УДК 621.798:659.128

Дизайнерское проектирование современной упаковки

© Т. В. Усатая, © Д. Ю. Усатый, © Л. В. Дерябина

Статья посвящена описанию процесса дизайнерского проектирования современной упаковки: рассматриваются современные тенденции в дизайне упаковки, этапы проектирования упаковки и современные методы проектирования упаковки как составляющие процесса проектирования. Этапы проектирования упаковки представлены в виде обобщенных процессов, для каждого из процессов приводятся собственные методы проектирования упаковки. Направления и тренды в дизайне упаковки описаны в контексте развития современного графического дизайна в целом, сегодня это: доминирующий яркий цвет упаковки, совмещение различных противоположных графических стилей в одной упаковке, использование сторителлинга в дизайне упаковки, многослойная упаковка; произведения искусства, как иллюстрация на упаковке и использование прямых обращений к покупателю. В дизайнерском проектировании упаковки сегодня актуально такое направление как дизайн формы (structural design). Основными средствами создания современного упаковочного дизайна сегодня выступают не только компьютерная графика и трехмерное моделирование упаковки, но и уникальные рисованные иллюстрации.

Ключевые слова: дизайнерское проектирование; графический дизайн; упаковка; направления современного дизайна; тренды в дизайне упаковки; компьютерная графика.

Главное в дизайне упаковки – это идентификация товара, чаще всего идентификация осуществляется благодаря форме упаковке. Сочетание формы упаковки и графики – вот что главное для продвижения товара и бренда в целом. Сегодня рынок насыщен самыми разнообразными упаковками, и успех дизайнера во многом определяется знанием целевой аудитории – дизайн должен обеспечивать (через эмоции, ассоциации, образы) связь идеи и целевой аудитории. Также в дизайне упаковки огромную роль играют новые технологии производства и материалы, проектировщик должен быть с ними знакомы, это и всевозможные пленки и полимерные «дышащие» материалы, биополимеры, вакуумная упаковка, мембранная упаковка, бесшовные вплавленные этикетки, съедобная упаковка, экологичные бумажные пакеты без клея и многое другое.

Проект по созданию упаковки начинается с технического задания. Далее дизайнеру нужно хорошо изучить целевую аудиторию, упаковку конкурентов и условия продажи товаров у конкурентов, выделить проблемы в упаковывании товара и предложить решения проблем. Далее проектную концепцию необходимо визуализировать в форме и графике упаковки. Важно: разрабатывать форму и графику упаковки вместе, также помнить про материал (форма упаковки часто определяется материалом), эффекты печати, которые вы хотите предложить. В этом случае помогут современные программы компьютерной графики. Для создания полноценного макета их необходимо знать несколько: графические программы Adobe Photoshop, CorelDraw и Adobe Illustrator помогут подготовить файлы для печати макета упаковки; в программе Компас 3D можно создать чертеж и развертку упаковки, а создать фотореалистичные трехмерные модели упаковок и анимацию к ним можно с помощью программы Autodesk 3dsMax. На завершающем этапе дизайнерского проектирования обычно создают презентацию своего проекта (по этапам работы) и оформляют проектную документацию [5].

© **Татьяна Владимировна Усатая**, кандидат педагогических наук, доцент, Магнитогорский государственный технический университет имени Г. И. Носова; e-mail: Usatayatv@gmail.com

© **Дмитрий Юрьевич Усатый**, кандидат технических наук, доцент, Магнитогорский государственный технический университет имени Г. И. Носова; e-mail: Usatiydu@gmail.com

© **Любовь Викторовна Дерябина**, кандидат педагогических наук, доцент, Магнитогорский государственный технический университет имени Г. И. Носова; e-mail: Savlv@mail.ru

Процесс от идеи упаковки до появления упакованного товара в магазине занимает не менее 6 месяцев, в Европе и США сроки более длительные, тенденция такова: чем крупнее предприятие производитель – тем более длительные сроки проектирования и ввода товара на рынок [10]. Приступая к проектированию упаковки, очень важно не упустить целей проекта [8, 9]. Процесс дизайнерского проектирования упаковки можно разделить на этапы, при этом, последовательность прохождения этапов зависит от конкретных проектных ситуаций и организации работы дизайнера. Рассмотрим этапы дизайн-проектирования упаковки [13].

