

- комфортная в использовании. В процессе трапезы упаковка постепенно удаляется, что делает употребление блина значительно удобнее. На обратной стороне упаковки прикреплена влажная салфетка для рук (см. рисунок 2);
- экологически чистая, биоразлагаемая, устойчивая к прожириванию и промасливанию. Изготовлена из тонкого картона с ламинацией пищевой плёнкой, может перерабатываться и повторно использоваться в целях значительного сокращения потребления первичного сырья;
- порционная, то есть, предназначена для одного блина. Благодаря этому покупатель может приобрести любое количество отдельных блинов с разными начинками. Упаковка имеет треугольную конфигурацию, повторяя форму сложенного блина.
- подходит для разогрева в микроволновой печи;
- цвето-графическое оформление упаковки решает маркетинговые задачи. Считается, что товар в цветной упаковке на 60% продаётся больше, чем в чёрно-белой. Это учтено при разработке цветового решения: упаковка выполнена в оттенках жёлтого и коричневого цвета. На лицевой стороне размещён логотип, который несёт рекламное воздействие на потребителя, и информация о составе начинки блинов и реквизиты предприятия. Логотип и текст информации легко читаемы, чёрного цвета контрастного цвету упаковки.

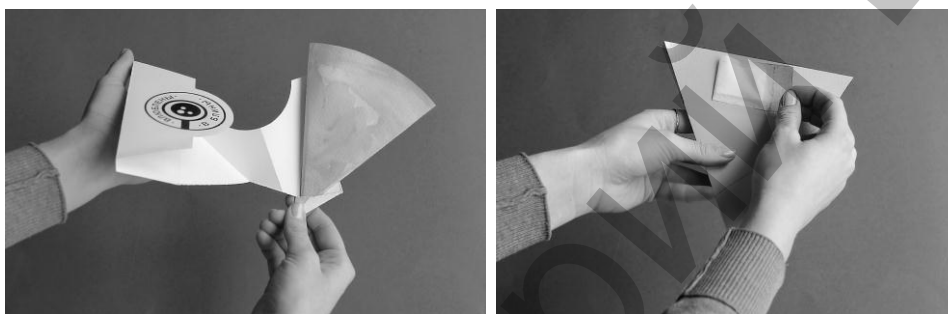


Рис. 2. Процесс использования упаковки

В рамках дизайн-проекта также была изготовлена подставка для блинов в виде сковороды, используемая в кафе-блинных в декоративных целях, и дополнительная подставка для вафельных трубочек со сгущёнкой.

Заключение. В результате проведенного исследования можно сделать вывод: упаковка – это обязательный атрибут заведений быстрого питания, а хорошая упаковка – это выгодная составляющая имиджа, репутации и рекламных возможностей кафе.

Проблема порционной упаковки блинов на вынос не решена в достаточной степени, а предлагаемый дизайн-проект с последующим выполнением его в материале современен как с технологической, так и с функциональной стороны.

Методика разработки дизайн-проекта может быть использована на занятиях по дизайн-проектированию предметно-пространственной среды кафе по теме «Упаковка продуктов питания».

1. Сокольников, Ю. Упаковка: всё об упаковке / Ю. Сокольников. – М.: Издательство Мангазея, 2001. – 86 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ВЫШИВКЕ

Борткевич Д.И.

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Сысоева И.А., канд. техн. наук, доцент

В настоящее время, в связи с быстрыми темпами информационно-технического прогресса, внедрение информационных технологий в обучение становится необходимостью. Организация учебного процесса учащихся, изучение видов декоративно – прикладного искусства, эстетическое воспитание на традиционных ремёслах и промыслах – наиболее эффективная форма приобщения к культуре нашего народа [1,2].

Методика изучения современной вышивки восприняла лучшие традиции прошлого и включила в свой арсенал достижения прогресса, в частности создание электронных учебников, пособий, методических материалов, и их внедрение в учебный процесс. Художественная вышивка – яркое и неповторимое явление культуры, изучение которой обогащает, доставляет ра-

дость общения с настоящим искусством. Электронные пособия помогают упростить процесс обучения и открыть новые возможности по развитию творческих способностей.

Цель исследования: раскрыть эффективность и целесообразность использования электронных пособий в качестве дополнительного средства обучения художественной вышивке.

Материал и методы. Создание электронного пособия осуществляется с помощью программы TurboSite. Ссылка на данную программу, а также сама программа сохраняется и переносится с помощью любого современного носителя информации: CD-диск, USB Flash и др. В работе использованы в совокупности теоретические и эмпирические методы исследования.

Результаты и их обсуждение. На сегодняшний день идет активный процесс по созданию электронных учебников, пособий в гипертекстовой форме и их внедрение в учебный процесс.

Электронное пособие нужно, прежде всего, для развития дистанционных форм обучения, активизации самостоятельной работы студентов и школьников. Интернет делает доступным его практически в любой точке мира.

Электронное пособие существенным образом обогащает традиционные формы обучения, так как позволяет включать в него огромное количество учебных и наглядных материалов, способствует развитию качественно новых методов преподавания.

Электронное пособие необходимо, потому что оно:

- облегчает понимание изучаемого материала за счёт большего эмоционального воздействия;
- выполняет роль терпеливого наставника;
- даёт возможность легко и быстро корректировать, обновлять, добавлять, формировать информацию;
- представляет возможность самопроверки на всех этапах обучения;
- даёт возможность при восприятии информации задействовать зрительную и слуховую память;
- является аналогом компактного «хранилища» структурированной информации по определённой теме;
- позволяет красиво и аккуратно оформить творческую работу;
- имеет небольшой физический объём – достаточно любого носителя информации или выхода в интернет.

