

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра дизайна

Т.В. Макарова, Д.М. Туйсина, В.В. Цой

# **ДИЗАЙН КОМПЛЕКТА УПАКОВОК**

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» в качестве методических указаний для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн

Оренбург  
2016

УДК 7.012:76(076.5)  
ББК 30.182я7+85.15я7  
М 15

Рецензент – кандидат искусствоведения, доцент С.Г. Шлеюк

**Макарова, Т.В.**

М 15 Дизайн комплекта упаковок: методические указания / Т.В. Макарова, Д.М. Туйсина, В.В. Цой, Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2016. – 31 с.

Методические указания содержат изложение темы курсового проекта, подкреплённое теоретическим материалом, а также описание рекомендуемых графических заданий и иллюстративный материал.

Методические указания предназначены для выполнения курсового проекта по дисциплине «Проектирование» для студентов направления подготовки 54.03.01 Дизайн профиля подготовки «Графический дизайн».

УДК 7.012:76(076.5)  
ББК 30.182я7+85.15я7

© Макарова Т.В.,  
Туйсина Д.М.,  
Цой В.В., 2016  
© ОГУ, 2016

## Содержание

Введение.....	4
1 Курсовой проект «Дизайн комплект упаковок.....	5
1.1 Методические цели .....	5
1.2 Методические задачи.....	5
1.3 Содержание курсового проекта.....	6
1.4 Общие требования.....	7
1.5 Концептуальное решение проекта .....	8
1.6 Эскизное решение .....	9
1.7 Условия получения результата.....	9
1.8 Состав оборудования и материалов .....	10
2 Методические пояснения.....	10
2.1 Основные термины.....	10
2.2 История упаковки.....	11
2.3 Основные способы производства упаковки.....	12
2.4 Современный дизайн упаковки.....	14
2.5 Тенденции в графическом дизайне упаковки.....	15
Заключение.....	17
Список использованных источников.....	18
Приложение А Примеры комплектов упаковок.....	19
Приложение Б Примеры подарочных пакетов.....	25
Приложение В Примеры бумажных замков (упаковка).....	28
Приложение Г Примеры студенческих работ комплектов упаковок.....	31

## Введение

Методические указания «Дизайн комплекта упаковок» разработаны для обучения студентов по дисциплине «Проектирование» на втором курсе направления подготовки 54.03.01 Дизайн профиля подготовки «Графический дизайн».

Дисциплина «Проектирование» относится к базовой части учебного цикла – БЗ «Профессиональный цикл»; является основной итоговой дисциплиной направления подготовки 54.03.01 Дизайн профиля подготовки «Графический дизайн», результатом и практическим выходом поэтапного изучения и сочетания практически всех изучаемых дисциплин.

Цель, задачи, содержание курсового проекта соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, специальной подготовки бакалавра по дисциплине «Проектирование»: проектирование графической продукции; изучение приемов объемного и графического моделирования и соответствующей организации проектного материала для передачи творческого художественного замысла.

Методические указания включают комплекс теоретических знаний и практических рекомендаций к успешному выполнению курсового проекта.

# 1 Курсовой проект «Дизайн комплекта упаковок»

## 1.1 Методическая цель

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки – Дизайн, квалификации – бакалавр указывает, что областью профессиональных интересов бакалавров является такой вид творческой деятельности, которая способствует формированию эстетически выразительной предметно-пространственной среды.

*Основной методической целью* является теоретическое и практическое ознакомление студентов-дизайнеров с законами создания единой графической концепции и конструктивного решения, отвечающими функциональным особенностям упаковываемого продукта с применением бумажных замков.

## 1.2 Методические задачи

Дизайн комплекта упаковок базируется на поиске оптимального конструктивного решения и графической композиции на основе изучения аналогов. Основными требованиями данного проекта предусмотрено изготовление упаковки без склейки. При этом важно учесть функцию замков, определяющую характер товара: фиксацию, глухую фиксацию, поворот, декоративную составляющую.

В процессе работы студент решает следующие *задачи*:

1. Создание общей смысловой концепции упаковок (идея, образ).
2. Разработка единых принципов формообразования конструктивных и графических решений упаковок.
3. Получение навыков классификации многообразия упаковок (по размерным, функциональным и логическим признакам).

В результате обучения студент должен

*знать*: методы трансформации бумажной конструкции с применением замков в объемную упаковку;

**уметь:** выбирать формы и методы изображения и моделирования бумажной (картонной) конструкции; мыслить творчески; находить источники необходимой для работы информации;

**владеть:** основными профессиональными навыками организации объемной организации (упаковка), разнообразными композиционными средствами, способностью демонстрировать пространственное воображение.

