

УДК 372.874

# ОСОБЕННОСТИ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ГРАФИЧЕСКОМУ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ

**Богатырева Диана Андреевна**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», Институт среднего профессионального образования Россия, 350063, Краснодарский край, Краснодар, ул. Мира, д. 29 преподаватель Института среднего профессионального образования bogatyreva.irina.72@mail.ru

**Марченко Марина Николаевна**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», Институт среднего профессионального образования Россия, 350063, Краснодарский край, Краснодар, ул. Мира, д. 29 доктор педагогических наук, профессор кафедры дизайна, компьютерной и технической графики marina1hg@yandex.ru

## Аннотация

В статье рассматриваются особенности дизайн-проектирования упаковки в учебном процессе, развитие дизайна упаковки в контексте отечественной истории и образования. Выявлены проблемы, с которыми сталкиваются студенты при разработке графического дизайна упаковки, выделены особенности и направления обучения студентов дизайну упаковки. Проанализированы современные методы работы студентов при дизайн-проектировании упаковки. Отмечены новые направления и тенденции в дизайне упаковки, которые необходимо учитывать при изучении предмета «Дизайн упаковки». Авторы показывают актуальность темы исследования, раскрывая проблему изучения дизайна упаковки только с конструктивной стороны или же только её художественных компонентов, уделяют внимание проблемам в новой сфере дизайн-образования при помощи популярных сегодня онлайн-курсов в сфере дизайна упаковки.

## Ключевые слова

Упаковка; графический дизайн; педагогика; айдентика; тенденции дизайна; дизайн-мышление; макет упаковки.

## ВВЕДЕНИЕ

В связи с развитием современного дизайна, компьютерных технологий, перенасыщением полок яркими однотипными упаковками, появлением электронной коммерции и развитием анимационной рекламы, необходимо выявлять новые аспекты обучения студентов графическому дизайну упаковки.

Актуальность данного исследования связана с необходимостью систематизации теоретической информации в сфере обучения студентов графическому дизайну упаковки с учетом её художественных и функциональных задач.

Основной проблемой исследования можно назвать наличие разных методов преподавания дисциплины «Дизайна упаковки» и рассмотрение упаковки исключительно с технической или художественной позиции.

Исследование посвящено теоретическим вопросам изучения студентами графического дизайна упаковки, анализу проблем, особенностям обучения дисциплине «Дизайн упаковки», рассмотрению существующих практик преподавания данной дисциплины. Теоретической базой для изучения аспектов преподавания графического дизайна упаковки послужили работы С.Г. Ажгихина [1, с. 302-307], И.Б. Босых [2, с. 78-86; 3, с. 40-42] и Ч.Ю. Цюй [4, с. 116-120; 5, с. 198-203; 6, с. 128-130] о проблемах дизайн-проектирования упаковки в учебном процессе.

**Цель исследования:** выявить особенности преподавания предмета «Дизайн упаковки» в высших учебных заведениях.

**Методы исследования.** В исследовании применялись следующие методы: метод систематизации и обобщения, изучение научной литературы, методических пособий, публикаций в сфере преподавания дизайна упаковки, метод моделирования, анализирование развития задач и функций отечественной упаковки в разное время, исследование текущей модели преподавания дизайна упаковки; метод сравнения, изучение существующих методик преподавания дизайна упаковки, выявление наиболее интересных из них.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Рассмотрим особенности исторического развития отечественного дизайна упаковки, упаковки как новой сферы промышленного дизайна и появления дисциплины в учебных программах. Отметим, что в Советском Союзе осуществляла деятельность АО «Научно-исследовательский и экспериментально-конструкторский институт тары и упаковки» (НИЭКИТУ) с производственными лабораториями, который работал с 1951 г. по 1991 г. При нем были разработаны: единый комплекс государственных стандартов по таре и упаковке, единое техническое руководство по упаковке экспортных грузов, проводились курсы повышения квалификации в сфере упаковки и тары [7, с. 5].

В 1950-х был создан Художественно-оформительский комбинат «СОЮЗПРОДОФОРМЛЕНИЕ»; художники-графики разрабатывали фирменные знаки, упаковку для товаров народного потребления; так с 1950 по 1980-е был сформирован «советский стиль» (рисунок 1), потерявшийся в 1990-е.



Рисунок 1  
Советский дизайн в упаковке

Первым фактором, повлиявшим на особенно тщательное рассмотрение дизайна упаковки с позиций конструктивной и функциональной функций, можно назвать советскую эпоху, когда экономика была плановой и выпускались только нужные товары. В.В. Васильев («Советская торговая реклама» 1951) поднимает вопрос, «как может потребитель уловить разницу между первосортным и второсортным товарами, когда одинаковые товары скрываются под разными ценами, этикетками, упаковками», считая, целью советской рекламы пропаганду товаров «полезных, питательных, рациональных в употреблении и доступных широким массам» [8, с. 4]. Однако уже в то время использовались такие термины, как «товарная этикетка», «фирменная упаковка», «рекламные листки», «уличные живописные плакаты», «рекламная роспись фирменного автотранспорта», «электродинамическая реклама». Привлечение внимания к упаковке любыми способами не являлось главной целью дизайна.

