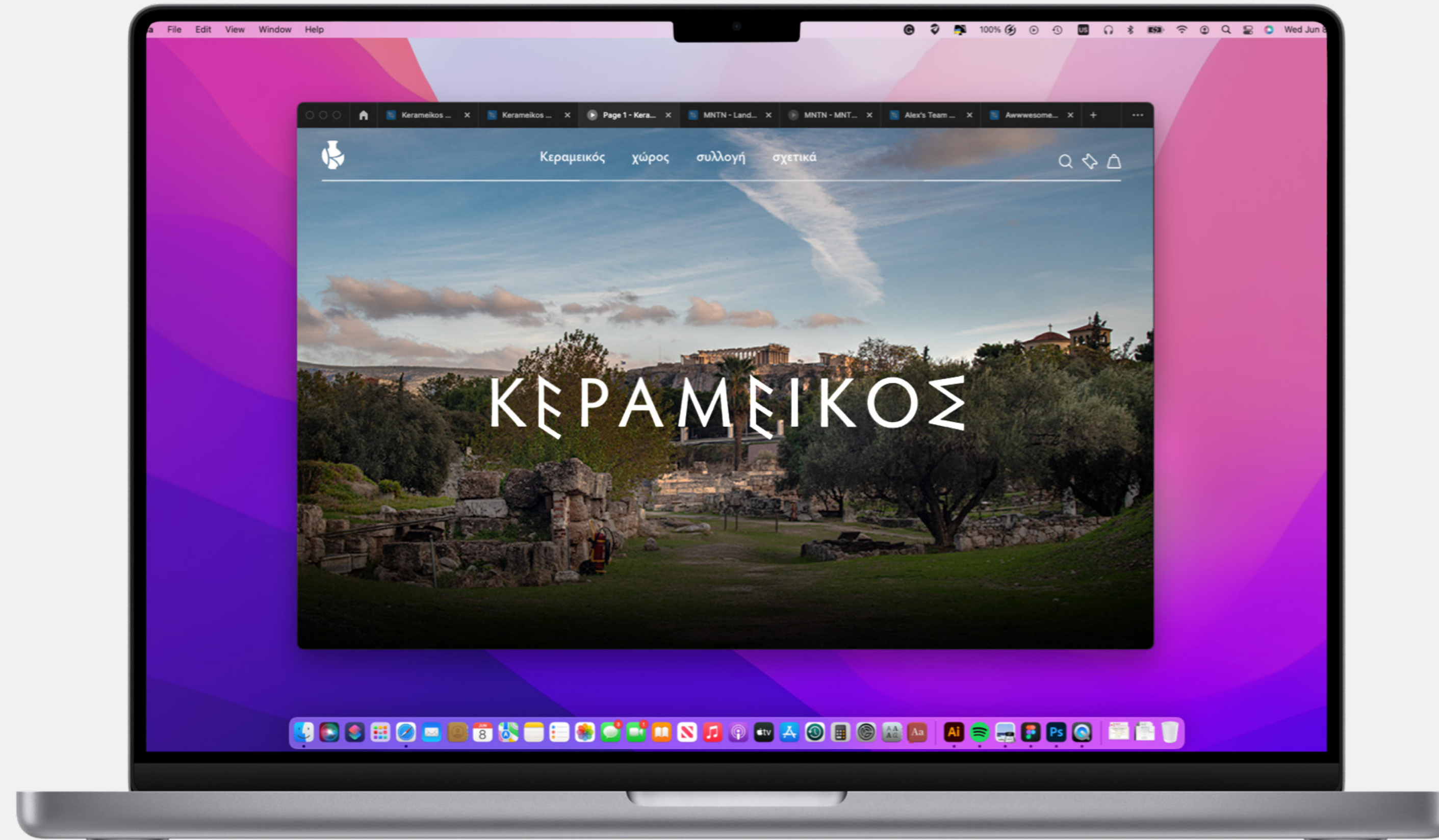


**Σκιτσάροντας τις πρώτες ιδέες**

Το Wireframing συσχετίζεται με το θέμα και τη ροή του περιεχομένου που θέλουμε να κατασκευάσουμε. Αυτό γίνεται για να διασφαλιστεί ότι όλες οι απαραίτητες πληροφορίες συγκεντρώνονται πλήρως πριν προχωρήσουμε να δημιουργήσουμε μια οπτική εμφάνιση. Επίσης το wireframing είναι σαν το πρότυπο και σκελετό της διαδικασίας σχεδιασμού. Ωστόσο, δεν χρειάζεται να φέρει ήδη το αισθητικό αποτέλεσμα ή τα συναισθήματα, επειδή στοχεύει να δώσει πρώτα μια ιεραρχία και δομή για τις αφηρημένες μας ιδέες. Τα πρόχειρα σκίτσα μας παρέχουν ένα οπτικό πρότυπο με εικόνες των δημιουργημάτων μας. Ο στόχος αυτής της διαδικασίας είναι να μπορούμε να έχουμε μια πιο ξεκάθαρη νοητική αναπαράσταση της κατεύθυνσης που βαδίζουμε.



084



*το interaction video της σελίδας βρίσκεται σε ξεχωριστό αρχείο*

08

# Εφαρμογές

Προσχεδιασμένες  
εφαρμογές,  
φτιαγμένες με  
προσοχή

Από επαγγελματικές κάρτες μέχρι συσκευασία, έχουμε δημιουργήσει πολλά αρχεία προτύπων για εκτύπωση και παραγωγή. Συγκεκριμένα σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται γραφιστικές εφαρμογές τις οποίες ο επισκέπτης μπορεί να αγοράσει ως αναμνηστικό επίσκεψης.

ΣΕΛΙΔΑ 82

**Κάρτες**

ΣΕΛΙΔΑ 84

**Τσάντες**

ΣΕΛΙΔΑ 85

**Ένδυση**

ΣΕΛΙΔΑ 87

**Λοιπά**



Ομαδική Είσοδος 12€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ομαδική Είσοδος 12€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ελεύθερη Είσοδος  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Μειωμένη Είσοδος 4€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ομαδική Είσοδος 12€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ελεύθερη Είσοδος  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Μειωμένη Είσοδος 4€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ομαδική Είσοδος 12€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Γενική Είσοδος 8€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ομαδική Είσοδος 12€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ομαδική Είσοδος 12€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Γενική Είσοδος 8€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ομαδική Είσοδος 12€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Ελεύθερη Είσοδος  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

Μειωμένη Είσοδος 4€  
20.06.2022

ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΣ

087

## Business Cards

Οι επαγγελματικές κάρτες προορίζονται για ρόλους διαχείρισης και πωλήσεων και εκτυπώνονται ανάλογα με τις ανάγκες.

Το περιεχόμενο σε όλες τις επαγγελματικές κάρτες πρέπει να ακολουθεί το παρεχόμενο πρότυπο:

Μέγεθος: Τυπικό 3,5" x 2" (88,9mm x 50,8mm)