Данные методические указания являются адаптированным изданием к требованиям программ высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 – Дизайн, профиля – Графический дизайн, квалификации – бакалавр.

### **1.3 Содержание курсового проекта**

Студенты обосновывают актуальность создания дизайн комплекта упаковок, подарочной упаковки и пакета для выбранного предприятия, следовательно, в качестве материала для проектирования могут быть выбраны любые магазины, предприятия, кафе и т.д.

Курсовой проект базируется на знаниях и навыках, полученных при выполнении предварительных практических заданий, клаузур, эскизирования, исследования зарубежных и российских аналогов.

#### **Состав проектных материалов:**

Курсовой проект состоит из **графической** и **макетной** частей.

*1) графическая часть* (три планшета 50x70 см), содержащая:

- название проекта, вспомогательные надписи, подпись проекта;
- товарный знак предприятия или изготовителя;
- комплект упаковок, состоящий из четырех серийных упаковок, одной эксклюзивной (подарочной) упаковки и фирменного пакета;
- изометрии, виды и развертки каждого объекта проектирования;
- основные бумажные замки, элементы крепления;
- особенности эксплуатации (свободная техника);
- складирование (штабелирование) упаковок (свободная техника);

2) *макет*: 4 серийные упаковки, подарочная упаковка и фирменный пакет (М 1:1);

3) *пояснительная записка* к курсовому проекту «Дизайн комплекта упаковок \_\_\_\_\_», содержащая разделы:

(название предприятия)

- актуальность, значимость, новизна проекта;
- анализ аналогов (аналоги конструкции, аналоги графики);
- графическая концепция;
- концепция формы и конструкции;
- основные бумажные замки;
- обоснование выбора шрифта;
- определение системы композиционных средств в основе стилового единства плоскостных, объёмных и глубинно-пространственных элементов различных масштабных характеристик (малоформатных и крупноформатных);

Объём пояснительной записки: не менее 10 страниц текста и приложение (аналоги, эскизы) не менее 10 страниц; оформление согласно СТО 02069024.101-2015;

4) *макет в материале*.

5) *диск* с выполнением всех проектных материалов, подготовленных к печати.

#### **1.4 Общие требования**

Последовательное и своевременное выполнение этапов проектирования ведет к успешному достижению цели и решению задач проекта.

*Этапы выполнения курсового проекта:*

- вводная лекция и выдача задания;
- выполнение вспомогательных графических заданий;
- поиск графического решения на тему проекта;
- проектирование объемно-конструкторской части упаковки;

- определение характера и принципов функционирования бумажных замков;
- окончательное (чистовое) выполнение графической подачи на планшетах, макетов, пояснительной записки;
- создание электронного макета.

## **1.5 Концептуальное решение проекта**

***Создание единого графического образа.*** Серия бумажных упаковок – не менее четырех штук, одна подарочная упаковка, выполненная из любого материала, фирменный пакет. Студенту требуется создать упаковки, конструкция которых будет отражать общую концепцию товара и предприятия, выполненные в едином стиле с изобразительными элементами, работающие на имидж товара и престиж предприятия. При работе с конструкцией упаковки необходимо учитывать функциональное назначение бумажных замков, определяющее характер товара [1, 2, 3].

***Решение единой цветовой гаммы.*** Цвет является мощным средством выражения идейной составляющей и поэтому может использоваться в качестве существенного компонента (стилеобразующей константы) в построении единой концепции комплекта, а так же в создании выразительной графики.

***Графическое оформление комплекта.*** При создании графического образа комплекта необходимо учитывать технологические возможности изготовления объектов проектирования: возможности цветопередачи, особенности нанесения печати на развертки пакетов и эксклюзивную упаковку.

***Выбор фирменного шрифта.*** Для оформления упаковок и пакета может быть выбрано один-два основных и несколько дополнительных (информационных) шрифтов, которые будут соответствовать общему графическому стилю комплекта. В оформлении комплекта применяется шрифт и фирменная символика.



Серия упаковок и бумажный пакет должны быть выполнены в едином графическом и конструктивном стиле. Пакет и упаковки рассматриваются как рекламные носители товара, для которого они созданы, поэтому на них должны быть обязательные элементы визуальной информации:

- товарный (фирменный) знак магазина (изготовителя);
- координаты, выходные данные предприятия (адрес, телефон и т.д.);
- состав продукта;
- изобразительные графические элементы, работающие на образ товара;
- название фирмы изготовителя.

