

ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ POS-МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ КОЛЛЕКЦИИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО МОТИВАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Ф. СКАРИНЫ

*Попова А.В., доц., Виноградова В.А., студ.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Рассмотрены вопросы, связанные с проектированием POS-материалов для коллекции ювелирных изделий по мотивам деятельности Ф. Скарины, определены актуальность, цели и задачи проекта. Проанализированы сюжетная графика проекта и логотип «Асветнік Скарына».

Ключевые слова: POS-материалы, реклама ювелирных изделий, логотип, Франциск Скорина, графические символы, шрифт.

Культура и реклама соотносятся между собой как аксиома и теорема. Первое в доказательстве не нуждается и поэтому используется для доказательства второго. В рекламном обращении можно использовать культуру нации с целью пиара драгоценных украшений, с учетом актуальных потребностей потребителей. Например, в жизни женщины культура и традиции играют более значимую роль, чем в жизни мужчины, поскольку ее поведение обычно более традиционно из-за ее биологии. Использование национальной культуры в рекламе драгоценных украшений может способствовать улучшению восприятия информации этой группой потребителей.

Однако красивое и качественное изделие не всегда способно привлечь внимание покупателей. Важную роль в успешной продаже ювелирных изделий играет реклама. Рекламные кампании, продуманный маркетинговый подход и продажа через различные каналы сбыта позволяют привлечь целевую аудиторию и увеличить объемы продаж.

Значительную роль в успешной продаже ювелирных изделий играют POS-материалы – различные рекламные и информационные материалы, которые размещаются на точке продажи и направлены на стимулирование покупки. В ювелирной сфере POS-материалы могут включать в себя стенды с образцами украшений, информационные брошюры, упаковка, постеры и другие материалы, которые помогают привлечь внимание покупателей и увеличить объемы продаж. Касательно дизайна упаковки, он тоже может быть использован как POS-материал, если он выполнен таким образом, чтобы привлечь внимание покупателя и выделить товар на полке среди конкурентов. Например, яркие цвета, оригинальный дизайн, привлекательные шрифты и логотипы, могут рассматриваться как POS-материалы, так как они помогают привлечь взгляд и вызвать интерес у потребителя.

Данный проект направлен на создание дизайн-концепции POS-материалов для коллекции ювелирных изделий «Асветнік Скарына», где будут разработаны логотип, упаковки для ювелирных изделий, плакаты, баннеры, сувенирная продукция.

Актуальность проекта в том, что личность Франциска Скорины значима в ювелирной сфере, в рекламе POS-материалов, т. к. он был одним из первых книгопечатников в Великом Княжестве Литовском. Его имя и творчество связаны с культурным наследием Беларуси, что делает его личность привлекательной для использования в маркетинге и рекламе. Эта тема важна для ювелирной сферы, поскольку Франциск Скорина выступает как символ культуры, образования и высоких идей и является прекрасным источником вдохновения для создания уникальных и оригинальных украшений, которые не только красивые и стильные, но и имеют глубокий смысл.

Цель – разработка POS-материалов для продвижения и продажи коллекции ювелирных украшений, посвященной выдающемуся белорусскому деятелю и гуманисту Франциску Скорине. Этот проект является не только актуальным с точки зрения продвижения и продажи продукции, но и важным с точки зрения сохранения и популяризации культурного наследия Беларуси. Разработанные POS-материалы будут способствовать повышению узнаваемости коллекции и привлечению внимания к исторической личности Франциска Скорины.

Задачами проекта являются:

- сбор данных о проекте, его особенностях и важности;
- анализ трендов в графическом дизайне и рекламе ювелирных изделий;

- создание логотипа, символизирующего личность Франциска Скорины и его вклад в развитие культуры и образования;
- разработка брендинговых элементов, которые помогут идентифицировать и ассоциировать личность Франциска Скорины с определенными ценностями и идеями;
- создание графических материалов (баннеры, плакаты, флаеры, упаковка, сувенирная продукция).

Коллекция ювелирных изделий «Асветнік Скарына» подойдет для ценителей уникального и изысканного дизайна, понимающих ценность ручной работы и высокого качества исполнения. Эта коллекция предназначена для тех, кто ищет необычные украшения, которые станут настоящим украшением любого наряда и подчеркнут индивидуальность и стиль владельца.

Основные пожелания от заказчика: упаковка должна быть стильной, элегантной и роскошной, отражающей историческое наследие и художественный дух Франциска Скорины, рекламные материалы должны быть креативными, привлекательными и информативными, подчеркивающими особенности каждого украшения из коллекции, цветовая гамма проекта – золото, бежевый, коричневый, красный, использовать элементы декора, символизирующие историю и традиции бренда.