1. Анализ проектной ситуации. Данный этап – это исследование по теме проекта. Поэтому анализ проектной ситуации начинается с изучения существующих упаковок и того, как они работают с точки зрения коммуникации с потребителем. Также следует достаточно подробно изучить потребителя, его визуальные и смысловые предпочтения. На данном этапе необходимо изучить существующие упаковки товара в своем регионе, в стране, в мире в целом. Также необходимо выявить все проблемы, связанные с упаковкой товара и ранжировать их – это поможет в определении первоочередных целей и задач проектирования.

2. *Выявление проблемы*. На основе информации, полученной на первом этапе, необходимо сформулировать основную проблему, которую решит новая упаковка, какова цель создания новой упаковки?

3. Разработка коммуникационной платформы. «Коммуникационная платформа — это совокупность социальных явлений, на которых основан информационный поток от марки к потребителям. Включает в себя: ценности, установки, информационные коды, ассоциации» [8, с. 90]. Коммуникационная платформа обычно разрабатывается рекламным агентством. Она помогает выстроить связи между брэндом (*брэнд* (англ. *brand,* — клеймо) — комплекс представлений, ассоциаций, эмоций, мнений, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя) и целевой аудиторией, и в той или иной форме описывает сам бренд, его индивидуальность и основные характеристики [8]. Коммуникационная платформа содержит достаточно много информации, важной для проекта в целом и, особенно, для дизайна: цель создания упаковки, описание целевой группы потребителей, название и описание продукта, его основные свойства, включая цену и ассортиментный ряд, условия хранения, перечень товаров-конкурентов и описание их упаковок; описание возможной технологии производства упаковки. Основной раздел коммуникационной платформы – это портрет потребителя. На основе коммуникационной платформы формируется *техническое задание* для дизайнера – это основа для его работы.

4. Разработка дизайн-концепции – проектного решения, описание концепции, ее графическое представление. Концепция – это основная структурированная идея, смысловая направленность целей, задач и средств проектирования [4]. Концепция включает в себя разработку эскизного проекта и дизайнерского проекта. *Эскизный проект* представляет собой совокупность конструкторских документов, содержащих принципиальные конструктивные решения и разработки общих видов, дающих общие представления об устройстве и принципе работы разрабатываемой упаковки, ее основных параметрах и габаритных размерах. В эскизном проекте уточняются требования к изделию, установленные техническим заданием. *Дизайнерское проектирование в общем виде* – это соединение в целостной структуре и гармоничной форме будущего объекта всех общественно необходимых свойств и качеств проектируемого объекта [3]. *Проект* – описание объекта проектирования, зафиксированное в соответствующей художественно-конструкторской документации [4] – это художественный макет будущей упаковки, с цветографическим решением и эффектами печати.

5. *Разработка вариантов упаковки.* На данном этапе дизайнер создает несколько вариантов концепции упаковки на основе коммуникационной платформы и технического задания.

6. Презентация и тестирование. Этап презентации и тестирования – это этап критики и оценки проекта. Данный этап – промежуточный, так оценивают упаковку пока не потребители, а заинтересованные в проекте люди (их называют *стейкхолдерами* (stakeholder)) – заказчики, руководители отделов предприятия производителя, юристы, менеджеры.

7. Допечатная подготовка и печать. В процессе подготовки к печати всего тиража упаковки проверяются и корректируются цвета, шрифты, готовятся файлы для печати. Печатаются пробные экземпляры упаковки, по возможности нужно попробовать упаковать товар. На данном этапе также допустимо вносить корректировки в проект.