**Модульная сетка.** Все графические элементы должна объединять разработанная дизайнером модульная сетка. Сложность модульного решения сетки зависит от авторского замысла.

Примеры представлены в приложении А-Г.

## **1.6 Эскизное решение**

Эскизы выполняются вручную различными техниками (акварель, гуашь, темпера, смешанная техника, коллаж и т.д.) и различными инструментами, в том числе при помощи компьютерных графических программ и графического планшета.

## **1.7 Условия получения результата**

Результат работы над проектом достигается при помощи высокого уровня креативности и новизны, в том числе – на конкурсные темы; использование в ходе проекта интерактивных технологий (эссе, анализ конкретных ситуаций, групповые дискуссии, мозговые штурмы, клаузуры, мастер-класс); высокое технологическое качество исполнения.

## **1.8 Состав оборудования и материалов**

Для выполнения данного курсового проекта необходимо светлое, просторное помещение, оборудованное удобными столами и стульями (каждый студент за отдельным столом), компьютерный класс, программное обеспечение: CorelDRAW, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator.

Материалы и инструменты, необходимые в работе над курсовым проектом: ватман, бумага для эскизов, бумага и картон разных оттенков, фактур и плотности (согласно концептуальному замыслу); графические материалы; резак, чертёжные и другие необходимые инструменты.

## **2 Методические пояснения**

### **2.1 Основные термины**

**Упаковка** – средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждения и потерь при транспортировке.

**Бумажные пакеты** – самый простой вид тары, изготавливается из различных бумагосодержащих материалов, дизайнерских бумаг или картонов, как правило тонированных в массе. Ручки на бумажных пакетах могут быть верёвочные (лента или шнур) или бумажные (бечевка).

**Конструкция** – правильно сконструированная упаковка призвана повысить функциональные, эстетические и, коммерческие характеристики продукта. В процессе работы над разработкой конструкции необходимо проследить все стадии создания упаковки начиная от выбора плотности бумаги, ее качества, фактуры, с учетом других материалов и их свойств, способных влиять на общее восприятие упаковки. Необходимо продумать способ печати и технологию изготовления упаковки. Конструкция упаковок должна быть легкой в сборке, буквально одним – двумя движениями трансформироваться из плоского формы в объем. Помимо традиционных вариантов упаковок возможно

применение новых решений в конструкции, форме, интересных подходах к таким понятиям, как: формат, структура, материал, текстура, фурнитура.

**Замки** – это элементы конструкции, позволяющие соединить детали в единую форму, присутствие которых обязательно в данном курсовом проекте. Замки помимо функциональности могут нести декоративную составляющую, и являться активными элементами композиции.

**Цветовая гамма** – является мощным средством выражения и оказывает немаловажное психологическое влияние на потребителя, вызывает ассоциации с содержимым упаковки и должна использоваться в качестве важного стилеобразующего компонента в построении единой графической концепции комплекта упаковок.

**Шрифт** – графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему, набор символов определенного размера и рисунка [4, 5].

## **2.2 История упаковки**

«Самым первым материалом для создания тары для пищевых продуктов была обычная глина: ею обмазывали сплетенные из веток корзины, чтобы можно было хранить в них жидкости. С изобретением гончарного круга и горна для обжига изделий в IV–III тысячелетии до н. э. появились настоящие глиняные сосуды.

Во второй половине IV тысячелетия до н. э. в Древнем Египте и Сирии были изготовлены первые бутылочки из стекла, использовались они в качестве флаконов для косметики. А в 1611 году в Англии запатентовали печи для обжига стекла и стали выпускать более дешевые толстостенные сосуды для хранения разнообразных продуктов.

Именно потребность в транспортировке и торговле провиантом стала основной движущей силой в эволюции упаковки. Для сыпучих продуктов

первоначально использовались мешки из джутовых и хлопковых тканей или кожи.

Первые бумажные пакеты появились в Европе в начале XVIII века. Основным достоинством новой упаковки была ее дешевизна и небольшой вес, что нравилось покупателям.

Бумажные пакеты были популярными до 1957 года. Затем на их место пришли новейшие для того времени пакеты из полиэтилена, продержавшиеся в качестве универсальной упаковки достаточно долго. В 70-х годах XX века полиэтиленовые пакеты стали гораздо удобнее в использовании – обрели ручки, а с 1982 года в наш быт прочно вошли пакеты-«майки».

