

5 семестр

Раздел 1. "Серия из двух  
упаковок - объемное  
бумажное моделирование".

Дизайн упаковки в сочетании с  
графическим дизайном

Подарочная упаковка  
("Подарочный набор упаковок из 1,  
2 и 3(4) конфет")

# КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ

КТ1- Занятие №2. Презентация предпроектного исследования «АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩЕГО СЕРИЙНОГО ТЕКСТА» (сдача, оценивание) **без защиты**

КТ2 -Занятие №4. Презентация идеи «ИДЕЯ ПРОЕКТА»: Техническое задание. клаузура «Метод ассоциаций и метафор», Графическая концепция. Проектирование формы . **защита**

КТ3 -Занятие №8. Презентация идеи «Итоговое проектное решение» +макет. Сдача работы **без защиты** . Проверка. Обсуждение результатов .

Текущий контроль успеваемости – контрольные точки(КТ). Контрольные точки представляют собой КТ1- 20% , КТ2 – 40 % кКТ3- 50 % от общей оценки за семестр.

Итоговый контроль по результатам ЗКТ 5-го семестра - **ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ЗАЧЕТ.**

**СМ. ГРАФИК ПРОЕКТИРОВАНИЯ**

# КТ -1. Анализ существующей серии упаковок конфет

## Анализ существующего серийного текста pdf)

### Состав исследования:

#### **Анализ существующей серии упаковок**

- А) **Морфологический анализ** - композиционное расположение частей (блоков «текста») и их влияние друг на друга – площадь, занимаемая каждым блоком «текста», его положение на листе, цвет(цвета, используемые в блоке, их площадь и особенности), графическая «нагруженность»- фото, графические элементы, картинки, шрифты.
- Б) **Семантический анализ** - основная семантическая идея графической части – выражается слоганом (если на иностранном языке, то перевести), тематикой (пишется обычно под основным названием, при необходимости, тоже перевод), типом шрифта, смысловое содержание, графическое начертание и цвет которых связаны с общей идеей, отражают ее.

#### **Анализ**

- А) **Морфологический анализ** - выявление композиции блоков «текста» (основные принципы).
- Б) Морфологический анализ - выявление сквозной графической идеи.

#### **3) Подведение итогов**

- А) **Морфологический анализ** - выяснение наличия сквозных структурных связей (серийности между всеми упаковками)- шрифт, графические элементы, цвет фона, смысловой контекст имеющегося и прочее.
- Б) **Семантический анализ** - поиск семантической связи между принципами графического решения.

# Серия конфет «Комильфо»

*Она была  
нетороплива,  
Не холодна, не  
говорлива,  
Без взира наглого  
для всех,  
Без притязаний на  
успех,  
Без этих маленьких  
ужимок,  
Без раздражительных  
затей...  
Все тихо, просто  
было в ней,  
Она казалась верный  
снимок  
и comme il faut*



Слово «комильфо» происходит от французского «comme il faut», что дословно можно перевести, «как надо», «как следует».

- **Комильфо** – это шоколад в сегменте премиальных брендов, и чтобы выделиться среди конкурентов, а ведь комильфо пришел позже остальных на рынок, надо было создать неповторимый образ, подчеркивающий качество шоколада. Надпись на коробке:

*Для кого океан пронизан солнцем? А яхты, возвращаясь в гавань, выстраиваются удивительным порядком, подчеркивая гармонию линий побережья?*

*Для кого ветер иначе укладывает волосы, а курьерский ночной нарушает июльский покой маленьких станций?*

*Почему незнакомый минуту назад человека взял билет на соседнее место?*

*Исключительно для меня.*

*Comme il faut.*



Здесь отчетливо видно, что создает миф об исключительности человека. Потребитель комильфо обладает притягательностью для людей, он неординарен, любим, привлекателен. Он делает всё, как ему хочется и при этом все делает правильно, *comme il faut*.



Это проявляется и в рекламном ролике: девушка путешествует на аэроплане, ее ждет мужчина, который ее любит, он решил уйти и пишет письмо, в котором описывает образ девушки – свобододлюбивой, независимой, неповторимой, и все же не может уйти от нее, признается в любви, и вместе с запиской оставляет «Комильфо».

«Комильфо» - это не просто шоколад, в нем заложен целый мир, такой, каким он должен быть, то есть особенный и единственный для каждого. В этом мире, как и во всяком, есть главенствующие ценности, но только в мире комильфо они исключительно *comme il faut*: любовь и свобода, творчество и красота, полнота и радость жизни, независимость и загадочность.



Оформлены коробки конфет тоже *comme il faut*: качественные материалы, романтические девушки с тюльпанами, старинные автомобили... И разве не хочется быть причастным к миру «комильфо» хотя бы немного?