Тема связана с культурой и историей, поэтому сюжет коллекции может, олицетворят идею сохранения и передачи традиций и культурных ценностей. Например, особенная графика, нанесенная на упаковку для украшения может символизировать важность знания и образования, акцент на значимость вклада Скорины в развитие культуры. Сюжеты графики представлены символическими образами, которые отсылают к деятельности Скорины как книгопечатника и переводчика. В его гравюрах часто встречаются различные антропоморфные существа, а также основные символы – Солнце и Луны, Пчела, Подсвечник, Армилярная Сфера, Книги. Например, такая графика может использоваться на упаковке (рис. 1).



Рисунок 1 – Сюжеты символических элементов в проекте



Рисунок 2 – Логотип «Асветнік Скарына»

Отправной точкой для дизайна стал красивый шрифт, красочные и узорчатые буквы с золотистыми и серебристыми оттенками, что характерно для того времени. Поиск подходящих шрифтов для логотипа является неотъемлемой частью проектирования. В качестве референса послужили шрифтовые композиции в плакатах. В основном рассматривались кириллические шрифты с засечками, таких категорий как: старославянские шрифты, рукописные. Также были рассмотрены шрифты, которые отражали бы культуру и историю.

В итоге были выбраны шрифты, которые сочетали в себе традиционные элементы и современные технологии, чтобы создать уникальный стиль коллекции. Вдохновившись шрифтом TD Cyrillic Regular, было принято решение поискать композиционное решение слов, которые являются отсылкой к творчеству Франциска Скорины. Логотип построен так, что образуется форма щита (рис. 2).

Создание дизайн-концепции POS-материалов является неотъемлемой частью маркетинговой стратегии в современном ювелирном бизнесе. Учитывая высокую конкуренцию на рынке, необходимо постоянно привлекать внимание целевой аудитории к своим продуктам и бренду. Это эффективный инструмент для привлечения внимания потребителя, создания узнаваемого образа бренда и стимулирования продаж.

Список использованных источников

1. Абрамович, Н. А. Эстетические и технические особенности шрифта типа гротеск / Н. А. Абрамович, Я. В. Гуняга // Тезисы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – С. 170–171.
2. Попова, А. В., Павловская, Е. И. Проектирование логотипа для витебского зоологического парка / А. В. Попова, Е. И. Павловская // Материалы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – Т. 2. – С. 182–185.
3. Попова, А. В., Рязанов, В. О. Особенности процесса проектирования фирменного стиля для IT-компании «Мединсофт» / А. В. Попова, В. О. Рязанов // Сборник материалов Международной научно-технической конференции «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2022)»: в 3 т. / ФГБОУВО «РГУ им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». – Москва, 2022. – Т. 3. – С. 230–233.
4. Прасмыцкая, М. В. Разборка персонажей компьютерной игры на основе белорусских мифов и преданий / М. В. Прасмыцкая, Н. Н. Самутина // Материалы докладов 56-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2023. – Т. 2. – С. 185–187.
5. Самутина Н. Н. Элементы фирменного стиля и особенности стилизации героев мультипликационных фильмов / Н. Н. Самутина, П. П. Прокопенко // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 80–82.

УДК 659

ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ УПАКОВКИ ДЛЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Попова А.В., доц., Ван Илин, студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Рассмотрены вопросы, связанные с основными особенностями разработки дизайна упаковки кондитерских изделий. Проанализированы материалы упаковки, современные тенденции. Разработан и проанализирован логотип.

Ключевые слова: упаковка, кондитерские изделия, нейминг, логотип, дизайн, шрифт, китайский фарфор.

Кондитерские изделия в настоящее время являются одними из наиболее популярных продуктов, а также являются хорошим сувениром, отличаются от аналогичной продукции оригинальностью и технологичностью своей упаковки, формой и цветографическим решением. Важную роль при выборе продукта оказывает его упаковка. Именно она способна привлечь внимание, вызывает или не вызывает интерес к продукту. Потребителя привлекают необычная форма, запоминающийся стиль, приятные на ощупь материалы, желание узнать больше о содержимом. Изучение тенденции развития кондитерской отрасли показал, что потребитель хочет видеть вкусный продукт в удобной упаковке, который приносит ему пользу. В этом и состоит важная задача производителя кондитерских изделий на сегодняшний день.

Упаковка кондитерских изделий выполняет следующие важные задачи:

- защищают продукт от загрязнения;
- информируют покупателя о свойствах содержимого;
- заостряют внимание потребителя, побуждают к действию.