

Csomagolóstervezés és márképítés

KREATIVITÁS, TUDATOSSÁG ÉS FELELŐS TERVEZŐI MAGATARTÁS
BUDAPESTI KOMMUNIKÁCIÓS FŐISKOLA – AMI TERVEZŐGRAFIKAI TANSZÉK

**Nagy Alexandra és Brittnék Andrea tervezőművészek,
a BKF óraadó tanárai**

A *BKF Tervezőgrafikai Tanszékén* célul tűztük ki, hogy az elméleti és gyakorlati oktatás keretén belül – a már el-sajátított ismeretekre alapozva – komplexebb, globálisabb

tervezési feladatokon keresztül hozzájáruljunk ahhoz, hogy diákjaink még tudatosabban alkalmazzák ismereteiket, még összetettebb gondolkodásra és gazdagabb megoldásokra tö-

rekedjenek. Az újszerű feladatok végrehajtása során szerzett tapasztalataik már útmutatást adnak az önálló tervezői pályán történő eligazodáshoz, reményeink szerint segítségül szolgálnak a majdani diplomamunkával szembeni követelmények teljesítéséhez.

A másod- és harmadévben, valamint a mesterszakon kiadott feladatok meghatározásánál a hangsúlyt a tudatos, átfogó, komplex gondolkodásra helyezzük, elvárjuk, hogy a hallgatók bizonyítsák be, képesek alkalmazkodni egy meghatározott kommunikációs stratégiához, megértik egy márképítés követelményrendszerét, vizuális elemrendszereket tudatosan képesek felépíteni, magabiztosan kezelik a tipográfia elemeit, alkalmassá válnak egy komplex vizuális koncepció megalkotására. Bízunk abban, hogy a főiskolán megszerzett diploma birtokában szakmai felkészültségük elegendő muníciónal bír ahhoz, hogy csapatban és önállóan is felelős tervezőként vállalkozni tudjanak egy image identitás vizuális elemeinek kialakítására a brandépítés és a grafikai-tipográfiai-formai tervezés területén is.

Másod- és harmadévben a tantárgy célja, hogy a hallgatók a grafikai és csomagolóstervezési feladatok végzése során figyelembe vegyék a szellemi





Tóth Lejla és Túri Krisztina, Camea termékcsalád



termék (terv) ipari mértékű sokszorosítását, előállíthatóságát, megismerjük az adott témához kapcsolódó, alkalmazható alapanyagokat, azok feldolgozásához, illetve sokszorosításához szükséges nyomdaipari és egyéb gyártástechnológiák lehetőségeit és korlátait.

Rendszeres vendégek az órákon a papíripari cégek, akik termékeik „testközelbe” hozásával, mintakollekciókkal, különböző minőségű általuk gyártott vagy forgalmazott papírjaik és az arra készíthető nyomtatási lehetőségek bemutatásával és a hallgatók számára adott sokféle

papír-, lemez- és kartontermékkel segítik az oktatást. (Antalis Hungary Kft., Budapest Papír Kft.) Igyekszünk olyan átfogó feladatokat adni a hallgatók számára, melyek elvégzése során elsajátítják a meghatározott célcsoportnak kidolgozandó vizuális stratégia felállításához



Both Eszter és Szabó Kristóf, Tungsrám csomagolás



Grünzeisz Máttyás Balázs és Gyetkó Krisztina, Tejtermécsalád

szükséges szakmai ismereteket, törekszünk beavatni őket a jelenkor csomagolástervezési, formai világába.

Egy termék prezentálsakor elengedhetetlen az egységes és harmonikus grafikai-tipográfiai-illusztratív kommunikáció.

Másod- és harmadévet követően a Mesterképzés keretén belül már olyan komplex látásmód és tudás elsajátításában

kívánjuk a hallgatók elméleti és gyakorlati alapjait bővíteni, mely a mai vizuális kommunikáció szakterületén belül már nélkülözhetetlen elvárásokhoz alkalmazkodik.

Ebben a tanévben *egy, már korábban létező, hagyományos magyar kozmetikai márka (Camea)* kommunikációs stratégiájának, vizuális koncepciójának, arculati identitásának, termékarculati meg-

jelenésének újragondolása és áttervezése volt a feladat.