Следующим этапом в процессе эволюционного развития упаковочных материалов в начале XX века стали пластмассы. Правда, первоначально вплоть до конца 30-х годов они применялись исключительно для изготовления декоративных крышек к складным картонным коробкам.

Вторая мировая война вывела пластмассы на совершенно новый уровень функциональности: их использовали не только при изготовлении фляг с закручивающимися крышками для солдат армии США, баночек для медикаментов и продуктов, но и при производстве емкостей для упаковки оружия.

Разработанные в первой половине XX века упаковки для продуктов, претерпев существенные изменения в составе материалов, из которых они изготовлены, пришли в наше время как абсолютно безопасные, удобные и практичные коробки. Каждому из нас известен сейчас пластиковый контейнер или ланч-бокс, ставший незаменимым спутником школьников и студентов, туристов и служащих, детей и взрослых» [1, 6].

### **2.3 Основные способы производства упаковки**

Вследствие такого широкого видового ассортимента в этикеточной индустрии способы нанесения рисунка и графики на этикетку столь же

разнообразны. Т.А. Трыкова в учебном пособии «Товароведение упаковочных материалов и тары» выделяет следующие, наиболее распространенные методы:

**«Офсетная печать** – печать с офсетной металлической матрицы. Это основной способ литографирования этикеток для изготовления больших тиражей. Для него используют растворимые жидкие краски. Для сухого офсета применяют высоковязкие краски для литографирования металлической и полимерной тары.

**Флексография** – печать с эластичной резиновой формы, чаще ее используют для этикеток, выпускаемых малыми тиражами. Печать наносят в несколько цветов через наносные и красочные валики на запечатываемую поверхность (в нужное место).

**Шелкография** – печать с помощью трафаретных (капроновых, нейлоновых, полиэфирных, металлических) сеток, в которых рисунок печатают красками по пробелам сетки с помощью ракля – ножевого приспособления с фиксированным зазором для намазывания краски. Этот способ позволяет печатать как на плоских, так и цилиндрических поверхностях.

**Глубокая и высокая печать** – типографические способы нанесения рисунка или графики на бумагу и тонкий картон.

**Тампонная печать** осуществляется в один или два цвета на любую криволинейную поверхность и по любым материалам. Клише для печати изготавливают по оригинал-макету. Рабочим инструментом является тампон, который переносит краску с клише на поверхность тары. Прижим тампона происходит с помощью небольшого избыточного давления.

**Горячее тиснение** осуществляется переносом оттиска с фольги, имеющей специальный красочный слой. Тиснение производится с помощью штампов или клише с выступающими элементами (шрифт, рисунок), которые переносят красочный слой с фольги на тару горячим прессом.

**Конгрев** – используется для маркировки выдувной, прессованной или литьевой полимерной упаковки, а также для маркировки картонной тары.

**Термотрасфер** – перевод изображения на материалы с красочных лент, например полимерных пленок» [7, с. 79].

## **2.4 Современный дизайн упаковки**

Производство современной упаковки – динамично развивающийся сегмент рекламного рынка, предлагающий потребителю множество конструктивных решений с использованием инновационных полиграфических технологий. Примеры представлены в приложении А и Б. Компьютер как инструмент дизайнера дал более широкие возможности в процессе разработки изобразительной поверхности упаковки.

«Современные правила дизайна упаковки требуют по возможности индивидуального подхода к массовой потребительской продукции. На фоне насыщенного трудового графика и усталости от стандартных, как у всех «конвейерных» предложений, упаковка с элементами интерактивного дизайна и графической персонализации просто обречена на успех. К таким решениям можно отнести упаковки, которые предлагают потребителю большие возможности и удобство открывания. Вполне ярким маркетинговым и дизайнерским решением может стать технология нанесения уникального цифрового или голографического кода на упаковку. Такой код свидетельствует не только об уникальности упаковки с конкретным номером, но и о высоком качестве продукта. У потребителя просто не возникнет сомнения в том, что товар может быть подделан, некачественно упакован, или просто не свежий. Каждый проект по упаковке состоит из 4-х больших шагов:

Шаг 1. Дизайн-исследования.

Шаг 2. Анализ и разработка стратегии.

Шаг 3. Дизайн.

Шаг 4. Оценка.

