

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра дизайна

В.В. ЦОЙ, О.Б. ЧЕПУРОВА

КОМПЛЕКТ БУМАЖНЫХ ПАКЕТОВ И УПАКОВКИ ДЛЯ ТОВАРОВ ФИРМЕННОГО МАГАЗИНА ИЛИ ОТДЕЛА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К КУРСОВОМУ ПРОЕКТУ № 16
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ»

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Оренбург 2008

УДК 745.54:76(07)
ББК 85.15+30.182я73
Ц76

Рецензент
кандидат искусствоведения С.Г. Шлеюк

Цой В.В.

Ц 76 Комплект бумажных пакетов и упаковки для товаров фирменного магазина или отдела: методические указания к курсовому проекту №16 дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» / В.В. Цой, О.Б. Чепурова. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2008. – 17 с.

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

Методические указания предназначены для выполнения курсового проекта № 16 по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» для студентов специальности 070601 – Дизайн специализации Графический дизайн.

ББК85.15+30.182я73

© Цой В.В.,
Чепурова О.Б., 2008
© ГОУ ОГУ, 2008

Содержание

Введение	4
1 Методическая цель	5
2 Методические задачи	5
3 Содержание курсового проекта	5
3.1 Объем курсового проекта	5
3.2 Состав проекта	6
4 Перечень возможных объектов проектирования	6
5 Методические указания к выполнению основных разделов курсового проекта	6
5.1 Проектное задание	6
5.2 Научно - исследовательский раздел	7
5.3 Концептуальное решение проекта	7
5.4 Эскизное решение	8
5.5 Конструктивное решение выкройки пакетов и упаковки, замки	8
5.6 Графическое решение комплекта (пакеты, подарочная эксклюзивная упаковка)	9
5.7 Оформление курсового проекта	11
Список использованных источников	12
Приложение А	13

Введение

«Проектирование в графическом дизайне» - ведущая дисциплина специализации «Графический дизайн», определяющая формирование студента как специалиста. Задачей дисциплины является обучение студентов системе проектирования, умению формировать блок вопросов и рационально и творчески отвечать на них.

Курсовой проект «Комплект бумажных сумок и упаковки для товаров фирменного магазина или отдела» выполняют студенты 4 курса в VIII семестре. Приступая к работе над курсовым проектом, студенты уже имеют определенный навык работы по созданию элементов фирменного стиля, по созданию графических работ больших и малых форматов. На дисциплине «Пропедевтика (основы композиции)» они получили знания в области создания графических, рельефных и объемных композиций на тему «Музыка», «Ритмы» и т.д.

В работе над данным курсовым проектом необходим комплексный подход к решению поставленной задачи. Перед студентами встает задача разработки дизайн-концепции серии пакетов и подарочной упаковки, которая, с одной стороны, была бы стильной и современной, то есть четко отвечающей предпочтениям целевой аудитории, и, как следствие, повышающей конкурентоспособность, но, с другой стороны, сохраняющей элементы преемственности по отношению к привычному для потребителей облику продукции компании, разумеется, она должна быть комплексной и строиться в едином стиле.

Работая над созданием графического комплекса серии пакетов и подарочной упаковки, необходимо учитывать, какое воздействие производит на потребителя та или иная форма, цвет, слово, как они влияют на восприятие человека. Необходимо исследовать две составляющие процесса дизайна: творческую и технологическую. Разработка дизайна серии пакетов и подарочной упаковки представляет для дизайнера огромный интерес, как с творческой, так и с коммерческой точки зрения.

Современный дизайн упаковки преследует глобальные цели: не только донести информацию, но интерпретировать ее, передать настроение и обязательно вовлечь покупателя в процесс общения. Курсовой проект преследует две цели - технологию и искусство. Шаг за шагом рассматриваются возможности экспериментов с материалом, цветом и типографикой.

1 Методическая цель

Основная цель курсового проектирования - развитие навыков самостоятельной работы студента. Умение планировать свое время, находить источники необходимой для работы информации, применять различные формы ее сбора, хранения и использования. Освоение методов проектирования и принципов формообразования графических образов.

Получение навыков деления многообразия товаров на группы (по размерным, функциональным, логическим признакам). Эксклюзивная упаковка также рассматривается как элемент фирменного стиля предприятия.

2 Методические задачи

Развитие методики разработки элементов графического и упаковочного материала в комплексе, взаимосвязанных между собой; оформление графического комплекса в соответствии с фирменным стилем, направлением и стилем музыки, либо другим содержанием диска

Главным является достижение визуальной выразительности и образной содержательности элементов проекта посредством графических преобразований.

