***Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение***

***средняя общеобразовательная школа№1 г.Оханска***

***Автор: Каменева Т.И.,***

***учитель химии***

**Профессия «дизайнер»**

**Коммуникативная задача «Генерация продукта»**

***Дизайнер***  *- это специалист, который создает «оболочку». Ключевая задача оболочки – выполнять свое предназначение. Привлекать, продавать, продвигать бренд. Одновременно с этим необходимо помнить и о практическом значении каждого предмета. Насколько удобной будет эта упаковка, как это будет реализовано в промышленности, будут ли приятны глазам смотрящего подобранные цвета и шрифты, станет ли фирменный стиль узнаваемым – все это зависит от специалиста, его таланта и профессионализма. Он использует рисование как инструмент, визуализируя идеи и проекты.*

Профессиональная ситуация: Вы – дизайнер. К Вам обратился клиент-представитель кондитерской фабрики, с просьбой создать упаковку для нового сорта конфет, чтобы привлечь внимание потенциальных потребителей (детей и их родителей).

Техническое задание: Разработать упаковку, использовав предоставленную заказчиком информацию.

Дополнительный материал:

1. **Обязательные данные на упаковке товара** –

Название производителя, его местонахождение.

Состав, срок хранения, условия хранения.

1. **Информация, предоставляемая заказчиком**:
* *По информации маркетингового агентства FDFgroup, лишь четверть респондентов покупает шоколадные конфеты только для личного потребления/потребления членами семьи. Каждый двадцатый потребитель покупает конфеты только для своих друзей или коллег. Каждый седьмой покупатель конфет (14%) покупает конфеты для того, и только для того, чтобы отблагодарить кого-либо за оказанную услугу.*
* Возможно, производителям шоколадных конфет в коробках стоит задуматься о позиционировании своего товара: конфеты, которые изначально предлагаются для подарка, наверняка заинтересуют немалую часть аудитории, как и конфеты, рассчитанные на потребление в кругу семьи.
1. Вам необходимо из личной встречи с клиентом в течение 10 минут

 Выяснить, какие требования клиент предъявляет к упаковке конфет, какой формат оформления желателен, что хотел бы клиент видеть в текстовой части упаковки, сколько и какие цвета должны присутствовать в оформлении, для какого потребителя предлагается товар, какая тенденция в упаковке конфет должна быть отражена.

1. В результате после беседы с клиентом вы предъявляете три эскиза предлагаемой вами упаковки,

аргументируя ваш выбор использованных элементов оформления. Клиент при этом дает оценку каждому эскизу в соответствии со своими требованиями и критериями. Состоявшимся заказ считается, если хотя бы один из эскизов набрал 12-15 баллов.

1. На работу над эскизами вам предоставляется время – 30 минут.

*ЭСКИЗ -**(фр. esquisse) — предварительный****набросок****, фиксирующий замысел художественного произведения, сооружения, механизма или отдельной его части. Это быстро выполненный рисунок, часто состоит из множества перекрывающих линий.*

**Профессия «дизайнер»**

**Коммуникативная задача «Генерация продукта»**

Критерии оценивания

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Компетенция** | **Показатели** | **Баллы** |
| 1 | Умение фиксировать желания клиента  | Все требования и пожелания отражены в продукте | 3 |
| Частичное выполнение требований | 2 |
| Условия не выполнены | 0 |
| 2 | Умение переводить желания клиента в креативные идеи | 2-3 креативные идеи внесены в проект | 3 |
| Только 1 креативная идея внесены в проект | 1 |
| Нет своих идей в проекте | 0 |
| 3 | Умение аргументировать реализуемую идею | Креативные идеи аргументированы | 2 |
| креативные идеи аргументированы частично | 1 |
| Креативные идеи не аргументированы | 0 |
| 4 | Умение превратить идею в проект. Заказ состоялся. | Идея превращена в проект (от клиента 12-15 баллов). | 4 |
| Идея частично превращена в проект (от клиента 9-11 баллов) | 2 |
| Идея в проект не превращена | 0 |
|  | максимально баллов | 12 |

** требования к упаковке**:

* употреблять не более 3-х цветов,
* не более 5 элементов в оформлении,
* учитывать потребности и интересы аудитории.
* яркость и привлекательность!
* удобно открывать и хранить.
* учет концепции продукта.

