

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 теории дизайна
Дизайн сувенирной продукции

Выполнили: Александра Митюшова, 303 гр.

Светлана Шагалина, 303 гр.

Проверила: доктор философских наук

Татьяна Юрьевна Быстрова

Екатеринбург, 2011.

Содержание

- Определение дизайна слайд 3
- Собственное определение дизайна слайд 4 и 5
- Определение сувенира слайд 6
- Корпоративный сувенир слайд 7
- Анализ потребностей слайд 8
- Цель сувенира и его особенности слайд 9
- Анализ предпроектной ситуации слайд 10-15
- Алгоритм поиска образов для сувенира слайд 16
- Использование модульного метода слайд 17
- Проектное предложение слайд 18-19
- Формальные характеристики изделия слайд 20
- Экономические факторы слайд 21
- Упаковка слайд 22
- Презентация сувенира слайд 23-24
- Список литературы слайд 25

Условное обозначение: А – авторство Александры,
С – авторство Светланы

Определение дизайна

С.

- **Дизайн - это формотворческая деятельность, которая включает в себя эстетические и функциональные связи, а также технологии. Все это превращает изделие в единое целое как с точки зрения потребителя, так с точки зрения и изготовителя [на основании З.Г. Бегенау].**
- Определение формы и формообразования неотделимо от дизайна, т.к. именно форма как материальное отличает дизайн от искусства.
- Задача дизайнера – не просто спроектировать нечто новое, но сделать это эстетически приятным, красивым, а также одновременно утилитарным, функциональным, найти баланс между этими категориями и способствовать упорядочиванию предметного мира в человеческом сознании. Дизайн представляет собой гармонию сосуществования эстетического и функционального начала, как ответ на потребность других людей, т.е. не столько общества в целом, как конкретного человека.
- Дизайн, создающий продукты производства, с использованием технологий, т.е. определенных способов и методов, сознательно используемых, существует неотделимо от промышленности, и, соответственно, массового производства (в отличие от продуктов ручного труда).

Собственное определение

С.

- **Дизайн** – форматворческая, креативная проектная деятельность, направленная на создание промышленным способом системы вещей, призванных удовлетворять потребности конкретного человека, гармонизирующая в себе самой эстетическое и функциональное начало, центром сосредоточения которой является город.

Собственное определение. Вариант №2

А.

- **Дизайн** – это проектная деятельность, целью которой является разработка промышленно производимых материальных объектов, а именно их функциональных и структурных особенностей, внешнего вида, в ответ на потребности человека.

Определение сувенира

С.

- Происходит от франц. souvenir «помнить, вспоминать»
- **Сувенир** (франц. souvenir), подарок на память; вещь, связанная с воспоминаниями о ком-либо или о чём-либо[1].
- Главное в сувенире – то, с чем он связан. Поэтому, в контексте рекламной сувенирной продукции важно, чтобы эти воспоминания были положительные, т.к. непосредственно сказываются на репутации компании.
- Современному потребителю важно не только практическое удобство, но и эстетичность вещи. Бросающийся в глаза логотип не всегда хорошее решение. Гораздо лучше, если о компании будут напоминать фирменные цвета, символ или образ, ассоциирующийся с ней, а также приятные воспоминания о полезном сувенире как о подарке по какому-либо случаю

Корпоративный сувенир

С. и А.

- **Корпоративный сувенир** – это инструмент бизнеса, обслуживающий групповые интересы и повышающий лояльность к компании.
- **Корпоративный сувенир** - термин для обозначения целой группы товаров. Сюда входят и подарки от руководства компанией, и представительские сувениры, и кабинетная скульптура. Они несут в себе отражение идеологии компании, ее ценностей[2].
- **Корпоративные сувениры** - подарочные изделия, которые преподносятся сотрудникам компании от руководства в честь юбилейных событий или приурочены к праздничным датам[3].
- Одна из составляющих корпоративного сувенира – его эмоциональная значимость, т.к. в основном, он ассоциируется с праздником. Важен и процесс дарения, и соответствующий случай, что подчеркивает ценность одариваемого для компании. Таким образом компания располагает к себе, вызывает положительное отношение, лояльность.
- В корпоративном сувенире важно учитывать не только интересы компании, но и потребность получателя, его интересы, т.к. сувенир, как и любой объект дизайна должен быть не только эстетичным, но и функциональным.

Анализ потребностей

А.