8. Оформление проектной документации. Проектная документация – это совокупность документов, содержащих всю информацию по проекту: техническое задание, составленное на основе анализа проектной ситуации, выявленных проблем и коммуникационной платформы, согласованная и утвержденная дизайн-концепция и ее графическое представление, утвержденные цветные макеты и чертежи разверток с размерами.

9. Доведение до потребителя. На данном завершающем этапе дизайнер отслеживает путь упаковки непосредственно до потребителя, чтобы внести необходимые корректировки уже в следующий тираж или учесть недоработки в своих будущих проектах. Кроме того, упаковка чаще всего – это часть бренда и необходимо отследить, как она влияет на бренд производителя в целом как вписывается в общую концепцию бренда [11].

Рассматривая проектирование упаковки по этапам как процесс, необходимо отметить, что существенную роль при этом играют методы проектирования, которые напрямую влияют на эффективность всего дизайн-процесса. *Метод проектирования* – это пути и способы достижения целей и решения задач, наиболее актуальных в контексте данного проекта [7]. Методы проектирования делятся на группы в зависимости от этапов проектирования, то есть обобщенным процессам соответствуют названные выше этапы и определенные методы проектирования (процессы и этапы представлены в таблице 1). Если этапы проектирования представить в виде обобщенных процессов, то можно выделить несколько последовательных процессов в целостном процессе дизайнерского проектирования упаковки: *Процесс I* – исследование и сбор необходимой информации, этапы: 1. Анализ проектной ситуации, 2.Выявление проблемы. *Процесс II* – обобщение и анализ информации по проекту, этап: 3.Разработка коммуникационной платформы. *Процесс III* – генерация творческих проектных идей, этапы: 4. Разработка дизайн-концепции – проектного решения, ее графическое представление; 5.Разработка вариантов упаковки. *Процесс IV* – оценка, тестирование, корректировка, этапы: 6. Презентация и тестирование, 7. Допечатная подготовка и печать. *Процесс V* – запуск проекта и мониторинг, этапы: 8. Оформление проектной документации, 9. Доведение до потребителя. Для каждого из пяти процессов предлагаются свои методы проектирования, причем их можно ранжировать по значимости в зависимости от конкретной проектной ситуации. Рассмотрим основные методы (табл.1).

Табл. 1. Процессы, этапы и методы дизайнерского проектирования упаковки.
Table 1. Processes, stages and methods of packaging design

Процесс 1 Исследование и сбор	**Этапы:** 1.Анализ проектной ситуации, 2. Выявление	**Методы исследования (информационный поиск):** Графические органайзеры мозгового штурма, Конкурентное тестирование, Айтрекинг, Исследование через дизайн
Процесс 2 Обобщение и анализ	**Этап:** 3. Разработка коммуникационн	**Методы анализа:** Анализ артефактов, Дизайнерский штурм, Ситуационный анализ, Направленный сторителлинг, Многоступенчатый анализ, Метод
Процесс 3 Генерация творческих	**Этапы:** 4.Разработка дизайн-концепции – проектного решения, описание концепции, ее графическое	**Методы разработки проектной концепции:** Метод коллажа, Диаграммы
Процесс 4 Оценка, тестирование,	**Этапы:** 6.Презентация и тестирование, 7. Допечатная	**Методы оценки проекта:** Дизайн-семинары, Метод экспертных
Процесс 5 Запуск проекта и	**Этапы:** 8.Оформление проектной документации, 9. Доведение до потребителя	**Методы мониторинга качества дизайна:** Исследование в режиме реального времени. Анализ ценностного