дополнительный материал

5 тенденций в дизайне упаковки конфет

**1. Наивные иллюстрации** могут быть полноценными акварельными или зарисовками. Часто они похожи на эскизы и детские рисунки. Также сюда относится упаковка ручной работы или ее имитация.



**2. Витиеватый декор.** Эта тенденция выражается в использовании винтажных шрифтов, крафтовой бумаги, pin-up иллюстраций. Также упаковка шоколада или карамели может быть густо усыпана геометрическими принтами (точками, мелкими треугольниками) или надписями.

**3. Узоры.**

Тренд на узоры частично связан с предыдущим, но он получил широкое распространение и выделился в отдельную графу. Узоры могут быть любого цвета и оттенка и занимать от 20 до 70% упаковки.

**4. Концентрация на продукте.**Эта тенденция является главной в дизайне упаковки в 2016 году. Она позволяет максимально сосредоточить внимание на продукте, показав его сильные стороны.



 **5. Стиль 70-х.**

Яркие детали, многослойность, геометрические и цветочные принты, этнические мотивы – все это составляющие стиля 70-х.

Эти 5 тенденций являются ключевыми для разработки дизайна упаковок конфет. К ним можно добавить постоянную тенденцию на изменение дизайна упаковок в связи с сезонами (например, к Пасхе или Новому году). Создание дизайна упаковки конфет – сложный многоэтапный процесс, который требует от исполнителей креативного подхода.

**Профессия «дизайнер»**

**Коммуникативная задача «Генерация продукта»**

**ТЗ для клиента**

Вы – представитель шоколадной фабрики города Оханска, производящей конфеты.

Вам известна *информация маркетингового агентства FDF group, что лишь четверть респондентов покупает шоколадные конфеты только для личного потребления/потребления членами семьи. Каждый двадцатый потребитель покупает конфеты только для своих друзей или коллег. Каждый седьмой покупатель конфет (14%) покупает конфеты для того, и только для того, чтобы отблагодарить кого-либо за оказанную услугу.*

Вы задумались о позиционировании своего товара: конфеты, которые изначально предлагаются для подарка семье, в которой есть дети.

Вы приходите к дизайнеру с заказом на упаковку для конфет «Фейерверк». У вас на встречу – 10 минут. Вам интересны упаковка геометрической формы и тенденция концентрации на продукте.

Состав конфет: какао-масло, сахар, орехи, грильяж, шоколадная глазурь, эмульгаторы, ароматизатор «ваниль», крошка вафельная, лецитин.

Срок хранения конфет – 6 месяцев, условия хранения: температура от 8 до 20 градусов, влажность 40-60%.

Ваши требования:

* цвета: желто-золотой, синий, фиолетовый, красный
* элемента в оформлении: салют, звезды/искры,
* это должно нравиться как взрослому, так и ребенку-школьнику.
* удобно открывать и хранить, продукт должен выглядеть как подарочный.

Критерии оценивания продукта клиентом

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Требования клиента** | **Показатели** | **Баллы** |
| 1 | употреблять не более 4-х цветов,не более 5 элементов в оформлении, учитывать потребности и интересы аудитории.яркость и привлекательность! удобно открывать и хранить. учет концепции продукта. | 3-4 цвета использованы | 0-2 |
| Для восприятия не сложно | 1 |
| Ребенку нравится | 1 |
| Взрослому нравится | 1 |
| Ярко и привлекательно | 0-2 |
| Удобно открывать | 1 |
| Удобно хранить | 1 |
| Основная идея сохранена | 1 |
| 2 | Аргументация новых идей | Креативные идеи аргументированы | 2 |
| креативные идеи аргументированы частично | 1 |
| Креативные идеи не аргументированы | 0 |
| 3 | Умение превратить идею в проект | Новая(ые) идея(и) принимается | 1-3 |
| Принимается новизна частично | 1 |
| Не принимается новизна  | 0 |
|  | Итого  |  | …/из 15 |

****