В 50-е вырос выпуск пищевой продукции, которая часто продавалась на развес; упаковка несла утилитарную функцию. В 1960-х появилась первая упаковка сыров «Волна» и «Дружба», что и подтолкнуло к разработке единого стиля оформления пищевых упаковок — это второй фактор.

В 1998 г. открылась специальность высшего образования «Тара и упаковка» (переименованная в «Технологии и дизайн упаковочного производства») в Санкт-Петербургском государственном университете промышленных технологий и дизайна, в высшей школе печати и медиатехнологий. В то же время вопросы упаковочной продукции рассматривал журнал «Тара и упаковка», который стал организатором конкурса «Заводной апельсин», так появилась специальность «Дизайн упаковки» [9, с. 70-71].

В 2018 г. в ходе конференции «Проблемы подготовки кадров и повышения квалификации специалистов, работающих в сфере производства и потребления тароупаковочной продукции» (международная выставка «УПАКОВКА-2018» (ЦВК «Экспоцентр») было предложено открытие специалитета «Техника, технология и дизайн упаковочного производства» с двумя профилями подготовки: первый — связанный с технологией и дизайном упаковочного производства, второй — проектирование и эксплуатация оборудования упаковочного производства. В ходе конференции было предложено создание «Учебного специализированного Института упаковки..., создание отраслевого Научно-исследовательского института тары и упаковки...» [10, с. 26].

Рассмотрим некоторые проблемы, связанные с обучением студентов дисциплине «Дизайн упаковки», описываемые в научных трудах, а также самостоятельно выделим и другие проблемы.

Проблемами дизайн-проектирования упаковки в учебном процессе можно назвать:

- отсутствие связи художественного проектирования упаковки и её функциональных, эргономических характеристик в учебном процессе, поскольку студенты, решая одну из задач, не решают следующую;
- студенты могут разработать дизайн-проект серии упаковок для одного товара в едином стиле, но зачастую не могут адаптировать выполненный дизайн к разным формам упаковки ассортиментного ряда;
- зачастую в учебном курсе «Дизайн упаковки» упускается учебный блок, связанный с маркетингом и рекламой упаковки;
- слабо развиты навыки макетирования и пространственного воображения у студентов;

- 
- использование компьютерных программ на начальном этапе дизайн-проектирования, что не позволяет студенту видеть макет в реальном размере;
  - шаблонность и стандартность решений;
  - отсутствие работы с материалами, незнание технологических требований к материалам упаковки, отсутствие знаний о постпечатных эффектах и подготовке упаковки к печати на производстве, так что студенты зачастую проектируют такой крой упаковки, который будет невыгодно реализовывать;
  - использование информации из сети Интернет, часто не из авторитетных источников;
  - изменение функций упаковки, что необходимо учитывать в процессе обучения.

Проблемы учебной дисциплины «Дизайн упаковки» в вузах — это разрыв между художественным и функциональным аспектами, недостаточное знание материалов и технологий, а также отсутствие связи между теоретическими знаниями и реальными производственными требованиями



Одной из проблем образования в сфере упаковки можно назвать огромное количество информации «из интернета» в сфере упаковки, качество и достоверность которой часто ничем не подтверждаются; студенты используют такие данные в своих учебных работах в сфере дизайна упаковки, но не могут самостоятельно выбрать действительно нужный материал.

Отдельно нужно отметить, что в большинстве учебных пособий и статьй дизайн упаковки рассматривается с точки зрения истории, что, несомненно, правильно. Однако сегодня дизайн упаковки все больше рассматривается с точки зрения рекламы и продаж, и если ранее образ упаковки характеризовался как «фирменный, серийный» (1990-2000), то сегодня он рассматривается как «концептуальный», что, скорее, вызывает необходимость рассмотреть упаковку больше не с точки зрения истории (до Промышленной революции), а после нее, когда она стала инструментом маркетинга и появилась необходимость в разработке ассортиментного ряда упаковки для собственных торговых марок разной ценовой категории.

Проблемой, связанной с техническими аспектами упаковки, можно назвать и отсутствие учебных заведений, в которых обучали бы проектированию и разработке упаковочной техники, например, технолога упаковочного производства, специалиста, который контролирует стандарты печати, проверяет упаковочную технику. С этим связаны неспособность студентов правильно проанализировать и выбрать упаковочный материал, отсутствие внимания к утилизации и вторичному использованию тары и упаковки.

В некоторых публикациях отмечается, что зачастую в вузах в процессе обучения по направлению «Дизайн» («Графический дизайн») «Дизайн упаковки» не выделяется отдельной дисциплиной, а «...существует в контексте дисциплины «Макетирование» или «Выполнение в материале» [11, с. 20].

Также вузы имеют разные профили, технический или художественный, первые рассматривают упаковку со стороны формообразо-

**Рисунок 2**

Пример студенческой работы, графический дизайн упаковки соли

вания, макетирования, технологических свойств упаковки, вторые — со стороны графического дизайна, что также можно назвать проблемой учебного процесса курса «Дизайн упаковки» (рисунок 2).