Процесс I. *Методы исследования (информационный поиск). Графические органайзеры мозгового штурма*. Метод мозгового штурма известен давно, еще с 1930 года и представляет собой стимулирование группового поиска для выработки концепций и идей решения какой-либо проблемы [17]. *Конкурентное тестирование*. Данный метод представляет собой исследование продуктов конкурентов, включая дизайн, во времени и с точки зрения потребителя [20]. Метод *айтрекинга* (отслеживание движений глаз при взаимодействии с продуктом с помощью специальной сенсорной техники) весьма актуален для дизайна упаковки, он позволяет определить, на что, прежде всего, обращается внимание, сколько это внимание удерживается и скорректировать соответственно дизайн [7]. Метод *«Исследование через дизайн»* рассматривает дизайн-процесс как исследовательскую деятельность, дизайн мышление и разработки дизайна (эскизы, рисунки, 3D-модели, прототипы) позволяют переосмыслить проблемы и найти пути их решения с помощью собственно дизайн процесса [18].

Процесс II. *Методы анализа. Анализ артефактов.* Метод представляет собой изучение визуального материала и объектов в области дизайна, с точки зрения их культурного контекста. *Дизайнерский штурм.* Это обеспечение коллективу дизайнеров пространства для обмена дизайнерскими идеями по группам, группы (2-3 чел.) меняют свой состав по мере обсуждения идей [7]. *Ситуационный анализ.* Данный метод – это углубленное изучение какой-либо области проекта в контексте конкретной проектной ситуации. *Направленный сторителлинг*, его цель собрать истории в интересуемой области со всех участников проекта, основанные на их личном опыте, с помощью вопросов и подсказок. Дизайнер получает ценный эмоционально-образный материал для работы [19]. *Многоступенчатый анализ* чаще всего используется в ходе интервью потребителя. Метод позволяет выделить связи между характеристиками дизайна и личными ценностями, предпочтениями потребителя. *Метод сценариев* применяется дизайнерами для изучения будущего объекта проектирования с точки зрения потребителя, помогает понять значение дизайна в жизни потребителя [7]. Сценарий – это рассказ, который дизайнер иллюстрирует в ходе своей работы.

Процесс III. *Методы разработки проектной концепции. Метод коллажа* позволяет визуализировать мысли, чувства, желания, столь важные для работы дизайнера и трудно описываемые словами. Использование метода д*иаграмм ментальной модели* позволяет найти причины поведения людей и проиллюстрировать их для дизайна: мысли, чувства, мотивы, действия выстраиваются в диаграммы и наглядно показывают, что важно для потребителя. *Метод персонажей* помогает создавать дизайн, ориентированный на человека. Часто портрет потребителя достаточно обобщен (это же группа людей), что приводит к неточным дизайнерским решениям, так разработка персонажа позволяет этого избежать [7].

Процесс IV. *Методы оценки проекта. Дизайн-семинары*. Данный метод представляет собой обсуждение проекта группой дизайнеров по определенному плану, при этом каждому участнику отводится своя роль. *Метод экспертных оценок* предполагает составление ранжированного списка критериев, по которым следует оценить проект.

Процесс V. *Методы мониторинга качества дизайна.*

Исследование в режиме реального времени – это метод наблюдения за потребителем в процессе использования продукта. Данный метод применяется, когда продукт уже доведен до потребителя и позволяет внести корректировки в будущие дизайн-проекты. *Анализ ценностного потенциала* позволяет выяснить соответствие дизайна представлениям потребителей, их желаниям. Ценностный потенциал продукта разбивается на категории (эмоции, эстетика, эргономичность и др.) и ранжируется потребителями [7] . Для каждого из пяти процессов можно привести еще ряд методов, мы описали основные и наиболее применимые к практике дизайна упаковки в нашей стране. Все приведенные методы достаточно универсальны и конечно взаимосвязаны между собой, четкой привязки методов к этапам нет.

