

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	Σχολή Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Προπτυχιακό		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	N1-7030	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Ζ'
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Εμπορική Συσκευασία και Μάρκα/BRANDING		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
	4	6	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	Μάθημα Ειδικότητας		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	ΑΝΑΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ (ΑΓΓΛΙΚΗ)		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			

### (1) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Το μάθημα επιλογής Εμπορική Συσκευασία και Μάρκα (Branding) έχει σχεδιασθεί ακολουθώντας τις ανάγκες και τις απαιτήσεις της αγοράς. Η συσκευασία σήμερα αποτελεί ίσως το μεγαλύτερο κομμάτι υπηρεσιών του γραφιστικού σχεδιασμού στο χώρο της οπτικής επικοινωνίας. Ο ρόλος της συσκευασίας πέρα από την προστασία του προϊόντος μέσα από τη διαδικασία χειρισμού, αποθήκευσης, μεταφοράς και πώλησης λειτουργεί ως μέσο πληροφορίας και επικοινωνίας του προϊόντος αλλά και αναγνώρισης ενός σήματός (brand).

Η διδασκαλία του μαθήματος αποσκοπεί στην όσο το δυνατόν ολοκληρωμένη μελέτη της συσκευασίας. Στο πρώτο στάδιο μελέτης (βλ. Μάθημα Ανατομία και Δομή Συσκευασίας) που εστιάζει στη χρήση και τις πληροφορίες που μεταφέρει ως ένα τρισδιάστατο επικοινωνιακό όχημα στο δεύτερο στάδιο εξετάζει τη συσκευασία, πέρα από την αισθητική της υπόσταση, ως μέσο

προώθησης και εμπορικής καταξίωσης στη συνείδηση του καταναλωτή. Τα μαθήματα στοχεύουν στη ανάδειξη της λειτουργικότητας του σχεδιασμού που στηρίζει και διατηρεί ένα προϊόν, και του χαρακτήρα αυτού που δρα ως στοιχείο αναγνώρισης και προώθησης της ποιοτικής αξίας ενός προϊόντος.

### Σκοπός

Ολοκληρωμένη σχεδιαστική μελέτη μιας σειράς συσκευασιών που τη διέπει η συνοχή και η συνέπεια. Η συσκευασία, ως όχημα, πέρα από το λειτουργικό της και αισθητικό χαρακτήρα, αλλά και ως μέσο προώθησης και εμπορικής καταξίωσης (branding) στη συνείδηση του καταναλωτή. Η αναγνώριση της ετερότητας των ρόλων της συσκευασίας που ενεργεί τόσο ως καθοριστικός παράγοντας μιας σχεδιαστικής λύσης και ως καταλύτης για την ανάπτυξη νέων ιδεών.

### Στόχος

Η αντιμετώπιση του σχεδιασμού της συσκευασίας όχι μόνο ως ένα λειτουργικό και επικοινωνιακό εργαλείο, αλλά και ως όχημα αναγνώρισης και προώθησης της εμπορικής και ποιοτικής αξίας ενός προϊόντος

### Γενικές Ικανότητες

*Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;*

*Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών*

*Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις*

*Λήψη αποφάσεων*

*Αυτόνομη εργασία*

*Ομαδική εργασία*

*Εργασία σε διεθνές περιβάλλον*

*Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον*

*Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών*

*Σχεδιασμός και διαχείριση έργων*

*Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα*

*Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον*

*Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας*

*και ευαισθησίας σε θέματα φύλου*

*Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής*

*Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*

*.....*

*Άλλες...*

*.....*

- Δυνατότητα να οργάνωσης δεδομένων
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Κριτήρια επιλογής, ανάπτυξης, έκφρασης και απόδοσης ενός έργου.
- Σχεδιαστική εφαρμογή των ιδεών
- Ανάπτυξη έργου ( ανάλυση, η έρευνα και η ατομική επιλογή)
- Προσωπική ευαισθητοποίηση και προβληματισμό του φοιτητή
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Επικοινωνιακή σύνθεση και καινοτόμες ιδέες

## (2) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### Θεωρία

Οι δυναμικές μιας συσκευασίας και η έννοια του "Branding". Η διαφοροποίηση των προϊόντων και η θέση αυτών στην αγορά. Η ανάπτυξη γνώσεων και ικανοτήτων των σπουδαστών να σχεδιάσουν μια ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων η ένα μεμονωμένο προϊόν.

