

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина

Департамент маркетинговых коммуникаций и брендинга

Проектная работа по предмету «Основы теории дизайна»

Дизайн сувенирной продукции

Выполнила:
студентка 303 гр.
Дюмаева С.С.

Научный
руководитель:
д.ф.н.
Быстрова Т.Ю.

Содержание

1. Проектирование сувенира как метод разрешения проблемы

Определения понятия «дизайн» - слайд 3

Определение понятия «рекламная сувенирная продукция» - слайд 4

Анализ предпроектной ситуации - слайд 5

Особенности VIP-аудитории - слайд 6

Потребности VIP-аудитории - слайд 7

Цель сувенира – слайд 8

2. Проектирование VIP-сувенира от г. Шадринска

Метод проектирования - слайд 9

Эскиз сувенира. Формальные характеристики системы продуктов - слайд 10

Аналоги системы продуктов - слайд 11

Эскиз упаковки сувенира. Формальные характеристики продукта - слайд 12

Аналоги упаковки премиум-класса - слайд 13

Экономические факторы производства сувенира - слайд 14

Символика сувенира - слайд 15

Процедура преподнесения сувенира - слайд 16

Возможные трансформации системы продуктов- слайд 17

Использованные источники - слайд 18

Определения понятия «Дизайн»

- Дизайн - *формотворческая* деятельность, целью которой является определение формальных качеств *промышленных* изделий. Эти качества включают и внешние черты изделий, но главным образом структурные и функциональные связи, которые превращают изделия в *единое целое* как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя (ИКСИД)
- Здесь наиболее важными словами являются: «*формотворческая*» (ибо создание формы отличает дизайн от иск-ва, к-рое создает содержание), «*промышленных*» (ибо продукты дизайна создаются с применением промышленности), и «*единое целое*», ибо только структурная и системная завершенность обеспечивает функциональность и удовлетворение эстетической функции, превращая изделие в полноценный продукт дизайна.
- Дизайн - творческий метод, процесс и результат художественно-технического проектирования промышленных изделий, их комплексов и систем, ориентированного на достижение наиболее полного соответствия создаваемых объектов и среды в целом возможностям и *потребностям человека*, как утилитарным, так и эстетическим (Дональд А. Норман, книга «Дизайн привычных вещей»)
- Здесь я выделила окончание, ибо для меня дизайн – это прежде всего ответ на человеческую потребность.

Определение понятия «рекламная сувенирная продукция»

- Сувенирная продукция - вид рекламы, представляющий собой некий предмет со слоганом или логотипом фирмы-рекламодателя, предназначенный для потенциальных потребителей, партнеров или сотрудников фирмы (*Словарь рекламных терминов Единого Медиа Сервиса*)
- *Это определение требует корректировки, ибо сегодня мы можем наблюдать уход от традиции «логотипирования», использование образных аналогов, символов на/в продукте дизайна, что я и попыталась использовать при проектировании сувенира.*

Анализ предпроектной ситуации

Актуальность данной работы обусловлена пониманием того, что конкуренция сегодня существует не только между коммерческими компаниями, но и между странами и городами. Города также нуждаются в средствах выделения себя из серой массы для привлечения инвесторов, партнеров, потенциальных трудовых ресурсов и туристов. Не уходя в геобрендинг, в данной работе мы рассмотрим сувенир как средство коммуникации в целях поддержания внешнего имиджа города.

Шадринск - небольшой город (население ок. 77 тыс. человек) промышленного типа; у городского правительства отсутствует системный подход к формированию имиджа собственного города. Говоря об отличительных знаках города, мы можем увидеть только герб, на котором изображена куница.

Администрация Шадринска нуждается в рекомендациях по производству рекламных сувениров для VIP-аудитории: иногородних/иностранных бизнесменов, представителей органов власти как иногородних, так и правительственного масштаба, деятелей культуры и т.п.

Анализ предпроектной ситуации

Особенности VIP-аудитории

Для лучшего понимания сложности ЦА я разделила представителей высшего класса на два психологических типа:

1ый психотип - **новатор**. Стремится окружать себя высокотехнологичными, зачастую полифункциональными предметами дизайна; тянется к лаконичности; подвержен веяниям моды; предпочитает натуральные цвета: белый, черный, серый, бежевый, синий.