Освоение методики конструирования простейшего вида тары и метода проектирования с применением способов передачи информации средствами изображения и шрифта на объемной основе. Формирование соответствия формы изделий их функциональным и конструктивно-технологическим особенностям; обеспечение образности и выразительности формы изделий на основе их грамотной композиции.

3 Содержание курсового проекта

Объем курсового проекта

Объем курсового проекта определяется количеством часов, отводимым учебным планом на курсовое проектирование.

Содержание проекта позволяет в пределах курса осуществить комплексный подход в решении конструктивных и графических задач конкретного объекта, выполненной на 4 планшетах 50x70 см.

Курсовой проект содержит следующие разделы:

- анализ и систематизация аналогового материала;
- концептуальное решение;
- эскизное предложение;
- подача материала в масштабе 1:2, и в натуральную величину.

Курсовой проект состоит из задания, пояснительной записки, поисковой части.

Состав проекта:

- комплект пакетов, не менее трех штук и упаковка;
- изометрии, развертки;
- основные бумажные замки и элементы крепления (кнопки, липучка, люверсы и т.д.);
- товарный знак предприятия изготовитель;
- особенности эксплуатации;
- название проекта, вспомогательные надписи, подпись проекта;
- рекламная подача комплекта пакетов и упаковки;
- пропорционально-модульная гармонизация проекта;
- макеты бумажных пакетов и упаковки (М 1:1);
- пояснительная записка (объем 20 страниц).

4 Перечень возможных объектов проектирования

Студенты самостоятельно выбирают тему, это может быть магазин, бар, кафе и т.д. Обосновывают необходимость создания серии пакетов и эксклюзивной упаковки.

5 Методические указания к выполнению основных разделов курсового проекта

Проектное задание

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 вспомогательного графического задания;
- эскизирование на заданную тему;
- окончательное (чистовое) выполнение графической подачи, макетов и пояснительной записки.

Приступая к курсовому проектированию, необходимо выполнить следующий перечень работ, состоящий из блоков:

- *Конструктивное решение* (развертки пакетов, упаковки, замки).
- *Графическое решение комплекта* (пакеты, подарочная эксклюзивная упаковка).

В процессе проектирования большое внимание уделяется образному решению визуально-коммуникативных изображений и поиску оптимального соотношения их образного решения с конструктивными и функциональными особенностями комплекта.

Научно - исследовательский раздел

На этой стадии работы проводят анализ существующего уровня разработок отечественных и зарубежных дизайнеров в данной области.

Проектирование графического и конструктивного содержания комплекта пакетов и упаковки рассматривается как инструмент укрепления престижа и важный коммерческий фактор.

В научно - исследовательском разделе могут быть представлены аналитические материалы по существующим методикам разработки упаковок и тары известных дизайнеров. (По материалам из периодических изданий, специальной литературы, Интернету).

Проводится анализ элементов применяемых в создании эксклюзивного оформления упаковок, современных тенденций в моде графического дизайна и новых технологий.

Графическое решение оформления упаковки должно заключается в создании более сложной формы, больших затратах на изготовление, оправданных более высокой стоимостью изделия, способного стать подарком в самых торжественных случаях (имеется в виду штучное производство упаковок). Важным фактором в анализе применяемых элементов является их эргономичность.

Источниками сведений служат публикации в журналах, книгах, каталогах фирм, выставок, Интернете.

Концептуальное решение проекта

5.3.1 Создание единого графического образа (серия пакетов – не менее трех штук, подарочная упаковка). Требуется создать графический образ и изобразительные элементы, работающие на имидж товара, и престиж предприятия.

5.3.2 Решение единой цветовой гаммы. Цвет является мощным средством выражения и потому может использоваться в качестве существенного компонента (стилеобразующей константы) в построении единой концепции комплекта, и в создании выразительной графики.

Разрабатывая графическое оформление комплекта, необходимо учитывать технологические возможности изготовления объектов проектирования: возможности цветопередачи, особенности нанесения печати на выкройку пакетов и эксклюзивную упаковку.

5.3.3 Выбор фирменного шрифта. Для оформления может быть выбрано один, два основных и несколько дополнительных (информационных) шрифтов, которые будут соответствовать общему стилю комплекта.

В оформлении применяются: фирменная символика, шрифты – помимо фирменных шрифтов, могут использоваться любые гарнитуры

подходящие по своей графеме и построению, выбор должен быть обоснованным.

5.3.4 Формат графических элементов должен соответствовать конструкции, формату и особенностям изготовления. Упаковка и бумажные пакеты должны быть выполнены в едином стиле. Пакеты и упаковка рассматриваются как рекламный носитель. Обязательные элементы визуальной информации:

- товарный (фирменный) знак магазина (изготовителя);
- координаты;
- перечень товаров;
- изобразительные элементы, работающие на образ товара;
- название фирмы.