Проблемой, связанной с дизайн-проектированием упаковки, можно назвать визуализацию макета на заключительном этапе (подача и презентация проекта), когда студент сталкивается с трудностью подачи проекта, поскольку сегодня в сфере интернет-продаж, электронной коммерции важна красивая картинка и подача упаковки. Конечным этапом станет визуализация макета с помощью предметной фотографии товара, 3D-моделирования, применения искусственного интеллекта для быстрой визуализации. В презентацию проекта также могут входить анимация, текстовое описание, работа с аудиторией.

Для визуализации упаковки в учебных заведениях часто используются такие программы, как «McNeel Rhinoceros», «Blender», «Keyshot».

Помимо этого, после всех этапов (выполнения базовых форм упаковки, схем разверток без размеров, затем проектирования упаковки с решением художественно-образных задач) студенты, уже научившись работать с собственно разработанными формами, могли бы ознакомиться с шаблонными каталогами ECMA и FEFCO, что позволило бы ускорить процесс работы с уже существующими макетами упаковок. Сегодня разработаны такие прототипы, как «Reprint a Pack», «Sales Assistant», визуальный LLM ChatGPT, передать внешний вид упаковки может система «Remote Press Approval», благодаря которой заказчик сможет подробно рассмотреть 3D-модель упаковки в самых мелких деталях.

Нужно отметить некоторые особенности и направления обучения студентов дизайну упаковки:

- акцентирование внимания на дизайн-концепции упаковки, на более важных вопросах, на новых сферах продажи упаковки в электронной коммерции, тенденциях дизайна;
- внимание к эстетичности дизайна упаковки;
- направленность учебного курса на одну из «сфер» дизайна упаковки, например, на пищевую упаковку, упаковку медицинских препаратов;
- выделение области в процессе предмета изучения дизайна упаковки;

- сложность дизайн-проектирования ассортиментного ряда упаковки, серии объектов для разных носителей в одном стиле;
- учет культурных особенностей дизайна-проектирования упаковки учащимися.

Далее проанализируем особенности обучения дизайну упаковки, опираясь на научные публикации, научные работы по теме обучения студентов графическому дизайну упаковки.

Во-первых, в научных работах отмечается, что упаковка — достаточно сложный объект для работы студентов, поскольку изменяются ее функции. В своей работе «Инновационный метод преподавания дизайна конкурентоспособной упаковки» И.Б. Босых отмечает, что уровень подготовки по дисциплине «Упаковка» требует большого сферы знаний, поскольку упаковка является трехмерным объектом, изготавливается из широкого спектра материалов, используются сложные постпечатные эффекты, требует работы команды разных специалистов, а также с появлением «все более изощренных способов воздействия на покупателей... в процессе обучения важна направленность на постоянно совершенствующиеся инновационные методы преподавания...».

Важным аспектом в преподавании данной дисциплины является и то, что упаковка перестает удивлять своей необычной формой, функцией, теперь она нуждается в стратегии. Отметим, что И.Б. Босых выделяет данную направленность на рынке упаковки в 2014 г., сегодня же дизайн упаковки охватывает все более сложные вопросы, он направлен на отражение новых тенденций в дизайне, культуре, на узкие группы потребителей, переходит в сферу электронной коммерции, а с появлением магазинов самообслуживания роль дизайна упаковки изменилась еще больше.

Во-вторых, в научных работах отмечается, что упаковку необходимо рассматривать совместно с разными экспертами (рекламы, маркетинга, графического дизайна, социологии). Важен вопрос «...какая область знаний лежит в основе дизайна упаковки как предмета обучения?» [12, с. 324]. При разработке упаковки студенты сталкиваются с изучением ее с разных сторон.

Дизайн упаковки связан с человеко-ориентированным подходом (то, с чем покупатель сталкивается при использовании упаковки), развитием эмоционального дизайна упаковки (выделение потребностей, желаний покупателя, представителя из группы узкой целевой аудитории). Студенты также должны владеть навыками макетирования, чтобы быстро создавать макеты упаковки ([рисунок 3](#)).

Можно отметить, что учебный курс «Дизайн упаковки» может рассматриваться через сужение программы курса, как, например, подкурс «Дизайн парфюмерной упаковки» НИУ ВШЭ, где изучается промышленный и графический дизайн упаковки. Помимо подарочной, пищевой упаковки, упаковки, выполняющей функцию хранения, учащиеся могли бы рассмотреть особенности дизайна упаковки медицинских препаратов, упаковки бытовой химии, подход к дизайну которой совершенно отличается от подхода к яркому дизайну упаковки пищевой продукции<sup>1</sup>.

В-третьих, студенты часто сталкиваются с проблемой дизайн-проектирования ассортиментного ряда упаковки, что требует создания единого оформления (разработка фирменного стиля изучается на предшествующих дисциплинах), часто у учащихся не хватает целостного взгляда на упаковку всего ассортиментного

<sup>1</sup> Дизайн парфюмерной упаковки — курс по созданию парфюма в Школе дизайна НИУ ВШЭ 2024 [Электронный ресурс]. URL: [https://design.hse.ru/dop/msk/industrial/319?%20utm\\_](https://design.hse.ru/dop/msk/industrial/319?%20utm_) (дата обращения: 05.10.2025)

**Рисунок 3**

Пример студенческой работы, разработка графического дизайна упаковки соли

ряда упаковки или же они сталкиваются с проблемой адаптации дизайна под разные формы упаковки, разные ценовые категории одного бренда, что сложнее, чем проектирование серии этикеток для одного продукта ([рисунок 4](#)).