2ой психотип - **консерватор**. Стремится к «буржуазности», «роскоши», зачастую достигаемых с помощью оптических и визуальных эффектов; не так зависим от моды, предпочитает хорошо известные социуму формы; предпочитает бургунди, бордо, синий, золото и серебро; зачастую являются кинестетиками и предпочитают необычность за счет фактуры.

Таким образом, предстоящий процесс проектирования VIP-сувенира должен учитывать схожее и различное в этих психотипах и предлагать решение, способное удовлетворить представителей обоих типов.

Анализ предпроектной ситуации

Потребности VIP-аудитории

- Так называемые VIP-персоны, относясь к тому или иному психотипу, имеют эстетическую потребность окружать себя уникальными, дорогостоящими вещами, подчеркивающими их статус.
- Условия изготовления рекламных сувениров для подобной аудитории: эргономичность; системная завершенность продукта за счет добавления упаковки; использование дорогих качественных материалов как для самого сувенира, так и для упаковки; желательное избежание логотипа и/или слогана фирмы-заказчика на сувенире; использование гармоничных цветов.

Цель сувенира

- поддерживать позитивный имидж Шадринска как стабильного, развивающегося города, где проживают культурно развитые люди, способные управлять бизнесом.

Метод проектирования

В работе использовался **фундаментальный метод проектирования (авторства Э.Мэтчетта)**

Цель метода: Научить проектировщика понимать и контролировать свой образ мыслей и точно соотносить его со всеми аспектами проектной ситуации.

Согласно информации на сайте tabu27.ru, возможны отклонения от последовательности действий, предписанных Мэтчеттом. Вот как получилось в результате:

1 этап. Пройти обучение принципам и применению фундаментального метода проектирования.

На этом этапе мной (для самой себя) было определено проектирование как метод разрешения конфликтов в многомерных ситуациях, от чего и отталкивались все последующие действия.

2 этап. После этого использовать "режимы мышления" для осознания, контроля и приспособления образа мышления к задачам проектирования.