- Наша организация –компания небольшого/среднего города России (например, киностудия, строительная компания, фирма канцелярских товаров и др.)
- Ее базовая потребность – повысить лояльность к компании, при этом информировуя целевую аудиторию и напоминая ей о своей деятельности
- Целевая аудитория – фирмы-партнеры, спонсоры, инвесторы, фирмы-клиенты. Предположительно сотрудники компаний в возрасте 30-50 лет, мужчины и женщины. Больше ценят индивидуальность, чем повсеместные пластиковые сувениры китайского образца. От сувенира хотят положительных эмоций (возможно юмора), эстетичности и функциональности

Цель сувенира и его особенности

A.

- Базовой идеей нашей работы стала ориентация на сферу деятельности заказчика. Форма сувениров будет зависеть от той деятельности, которой занимается компания
- Средняя ценовая категория сувенира
- Сувенир должен обладать следующими характеристиками:
 - Эстетичный внешний вид
 - Эргономичность
 - Функциональность
 - Вместо нанесения фирменных знаков и другой информации о компании образно обыграть специфику деятельности
 - Бюджетность (учет экономических факторов)
 - Возможность серийного производства (от 50-100 штук)

Анализ предпроектной ситуации

- Отталкиваясь от поставленной цели, для будущей проектной деятельности была выбрана карандашница.
- Затем мы воспользовались методом анализа аналогов. В результате нами был выбран один аналог, от которого мы отталкивались в нашей дальнейшей работе.

Анализ предпроектной ситуации. Анализ аналогов

Ваза-карандашница



«+»

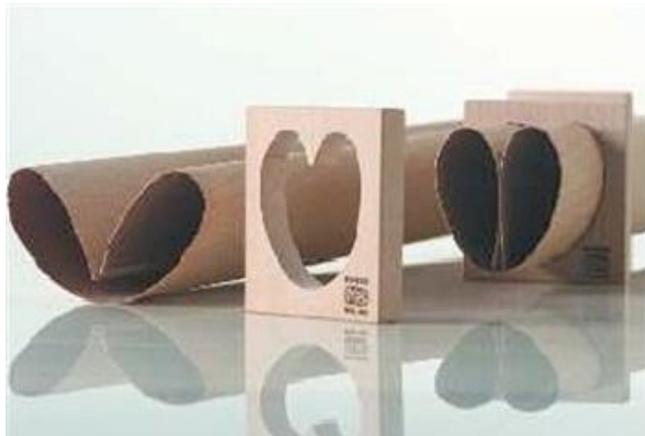
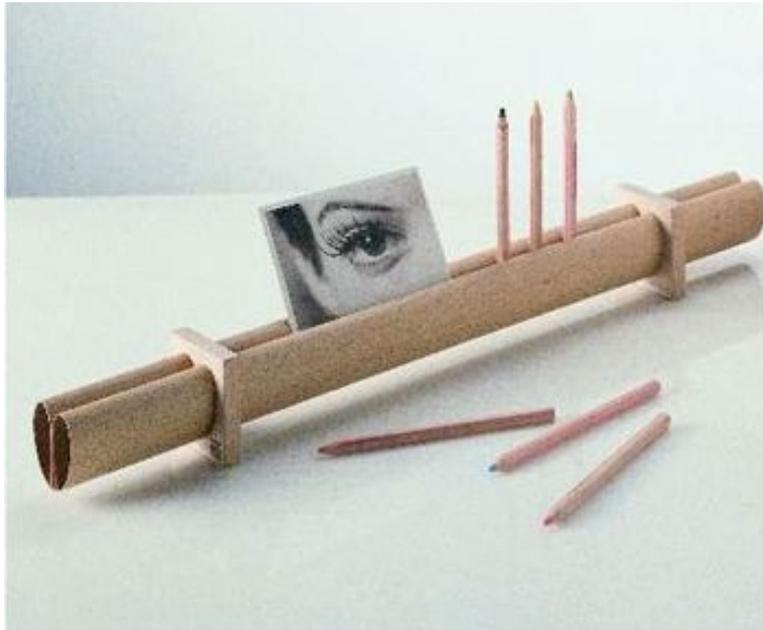
- Возможность обыграть специфику фирмы, не используя логотип на видном месте
- Функциональность
- Возможность введения дополнительной функции (Пример: ваза)
- Обращает на себя внимание пользователя

«-»

- Ограниченность функционального пространства

Образный аналог

Карандашница «Осло» от Harri Koskinen



«+»

- Многофункциональность
- Эргономичность размещения в пространстве
- Натуральные материалы
- Воспринимается как единое целое