Как пишет Д.В. Мордвинцева, «впервые в учебном процессе студент встречается с проблемой проектирования серии объектов, использующих разные носители, разные материалы, разные размеры и пропорции, но объединенных единым графическим решением» [13, с. 7].

Необходимо учитывать культурные особенности дизайн-проектирования упаковки студентами. С.К. Ткалич и И.В. Горбунов описывают подходы к обучению студентов-дизайнеров, новый этап, называемый ими «национально-культурный зов». Они поднимают следующий вопрос: «... где этот многомерный систематизированный фонд методов, актуальных для российских дизайнеров-графиков?», рассуждают о «прививке» культурного кода англоязычной визуальной шрифтовой надписи».

Действительно, упаковка не имеет собственного значения, чаще воспринимается как «супер-вещь», но редко имеет связь с культурой Родины.

Дизайн-мышление студентов должно строиться на таких образах, которые бы обращались к эстетике, учитывая культурное значение упаковки. Для примера можно обратиться к кондитерской обертке Товарищества Эйнем (Москва 1913-1917) с изображениями литературных героев (Тарас Бульба, капитан Копейкин, Хлестаков и другие персонажи); даже упаковка папирос может быть эстетически привлекательна (обертка папирос «Стелла» Товарищества Лаферм 1903 года), а на простенькой обертке карамельки «Пьеро» (торговая марка Жорж Борман 1900 год) расположено изящное воздушное изображение мальчика в красном колпачке. Такие упаковки и этикетки имеют свое эстетическое достоинство, поскольку сегодня золотое и блестящее оформление уже отталкивает покупателя крикливостью и ассоциацией с дешевым товаром.

В связи с развитием территориальных брендов в сфере пищевой промышленности, торговые марки больше уделяют внимания графическому дизайну упаковки, которая становится известна за пределами региона. Так, например, в сфере молочной продукции

**Рисунок 4**

Пример студенческой работы, разработка графического дизайна линейки упаковки молочной продукции

(где упаковка не отличается креативностью), выделяется новое оформление упаковок молока брендов «Коломенское», «Родной Киржач», «Тюменьмолоко», «Чабан». Таким образом, обучение дизайну-проектированию упаковки для коммерческих коммуникаций для отечественных брендов должно быть направлено на продвижение отечественной продукции ([рисунок 5](#)).

Выделим интересные методы обучения в процессе проведения занятий по дисциплине «Дизайн упаковки», приведенные в научных работах преподавателей данной дисциплины.

К ним относятся:

- обращение внимания учащихся на внешний вид упаковки, использование компьютерных программ, что делает упаковку эстетически привлекательной, но мало функциональной;
- проектирование упаковки из одного листа;
- экспериментальное формообразование, отказ от аналогов;
- разработка дизайна упаковки для несуществующего товара;
- метод фотосъемки в процессе обучения дизайну упаковки;
- посещение торговых сетей, супермаркетов студентами с целью анализа дизайна упаковок;
- разработка упаковки для существующей собственной торговой марки, решение сложных задач;
- проведение визуального исследования, оформление оригинал-макета малостраничного издания по одной из сфер теоретического изучения дизайна упаковки;
- метод деловой игры.

Сегодня все больше внимания уделяется темам, связанным с виртуальным дизайном, что заставляет студентов обратить особое внимание на внешний визуальный образ упаковки. В своей работе Цюй Чжэньюнь «Принципы обучения дизайну упаковки в вузах Китая» в одной из экспериментальных стратегий отмечает, что «студенты изучали темы, которые связаны с виртуальным дизайном», при этом учащиеся имели малую связь с технологиями про-



Рисунок 5

Пример студенческой работы, разработка графического дизайна серии упаковок мороженого

изводства, поэтому они уделяли особое внимание «эстетическому дизайну», что «привело к созданию продуктов, которые были визуально приятными, но имели мало функциональных возможностей».

Метод дизайн-проектирования упаковки «из одного листа бумаги», который помогает развить практические навыки и пространственное мышление студентов, предполагает сначала изучение простых форм, а затем — сложных.

И.С. Искра в диссертации «Развитие творческой активности студентов-дизайнеров вузов в процессе проектирования» 2015 отмечает, что студенческий проект «выполняется и оценивается, в первую очередь с точки зрения новизны, оригинальности и креативности...» [14, с. 4]. Также описывается создание экспериментальных групп, на занятиях с которыми педагог вел «Протокол наблюдения», целью исследования стала апробация комплекса педагогических приемов, которые развили бы творческие способности студентов. Нужно отметить, что у двух групп были разные задачи; у первой — «развитие видения новых функций уже знакомых объектов», у второй — «умения комбинировать ранее известные способы решения проблемы в новый способ».

И.С. Искра предлагает «экспериментальное формообразование в профессии дизайнера» как метод познания, под которым подразумевается полный отказ от подражания аналогам, студенты самостоятельно должны придумать философию, концепцию и формообразование упаковки.

