

РЕЗЮМЕ

„Корпоративен дизайн на търговски център и шоурум „ЛАБИРИНТ“, гр. София”

гл. ас. д-р Иво Попов

Разширеното резюме на художествено произведение **„Корпоративен дизайн на търговски център и шоурум „ЛАБИРИНТ“, гр. София”** гл. ас. д-р Иво Попов е описал теоретичната рамка и методологията на процеса на създаване на цялостния корпоративен дизайн (графичен, рекламен, екстериорен, експозиционен и интериорен) на търговски център и шоурум „ЛАБИРИНТ“, гр. София. То обхваща 31 страници текст, 84 страници снимков материал. Текстът е разделен на: Въведение, Експозиционен дизайн, Корпоративен дизайн на търговски център „Лабиринт“, Приключване на ремонта и обзавеждането, Периодът от 2007 до 2016 г., Заключение, Приноси и Цитирания.

В частта „Въведение” се представят различните сфери на корпоративния дизайн - графичен и бранд дизайн, експозиционен дизайн, рекламен дизайн, уеб дизайн, външна реклама, интериорен дизайн на обществени пространства, дизайн на облекла, текстилен дизайн и др. Описани са и някои от творческите успехи на автора.

Следващата част „Експозиционен дизайн”, е посветена на богатата гама от пространства и раздели, включени в експозиционния дизайн. Анализирани са разликите в принципите на проектиране и изграждане на дизайна на жилищен и обществен интериор, и в частност на експозиционните пространства като част от обществените. Разгледана е творческата рамка в експозиционния дизайн, който съчетава четири основни елемента – пространство, форма, цвят и светлина.

В частта „Корпоративен дизайн на търговски център „Лабиринт“” е описана подробно подготовката и проектирането на корпоративния дизайн на търговския център, всички етапи – от запазения знак, визуалната комуникация и фирмената идентичност, през експозиционния дизайн на целия комплекс, външната реклама, графичния, рекламния и интериорния дизайн.

В частта „Приключването на ремонта и обзавеждането“ са описани довършителните работи и обзавеждането на търговския комплекс. Критично е подходено към отсъствието на професионални аранжори и декоратори в търговския комплекс след неговото откриване като обобщава: „Тук отчитам като голяма грешка на

инвеститорите факта, че аранжирането, декорирането, цялостното експониране на стоките бе поверено на персонала и на управителя на търговския център. Един шоурум или търговски обект може да спечели или да загуби много само от начина на представяне на продуктите, които предлага. За целта е необходимо тази част да бъде поверена на професионални аранжори и декоратори, на експерти в областта на интериорния и пространствения дизайн.“

Следващата част **„Периодът от 2007 до 2016 г.“** проследяват развитието на търговския комплекс след неговото откриване на 15 декември 2007 г., силното влияние на финансовата криза 2009-2012 г. и перипетиите през които преминава до днес търговския център и шоурум „ЛАБИРИНТ“

В частта „Заключение“ авторът прави изводи относно творческия труд на дизайнерите, и в частност на корпоративните и експозиционните дизайнери.

В последната част „Приноси“ са описани приносите на този творчески продукт. Авторът заявява че: „За пръв път в България, а може би и в световен мащаб, се изгражда цялостен корпоративен дизайн на такъв обект от един единствен дизайнер. Подобни обекти се проектират от големи колективи от тесни специалисти – архитекти, графични дизайнери, експозиционни дизайнери, интериорни дизайнери, дизайнери на външна реклама, бранд дизайнери, конструктори на търговско обзавеждане, специалисти по художествено осветление, авторски надзор и т.н.“ Отбелязва също че са направени изводи въз основа на споделен опит и практическото приложение на корпоративния дизайн, които могат да послужат за професионалното развитие на всеки дизайнер.

Поместените в края на Разширеното резюме Цитирания включват всички използвани линкове и препратки. Приложените 84 страници снимков материал дават визуална представа за целия разказ.