Четкое соблюдение такой последовательности работы с проектом позволит предупредить принятие ошибочных решений по дизайну». [8]

## 2.5 Тенденции в графическом дизайне упаковки

**««Легенда» на упаковке.** Информация на упаковке об истории и происхождении продукта повышают уровень доверия потребителя. К тому же людям свойственно запоминать «легенды» и привязываться к ним. Упаковка с историей – это эффективный инструмент установления взаимосвязи между брендом и продуктом.

**«Легкомысленная причудливость».** Основная функция упаковки – информировать потребителя о свойствах и преимуществах того или иного продукта. Но простота и информативность бездушной упаковки не привлекут внимание покупателя. Гораздо более интересны бренды «с идеей», обладающие яркой индивидуальностью. Немного юмора в дизайне располагают потребителя к дальнейшему знакомству с продуктом.

**«Четкие контрастные надписи».** Использование четких надписей и контрастного жирного шрифта берет свое начало в искусстве поп-арта. Этот способ граничит с простотой и минимализмом, который так любят многие дизайнеры. Также четкие контрастные надписи характерны для упаковки продукции с широким ассортиментом.

**«Недосказанность».** Это способность акцентировать внимание потребителя на конкретном продукте, а не на бренде. Такая упаковка идеализирует продукт, вызывает приятные эмоции и ассоциации. Этот эффект может быть достигнут разными способами, один из наиболее популярных – использование в дизайне упаковки фотографий.

**«Имитация ручной работы».** Упаковка продукции «ручной работы» должна убеждать покупателя, что этот товар уникален и сделан «только для него». Тренд индивидуальности упаковки становится все более актуальным, в то время как массовый дизайн стандартизированной продукции уходит на второй план. Такой дизайн воплощает некие живые образы благодаря использованию авторских иллюстраций, «ручных» шрифтов.

**«Брендовый «life style».** В рекламе потребительских товаров этот тренд нельзя назвать новым, но в дизайне упаковки он используется относительно недавно. Его суть: продать не товар, а положительные эмоции, которые он в себе несет. Визуально это выражается в изображении на упаковке счастливых, довольных людей, которые купили и потребляют этот продукт, приобщаясь, таким образом, к определенному стилю жизни конкретного бренда.

**«Назад в прошлое».** Этот тренд «оживляет» приятные воспоминания из прошлого, вызывая ностальгию по «лучшим временам». Визуально это выражается в использовании стилистики 60–70-х годов. Не стоит отождествлять этот тренд с «ретро», который в точности копирует старые образцы дизайна. Скорее он по-новому переосмысливает их, предлагая покупателю «старые добрые» эмоции на современный лад.

**«Минимализм».** Применительно к дизайну упаковки этот подход воплощает элегантную простоту, отказ от помпезных украшений и акцент только на ключевой идее. Это простота роскоши. Многие крупные бренды взяли этот тренд на вооружение, доказывая его эффективность в различных сегментах товаров: от продуктов питания до электроники» [3].



## **Заключение**

Методические указания «Дизайн комплекта упаковок» содержат комплекс последовательных и четко сформулированных предложений и указаний по выполнению курсового проекта дисциплины «Проектирование».

Выполнение данного курсового проекта позволяет студентам успешно овладевать приёмами разработки конструктивного решения упаковки и ее графического оформления. Полученные навыки позволяют будущим дизайнерам-графикам успешно справляться с проектированием комплекта упаковок.

## Список использованных источников

1. Хериот Люк. Дизайн. Библия упаковки / Люк Хериот: РИП-холдинг – Москва: Rotovision, 2007. – 304 с.: ил.
2. Что такое графический дизайн? / Квентин Ньюарк; пер. с англ. И.В. Павловой. – М.: АСТ: Астрель, 2005. – 255 (1) с.: ил.
3. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Тэмплу; пер. с англ. К. Крутских. – М.: АСТ: Астрель, 2007. – 256 с.: ил.
4. Graphic Simplicity. – Москва: P.I.E. Books, 2008. – 300 с.: ил.: 148.
5. In-Store Display Graphics. – Москва: P.I.E. Books, 2008. – 400 с.: ил.: 216.
- 6 Трыкова Т.А. Товароведение упаковочных материалов и тары: учебное пособие / Т.А. Трыкова – Москва: Дашков и Ко. 2008. – 146 с.
- 7 Чупахина, Е.А. Товароведение и экспертиза товаров // Эстетика и дизайн товаров – Омск, 2010 – Режим доступа: <http://coolreferat.com>
- 8 Как создать успешный дизайн упаковки – Режим доступа: <http://www.dv-reclama.ru>