Схожий метод используется в дизайн-проектировании, когда студентам дается задание, направленное не на конкретные цели,

например, упаковка для выдуманного, несуществующего товара, обладающего нереальными свойствами, что дает учащимся возможность развить способности к оригинальности воображения, образность мышления. Так, анализируя работы студентов курса «Дизайн парфюмерной упаковки» НИУ ВШЭ можно отметить, в большинстве проектов целью является не только рациональное макетирование, но и иррациональный графический подход, поиск нестандартных средств создания изображений в дизайне упаковки, поиск концепции, при этом важным является графическая презентация проекта дизайна упаковки.

Новым модулем в дисциплине «Дизайн упаковки» могло бы стать изучение метода учебной фотосъемки при подготовке дизайнера упаковки, когда студенту посредством фотографии нужно «уметь находить и выражать конструктивные, текстурные и другие особенности упаковки».

Фотография развивает художественное мышление, умение решать задачи фотосъемки вне профессиональной фотостудии, помогает развить навыки компьютерной обработки фотографий. Векторная двухмерная иллюстрация вытесняет фотографику, но фотоизображения также используются в дизайне упаковки. В данном модуле студенты-дизайнеры уже должны освоить основные компетенции в курсе «Фотографика», ознакомиться с рекламной фотосъемкой.

Отдельно нужно отметить новую практику в обучении, когда студенты посещают магазины с целью анализа дизайна упаковки, например, такие своеобразные экскурсии-лекции сегодня проводит московское брендинговое агентство «Ohmybrand» в сети магазинов «Перекресток».

Можно предложить студентам разработку упаковки ассортиментного ряда для существующей или созданной собственной торговой марки супермаркета, например, в сфере пищевой промышленности; столкнувшись с упаковкой, разной по форме, назначению и ценовой категорией, студенты будут работать с более сложными задачами.

В своем исследовании «Инновационный метод преподавания дизайна конкурентоспособной упаковки» И.Б. Босых описывает активный метод обучения (студент сам овладевает знаниями посредством деятельности), а именно метод деловой игры, например, работа команды студентов, проводящих «анализ процесса покупки товара потребителем, дизайнерский анализ логистики упаковки...».

Команды студентов из двух-семи человек принимают разные роли (арт-директор, иллюстратор, верстальщик, конструктор, технолог и другие), выполняют задания по дизайн-проектированию упаковки по заданным критериям, затем презентуют работу, оцениваемую преподавателем. Время ограничено (от одного до трех занятий). Обратную оценку команда получает и от других студентов.

Новым преимуществом в обучении дизайну упаковки может стать актуальный список перечня ресурсов сети интернет, в котором будут собраны проекты отечественных брендинговых агентств, содержательные научные публикации, книги по теме дизайна упаковки разных направлений, зарубежные источники, что поможет студентам лучше ориентироваться в новых тенденциях.

На конкретном примере НИУ ВШЭ рассмотрим задания, выполняемые студентами по подготовке дизайнеров бакалавриата и магистратуры.

В программе бакалавриата, направление подготовки — «Коммуникационный дизайн», 2 год обучения, проект — «Линейка упаковок продуктов потребительского бренда», заданием является

«серия упаковок продуктов потребительского бренда, также разрабатываются элементы коммуникации бренда (POS-материалы и варианты рекламных носителей)». В требования к проекту входят анализ целевой аудитории, постановка задачи, эскизирование, выполнение серии этикеток, разработка рекламной продукции, визуализация мест продаж. Проекты оцениваются по двум критериям: смысловая часть проекта, визуальная часть проекта.

По программе магистратуры дизайна, «Арт-дирекшн» 1 год обучения, проект — «Упаковка и брэндинг», технология — «Дизайн упаковки», итоговым проектом является «дизайн линейки упаковки (не менее 3 SKU) для определенной в начале модуля категории товаров», в технологии «Брэндинг в дизайне упаковки» — бриф в формате презентации.

По программе магистратуры дизайна, «Коммуникативный дизайн. Базовый уровень», 2 год обучения, проект — «Линейка упаковок продуктов потребительского бренда», технология — «Технологии дизайна», итоговым проектом является «линейка упаковок (не менее 3 SKU — stock keeping unit)», сопровождаемая видео-рассказом о проекте<sup>2</sup>.

На втором курсе, 2 модуле магистратуры курса «Дизайн упаковки», выполняется визуальное исследование разных сфер упаковки, оформляется оригинал-макет печатного издания с теоретической частью исследования и иллюстрациями.

Можно отметить, что в каждом курсе присутствуют задания, направленные на творческие навыки, эскизирование, особенности использования цвета, шрифта. Изучаются цвет, форма, композиция. Учебный курс «Дизайн упаковки» часто включает три сферы: изучение материалов, художественно-эстетический аспект и маркетинг, рекламу.



