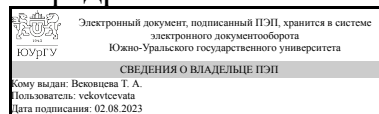


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



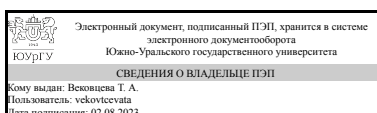
Т. А. Вековцева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.Ф.ПО.10 Промышленная графика и упаковка
для направления 54.03.01 Дизайн
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Графический дизайн
форма обучения очная
кафедра-разработчик Технология и дизайн**

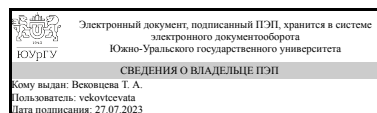
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1015

Зав.кафедрой разработчика,
к.искусствоведения, доц.



Т. А. Вековцева

Разработчик программы,
к.искусствоведения, доц.,
заведующий кафедрой



Т. А. Вековцева

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - научить студентов теоретическому осмыслению и навыкам профессиональной работы в области анализа и создания упаковки как науки, отрасли дизайна, рекламы, маркетинга. Задачи дисциплины: сформировать у студентов систему теоретических знаний, необходимых для глубокого понимания функций, видов, форм и технологических особенностей изготовления упаковки; выработать у студентов комплекс знаний, умений и навыков, необходимых для: - анализа специфики рекламного воздействия упаковки на потребителей; - обоснования и выбора самостоятельного решения общей концепции упаковки конкретного товара, ее оригинал-макет, развертки, оптимальной технологии производства на основе анализа существующих решений упаковок; - разработки проектов по созданию и продвижению упаковки; - выбора оптимальной технологии производства упаковки. Цель дисциплины - научить студентов теоретическому осмыслению и навыкам профессиональной работы в области анализа и создания упаковки как науки, отрасли дизайна, рекламы, маркетинга. Задачи дисциплины: • сформировать у студентов систему теоретических знаний, необходимых для глубокого понимания функций, видов, форм и технологических особенностей изготовления упаковки. • выработать у студентов комплекс знаний, умений и навыков, необходимых для: - анализа специфики рекламного воздействия упаковки на потребителей; - обоснования и выбора самостоятельного решения общей концепции упаковки конкретного товара, ее оригинал-макет, развертки, оптимальной технологии производства на основе анализа существующих решений упаковок; - разработки проектов по созданию и продвижению упаковки; - выбора оптимальной технологии производства упаковки.

Краткое содержание дисциплины

В рамках данного курса студент изучает вопросы связанные с функциями упаковки на современном рынке, видами упаковки, особенностями использования различных материалов в упаковке. Один из разделов курса посвящен психологии воздействия упаковки на потребителей, особенностям дизайна в оформлении упаковок для различных целевых групп, взаимосвязям вербальной и визуальной информации на упаковке. В рамках данного курса студент изучает вопросы связанные с функциями упаковки на современном рынке, видами упаковки, особенностями использования различных материалов в упаковке. Один из разделов курса посвящен психологии воздействия упаковки на потребителей, особенностям дизайна в оформлении упаковок для различных целевых групп, взаимосвязям вербальной и визуальной информации на упаковке.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен обосновывать свои проектные предложения, художественный замысел дизайн-проекта	Знает: современные формы и технологии создания упаковки; виды и способы современной печати; технологические процессы производства упаковки; особенности проектирования, конструирования и макетирования различных

	объектов дизайна и упаковки Умеет: разрабатывать графическую идею упаковки и обосновывать замысел в соответствии с поставленной целью; работать в графических редакторах, макетировать Имеет практический опыт: составления технологической карты изделия и развертки упаковки; подготовки макета к печати с учетом требований типографии и производства
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Эргономика, Брендинг и фирменный стиль, Рекламные технологии в графическом дизайне, Графический дизайн и реклама, Производственная практика (проектно-технологическая) (6 семестр)	Проектирование комплексных визуальных систем, Производственная практика (преддипломная) (8 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Графический дизайн и реклама	Знает: стилистические особенности каждого этапа формирования дизайна, понятие рекламы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, задачи и функции рекламы, взаимосвязь графического дизайна с целями и задачами рекламного продукта., презентационные технологии средствами графической подачи проекта, электронной презентации, арт-бука и бренд-бука Умеет: работать в графических редакторах; использовать медиа-коммуникационные технологии по предмету, с учетом его специфики; проектировать макеты рекламы с помощью графических редакторов, учитывая современные тренды в дизайне масс-медиа, создавать презентационные файлы, графические подачи в обосновании авторских идей, способствующих реализации проектных целей Имеет практический опыт: использования информационных технологий и прикладных программ для реализации дизайн-проектов, корпоративных информационных систем, презентации проекта и обоснования основных дизайнерских идей, оппонирования при коллективном обсуждении проекта
Рекламные технологии в графическом дизайне	Знает: основные виды рекламы; носители рекламы; формы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке,