Общее графическое решение всех элементов должна объединять разработанная автором модульная сетка. Сложность модульного решения сетки зависит от авторского замысла. Оформление комплекта может рассматриваться как инструмент укрепления престижа компании, и важный коммерческий фактор.

Эскизное решение

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

На каждый объект проектирования выполняется 3-5 эскизных вариантов.

Лучшие эскизы подаются на защите курсового проекта в оформленном виде на планшете 50x70 см.

Конструктивное решение выкройки пакетов и упаковки, замки

Упаковка и бумажные пакеты должны быть выполнены на основе единой выкройки (склейка по шву), легко трансформироваться из плоского состояния в объемное и наоборот, отличаться прочной конструкцией. Пакеты и упаковка рассматриваются как рекламный носитель.

Проектируются минимум три бумажных пакета и одна упаковка, составляющие комплект.

Конструкция пакетов – это конструкция, в процессе проектирования которой надо подробно проследить все стадии создания упаковки – от выбора плотности бумаги, ее качества, фактуры, плотности, и других свойств, способных влиять на общее восприятие концепции. Необходимо продумать способ печати и технологичность постпечатной обработки. Конструкция пакетов должна быть легкой в сборке, буквально одним – двумя движениями. Помимо традиционных вариантов пакетов возможно применение новых

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

Упаковка является важным элементом для формирования уникального образа предприятия. Технологичность – существенный фактор при разработке. Дизайнер, помимо решения креативных задач, ищет способы сократить издержки на изготовление конструкции и привнести нетривиальные решения в производственные вопросы и в выбор материалов.

Необычная цветовая гамма, оригинальный материал или нестандартная форма сразу привлечет внимание покупателя. Содержимое, необычной упаковки может стать прекрасным подарком или дополнить коллекцию неординарных вещей.

Конструкция и оформление упаковки представляет собой эксклюзивный объект проектирования и подразумевает использование различных материалов – прозрачных пластиков, дизайнерских картонов, стекла, ткани. Важным аспектом является конструкция упаковки, здесь надо учесть ряд факторов:

- возможность нанесения изображения;
- возможность быстрой сборки. (*приложение А, рисунок А.5*)

Замки – это элементы конструкции, позволяющие соединить детали в единую форму, присутствие которых обязательно в данном курсовом проекте. Требование проекта – это возможность изготовления пакетов без склейки, соответственно необходимо учесть характер замков: фиксация, глухая фиксация, поворот, или декоративные замки.

Декоративные замки, помимо функциональности, являются активными элементами композиции, возможно, применить их в качестве акцента; скрытый замок чисто функционален, технологичен, лишён излишеств.

Концепцию проектного решения необходимо строить исходя из существующего названия и направления деятельности фирмы, ее логотипа, характерной цветовой гаммы. (*приложение А, рисунок А.7*)

Графическое решение комплекта (пакеты, подарочная эксклюзивная упаковка)

Графическое оформление простейшего вида тары с применением способов передачи информации средствами изображения и шрифта на объемной основе. Эксклюзивная упаковка также рассматривается как элемент фирменного стиля предприятия. Эксклюзивность ее заключается в более сложной форме, больших затратах на изготовление, оправданных более высокой стоимостью изделия, способного стать подарком в самых торжественных случаях (имеется в виду штучное производство упаковки).

Серия пакетов должна отвечать ценностям потребителей – быть информативной и понятной при помощи акцентированных функциональных надписей, графических элементов и внедрения в фон соответствующих изображений. Эмоции, возникающие у человека при взгляде на упаковку,

мотивируют к приобретению продукта и рожают приверженность бренду. (*приложение А, рисунок А.1*)

Бумажные пакеты должны быть выполнены в единой графической концепции, легко трансформируются из плоского состояния в объемное и наоборот, отличаться прочной конструкцией. Они рассматриваются как рекламный носитель; обязательные элементы визуальной информации: товарный (фирменный) знак магазина (изготовителя), его координаты, может присутствовать перечень товаров; изобразительные элементы, работающие на образ товара; название товара.

Проектируются минимум три бумажные сумки, составляющие комплект:

- для одного малогабаритного изделия;
- пакетов средних размеров;
- многосекционная для нескольких видов содержимого.

Задача проекта - подчеркнуть индивидуальность содержания.