Современное обучение дизайну упаковки в вузах должно внедрять креативные, практические и исследовательские методы, такие как виртуальное моделирование, предметная фотография и анализ реальных упаковочных решений для формирования комплексных навыков



В сфере рассмотрения традиционного преподавания в вузе предмета «Дизайн упаковки» нужно отметить увеличение онлайн-курсов по дизайну упаковки, что обуславливается импортозамещением, появлением новых производств пищевой промышленности, развитием маркет-плейсов. Перечислим несколько популярных сегодня курсов в сфере дизайна упаковки:

- онлайн-курс «Дизайн упаковки» образовательного центра КПиД Университета ИТМО (отведено 300 академических часов), рассчитан на начальный уровень подготовки, курс включает работу с растровой и векторной графикой, техническими аспектами, композицией, типографикой, визуализацией. Большой модуль (60 часов) посвящен практическому дизайну упаковки, ее функциям, конструированию и внешнему оформлению;

<sup>2</sup> Специальное проектирование. Коммуникационный дизайн – Учебные курсы – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/edu/courses/835199154> (дата обращения: 05.10.2025)

- очный курс НИУ ВШЭ «Дизайн упаковки» (отведено 64 академических часа), особое внимание уделено позиционированию теории и истории упаковки, позиционированию бренда, приемам в дизайне упаковки, техническим особенностям макета, презентации проекта;
- онлайн-курс «Дизайн упаковки для реального мира» онлайн-школы дизайна и технологий Bang Bang Education (отведено 15 занятий), особое внимание уделяется рекламной и маркетинговой составляющей до разработки самого дизайна упаковки (разработка идеи, конкурентный анализ полки), а также материалам упаковки;
- онлайн-курс «Дизайн упаковки» ОЧУ ДПО «Современная школа дизайна» (отведено 32 академических часа), особое внимание уделено теоретическим аспектам исследованию свойств упаковки, средствам композиции и средствам графики).

Популярны и другие онлайн-курсы: «Дизайнер упаковки» образовательная онлайн-площадка Skillbox, частный курс «Полный курс дизайна упаковки» Бориса Поташкина.

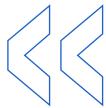
Нужно отметить некоторые минусы онлайн-программ в сфере дизайна упаковки: они не могут развить творческое мышление, помочь учащимся создать нестандартные решения упаковочной продукции, развить пространственное мышление, часто не имеют обратной связи, не раскрывают тонкости работы, связанные с разработкой фирменного стиля для ассортиментного ряда продукции, онлайн-курсы проходят обучающиеся, обладающие разной подготовкой и уровнем знаний.

Наиболее эффективной будет практическая работа со студентами по программе «Дизайн упаковки», основанная на уже приобретенных знаниях и практических умениях, когда студенты уже освоили дисциплины «Академическая живопись», «Академический рисунок», «Основы производственного мастерства», «Дизайн-проектирование». Основой работы с дизайном упаковки должны быть творческие дисциплины, после которых следует изучать технический рисунок, материаловедение, рекламу. Сначала необходимо научить воспринимать визуальную информацию, а затем работать с компьютерными программами, что возможно не в полной мере в пределах кратких онлайн-курсов.

Анализируя дисциплину «Дизайн упаковки», нужно отметить, из каких разделов сформирован курс «Дизайн упаковки» в методическом пособии И.Б. Босых «Проектирование конкурентоспособной упаковки»; в первой части представлены темы лекций и их краткое описание, во второй — описание заданий по практическим темам.

В пособии подробно описан метод деловой игры, также интересны и следующие задания:

- разработка студентами упаковки для ядовитых веществ, которая не должна привлекать внимание детей;
- разработка дизайна упаковки кофе для друга, дизайн для конкретного потребителя;
- разработка дизайна упаковки сухих хлопьев, взяв при этом конкретную упаковку, нужно разработать свою, но упорядочив информацию, чтобы она легко воспринималась;
- разработка дизайна упаковки сухофруктов для четырех психотипов (холерик, меланхолик, сангвиник, флегматик), передача настроения посредством графики и цвета;
- упаковка сухого корма для кошек, где главное — подробный анализ конкурентов, целевой аудитории, разработка концепции, макет выполняется в реальном масштабе.



Большая часть методического пособия отведена рассмотрению теоретических основ проектирования упаковки, изучению средств композиции, оформлению упаковки, также пропедевтике дизайна упаковки, что важно при разработке курса «Дизайн упаковки», рассматриваемого в большей части с точки зрения художественной выразительности и эстетической составляющей обучения дизайну; поскольку большинство учебных пособий рассматривает упаковку исключительно со стороны формообразования, конструкции, материала.

Обучение дизайну упаковки требует интеграции теоретической базы, актуальных ресурсов, практических навыков, развития творческих и технических компетенций, а также изучение основ маркетинга и материаловедения для создания конкурентоспособных решений



## ВЫВОДЫ

Таким образом, в процессе обучения нужно рассматривать дизайн-проектирование упаковки с разных позиций, направлять работу студентов на создание нестандартной упаковки, уделять внимание ее эстетическим особенностям, развивать преподавание дизайна упаковки в узких сферах ее применения, учитывать региональные особенности, новые тенденции в дизайне упаковки, обращать внимание учащихся на презентацию дизайн-проекта. В учебном процессе следует применять новые методы обучения предмету «Дизайн упаковки», прививать интерес к данному предмету и работать над развитием творческих компетенций.