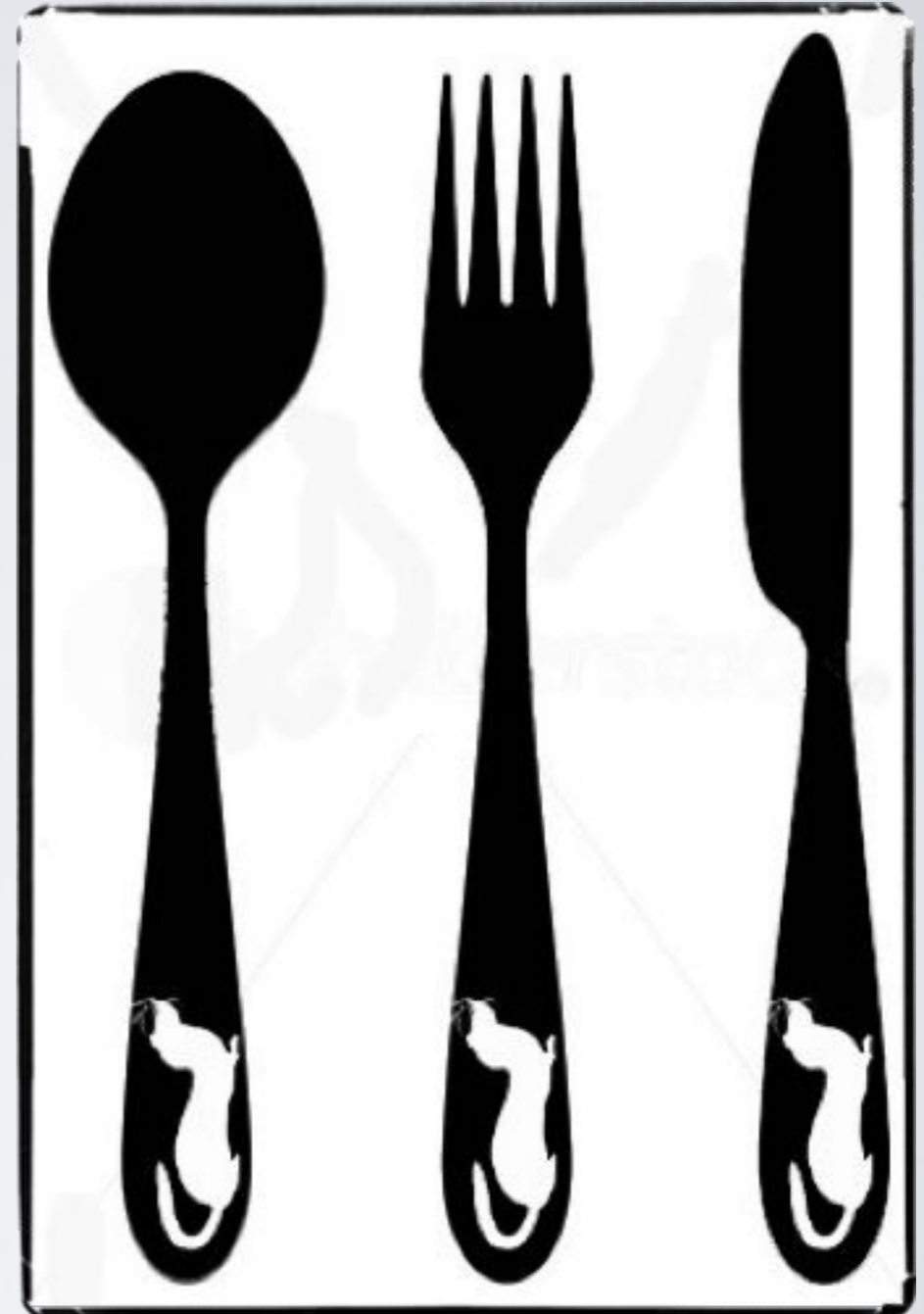
На этом этапе мной была определена стратегия выполнения проектной работы; выбран образ, которым заменили логотип и/или нейм (образ куницы); была определена форма, с которой будет соединен образ (столовые приборы).

3 этап. Одновременно с помощью методики проектирования и контрольных перечней фундаментального метода проектирования исследовать характер проектной ситуации, к которой применяется мышление.

На этом этапе было проведено исследование допроектной ситуации; определены потребности аудитории; выполнен эскиз сувенира, способного удовлетворить потребности аудитории; определены ресурсы, которых потребует процесс изготовления изделий.

Эскиз сувенира. Формальные характеристики системы продуктов.

- Форма: комплект столовых приборов (кол-во элементов-3);
- Материал и фактура: серебро; гладкая.
- Кол-во персон: от 4 и далее (зависит от желания заказчика);
- Наличие символики заказчика: вырезы в форме куниц - официального символа с герба города Шадринска;
- Размер: стандартный (ок. 18x4 см.);
- Вес каждого элемента: ок. 50 гр.



Аналоги системы продуктов



Комплект столового серебра, удовлетворяющий эстетические потребности VIP-новатора: уникальность достигнута за счет лаконичности, легкости и при этом гармоничности линий в необычной форме ручек элементов.

Сайт neobychno.com



Система, удовлетворяющая эстетические потребности VIP-консерватора: уникальность и статусность достигаются за счет системной завершенности (включая качество футляра), резной фактуры и чувства самоидентификации себя с членом дворянского рода, возникающей от обладания этим комплектом.

Сайт silvida.ru

Эскиз упаковки сувенира. Формальные характеристики продукта.

- 2 варианта упаковки, обеспечивающей завершенность системы;
- Материал и фактура: коробка, сделанная из плотного картона, обита замшей или бархатом; надписи и изображения выполнены фольгировкой (серебряный цвет в 1ом варианте или полноцветный глянец во 2ом);
- Внутренняя часть: ячейки для столовых приборов обиты шелком цвета бургунди.
- Вес: ок. 100 гр.