Эксклюзивное оформление пакетов послужит дополнительной рекламой магазина и продукции, она повысит уровень обслуживания на торговой точке, придаст ей значимость в глазах покупателей и будет приятным завершением покупки. (*приложение А, рисунок А.5 – А.9*)

Упаковка. Оформление подарочной упаковки играет очень важную роль для конечного потребителя. Красивая и интересная упаковка может не только выступать "тарой" для продукта, но и быть настоящим украшением стола, а также служить потребителю еще долгое время, выполняя сторонние функции, неся на себе внешнюю атрибутику того или иного бренда. Дизайн упаковки - один из основных инструментов мотивации совершения покупки.

Цвет, гарнитура, количество и место текстов на упаковке должны быть таким, чтобы потребитель мог эти тексты, прочесть. Причем прочесть в той последовательности, какую предполагает дизайнер.

Подарочная упаковка используется не как упаковка самостоятельного продукта, а как часть кампании по продвижению продукта для подчеркивания ощущения качества, придания продукту характера эксклюзивности, расширения его потребительских свойств. Безусловно, применение подарочной упаковки возможно только для премиального продукта. Дизайнерские решения, материалы для этого вида упаковки аутентичны заявляемой премиальности самого товара - дорогой товар должен быть упакован дорого, выглядеть эксклюзивно. Мотивация при покупке премиального товара в премиальной упаковке - реализовать ощущение высокого уровня самоидентификации. Продукты в такой упаковке используются не по прямому назначению, а в качестве подарка или памятного сувенира, что расширяет границы использования товара. Упаковка при этом передает характер бренда, его идею и основные визуальные константы. (*приложение А, рисунок А.2 – А.4*)

Оформление курсового проекта

Графическая часть (4 планшета 50x70 см) содержит:

Графическое решение комплекта пакетов и упаковки (каждый объект подается на отдельном планшете).

Изометрии, развертки.

Основные бумажные замки и элементы крепления (кнопки, липучка, люверсы и т.д.).

Товарный знак предприятия изготовителя.

Особенности эксплуатации.

Название проекта, вспомогательные надписи, подпись проекта.

Рекламная подача комплекта пакетов и упаковки.

Пропорционально-модульная гармонизация проекта.

Макетная часть: макеты бумажных пакетов и упаковки (М 1:1).

Пояснительная записка (объем 20 страниц).

Пояснительная записка к проекту

«Комплект бумажных сумок и упаковки для товаров фирменного магазина или отдела _____».
(название)

Пояснительная записка является обязательным теоретическим разделом в курсовом проекте и состоит из введения, анализа аналогов, обоснования концепции, описания проектного решения и выводов.

Структура пояснительной записки:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- анализ аналогов;
- смысловая и графическая концепция комплекта;
- система композиционных средств и пропорционально-модульная организация (сетка);
- эргономический анализ элементов серии;
- выводы.

В разделе «Введение» пояснительной записки излагаются: выбор, задачи и место объекта проектирования. Объем раздела пояснительной записки 3 стр.

В завершающем разделе пояснительной записки - «Выводы», необходимо выделить как наиболее сильные стороны разработки графического комплекса, так и менее удачные, по мнению автора.

Критически оценить проделанную работу.

Объем пояснительной записки: не менее 20 страниц печатного текста (шрифт 14 Times New Roman; поля: правое 30 мм, левое 10 мм, верхнее 15 мм, нижнее 20 мм; одинарный пробел) и иллюстративное приложение (аналоги, эскизы, итоговое решение).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Хериот Люк. Дизайн Библия упаковки / Люк Хериот. – М.: РИП-холдинг/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. Hunt Wayne. Urban Entertainment Graphics: Theme Parks and Entertainment Environments / Wayne Hunt/-New York: Hearst Books International, 1997. - 224h.: ill.
4. 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.
5. Graphic Simplicity. - P.I.E. Books, 2008. – 300 с.: ил.: 148.
6. In-Store Display Graphics. - P.I.E. Books, 2008. – 400 с.: ил.: 216.
7. Дизайн Упаковки. Форма и Оформление. - М.: РИП-холдинг/Rotovision, 2007. – 304 с.: ил. 300.

Приложение А (справочное)

Графическое и конструктивное решение комплекта упаковок



Рисунок А.1



Рисунок А.2



Рисунок А.3



Рисунок А.4



Рисунок А.5



Рисунок А.6



Рисунок А.7



Рисунок А.8



DESIGN → Nassor Design
PROJECT → Wedding card
DESCRIPTION → Common metallic envelope custom die-cut in the shape of an open flower. The envelope is flat on one side and pops up into a dimensional object on the other. The envelope flaps are letterpress scored, folded, and held closed with foil stickers.

Рисунок А.9