	, виды и методы продвижения рекламного продукта, эргономические и психологические особенности восприятия потребителем медиа-технологий, а также эффективных способов демонстрации проектных идей Умеет: разрабатывать макеты рекламы для полиграфии и SMM в графических редакторах, классифицировать виды рекламы, выбирать оптимально эффективный вид рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов Имеет практический опыт: создания макетов рекламно-полиграфической продукции в цифровом виде, применения технологий продвижения рекламного продукта на конкурентном рынке различными способами и инструментами графического дизайна, а также обоснования проектных целей и задач
Брендинг и фирменный стиль	Знает: новые технологии и инструменты брендинга; концепции бренд-проектирования, принципы брендингового подхода в реализации рекламного сообщения, проектной идеи; графические редакторы для создания рекламного продукта Умеет: создавать визуально-ассоциативный образ фирмы; отражать коммерческую идею фирмы (предприятия); обосновывать свой выбор, проводить исследование рынка, анализ продукции и уникальности бренда; разрабатывать позиционирование объекта на рынке; разрабатывать фирменный стиль в рамках бренда; разрабатывать макеты элементов фирменного стиля в графических редакторах Имеет практический опыт: создания бренд-концепции фирмы (предприятия), разработки фирменного стиля и элементов бренда
Эргономика	Знает: основные положения эргономики в области промышленного дизайна и промышленной графики, способы применения основных принципов и положений эргономики при создании объектов дизайна Умеет: способен обосновывать свои проектные предложения с использованием основных принципов и положений эргономики, применять основные принципы и положения эргономики при проектировании параметров и свойств объектов дизайна Имеет практический опыт: разработки объектов дизайна, их параметров и свойств с использованием основных принципов и положений эргономики
Производственная практика (проектно-технологическая) (6 семестр)	Знает: профессиональную терминологию, особенности технологических процессов производственного цикла при реализации проектных решений, этапы дизайн-проектирования, технологические особенности

	производства и способы макетирования различных объектов дизайна, методы определения требований к дизайн-проекту с учетом особенностей конкретного производства Умеет: обосновать выбор материалов при реализации проекта в рамках технологических требований производства, систематизировать и формировать технологические требования к разработке различных объектов дизайна, проявлять инициативу в формировании и обсуждении задач проектирования с руководителем практики и заказчиком в рамках календарного графика производственной практики Имеет практический опыт: работы в творческом коллективе, формирования и обоснования авторских дизайнерских предложений в рамках проектного периода, осуществления контроля реализации проектных решений в условиях производства, дизайн-проектирования различных объектов с учетом требований заказчика
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 74,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	64	64
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	48	48
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	69,5	69,5
Групповое комплексное проектное решение заданной проблемы	9,5	9,5
Самостоятельный проект студента	60	60
Консультации и промежуточная аттестация	10,5	10,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Тара и упаковка. Определения. Основные требования к упаковке.	32	8	24	0

