

ВВЕДЕНИЕ

В начале создания упаковка выполняла только утилитарную функцию и была призвана обеспечить сохранность потребительских свойств товара. В условиях современного рынка ее роль существенно изменилась, приобретая значение идентификатора бренда, элемента маркетинговой стратегии компании. Упаковка стала действенным инструментом продвижения торговой марки, а также средством коммуникации производителя и потребителя.

Разработка дизайна упаковки – это важный шаг перед тем, как реализовать новый товар на рынок, предпринимаемый компанией-производителем. Дизайн упаковки – это не только яркий и красочный носитель информации о продукте, отличающий его от продукта конкурентов, это еще и узнаваемый бренд, создающий импульс для его приобретения. Разработка дизайна упаковки должна привлечь внимание потребителя, создать предпочтительное, уважительное отношение к компании, и мотивировать на покупку именно этого товара.

Кроме этого, дизайн упаковки выполняет практическую роль, которая заключается в предоставлении покупателю объективной и актуальной информации о составе продукта, его производителе и некоторые другие данные.

Основная цель разработки дизайна упаковки – сформировать надежное, доверительное и предпочтительное отношение покупателя к определенному товару.

Актуальность исследования обусловлена активным применением в современном общества. Создание упаковки рассматривается как часть стратегии продвижения бренда, возможность обеспечения роста объемов продаж и средство визуального воплощения концепции марки. Упаковка – это постоянно действующее средство продвижения товара. Во-первых, потому, что это важная часть имиджа продукта. Во-вторых, носитель потребительской информации. В-третьих, мощный эмоциональный фактор покупки.

Цель: разработать дизайн упаковки для фотостудии.