Слоган  
«Весна в  
моей душе»

- Свобода
- Вдохновение
- Удовольствие  
от жизни

В преддверии весны торговая марка «Комильфо» представила конфеты в сезонной упаковке Spring. «Для оформления весенней упаковки были созданы авторские акварельные иллюстрации, уже давно ставшие неотъемлемой частью визуальной стилистики бренда, — рассказали в пресс-службе компании. — На этот раз на иллюстрации нет героини бренда, она остается за кадром, и зритель видит лишь часть пейзажа и предметного мира, который ее окружает, — только что сорванные цветы, перчатки, солнечные блики на кустах».

Концепция дизайна упаковки сезона 2010-2011 гг. для конфет от «Комильфо» создает ассоциации с подарком в стиле hand made и поддерживает образ бренда. Рекламные материалы и слоган весенней коллекции — Spring Is In My Soul («Весна в моей душе») — транслируют весеннее настроение, акценты сделаны на эмоциональных территориях: свободе, вдохновении, удовольствии от жизни.

«Бренд «Комильфо» занимает одну из лидирующих позиций в премиальной категории шоколадной конфет, в том числе и в области инноваций. В работе над упаковкой не прекращаются поиски новых материалов, декоративных элементов и конструктивных решений» — говорится в пресс-релизе.

С момента создания бренда дизайн упаковки для «Комильфо» разрабатывает брендинговое агентство Depot WPF.

Упаковка для последней коллекции имитирует книжную обложку, которая надевается на коробку с конфетами ассорти (232 г.) для двух продуктовых линий — с ореховой и фруктовыми начинками. Ее створки открываются и закрываются благодаря использованию уникальной технологии easy-stick.



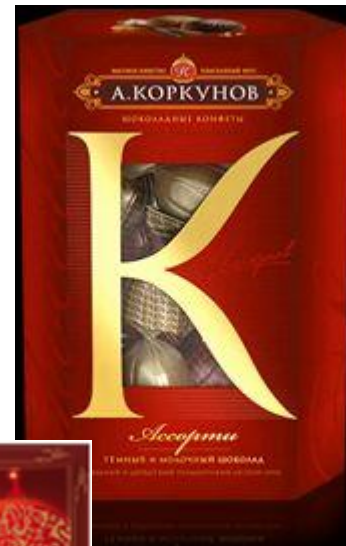
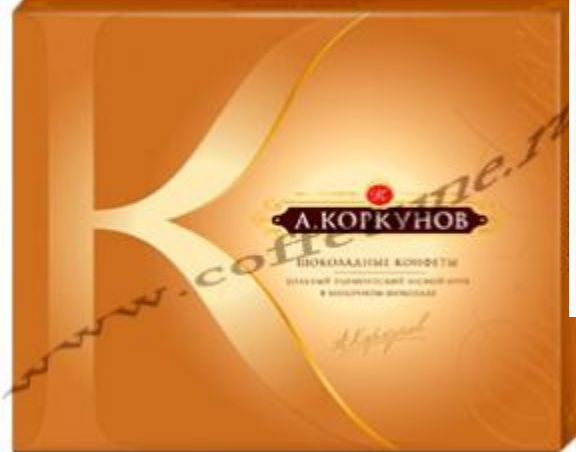
- Андрей Николаевич Коркунов один из немногих, кто в 1997 г. при создании своего кондитерского бизнеса придерживался логики ведения бизнеса **«Начни с того, что ты сможешь продать (идея), а потом посмотри, как ты сможешь это сделать».**

В маркетинговой стратегии Коркунов одним из первых ушел от массовости, сделав ставку на премиум-сегмент: была создана именная торговая марка «А. Коркунов», разработан слоган «Высшее качество, изысканный вкус», использовалась оригинальная упаковка. Эти шаги помогли сформировать у конечного потребителя убеждение, что данные конфеты дают наслаждение от вкуса настоящего шоколада и превратить торговую марку в бренд.




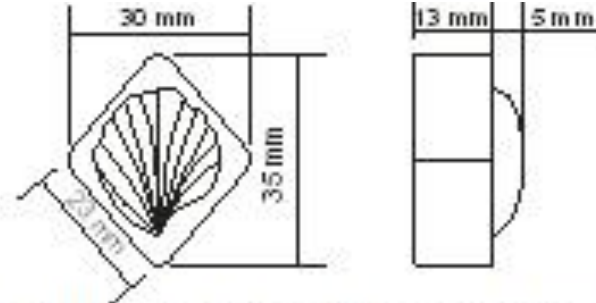


- Фамилию **КОРКУНОВ** сегодня знает каждый. Шоколадные конфеты под этой маркой потеснили на наших прилавках продукцию многих маститых иностранных фирм. Многие думают, что Коркунов жил до революции и поставлял продукты к императорскому двору - как Филиппов или Абрикосов.