«-»

- Необходимость большого пространства по длине
- Ограниченность цветового решения
- Невозможность размещения нестандартных, крупных письменных принадлежностей из-за последующей деформации

В этом аналоге нас привлекла многофункциональность и фактура материалов

Органайзер Alessi от Marti Guixe



«+»

- Многофункциональность
- Возможность интерактива с пользователем
- Природная форма
- Несколько мест для размещения логотипа
- Возможность для размещения крупных, нестандартных канцтоваров

«-»

- Материал поверхности основного блока
- Неэргономичные края

Функциональный аналог – возможность добавления функций (стикеры, визитки)

Shui от Дака Хсиеха (Duck Hsieh), Тайвань



«+»

- Возможность интерактива
- Концептуальность формы
- Нестандартное расположение
- Соответствие современному стилю большинства офисов

«-»

- Ограниченность пространства для логотипа, символики фирмы
- Отсутствие дополнительной функции

Функциональный и образный аналог – интересная форма, материалы и современный стиль

Анализ предпроектной ситуации. Выбор окончательного решения

- Выбран в качестве основного, т.к. соответствует цели
- подходит для реализации идеи серийного сувенира
- дает возможность для демонстрации специфики фирмы через сопутствующий образ
- Позволяет применить модульный принцип



Алгоритм поиска образов для сувенира

- Метод ассоциаций и метод анализа аналогов – поиск различных картинок, сюжетов, персонажей о той или иной профессии, связанные с её спецификой.
- Так же можно отталкиваться от уже существующих символов, талисманов, рекламных персонажей компании и её особенностей.
- + Технологии креативного мышления:
 - Метод Леонардо да Винчи – поиск образов через спонтанные «черкания» на бумаге.
 - Таблица Алекса Осборна – отталкиваясь от какой-то уже существующей идеи или продукта, по пунктам из таблица разрабатываем новые идеи на основе существующих (Например, карандашница. Есть иная возможность применения? – ваза для цветов. Можно ли поменять местами отдельные части? Сделать наоборот и т.д)

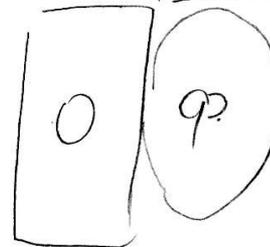
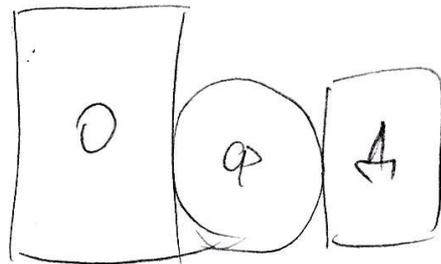
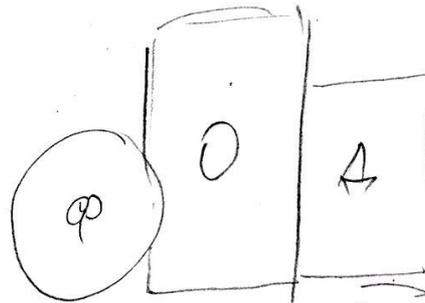
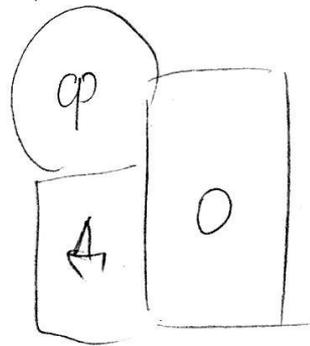
Использование модульного метода. Разные схемы компоновки

А.

Ф - фигура

О - основной блок (постоянный)

Д - дополнительный блок (изменяющийся)



Проектное предложение.