Η αναγνώριση και ο καθορισμός κριτηρίων στο τρόπο αντίληψης του "Brand" (εμπορικού προϊόντος) και η συμπεριφορά της αγοράς απέναντι σε αυτό. Η οικολογική διάσταση μιας συσκευασίας και ο μελλοντικός της ρόλος.

### Εργαστήριο

Οι σπουδαστές καλούνται να σχεδιάσουν συσκευασίες, που καλύπτουν διαφορετικά πεδία προϊόντων της αγοράς, να εφαρμόσουν τις ιδέες τους σε δισδιάστατη και τρισδιάστατη μορφή καθώς και τα αναπτύγματα αυτών.

Μελέτη και Σχεδιασμός για το «Εγχειρίδιο Σχεδιασμού» για το σύνολο των συσκευασιών που έχει δημιουργήσει ο φοιτητής κατά την ανάπτυξη του έργου στο μάθημα. Η Συνολική και εμπειριστατωμένη παρουσίαση του όλου έργου ως οδηγός σχεδιασμού για την σχεδιαστική εφαρμογή από άλλους γραφίστες .

### 3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο στην τάξη</p>	
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Παρουσιάσεις με Power - Point®, Acrobat®, Illustrator®, Photoshop®, 3D-Max®, κ.λπ.</p>	
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</p>	<p><b>Δραστηριότητα</b></p>	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>
	<p>Διαλέξεις και Έντυπες Σημειώσεις</p>	<p>40</p>
	<p>Ερευνητικό Στάδιο</p>	<p>30</p>
	<p>Μελέτη Βιβλιογραφίας</p>	<p>10</p>
	<p>Εκπόνηση Σχεδιαστικής Μελέτης - Ατομική Εργασία (Εφαρμογή σχεδιασμού, Δημιουργικότητα μεθοδολογία σχεδιασμού, Ποσότητα και ποιότητα προτάσεων)</p>	<p>50</p>
	<p>Τελική παρουσίαση</p>	<p>20</p>
<p>Σύνολο Μαθήματος</p>	<p>150</p>	
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p><b>Θεωρία (35%)</b> Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει ερωτήσεις γνώσεων και συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας,</p> <p><b>Εργαστήριο (65%)</b> I. Η συμμετοχή του φοιτητή στο μάθημα και η συχνότητα διορθώσεων 15% II. Έρευνα 20% III. Η πρωτοτυπία 15% IV. Η αρτιότητα της εκτέλεσης 15% V. Τήρηση χρονοδιαγράμματος 15% VI. Η παρουσίαση και τεκμηρίωση της σχεδιαστικής πρότασης 20%</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές στην εισήγηση του μαθήματος. Ο κάθε φοιτητής παραλαμβάνει τα αποτελέσματα της γραπτής εξέτασης - μπορεί να δει το γραπτό του μετά το</p>	

### (3) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

#### Ελληνική βιβλιογραφία

Καρακασιδής, Ν. *Σχεδιασμός συσκευασίας* Εκδόσεις Ίων,  
 Καρακασιδής, Ν. *Συσκευασία ΟΠΕ*, 1991  
 Καρακασιδής, Ν. Γ., (1999). *Κυτιοποιία*. Αθήνα: Εκδόσεις Ίων.  
 Στασινόπουλος, Αλέξης. (1991). *Συσκευασία: Ερμηνευτικό, Λεξικό Υλικών και Μεθόδων*. Αθήνα: Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών.  
 ITC-UNCTAD/GATT. (1995). *Γλωσσάρι Τεχνικών Όρων Συσκευασίας*. (μτφρ. Καρακασιδής, Ν.Γ.), Αθήνα: ΟΠΕ, Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου

#### Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Ambrose, Gavin and Harris, Paul. (2011). *Packaging the Brand: Exploring the relationship between packaging design and brand identity*. Lausanne: AVA Publishing.,  
 Boylston, S. (2009). *Designing Sustainable Packaging*. Laurence King Publishing.  
 Chapman, J. N. (2007). *Designers, Visionaries and Other Stories: A Collection of Sustainable Design Essays*. Earthscan Publications Ltd.  
 Davis, M. (2009). *The Fundamentals of Branding*. Lausanne: AVA Publishing.  
 Denison, Edward. (2002). *Packaging Prototypes*, Switzerland: Rotovision,  
 Galver, Gill. (2004). *What is packaging design*. Switzerland: RotoVision,  
 Gingko Press, (2008). *Simply Packaging*. Viction Design Workshop.  
 Grip Design, (2008). *1,000 Package Designs: A Complete Compilation of Creative Containers*. Rockport Publishers.  
 Hargreaves, B. (2004). *Eat ME: Successful, Seductive Food Packaging Design*. Rotovision.  
 Hook, Paula & Heimlich, Joe E. *A History of Packaging*. Ohio State University, Extension Fact Sheet, Columbus, OH  
 Imhoff, D. (2005). *Paper or Plastic: Searching for Solutions to an Overpackaged World*. Sierra Club Books.  
 Jankokowski, Jerry. (1998). *Shelf space, Modern package design 1945-1965*. San Francisco: Chronicle books.  
 Jedlicka, Wendy. (2009). *Packaging sustainability: tools, systems and strategies for innovative package design*. New Jersey: John Wiley & Sons  
 Kirkpatrick/Graven, J. (2009). *New Packaging Design*. Laurence King Publishing.  
 Klanten, R. & Ehmann, S. (2009). *Boxed and Labelled: New Approaches to Packaging Design*. Die Gestalten Verlag.  
 Kunde, Jesper. (2002). *Unique now - or never*. Pennsylvania: Financial Times Prentice Hall.  
 Lefteri, C. (2006). *Materials for Inspirational Design*. Rotovision.  
 Milton, Howard. (1991). *Packaging design*. London: The Design Council,  
 Mollerup, P. (2006). *Collapsibles: A Design Album of Space-Saving Objects*. London: Thames & Hudson.  
 Munari, B. (2008). *Design as Art*. Penguin Classics.  
 Opie, Robert. (1991). *Source book, A visual guide to a century of packaging design*. Mineapolis: Book sales.  
 Olins, Wally. (2008). *Wally Olins: The Brand Handbook*. Thames & Hudson.  
 Parsons, T. (2009). *Thinking: Objects – Contemporary Approaches to Product Design*. AVA Publishing.  
 Pepin Press, (2003). *Structural Package Designs (Packaging and Folding)*. Agile Rabbit.Pipes, A. (2007). *Drawing for Designers: Drawing skills, Concept sketches, Computer systems, Illustration, Tools and materials, Presentations, Production techniques*. Laurence King Publishing.  
 Soroka, Walter. (2000). *Fundamentals of Packaging Technology*. (2nd ed.) Institute of Packaging Professionals.  
 Sparke, P. (2010). *The Genius of Design*. Quadrille Publishing Ltd.

Stafford, Cliff (ed.). (1999). *50 trade secrets of great design packaging*. Massachusetts: Rockport

Sudjic, D. (2009). *The Language of Things: Design, Luxury, Fashion, Art: how we are seduced by the objects around us*. London: Penguin.

Thompson, R. (2007). *Manufacturing Processes for Design Professionals*, London: Thames & Hudson.

Williams, N. (2005). *More Paperwork: Exploring the Potential of Paper in Design and Architecture*. Phaidon Press.

Wolff Olins (Company). (1998). *The new guide to identity: How to create and sustain change through managing identity*. London: The Design Council.