**Приложение А**  
**(справочное)**  
**Примеры комплектов упаковок**



Рисунок А.1 – Серия упаковок, для фирмы «LivaW»



Рисунок А.2 – Упаковки для конфет



Рисунок А.3 – Упаковки для конфет



Рисунок А.4 – Упаковки для конфет



Рисунок А.5 – Упаковки для лампочек



Рисунок А.6 – Упаковки для сока



Рисунок А.7 – Упаковки для подарков



Рисунок А.8 – Упаковки для орехов



Рисунок А.9 – Упаковки для фурнитуры



Рисунок А.10 – Упаковки для конфет



Рисунок А.11 – Упаковки для молочной продукции



Рисунок А.12 – Упаковки для крекеров



**Приложение Б**  
**(справочное)**  
**Примеры подарочных пакетов**



Рисунок Б.1 – Пакеты



Рисунок Б.2 – Пакеты



Рисунок Б.3 – Пакеты



Рисунок Б.4 – Пакеты

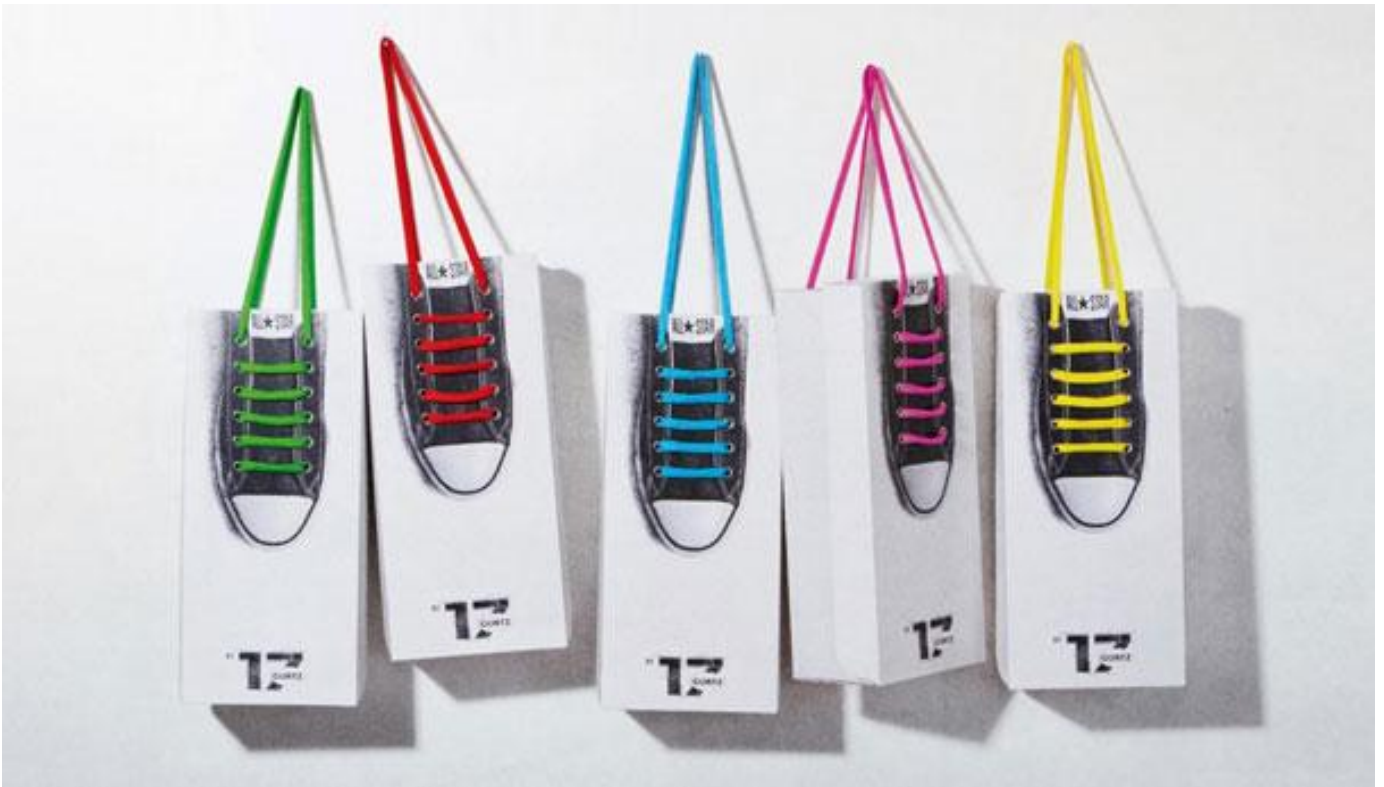


Рисунок Б.5 – Пакеты для спортивной продукции



Рисунок Б.6 – Пакеты для спортивной продукции

## Приложение В (справочное) Примеры бумажных замков (упаковка)



Рисунок В.1 – Пример бумажных замков на упаковке



Рисунок В.2 – Пример бумажных замков на упаковке

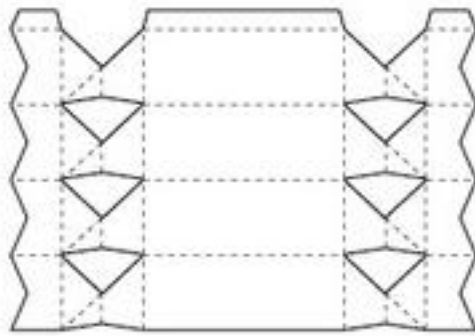
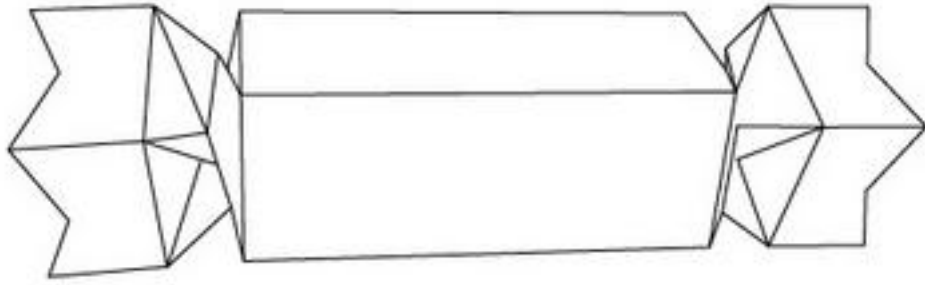