## Список литературы

1. Ажгихин С.Г. Специфика обучения макетированию упаковки студентов-дизайнеров / С.Г. Ажгихин, М.Е. Карагодина // Научный альманах. 2016. № 7-2(21). С. 302-307. DOI 10.17117/na.2016.07.02.302. EDN WKTLS.
2. Босых И.Б. Инновационный метод преподавания дизайна конкурентоспособной упаковки / И.Б. Босых // Профессиональное образование в современном мире. 2014. № 3(14). С. 78-86. EDN TILLRX.
3. Босых И.Б. Проектирование конкурентной упаковки: Методическое пособие для преподавателя по дисциплине «Дизайн-проектирование» / И.Б. Босых. Екатеринбург: Уральский государственный архитектурно-художественный университет, 2014. 56 с. EDN URRGLG.
4. Цюй Ч. Принципы обучения дизайну упаковки в вузах Китая (на примере Технологического университета Мин Чи, Тайвань) / Ч. Цюй // Научное мнение. 2021. № 1-2. С. 114-120. DOI 10.25807/PBN.22224378.2021.1.2.114.120. EDN ННСХАК.
5. Цюй Ч. Проектный метод и метод учебной фотосъемки в системе подготовки дизайнера упаковки / Ч. Цюй // Искусство и диалог культур: сборник трудов XV международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 07 апреля 2022 года / Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,

- Институт художественного образования. Санкт-Петербург: Центр научно-информационных технологий «Астерион», 2022. С. 198-203. EDN CFKDAH.
6. Цюй Ч. Направления совершенствования обучения дизайну упаковки в высшей школе России и Китая: диссертация кандидата педагогических наук. Сочи, 2024. 232 с.
  7. Упаковка для экспортных грузов. Единое техн. руководство / Гос. ком. Совета Министров СССР по материально-техническому снабжению. 3-е изд., доп. и испр. Калуга: [ВНИЭКИТУ], 1974. 274 с.
  8. Васильев В.В. Советская торговая реклама. Москва: Госторгиздат, 1951. 160 с.
  9. Чернов М.Е. Актуальные проблемы подготовки кадров для упаковочной отрасли / М.Е. Чернов // Тара и упаковка. 2014. № 2. С. 70-71. EDN SQPFIR.
  10. Ефремов Н. Проблемы подготовки кадров для упаковочной индустрии России / Н. Ефремов // Тара и упаковка. 2022. № 2. С. 26-29. ISSN 0868-5568.
  11. Герасимова С.Б. О процессе подготовки дизайнеров упаковки / С.Б. Герасимова // Современный дизайн и проблемы высшей школы дизайна: Сборник тезисов третьей международной научно-практической конференции, Москва, 16 декабря 2017 года. Москва: Союз дизайнеров России, Национальный институт дизайна, 2017. С. 19-22. EDN XZZCIH.
  12. Ткалич С.К. Упаковка как отражение преподавания национальной специфики российской школы дизайнеров-бакалавров / С.К. Ткалич, И.В. Горбунов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 11-2. С. 323-325. EDN WZVNZD.
  13. Мордвинцев Д.В., Мордвинцева З.В., Пармон К.Ф. Дизайн упаковки. Образ. Графика. Конструкция. Проектирование серии / учеб.-метод. пособие по выполнению проектных заданий для студ. учреждений высш. образования. Москва: МГХПА им. С.Г. Строганова, 2020. 122 с.
  14. Искра И.С. Развитие творческой активности студентов-дизайнеров вузов в процессе проектирования: специальность 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)»: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Москва, 2015. 170 с. EDN LLWWDR.

## FEATURES OF THE THEORETICAL FOUNDATIONS OF TEACHING STUDENTS GRAPHIC PACKAGING DESIGN

**Bogatyreva Diana Andreevna**

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Kuban State University”, Institute of Secondary Professional Education*

*Russia, 350063, Krasnodar Territory, Krasnodar city, Mira Street, house 29*

*teacher of the Institute of Secondary Professional Education*

*bogatyreva.irina.72@mail.ru*

**Marchenko Marina Nikolaevna**

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Kuban State University”, Institute of Secondary Professional Education*

Russia, 350063, Krasnodar Territory, Krasnodar city, Mira Street, house 29

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Design, Computer and Technical Graphics

marina1hg@yandex.ru

## Abstract

The article discusses the features of packaging design in the educational process, the development of packaging design in the context of Russian history and education. The problems faced by students in the development of graphic packaging design are identified, the features and directions of teaching students packaging design are highlighted. Modern methods of students' work in packaging design are analyzed. New directions and trends in packaging design are noted, which must be taken into account when studying the subject "Packaging design". The authors show the relevance of the research topic by revealing the problem of studying packaging design only from the constructive side or only its artistic components, paying attention to the problems in the new field of design education with the help of popular online courses in the field of packaging design today.

## Keywords

Packaging; graphic design; pedagogy; identity; design trends; design thinking; packaging template.