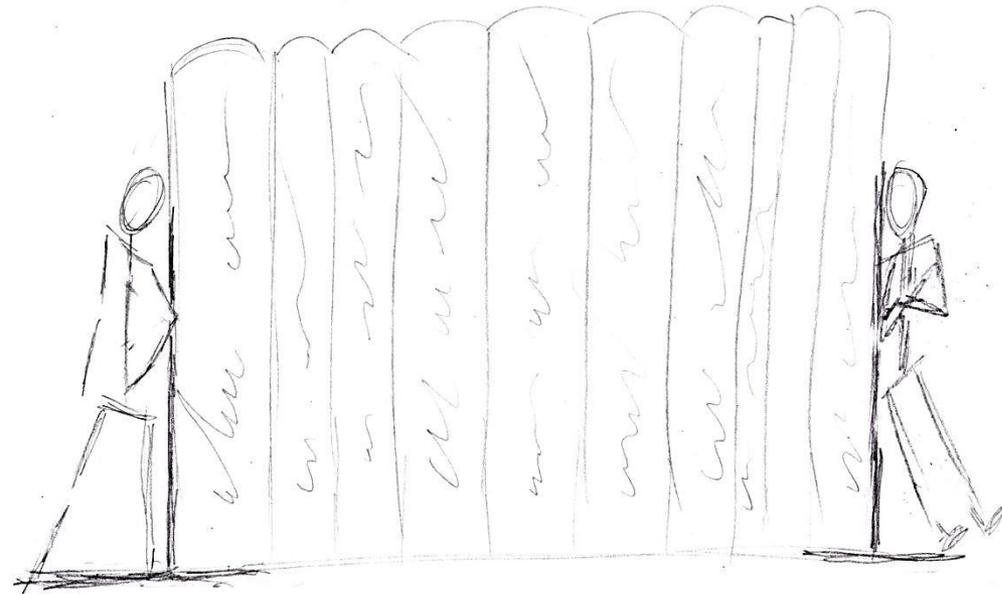


Дополнительный блок
для размещения
визиток и записок

- Эскиз карандашницы-
визитницы для
строительной фирмы:
- Основной блок –
карандашница
 - Дополнительный блок –
держатель для записок
 - Фигурка-персонаж
Строитель/Подъемный
кран

Возможность перехода в другую вещь держатели для книг

A.



Использование модульного принципа и различных вариантов компоновки позволяет предусмотреть трансформирование структурных и функциональных характеристик, а также внешнего вида одного сувенира в другой

Формальные характеристики изделия

- Размеры: 12x8 см (блок), общая высота≈18-20см.
- Материалы: основной – керамика, доп. детали – дерево, пластик. Максимум – 2 материала
- Структура: стандартный блок для размещения письменных принадлежностей + изменчивая фигура-образ (человек) + 2 блок – доп.функция (изменение местоположения)
- Функции: размещение канцелярских принадлежностей, отделение для визиток +возможность для введения дополнительных функций (например, лента скотча)
- Цвета: в зависимости от фирменного стиля компании

Экономические факторы

С.

- Модульность облегчает тиражирование
- Второй блок потребует для себя больше расходов, т.к. будет изготавливаться индивидуально, в зависимости от функции и специфики компании.
- Серию образов для фигур можно заказать у одного дизайнера/скульптора, что поможет сэкономить на последующих заказах по индивидуальным эскизам
- В качестве образа можно использовать символ/талисман/персонаж компании, это сэкономит затраты на разработку эскиза
- В качестве материалов можно использовать вторсырье

Упаковка

- Полностью невидимый объект: прямоугольная, квадратная упаковка по размеру в подарочной бумаге фирменных цветов компании.
- Видима часть объекта: вырезка для демонстрации фигуры человечка, что еще больше подогреет интерес в подарку. Плотный гофрированный картон + праздничный бант и название фирмы на упаковке с поздравлением (например, С Днем Строителя!)

Презентация сувенира

Корпоративный сувенир часто становится подарком на какой-либо праздник. В нашей концепции сувенир является подарком на профессиональный праздник, связанный с деятельностью компании. Это позволяет сувениру выполнять свое назначение, при этом надеясь на дополнительный эмоциональный смысл (сувенир-подарок).

Профессиональные праздники

- 9 января – День стоматолога
- 13 января – День печати
- 23 марта – День метеорологии
- 7 мая – День радио
- 27 мая – День библиотек
- 17 июля - День металлурга
- 28 июля - День PR-специалиста
- 7 августа - День железнодорожника
- 14 августа - День строителя
- 27 августа - День кино
- 16 октября - День работников пищевой промышленности
- 23 октября - День работников рекламы
- 21 ноября - День бухгалтера
- 22 ноября - День психолога

Список литературы:

- 1. БСЭ <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/>
- 2. Сайт сувенирной компании <http://delo-line.ru/>
- 3. Википедия <http://ru.wikipedia.org/>
- Теория дизайна <http://www.taby27.ru/>
- Сайт о дизайне_Сайт о дизайне <http://www.idh.ru/>
- Каталог мебели и предметов интерьера <http://www.360.ru>
- Энциклопедия интерьерных идей <http://www.4living.ru/>
- Дизайнерский портал <http://dizainersky.ru/>

Спасибо за внимание!