Ezzel az volt a célunk, a hallgatók tapasztalják meg azt a tervezési módszert, hogy egy régmúlt hagyományaira épülő cég újonnan piacra dobni kívánt termékeit miképpen lehet és kell a mai kommunikációs elvárásoknak is megfelelően újragondolni, a cégarculatot felépíteni, a termékeket áttervezni, az új brandet mi-



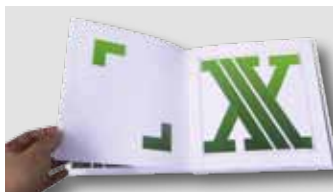
Magyar Péter, Teacsalád



Magyar Péter, Fűszercsalád



Babák Nikolett, Popup book



Ferenczi Dóra, Popup book



Magyar Péter, Popup book



lyen fogyasztói kommunikációs eszközökkel, kampánnyal, reklámmal lehetne a piacra bevezetni. A hagyományok tiszteletben tartása mellett fontos szemléletbeli váltásról, a mai elvárásoknak, trendeknek megfelelő felrisszülésről van szó.

Tóth Lejla (BKF-MA Tervezőgrafika szak, I. évf.) – Camea termékcsalád

Túri Krisztina (BKF-MA Tervezőgrafika szak, I. évf.) – Camea termékcsalád

Tungsrám energiatakarékos izzó csomagolásának tervezése. Létező gyártó, márka energiatakarékos izzójához

(villanykörte) egyszerű, praktikus, olcsó, fiatalosan ötletes, környezetbarát, szín- és alapanyag-takarékos csomagolásának grafikai-tipográfiai-formai megtervezése volt a feladat, 1 db-os egyedi és 4–6 db-os gyűjtő kiserelésben.

Both Eszter (BKF-BA Elektrotechnikus ábrázolás szak, III. évf.) – Tungsrám csomagolás (Fotó: Besenczi Richard, BKF-BA Fotószak, III. évf.)

Szabó Kristóf (BKF-BA Tervezőgrafika szak, II. évf.) – Tungsrám csomagolás

Tejtermékcsalád tervezése. Magyar őstermelői tejtermékcsaládhoz arculat (vizuális

konceptió, image identitás, logó-embléma), valamint három termékéhez címke, a csomagolás grafikai-tipográfiai-formai kialakítása volt a feladat.

Grünczeisz Máttyás Balázs (BKF-BA Tervezőgrafika szak, II. évf.) – Tejtermékcsalád
Gyetkó Krisztina (BKF-MA Tervezőgrafika szak, I. évf.) – Tejtermékcsalád

Exclusive fűszercsalád tervezése. Fiktív, elegáns, magas minőséget prezentáló márkához kellett vizuális identitást, koncepciót, grafikai-tipográfiai egységet, arculatot (terméklógó-embléma), valamint három termékéhez csomagolást és



Grozdcics Nikolett,
Csokoládé termékcsalád

egy polcra kihelyezhető kínáló display-t tervezni.

Magyar Péter (BKF-BA Tervezőgrafika szak, III. évf.)

– Fűszercsalád

Popup book tervezése, kivitelezése. Betűkönyv globális tervezése volt a feladat, mely egy szabadon választott, de konkrét, létező betűtípus néhány jellemző karakterének bemutatása, prezentálása stílusgyakorlattal. Egy olyan könyvet, rövid betűkatalógust, kiadványt kellett alkotni, mely a választott fontkészlet stílusának, karakterének, hangulatának, alkalmazási területeinek megfelelően, a kiválasztott betűkön keresztül több alkotói lehetőségnek is teret enged.

Babák Nikolett (BKF-BA Tervezőgrafika szak, III. évf.)

– Popup book

Ferenczi Andrea Dóra (BKF-BA Tervezőgrafika szak, III. évf.)

– Popup book

Magyar Péter (BKF-BA Tervezőgrafika szak, III. évf.)

– Popup book

Csokoládé csomagolásának tervezése. Egy termékcsaládon belül két termék, táblás



Jenei Csenge, Csokoládé termékcsalád



Varga Eszter, Csokoládé termékcsalád

csokoládé és bonbon desszert csomagolásának grafikai-tipográfiai-formai megtervezése volt a feladat, de kísérleti tapasztalásként – párhuzamosan – mindkét termékhez kétféle vizuális koncepció megközelítést kellett készíteni ugyanannak a célcsoportnak, azonos üzenettel.

Grozdcics Nikolett (BKF-BA Tervezőgrafika szak, II. évf.)

– Csokoládé termékcsalád

Jenei Csenge (BKF-BA Tervezőgrafika szak, II. évf.)

– Csokoládé termékcsalád

Varga Eszter (BKF-BA Tervezőgrafika szak, II. évf.)

– Csokoládé termékcsalád