Аналоги упаковки премиум-класса



Упаковка колоды карт Aristocrat производства США, студенческая работа



Упаковка для посуды австралийской компании Frida Plumm, дизайнер Кортни Грэхем

Оба аналога являются достойными заключительными элементами систем и отвечают эстетическим потребностям обоих психотипов: статусность достигается за счет использования классической гармоничной цветовой гаммы, ассоциируемой с богатством и благородством (темно-синий с серебром, черный с золотом); оба продукта не перегружены деталями и точно соответствуют масштабам изделий, которым служат упаковкой.

Аналоги были взяты из блога о дизайне упаковки thedieline.com

Экономические факторы производства сувенира

- По данным екатеринбургской компании Silvida, стоимость изготовления подобного набора обойдется в 16 тыс. руб. за один экземпляр, но если делать партию с использованием единой формы-шаблона, то на эту же сумму компания изготовит 3 комплекта;
- Каждый экземпляр упаковки обойдется в 600 руб.;
- Доставка в Шадринск будет осуществляться посредством EMS. Если сумма заказа превышает 25 тыс. руб. (как в нашем случае), фирма осуществляет доставку бесплатно.

Символика сувенира

- При упоминании столового серебра на ум приходят старинные дворянские усадьбы с их пышными обедами, столами, сервированными серебряной посудой, начищенной до такой степени, что ее можно использовать вместо зеркала в дамском будуаре. Столовое серебро ценили, собирали и передавали по наследству. Именно поэтому оно по сей день ассоциируется с чем-то аристократическим, статусным и очень изысканным, демонстрирующим безупречный вкус хозяина и его стабильное финансовое положение.
- В двадцать первом веке серебряная посуда возвращает свои былые позиции, утраченные в бурные времена двадцатого столетия. Украсить свой праздничный стол посудой из серебра – значит сделать его по-настоящему торжественным и богатым. Серебро на обеденном столе - это признак безупречного вкуса, основательности дома. В таких вещах проявляется забота о себе и близких, а значит, строятся крепкие семейные отношения.

Процедура преподнесения сувенира

В данном случае у нас не будет прописанных сценариев вручения сувенира. Данный комплект рекомендуется вручать в случае:

- совершения крупной сделки с иногородним/иностраным бизнесменом;
- получения госзаказа;
- визита известного деятеля культуры;
- визита представителя федеральных органов власти.

В момент вручения можно сказать, что подобный преподносимому комплект столового серебра принадлежал какому-нибудь именитому лицу, например, купцу Альфонсу Поклевскому – Козеллу, основателю первого завода в Шадринске.

Возможные трансформации системы продуктов

- Можно превратить сувенир в подобие корпоративного (сувенир для работников органов власти города), изготовив такой же комплект столовых приборов из мельхиора (сплав цинка, меди и никеля);
- Также возможно добавление в систему дополнительных элементов: например, дарить «уже одаренному» приборами человеку серебряную кофейную чашку с куницей на ручке с соответствующим блюдцем и т.п и т.д.

Использованные источники

1. Материалы сайта taby27.ru:

«Мэтчет Э. Фундаментальный метод проектирования (по книге Дж.К. Джонса "Методы проектирования" М., 1986)»

Точка и дата доступа: http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/philos_design/812.html; 10.12.11;

«Актуальность простого в современном дизайне»

Точка и дата доступа:

http://www.taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/design_statji/aktualnost-prostogo-v-sovremennom-dizajne.html; 10.12.11;

2. Подборка примеров необычных столовых приборов, портал neobychno.com

Точка и дата доступа: <http://neobychno.com/3252/51-samyx-neobychnyx-stolovyx-naborov-lozhki-vilki-nozhi/>; 4.12.11;

3. Материалы Интернет-энциклопедии Wikipedia

Точка доступа: <http://ru.wikipedia.org>;

4. Каталог фирмы-изготовителя столового серебра Silvida

Точка и дата доступа: <http://www.silvida.ru/index.php?categoryID=6>; 11.12.11

5. Материалы блога о дизайне упаковки TheDieline

Точка и дата доступа: <http://www.thedieline.com/>

6. Словарь рекламных терминов Единого Медиа сервиса

Точка доступа: http://www.eso-online.ru/bank_informacii/slovvari/slovar_reklamnyh_terminov_1