Применение современных методов проектирования направлено на повышение эффективности дизайнерского проектирования упаковки, сокращения сроков проектирования и затрат на проектные работы. Применение методов исследования и анализа (например, метод артефактов) позволяет ориентироваться в самых актуальных направлениях и трендах дизайна упаковки, предлагать потребителю новые виды дизайнерской упаковки с учетом всех современных потребительских и производственных требований [1].

Так, среди актуальных направлений в дизайне упаковки можно выделить: использование доминирующего среди всех элементов упаковки яркого цвета, совмещение различных противоположных стилей в одной упаковке; использование *сторителлинга* (метод влияния на аудиторию путем рассказывания истории с реальными или выдуманными персонажами) [11]. Сохраняет свою актуальность тренд экологичной и многоразовой упаковки, цитирование на упаковках произведений изобразительного искусства, привлекает своего потребителя, использование прямых обращений к покупателю; использование цифр и букв крупным планом, как главного элемента дизайна упаковки [12,14,15] (ил.1).



Ил. 1. Современные тренды в дизайне упаковки.
Image 1. Modern trends in packaging design.

Отдельно отметим такое направление в дизайнерском проектировании упаковки как *дизайн формы* (structural design) [8]. Часто форма упаковки определяется самим продуктом (например, шоколад), условиями транспортировки, хранения и экономическими факторами. Но необычная форма упаковки всегда привлекательна для потребителя и данное направление актуально уже длительный период времени с момента появления в 2002 году и по сегодняшний день [16].

Итак, современный дизайн упаковки подчеркивает особенности изделия, помогает эффективно раскладывать продукцию на полках, привлекает потребителя и, конечно, сохраняет продукт. Кроме того, дизайнер сегодня, используя средства компьютерной графики, трехмерного моделирования и соответствующие методы проектирования, создает новые виды упаковки и формирует современные тренды и направления в дизайне упаковки. Современный дизайн упаковки не только притягивает взгляд покупателя, но и формируют наше представление о графическом дизайне в целом.

Список литературы

1. Антоненко, Ю. С. Стилеобразование в дизайне: учебно-методическое пособие. – Электронное издание, № гос. регистрации: 0321693049. – М.: «Информрегистр», 2016.
2. Банникова, Л. Н., Боронина, Л. Н. Технология проектной деятельности: учебное пособие. Часть 1. – Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2004. – 72 с.
3. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г.Б. Минервин, В.Т. Шимко, А.В. Ефимов и др.: под общей редакцией Г.Б. Минервина и В.Т. Шимко. – М.: «Архитектура-С», 2004, – 288 с.
4. Дерябин, А. А., Дерябина, Л. В., Решетникова, Е. С. Проектирование промышленных изделий в рамках проектно-процессного подхода. // Механическое оборудование металлургических заводов, 2017. № 1 (8). – С. 29–33.
5. Лауэр, Д., Пентак, С. Основы дизайна. – СПб.: Питер, 2017. – 304 с.
6. Луптон, Э. Графический дизайн от идеи до воплощения. – / пер. с англ. В. Иванов. – СПб.: Питер, 2013. – 184 с.
7. Мартин, Б., Ханингтон, Б. Универсальные методы дизайна. – СПб.: Питер, 2014. – 208 с.

8. Мирский, И. Упаковка работает 365 дней в году / Илья Мирский, Андрей Надеин // Рекламные Идеи. – 2002. – № 4. – С. 89– 116.

9. Попов, Н. Размышления дизайнера о дизайне упаковки [Электронный ресурс] / Николай Попов // AllAdvertising.ru: весь рекламный рынок России. – 2012. URL: http://thebestpackaging.ru/wp- content/uploads/2012/05/20120529.pdf (Дата обращения: 21.01.2018).

10. Ренд, П. Дизайн: форма и хаос [пер. с англ. И. Форонова]. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2017. – 244 с.

11. Сторителлинг. URL: http://dnevnyk-uspeha.com/psihologiya/storitelling-metod-donesenija-nuzhnoj-informacii.html (Дата обращения: 2.10.2018).

