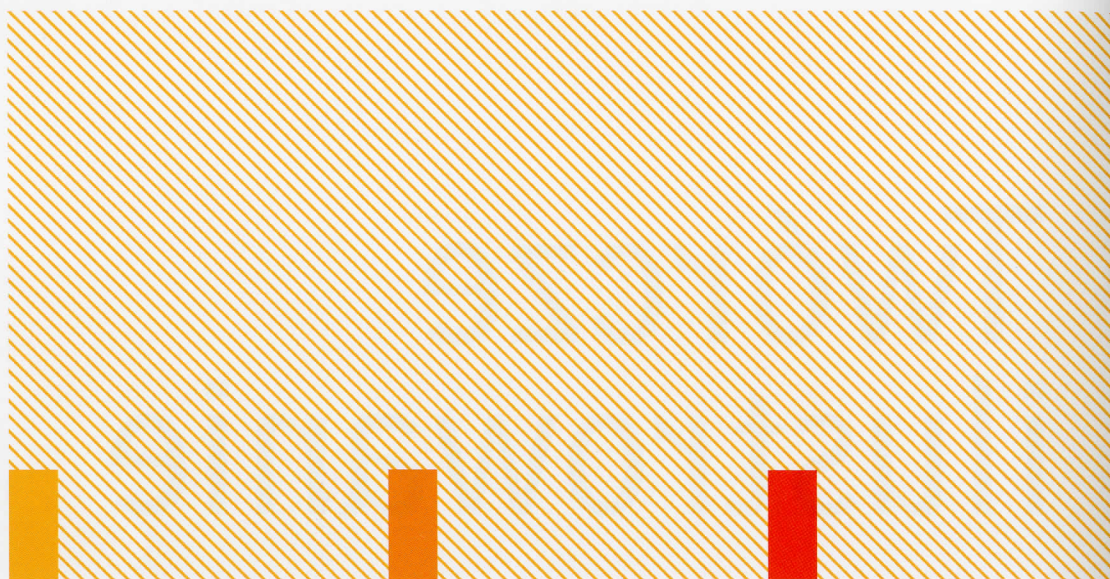




Spis treści 0

WPROWADZENIE

- s. 4 Spis treści
- s. 6 Jak najlepiej wykorzystać lekturę tej książki
- s. 8 Wstęp George'a Hardie
- s. 10 Wprowadzenie

1

PRZEKAZYWANIE POMYSŁÓW

- s. 18 Pusta kartka papieru
- s. 20 Dlaczego pomysły?
- s. 24 Briefing
- s. 26 Zgłębianie tematyki
- s. 30 Szukanie inspiracji
- s. 34 Burza mózgów
- s. 38 Wyjaśnianie wizualizacji
- s. 44 Trwałość

2

MEDIUM JEST NOŚNIKIEM INFORMACJI

- s. 50 Siła otówka
- s. 55 Świat materialny
- s. 60 Etos szkół artystycznych
- s. 65 Ilustratorstwo jako dyscyplina
- s. 70 Życie pełne wyzwań
- s. 72 Łącząc media
- s. 74 Urządzenia cyfrowe
- s. 80 Nowa Fala ilustratorów

3

OD PRODUKTU DO RYNKU

- s. 86 Ogólny zarys
- s. 88 Ilustracja prasowa
- s. 92 Wydawanie książek
- s. 96 Ilustracja w modzie
- s. 100 Ilustracja reklamowa
- s. 106 Ilustracja w przemyśle muzycznym
- s. 110 Współpraca z pracownią projektową
- s. 114 Ilustracja niezależna

4

SPRAWIĆ, ABY DZIAŁAŁO

- s. 120 Marketing produktu i sztuka autopromocji
- s. 126 Portfolio
- s. 132 Strony internetowe
- s. 136 Ścieżki autopromocji
- s. 140 Agencje ilustratorskie
- s. 145 Techniki prezentacji

5

PRODUKCJA

- s. 148 Podstawowe narzędzia
- s. 154 Organizacja studia
- s. 157 Źródła i materiały referencyjne
- s. 162 Wskazówki produkcyjne
- s. 168 Porady prawne

6

WNIOSKI

- s. 172 Kontakty
- s. 174 Bibliografia
- s. 176 Podziękowania