# КТ-2

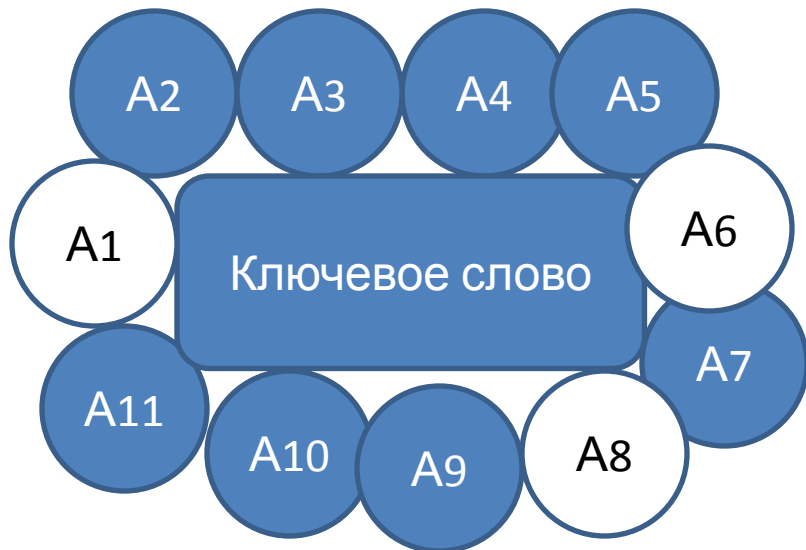
## Техническое задание (ТЗ) (см. бланк)

	
форма	Конфета имеет ромбовидную форму, с декоративным элементом, в виде ракушки, на верхней части конфеты. Край у конфеты сглаженный и декоративный элемент имеет плавные края.
состав	Корпус состоит из молочного – шоколадного крема с добавлением коньяка, ароматизатора, идентичного натуральному, и покрыт шоколадной глазурью.
Целевая аудитория	Молодая девушка или женщина от 20 до 40 лет. Которые уверены в том, что они любят,
Ключевые ценности	Утонченность и изысканность, нежность и любовь к себе
Варианты слоганов	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Особо нежная начинка, для нежных особ!</li><li>2. Изысканный вкус, в изысканной форме</li><li>3. Сделай себе подарок...</li><li>4. Себе любимой...</li></ol>
Позиционирование	Смысловое Молодая девушка или женщина в этой конфете найдет что – то свое, кто – то нежный вкус молочного – шоколадного крема, а кто – то горчинку коньяка. Вкус оставляет двойственное впечатление и даже самой утонченной леди придется съесть эту конфетку по вкусу!
	Цифровое Стоимость килограмма конфет от 750р до 800р.
Название	пассио( от англ. Passion – страсть)
Легенда	Отрошная любовь к шоколаду у женщин идет ещё со времен его создания, это было таким изысканным лакомством, что никто не мог перед ним устоять! Женщины всегда отличались симпатией к шоколаду, нередко эта симпатия перерастает в страсть! Недаром конфеты являются излюбленным подарком, для женщин!

# КТ-2 Клаузура «Метод ассоциаций. Цепочка и ближний круг ассоциаций»

Метафорический прием  
Аллегорический прием

КРУГ БЛИЖНИХ  
АССОЦИАЦИЙ



Символический прием

Визуальные значения слов из цепочки и из круга ассоциаций (фото)

Ключевое слово

А

Б

В

Г

Д

ЦЕПОЧКА  
АССОЦИАЦИ  
Й

Выбранные слова

А1

А6

А8

В

Д

метафор  
ы

слоганы

# КТ-2 Что такое: «Графическая креативная концепция»? Как она выглядит?



Серия с переменным признаком – это серия, в структуре которой основой является варьирование многих сегментов текста по многим признакам



Разработка серии упаковок на основании графической концепции



Разработка графической креативной концепции



# Контрольная точка 2 - ПРЕЗЕНТАЦИЯ

## «ИДЕЯ ПРОЕКТА» см. пример

### Состав презентации

- 1) Название, формулировка идеи, визуалы, раскрывающие семантическую составляющую объекта проектирования.

Описание семантической идеи – раскрытие темы/названия набора (кратко) и средства для ее воплощения (при помощи ЧЕГО\* сформирован семантический текст с расшифровкой)

\*Если цвет, то что он несет и т.п. (формы, цвет в зависимости от площади заполнения)

- 2) Описание метода проектирования (текстовое описание, фотографии макета и пр.)
- 3) Основные видовые изображения .
- 4) Дополнительная информация, позволяющая раскрыть идею: принцип использования (схемы, пояснительные рисунки, чертежи и пр.)

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ 3 "ИТОГОВОЕ ПРОЕКТНОЕ РЕШЕНИЕ"

- **Состав презентации**
- В итоговую презентацию включаются все части проекта:
- **Презентация 3 "ИТОГОВОЕ РЕШЕНИЕ"**: а) итоговое проектное решение и его визуальные семантические коннотации (расшифровка визуального послания) б) метод, который был использован в процессе проектирования.
- **МАКЕТ ПРОЕКТНОГО РЕШЕНИЯ** - Распечатка на Ф.А3/ФА4 (в зависимости от темы проектирования) в виде отдельных 4-х листов и сборка. Оценивается в 100-бальной системе.