12. Тренды в дизайне упаковки 2018. URL: https://advertastudio.ru/blog/trendy-v-dizajne-upakovki-2018/ (Дата обращения 8.10.2018).

13. Усатая, Т.В., Усатый, Д.Ю. Основы дизайна и промышленная графика: учебное пособие. – Электронное издание, № гос. регистрации – 0321403751. – М.: «ИНФОРМРЕГИСТР», 2014.

14. Усатая, Т.В., Усатый, Д.Ю., Дерябина, Л.В. Современные направления и тренды в дизайне // Дизайн. Материалы. Технология. – Вып. 3 (51), 2018. – С. 25–30.

15. Хайн, Т. Тотальная упаковка: неизвестная история и скрытые смыслы завлекательных коробок, банок, бутылок и других емкостей / Томас Хайн; [перевод с англ. И. Форонова]. – М: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2017. – 429 с.

16. Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль: руководство дизайнера / Д. Эйри. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 208 с.

17. Osborn Alex F. *Applied Imagination: Principples and Procedures of Creative Problem-Solving*, 3rded. Buffalo, N.Y.: Creative Education Foundation, 1993, 417 p.

18. Burdick A. *Design Research: Methods and Perspectives.* Brenda Laurel, ed MA: MIT Press, 2003, 336 p.

19. Evenson Sh. *Directed Storytelling: Interpreting Experience for Design Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*, New York: Princenton Architectural Press, 2006, 464 p.

20. Elizabeth Goodman, Mike Kuniavsky, Andrea Moed *Observing the User Experience*. San Francisko, CA: Morgan Kaufmann, 2003, 608 p.

Article Summary ***Design. Art. Industry*, 2019 Issue 6**

Dizajnerskoe proektirovanie sovremennoj upakovki [Modern packaging design – and – construction process]

Abstract:

This paper describes the process of designing contemporary packaging. The authors look at modern trends in packaging design, design stages and modern packaging design techniques as components of the design process. The packaging design stages are presented as generic processes, and descriptions of separate design techniques are given for each process. The packaging design trends are described in the context of modern graphic design trends, which include the following: predominant bright colours, different opposite graphic styles combined in one package, storytelling incorporated in the package design, multilayer package; works of art used as illustrations and direct appeal to the buyer. Structural design is an important area in contemporary packaging design. The main packaging design tools today do not only include computer graphics and 3D modelling but also unique painted pictures.

Key words: design; graphic design; packaging; modern design areas; trends in packaging design; computer graphics.

Authors: **Tat'yana V. Usataya**, Ph.D, Associate Professor, Magnitogorsk State Technical University named after G.I. Nosova; e-mail: Usatayatv@gmail.com; **Dmitry Yu. Usaty,** Ph.D, Associate Professor, Magnitogorsk State Technical University named after G.I. Nosova; e-mail: Usatiydu@gmail.com; **Lyubov V. Deryabina,** Ph.D, Associate Professor, Magnitogorsk State Technical University named after G.I. Nosova (Russia, Magnitogorsk); e-mail: Savlv@mail.ru