## References

1. Azhgixin S.G. Specifika obucheniya makedirovaniyu upakovki studentov-dizajnerov (Specifics of teaching packaging layout design to design students), S.G. Azhgixin, M.E. Karagodina, Nauchnyj al'manax, 2016, no 7-2(21), pp. 302-307. DOI 10.17117/na.2016.07.02.302. EDN WKTLST.
2. Bosy'x I.B. Innovacionnyj metod prepodavaniya dizajna konkurentospособnoj upakovki (. Innovative method of teaching competitive packaging design), I.B. Bosy'x, Professional'noe obrazovanie v sovremenном mire, 2014, no 3(14), pp. 78-86. EDN TILLRX.
3. Bosy'x I.B. Proektirovanie konkurentnoj upakovki: Metodicheskoe posobie dlya prepodavatelya po discipline «Dizajn-proektirovanie» (Design competitive package: A methodological manual for a teacher in the discipline «Design-projecting»), I.B. Bosy'x. Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj arxitekturno-xudozhestvennyj universitet, 2014, 56 p. EDN URRGLG.
4. Cyuj Ch. Principy' obucheniya dizajnu upakovki v vuzax Kitaya (na primere Texnologicheskogo universiteta Min Chi, Tajvan') (Principles of Teaching Packaging Design in Chinese Universities (Based on the Case of Ming Chi University of Technology, Taiwan), Ch. Cyuj, Nauchnoe mnenie, 2021, no 1-2, pp. 114-120. DOI 10.25807/PBH.22224378.2021.1.2.114.120. EDN HHCXAK.
5. Cyuj Ch. Proektnyj metod i metod uchebnoj fotos``emki v sisteme podgotovki dizajnera upakovki (Project method and educational photography method in the packaging designer preparation system), Ch. Cyuj, Iskusstvo i dialog kul'tur: sbornik trudov XV mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Sankt-Peterburg, 07 aprelya 2022 goda / Rossijskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet im. A. I. Gercena, Institut xudozhestvennogo obrazovaniya. Sankt-Peterburg: Centr nauchno-informacionnyx texnologij «Asterion», 2022, pp. 198-203. EDN CFKDAH.

6. Cyuj Ch. Napravleniya sovershenstvovaniya obucheniya dizajnu upakovki v vy'sshej shkole Rossii i Kitaya (Directions for improving packaging design teaching in higher education in Russia and China): dissertaciya kandidata pedagogicheskix nauk. Sochi, 2024. 232 s.
7. Upakovka dlya e'ksportny'x gruzov. Edinoe texn. rukovodstvo (Packaging for export cargo [Text]: Unified technical manual), Gos. kom. Soveta Ministerov SSSR po material'no-tekhnicheskому snabzheniyu. 3-e izd., dop. i ispr. Kaluga: [VNIE`KITU], 1974, 274 p.
8. Vasil'ev V.V. Sovetskaya torgovaya reklama (Soviet trade advertising). Moskva: Gostorgizdat, 1951, 160 p.
9. Chernov M.E. Aktual'ny'e problemy' podgotovki kadrov dlya upakovochnoj otrassli (Urgent problems of training of specialists for packaging industry), M.E. Chernov, Tara i upakovka, 2014, no 2, pp. 70-71. EDN SQPFIR.
10. Efremov N. Problemy' podgotovki kadrov dlya upakovochnoj industrii Rossii (Problems of training personnel for the packaging industry of Russia), N. Efremov, Tara i upakovka, 2022, no 2, pp. 26-29. ISSN 0868-5568.
11. Gerasimova S.B. O processe podgotovki dizajnerov upakovki (On the process of training packaging designers), S.B. Gerasimova, Sovremennoj dizajn i problemy' vy'sshej shkoly' dizajna: Sbornik tezisov tret'ej mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Moskva, 16 dekabrya 2017 goda. Moskva: Soyuz dizajnerov Rossii, Nacional'nyj institut dizajna, 2017, pp. 19-22. EDN XZZCIH.
12. Tkalich S.K. Upakovka kak otrazhenie prepodavaniya nacional'noj spezifiki rossijskoj shkoly' dizajnerov-bakalavrov (Packaging as a reflection of teaching the national specifics of the Russian school of bachelor designers), S.K. Tkalich, I.V. Gorbunov, Mezhdunarodnyj zhurnal prikladny'x i fundamental'ny'x issledovanij, 2016, no 11-2, pp. 323-325. EDN WZVNZD.
13. Mordvincev D.V., Mordvinceva Z.V., Parmon K.F. Dizajn upakovki. Obraz. Grafika. Konstrukciya. Proektirovaniye serii (Packaging design. Image. Graphics. Construction. Design of a series), Ucheb.-metod. posobie po vy'polneniyu proektny'x zadaniy dlya stud. uchrezhdenij vy'ssh. obrazovaniya. Moskva: MGXPA im. S.G. Stroganova, 2020, 122 p.
14. Iskra I.S. Razvitiye tvorcheskoy aktivnosti studentov-dizajnerov vuzov v processe proektirovaniya (Development of creative activity of university design students in the design process): special'nost' 13.00.02 «Teoriya i metodika obucheniya i vospitaniya (po oblastyam i urovnyam obrazovaniya)»: dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata pedagogicheskix nauk. Moskva, 2015, 170 p. EDN LLWWDR.