	Основные законы построения упаковки и этикетки.				
2	История развития упаковки. Роль и функция упаковки на современном рынке. Средства конструирования упаковки: объем, цвет, шрифт и графика на упаковке	32	8	24	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Упаковка понятие, сущность. Анализ определений в упаковке и смежные понятия - реклама, упаковочный комплекс, этикетка, тара. Смысл понятий «общественность» и «связи». Определение упаковки на современном рынке. Отличие тары от упаковки. Основные требования к упаковке. Свойства упаковки.	4
2	1	Материально-конструктивный аспект (плоская форма, объемная форма, комплексная упаковка, сегментный ряд). Художественный аспект упаковки (создание новой товарной группы, традиционность формы, предметно-пространственная среда, упаковка – дитя товарных, торговых отношений в развитии цивилизации). Этикетка и ее виды. Основные законы построения упаковки и этикетки. Закон целостности и единства (подчинение одной идее). Закон пропорциональности (соразмерность частей и целого). Закон сомасштабности (соразмерность человеку). Закон соподчиненности (главное и второстепенное, доминанта, композиционный центр). Закон соответствия (единство функции, конструкции, внешней формы), тектоника. Закон трех-компонентности. Закон движения и покоя (динамика и статика). Закон равновесия (компенсация элементов, тождество). Закон контраста (контраст, нюанс). Закон ритма. Закон взаимодействия элементов композиции. Закон выразительности (гармоничность, художественный образ, стиль). Закон цвета. Закон шрифтовой гармонии и условий восприятия (кегель, гарнитура). Законы развития природы и зрительного восприятия. Закон конструирования с учетом современных технологий. Закон целесообразности упаковки, тары. Информативность упаковки: достоверность, краткость, образность, индивидуальность, себестоимость. Упаковка и рекламный комплекс. Объекты упаковки. Схемы размещения. Принципы транспортировки. Средства производства. Смысловая целесообразность. Дополнительные возможности рекламирования товарной линии. Роль упаковки в системе самообслуживания. Необычные упаковки 21 века: аэрозольные упаковки, асептическая упаковка.	4
3	2	История возникновения упаковки. Магические свойства упаковки: отражение культуры, традиций. Переложение свойств упаковки на товар. История и развитие парфюмерной упаковки. Возникновение парфюмерной упаковки: использование природных средств; значение и задачи. Популяризация парфюмерной упаковки. Стекольное производство – его роль в упаковочной продукции: цена, производственные затраты, распространение, восприятие, привнесение значимости товара через материал. История развития целлофановой и пластиковой упаковки. История развития целлофановой упаковки: технические условия развития, приоритет, востребованность, индивидуальность. История развития пластиковой упаковки: долгосрочность хранения товара, технические условия развития, жесткость, сохранение формы продукта, цветовая вариативность. Значение современных материалов в развитии упаковки Моделирование функциональных средств. Приобретение новых свойств. Картонная и консервная упаковка История развития картонной упаковки: технические условия развития, приоритет, востребованность. История развития консервной упаковки: долгосрочность	4

		хранения товара, технические условия развития, милитаризация общества – двигатель развития консервной упаковки.	
4	2	Роль упаковки на современном рынке Стратегия продаж. Маркетинговые исследования. Стремление упорядочить окружающее. Воспитание общественного сознания. Фактор неожиданности. Ощущение товара. Информативность. Непосредственное общение с потребителем. Оригинальность креативного предложения. Упаковка – коммуникация с потребителем. Условия контактирования. Культурологические связи. Доступность. Тип потребителя. Упаковка и место продаж. Пространственная среда, транспортировка, доставка, габариты, фасовка, дозирование. Средства конструирования упаковки. Формат (вырубка, клапана, фальцовка). Форма (фигура, объект, знак и т.д.) и их свойства (размер, конфигурация, фактура и т.д.). Объемно-пространственная структура и тектоника. Цвет и стиль (графика, фото, коллаж). Ритм. Пропорции и масштаб. Материал. Технологическая линия производства. Учет утилизации. Психологические особенности восприятия упаковки Неосознанное восприятие. Форма, цвет, графика. Подсознательное предпочтение. Управление сознанием. «Минутный здравый смысл». 1/6 секунды. Шрифтовой натиск. Информация на упаковке. Цвет и форма в сознании потребителя. Значение округлой и остроугольной графики на упаковке. Опыты Ческина. Достоинства и недостатки кругов и овалов в графике упаковки. Графика и фотографика в упаковке. Психологические исследования в дизайне упаковки	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Проанализировать роль и место упаковки на рынке, роль упаковки в прямом маркетинге. Изучить основные виды, модели, формы упаковки на российском рынке. Изучить терминологический аппарат сферы упаковки, проанализировать исторические этапы и специфику современного развития упаковочной деятельности. Обсуждение темы по предложенным вопросам.	6
2	1	Изучение специфики проблем расчета и выбора этикетки для различных товаров. Рассмотрение конкретной ситуации. Определение товарных связей, предмета и цены. Определение функциональности и целесообразности. Стандарты, развитие ситуации.	6
3	1	Рассмотрение вопросов возможности организации взаимодействия различных технологических приемов создания сложной упаковки. Прорыв в подсознательное, психологические условности. Создание мини-проекта комплексной упаковки для конфет. Дизайн-проект плоской упаковки в конкретной ситуации потребления. Упаковка-сувенир. Функциональные особенности, предпочтения, эргономика, конкуренция.	6
4	1	Изучение специфики и особенностей создания картонной и бумажной упаковки для пищевых продуктов. Рассмотрение конкретной ситуации. Определение основных элементов рекламных носителей, преимуществ	6
5	2	Изучение специфики и особенностей современных мировых тенденций по созданию современной упаковки для напитков. Технические требования, мировые стандарты, ГОСТ. Создание упаковки для молока. Основные виды упаковок, типоразмерный и ассортиментный ряд.	6
6	2	История развития современной упаковочной промышленности. Пластик и металл в современной упаковке. Разработка проекта по созданию пластиковой упаковки для шампуня и геля для душа.	6