References

1. Antoneo Ju.S. *Stileobrazovanie v dizajne.* Moscow: «Informregistr» Publ, 2016. (In Russian).
2. Bannikova L.N. Boronina L.N. *Tehnologijaproektnojdejatel'nosti: uchebnoeposobie.* Chast' 1. Ekaterinburg: GOU VPO UGTU-UPI Publ, 2004. 72 p. (In Russian).
3. *Dizayn. Illyustrirovannyy slovar'-spravochnik* G.B. Minervin, V.T. Shimko, A.V. Yefimov i dr: Pod obshchey redaktsiyey G.B. Minervina i V.T. Shimko. Moscow: «Arkhitektura-S», 2004, 288 p. (In Russian).
4. Derjabin A.A., Derjabina L.V., Reshetnikova E.S. *Proektirovaniepromyshlennyhizdelij v ramkahproektno-processnogopodhoda. Mehanicheskoeoborudovaniemetallurgicheskihzavodov*, 2017, № 1 (8), pp. 29-33. (In Russian).
5. Laujer D., Pentak S. *Osnovy dizajna*. SPb.: Piter , 2017, 304 p. Publ. (In Russian).
6. Lupton Je. *Graficheskij dizajn o tidei do voploshhenija*. SPb.: PiterPubl, 2013, 184 p. (In Russian).
7. Martin B., Hanington B. *Universal'nye metody dizajna.* SPb.: PiterPubl, 2014, 208 p. (In Russian).
8. Mirskij I. *Upakovka rabotaet 365 dnej v godu.* Reklamnye Idei. 2002, № 4. pp. 89– 116.
9. Popov N. *Razmyshlenijadizajnera o dizajneupakovki*. AllAdvertising.ru: ves' reklamnyjrynokRossii, 2012. Available at: http: // thebestpackaging.ru/wp-content/uploads/2012/05/20120529.pdf (21.01.2018).
10. Rend P. *Dizajn: forma i haos*. Moscow: StudiiArtemijaLebedevaPubl, 2017, 244 p. (In Russian).
11. *Storitelling.* Available at: http://dnevnyk-uspeha.com/psihologiya/storitelling-metod-donesenija-nuzhnoj-informacii.html (accessed 2 october, 2018).
12. *Trendy v dizajne upakovki 2018*. Available at:https: //advertastudio.ru/blog/trendy-v-dizajne-upakovki-2018 (accessed 2 october, 2018).
13. Usataja T.V., Usatyj D. Ju. *Osnovydizajna i promyshlennajagrafika.* Moscow: «Informregistr» Publ, 2014. (In Russian).
14. Usataja T.V., Usatyj D. Ju., Derjabina L.V. Sovremennyenapravlenija i trendy v dizajne. *Dizajn. Materialy. Tehnologija*. Moscow, 3 (51) , 2018, pp. 25–30, (In Russian).
15. Hajn T. *Total'naja upakovka: neizvestnajaistorija i skrytye smysly zavlekatel'n yhkorobok, banok, butylok i drugih emkostej* . Moscow: StudiiArtemijaLebedevaPubl, 2017, 429 p.
16. Jejri D. *Logotip i firmennyjstil': rukovodstvodizajnera*. Sankt-Peterburg: PiterPubl, 2011, 208 p.
17. Osborn, Alex F. *Applied Imagination: Principples and Procedures of Creative Problem-Solving*, 3rd ed.Buffalo, N.Y.: Creative Education Foundation, 1993, 417 p.
18. Burdick, A. *Design Research: Methods and Perspectives*. Brenda Laurel, ed MA: MIT Press, 2003, 336 p.
19. Evenson, Sh. *Directed Storytelling: Interpreting Experience for Design*/ Design Studies: Theory and Research in Graphic Design, New York: Princenton Architectural Press, 2006, 464 p.
20. Elizabeth Goodman, Mike Kuniavsky, Andrea Moed *Observing the User Experience*. San Francisko, CA: Morgan Kaufmann, 2003, 608 p.

For Citation

Usatia T.V., Usatiy D.Yu., Deryabina L.V. Modern packaging design – and – construction process *Design. Art. Industry: International Journal of Scientific Research*. Editor in chief N M Shabalina. Chelyabinsk: Tekhne Publishing House, 2019. Issue 6, pp. 29–35.

Образец цитирования

Усатая, Т. В., Усатый Д. Ю., Дерябина, Л. В. Дизайнерское проектирование современной упаковки // Дизайн. Искусство. Промышленность: Международный журнал научных исследований / гл. ред. д.-р. иск. Н. М. Шабалина. – Челябинск: Издательский Дом Технэ, 2019. – Выпуск 6. – С. 29–35.