Χαρτί: Mohawk Strathmore Soft Grey 88CB

ΜΠΡΟΣΤΙΝΗ ΟΨΗ

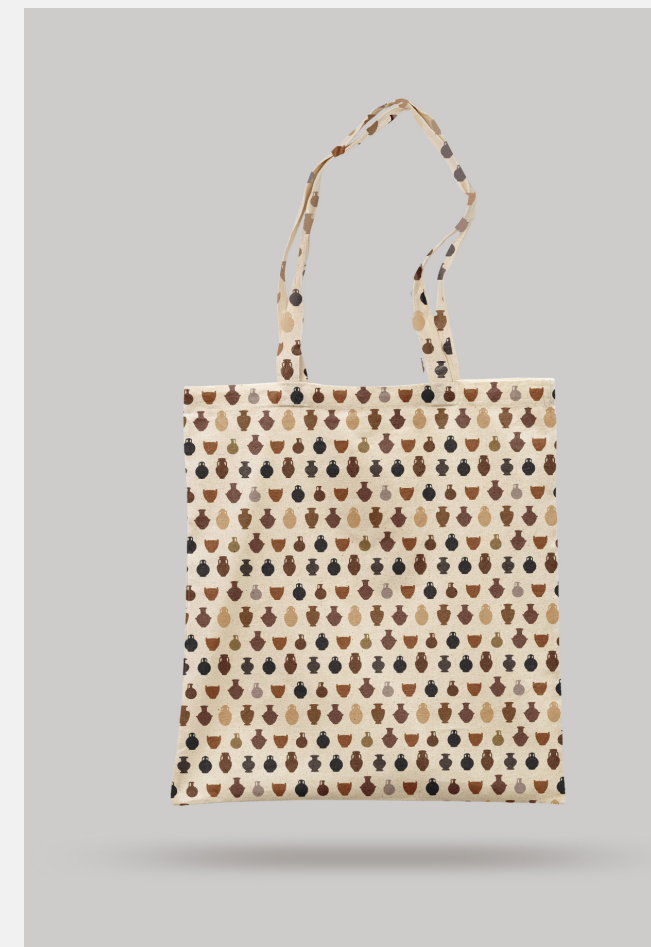


ΠΙΣΩ ΟΨΗ



088

# Τσάντες





089

# Ένδυση



090



091



092



093



# Βιβλιογραφία

Alberts, Joseph. *Η Αλληλεπίδραση των Χρωμάτων*, μετάφραση Ιάκωβος Ποταμιάνος. Ραφήνα, Αττική. 2016.

Hensel, Daniela. *Understanding Branding*. München. 2015.

Hyland, Angus, & Steven Bateman. *Symbol: The Reference Guide to Abstract and Figurative Trademarks*. London. 2011.

Marks, Terry, & MINE & Origin & Tina Sutton. *Color Harmony Compendium*. Beverly, Mass. 2009.

Müller-Brockmann, Joseph. *Grid Systems*. Salenstein. 1981.

Newmeier, Marty. *The Brand Gap*. Berkeley, CA. 2006.

Pricken, Mario. *Die Aura des Wertvollen*. Erlangen. 2014.

Pricken, Mario. *Kribbeln im Kopf*. Mainz. 2001.

Slade-Brooking, Catharine. *Creating a Brand Identity*. London. 2016.

Sinek, Simon. *Start with why*. New York. 2009.

Stroszeck, Jutta & Andrea Schellinger. »... in einer Ruhe die wundert nimmt«. *Der Kerameikos in literarischen Zeugnissen von 1863 bis heute*. Berlin. 2018.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Kerameikos>

<https://www.carc.ox.ac.uk/carc/resources/Introduction-to-Greek-Pottery/Techniques-and-styles/Chronology-Athenian-Pottery/Middle-Geometric>

<https://www.carc.ox.ac.uk/carc/resources/Introduction-to-Greek-Pottery/Techniques-and-styles/Chronology-Athenian-Pottery/Late-Geometric>

<https://www.carc.ox.ac.uk/carc/resources/Introduction-to-Greek-Pottery/Techniques-and-styles/Chronology-Athenian-Pottery/Early-Geometric>

[https://www.latsis-foundation.org/content/elib/book\\_2/kerameikos\\_en.pdf](https://www.latsis-foundation.org/content/elib/book_2/kerameikos_en.pdf)

## Πηγές φωτογραφιών

Knigge, Ursula. *Der Kerameikos von Athen*. Athen. 1988.

[https://www.latsis-foundation.org/content/elib/book\\_2/kerameikos\\_en.pdf](https://www.latsis-foundation.org/content/elib/book_2/kerameikos_en.pdf)

<https://unblast.com/mockups/>

<https://mockups-design.com>

<https://www.ls.graphics/free-mockups>

<https://www.designcuts.com>

<https://gr.pinterest.com>

<https://savee.it>



ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