Рисунок В.3 – Пример бумажного замка на упаковке

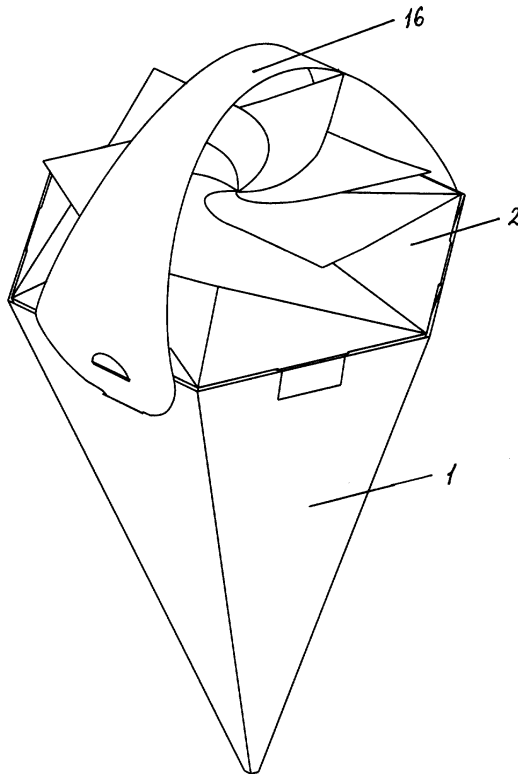


Рисунок В.4 – Пример бумажного замка на упаковке

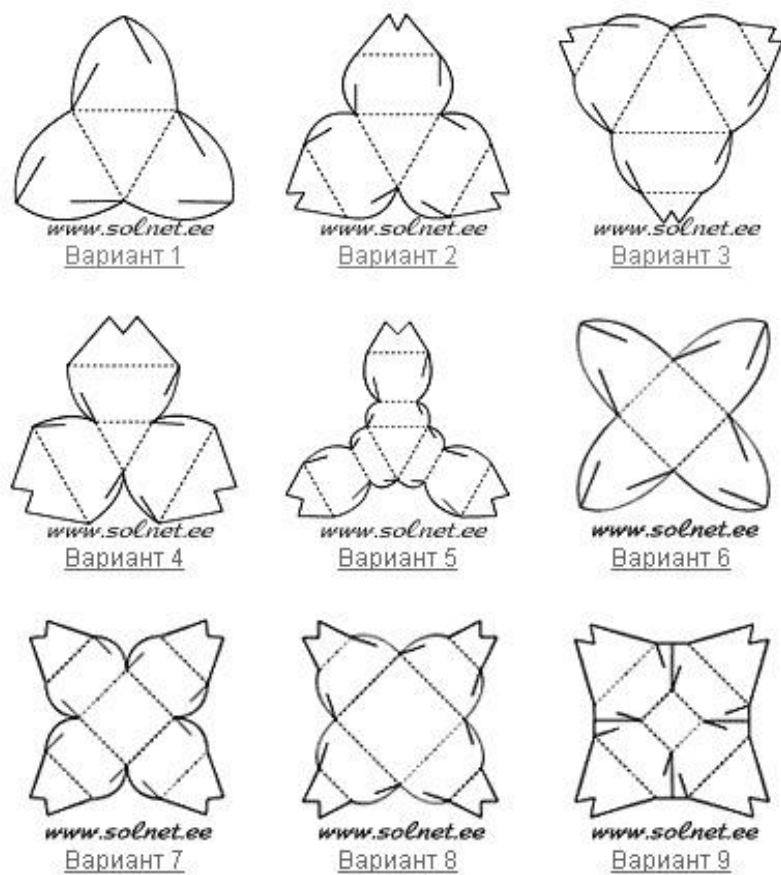


Рисунок В.5 – Примеры бумажных замков на развертках

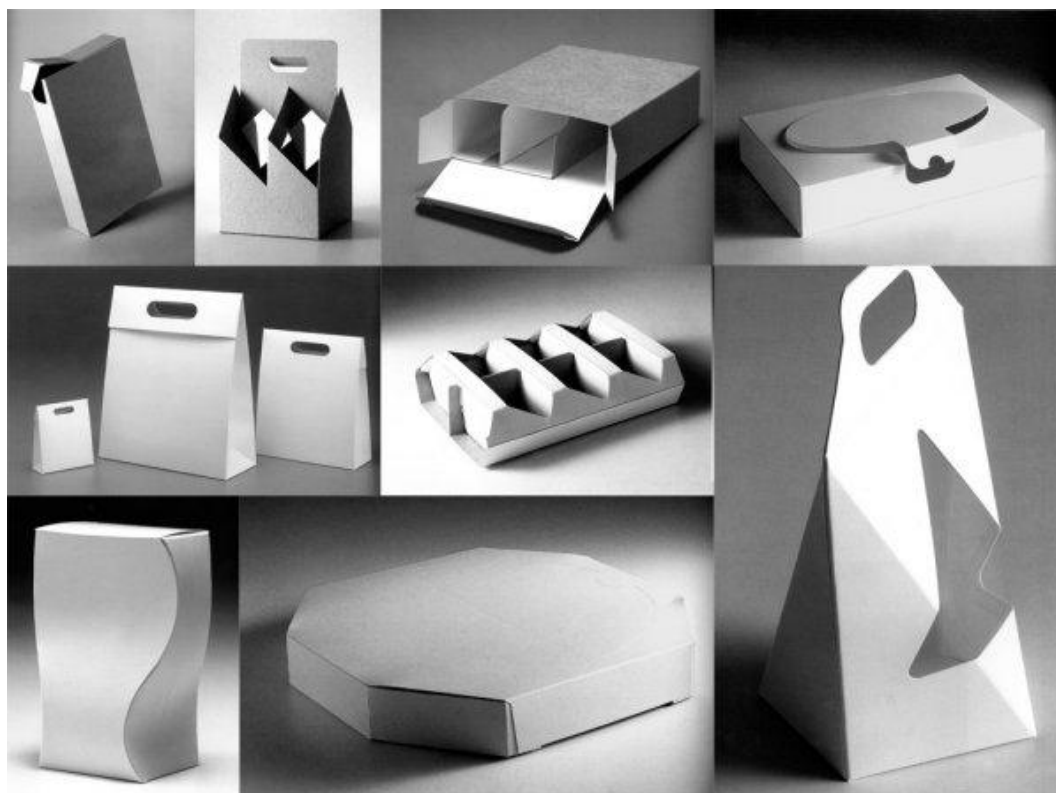


Рисунок В.6 – Примеры бумажных замков на упаковках

**Приложение Г**  
**(справочное)**  
**Примеры студенческих работ комплектов упаковок**



Рисунок Г.1 – Серия упаковок для кондитерской компании «ОК»,  
выполнила студентка Засорина Ольга



Рисунок Г.2 – Серия упаковок для косметической фирмы,  
выполнила студентка Косилова Ксения