Примерный план содержания электронного пособия по художественной вышивке: введение; исторический обзор развития вышивки Беларуси и стран мира; фактурно-выразительные возможности вышивки; способы вышивки (ручная и машинная); основные виды швов; композиция художественной вышивки; материалы, инструменты и приспособления для работы; эскиз и перевод рисунка на ткань. работа с рисунком; окончание работы; применение вышивки; последовательность изготовления декоративных изделий; терминологический словарь; иллюстрированный терминологический словарь; занимательные задания по вышивке; примеры работ студентов ХГФ ВГУ им. П.М.Машерова; рекомендованный список литературы; видео; интернет-страницы; варианты декоративных (украшающих) швов и др.

Электронное пособие соответствует следующим принципам:

- принцип индивидуального подхода,
- принцип актуализации,
- принцип интерактивности,
- принцип наглядности и доступности,
- принцип эффективности поиска

Работает такое пособие в цифровом, электронном виде, то есть с экрана компьютера, телефона, другого устройства.

Заключение Для более успешного и эффективного изучения курса художественной вышивки, было разработано пробное электронное пособие. Разделы и темы, выделенные в программе по изучению вышивки, являются примерными.

Учитывая индивидуальные особенности обучающихся, допускается изменять количество разделов изучаемого материала, опускать некоторые вопросы и дополнительно включать другие, не нарушая при этом логику изучения данного вида декоративно-прикладного искусства в целом.

Преимущество таких пособий в том, что преподаватель может сам, используя свой опыт и своё отношение к учебным темам, создавать свои электронные учебники и использовать их в качестве дополнительного материала при изучении какого-либо предмета.

Электронное пособие по художественной вышивке разработано для проведения занятий по художественной вышивке на художественно-графическом факультете ВГУ им. П. М. Машерова, а также может использоваться на кружковых, факультативных занятиях, мастер-классах в школах, домах ремёсел и других учреждениях дополнительного образования при изучении художественной вышивки. Материалы и разработки электронного пособия можно рекомендовать в помощь тем, кто желает самостоятельно научиться вышивать.

1. Кацар, М. С. Беларускі арнамент. Ткацтва. Вышыўка / М. С. Кацар; навук. рэд. Я. М. Сахуты. – Мінск:БелЭн, 1996. – 208 с.
2. Сахута, Я. М. "Сучаснае народнае мастацтва Беларусі". Мінск "Беларусь". 2013. - 255 с.
3. Лобачевская, О. А., Зимина З. И. "Белорусский народный костюм: крой, вышивка и декоративные швы". Минск :Беларуская навука, 2009. - 279 с.:

ДИЗАЙН УПАКОВКИ

Ганкевич Т.И.

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Коваленко В.И., канд. пед. наук, доцент

Современная упаковка, помимо своей основной функции, являет собой целый комплекс свойств со сложной структурой, рассчитанной не только на покупателя, то есть должна удовлетворять не только запросы потребителей (быть привлекательной, информативной упаковкой, удобной в переноске и в использовании), но и выполнять все запросы продавца (быть удобной при транспортировке и складировании). Упаковка включает различные варианты расфасовки, например конфетный комплекс может использоваться для штучной продажи конфет, а также для продажи коробкой. Кроме самой упаковки, которая служит для сохранения и демонстрации товара, современные дизайнеры закладывают в этот самый комплекс и дополнительные возможности, учитывая при этом и возрастной уровень потребителя, это могут быть различные наклейки на боковых стенках упаковки, разборные конструкторы и другие виды дополнений игровой направленности. Для взрослых это может быть рекламно-сувенирный комплекс. В любом случае появляется то, что называется рекламно-упаковочным комплексом.

1. Предпроектный анализ. Упаковка – это своего рода метафорическое изображение продукта. Она создает визуальный образ продукта для простоты его идентификации, придает ему дополнительную стоимость в результате создания престижа, а также служит способом поддержания корпоративной марки. Упаковка – это объект идеологии существующих экономических и социальных отношений.

Основными функциями упаковки являются потребительские свойства товара, способы его перевозки, её хранение и складирование.

Цель работы – выявить принципы и закономерности разработки упаковки для кондитерских изделий.

Задача – разработать дизайн-проект упаковки для конфет компании Ferrero Rocher.

2. Проектная установка (дизайн-концепция и дизайн-сценарий). 1. Дизайн-концепция. Упаковка разработана для конфет компании Ferrero Rocher. Своей формой она напоминает цветок с учётом размещения в ней 8 конфет. Она экологична, безопасна, экономична, сохраняет потребительские свойства товара. На лицевой стороне упаковки находится логотип компании Ferrero Rocher. На обратной стороне упаковки указан состав, дата выпуска, срок годности, условия хранения, производитель, контакты.

При разработке упаковки были учтены следующие ключевые факторы: гармоничность сочетания упаковки с продуктом, технологичность упаковки, возможность повторного использования или иного применения упаковки.

2. Дизайн-сценарий. В зависимости от способа реализации товара, от дополнительной информации, которую упаковка должна донести до потребителя, а также в зависимости от того, как она дополняет другие маркетинговые мероприятия, которые связаны с продвижением товара, упаковка может выполнять разные роли.

3. Проектное решение. Исходя из этого, задачей данной работы явилось разработка новой нестандартной упаковки в форме цветка, для шоколадных конфет Ferrero Rocher, производимые итальянской фирмой Ferrero (см. рисунок 1). При разработке упаковки были учтены следующие ключевые факторы: гармоничность сочетания упаковки с продуктом, технологичность изготовления упаковки, возможность повторного использования или иного применения упаковки.