7	2	Оформления проекта пластиковой упаковки. Разработка визуализации. Оформление планшета.	6
8	2	Психологические особенности восприятия упаковки. Графика на упаковке. Создание упаковки для различной целевой аудитории с заранее заданными качествами: активная и сильно действующая, мягкая и щадящая, детская.	6

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Групповое комплексное проектное решение заданной проблемы	омас Хайн. «Все об упаковке». Издательство: «Азбука, Терра-Книжный клуб» (1997 г.)	7	9,5
Самостоятельный проект студента	Елена Черневич, Михаил Аникст, Нина Бабурина. Русский графический дизайн 1880 - 1917. Изд-во: Внешсигма (1997 г.)	7	60

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	Контрольная точка 1. Проект картонной упаковки для сыпучих продуктов	1	10	Приведен в приложении	экзамен
2	7	Текущий контроль	Контрольная точка 2. Анализ творческих подходов к проектированию жесткой и мягкой упаковки	1	5	5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания; 4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками; 3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания; 2 балла - работа не раскрывает тему,	экзамен

						не отвечает требованиям тех. задания; 0 баллов - контрольная не выполнена.	
3	7	Текущий контроль	Контрольная точка 3. Проект упаковки из пластика для шампуня	1	10	Приведен в приложении	экзамен
4	7	Текущий контроль	Контрольная точка 4. Проект этикетки и упаковки для конфет	1	10	Приведен в приложении	экзамен
5	7	Промежуточная аттестация	Контрольный опрос. Экзамен	-	5	Приведен в приложении	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	Прохождение процедуры экзамена является необязательным. Студент набирает баллы в контрольных точках. К экзамену все работы должны быть прикреплены в контрольных точках. Для повышения оценки студент может ответить на один из теоретических вопросов на экзамене.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-3	Знает: современные формы и технологии создания упаковки; виды и способы современной печати; технологические процессы производства упаковки; особенности проектирования, конструирования и макетирования различных объектов дизайна и упаковки	++	++	++	++	++
ПК-3	Умеет: разрабатывать графическую идею упаковки и обосновывать замысел в соответствии с поставленной целью; работать в графических редакторах, макетировать	++	++	++	++	++
ПК-3	Имеет практический опыт: составления технологической карты изделия и развертки упаковки; подготовки макета к печати с учетом требований типографии и производства	++	++	++	++	++

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Тара и упаковка. Контейнеры [Текст] экспресс-информ. Рос. акад. наук, Всерос. ин-т науч. и техн. информ. (ВИНИТИ) экспресс-информация. - М.: ВИНТИ, 1994-2010. - 1 раз в мес. 1998, 2004-2010

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Журналы: «Дизайн», «Дизайн, стиль, человек, эпоха», «Тара и упаковка», «Пакет», «Упаковка»

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Вековцева, Т. А. Художественный дизайн упаковки [Текст] учеб. пособие по направлению 29.03.03 "Технология полиграф. и упаков. пр-ва" Т. А. Вековцева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Высш. шк. экономики и упр., Каф. Маркетинг ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2017. - 78, [1] с. ил. электрон. версия

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Вековцева, Т. А. Художественный дизайн упаковки [Текст] учеб. пособие по направлению 29.03.03 "Технология полиграф. и упаков. пр-ва" Т. А. Вековцева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Высш. шк. экономики и упр., Каф. Маркетинг ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2017. - 78, [1] с. ил. электрон. версия

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Пашкова, И. В. Проектирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии : учебное пособие / И. В. Пашкова. — Кемерово : КемГИК, 2018. — 180 с. — ISBN 978-5-8154-0454-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. https://e.lanbook.com/book/121916 (дата обращения: 31.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	208 (3г)	Компьютерный класс, оснащенные персональными компьютерами с графическими программами

