

УДК 659

**ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ
РЕСПУБЛИКАНСКОГО ИННОВАЦИОННОГО
УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «НАУЧНО-
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПАРКА ВИТЕБСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

Кириллова И.Л., доц., Гайдук В.П., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Ключевые слова: дизайн, фирменный стиль, технопарк.

Реферат. В статье рассмотрен дизайн фирменного стиля для республиканского инновационного унитарного предприятия «Научно-технологический парк Витебского государственного технологического университета», влияние дизайна на социальную и культурную сферу человеческой жизни, определено влияние фирменного стиля как важной составляющей части коммуникационного процесса между предприятием и потребителями его услуг.

Республиканское инновационное унитарное предприятие «Научно-технологический парк Витебского государственного технологического университета» – это государственная организация, учредителем которой является УО «ВГТУ». Государственное предприятие «НТП ВГТУ» относится к категориям вузовских технопарков, призванных наладить взаимосвязь учебного сообщества, талантливой студенческой молодежи с представителями реального сектора экономики в целях более динамичного внедрения вузовских инновационных разработок.

Усиливающее с каждым годом влияние дизайна на социальную и культурную сферу человеческой жизни. Гармоничный дизайн становится важнейшим условием конкурентного преимущества для привлечения внимания в современных рыночных отношениях и играет огромную роль в частной жизни человека. Дизайн становится эстетически предметным выражением духовной и материальной жизни человека. Изображение должно быть привлекательным, притягивать взгляд потребителя, стимулировать у него проявление нужных эмоций. Это и есть эстетическая составляющая в назначении дизайна. Зритель должен не только увидеть предлагаемый ему товар, но еще рассмотреть его и запомнить.

Создание гармоничного, запоминающего фирменного стиля для Республиканского инновационного унитарного предприятия «Научно-технологический парк Витебского государственного технологического университета» выполнено на основе современных тенденций в графическом дизайне.

В основе нового бренда всегда лежит ключевая идея – концепция позиционирования. Она определяет главную мысль, которую необходимо донести до целевой аудитории – то, что должно остаться в голове посетителя после того, как он соприкоснется с коммуникацией бренда. Креативная концепция – одна из первых материализаций позиционирования бренда, это основа для всех дальнейших креативных разработок, для создания коммуникаций бренда – названия, логотипа, фирменного стиля, рекламного, наружной и печатной рекламы и т.д.

В основе концепции фирменного стиля для научно-технологического парка лежит прежде всего идеология технопарка, в котором ставится упор на технологические разработки и следование канонам современных научно-исследовательских центров. Научно-технологический парк непосредственно имеет немаловажное значение для Витебского государственного технологического университета. Поэтому в качестве основного образа для создания визуальной интерпретации был выбран действующий логотип Витебского государственного технологического университета (рис. 1).



Рисунок 1 – Логотип для научно-технологического парка Витебского государственного технологического университета

Логотип и фирменный стиль особенно важны для компаний, которые выпускают продукцию массового потребления и имеют большое число конкурентов в своей нише. Эффектное и запоминающееся оформление поможет покупателю выбрать именно ваш товар из массы других. Кроме того, фирменный стиль применяется в рекламных компаниях, при разработке офисной и сувенирной продукции, почтовых рассылках и в других сферах.

Разработка фирменного стиля научно-технологического парка – это комплекс мер для повышения узнаваемости компании на рынке. Фирменный стиль – совокупность постоянных изобразительных, визуальных, информационных средств, с помощью которых фирма подчеркивает свою индивидуальность (рис. 2).



Рисунок 2 – Варианты основных носителей фирменного стиля

С помощью разработанного оригинального и гармоничного фирменного стиля можно будет способствовать созданию привлекательного имиджа предприятия, подчеркнет его оригинальность и творческий характер, позволит предприятию выгодно отличаться от других, яркий образ, безусловно, принесет предприятию новые инвестиции.

Соблюдение компанией фирменного стиля положительно скажется на доверии потребителя, так как считается, что это показатель организованности и порядка как в производстве, так и в любом другом направлении деятельности. Компоненты фирменного стиля помогут потребителю отличить продукцию от продукции других компаний. Фирменный стиль – важная составляющая часть коммуникационного процесса между предприятием и потребителями его услуг.

Список использованных источников

1. Тарабуко, Н. И. Рекламно-информационная поддержка УО «Витебский государственный технологический университет» / Н. И. Тарабуко, А. В. Зубрицкая; Н. И. Тарабуко, А. В. Зубрицкая // Материалы докладов 50-й Международной научно-технической

- конференции преподавателей и студентов, посвященной Году науки : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2017. – Т. 2. – С. 86–88.
2. Попова, А. В. Информационный проект «Свет: дизайн и инновации» для центра урбанистических проектов и инициатив «Прастора» / А. В. Попова, О. В. Крупина; А. В. Попова, О. В. Крупина // Материалы докладов 50-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной Году науки : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2017. – Т. 2. – С. 83–85.
 3. Кириллова, И. Л. Основные тенденции современного дизайнерского оформления для рекламного агентства «Poster» / И. Л. Кириллова; И. Л. Кириллова // Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний стан легкої і текстильної промисловості: інновації, ефективність, екологічність», Херсон 12–17 вересня 2017 р. / Херсонський національний університет. – Херсон, 2017. – С. 132–134.
 4. Попова, А. В. Проектирование фирменного стиля для Витебского областного баскетбольного клуба / А. В. Попова, А. А. Студенцова; А. В. Попова, А. А. Студенцова // Международная научно-техническая конференция «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (Инновации–2016) : сборник материалов, 15–16 ноября 2016 г. : в 4 ч. / ФГБОУ ВПО «МГУДТ». – Москва, 2016. – Ч. 4. – С. 161–163.
 5. Цели и задачи рекламы: [Электронный ресурс]. Екатеринбург, 2014. – Режим доступа <http://adindustry.ru>. – Дата доступа: 01.05.2017 г.
 6. Фирменный стиль: его функции и основные элементы: источник [www.sdo.elitarium.ru] / – Режим доступа [www.sdo.elitarium.ru/firmennyj-stil-funkcii-elementy]. – Дата доступа: 15.05.2017 г.

УДК 677-487.521

РАЗРАБОТКА НАМОТОЧНЫХ МЕХАНИЗМОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПАКОВОК С УПРАВЛЯЕМОЙ СТРУКТУРОЙ

Колесников В.А., асс., Бакалов Е.С., асп.

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Российская Федерация

Ключевые слова: намоточный механизм, паковка, управляемая структура.

Реферат. Разработаны экспериментальные стенды для прецизионного наматывания нитевидных материалов. Стенды позволяют изменять передаточное отношение при намотке с высокой точностью за счет использования управляемых шаговых двигателей и дифференциального редуктора. Получены основные расчетные формулы.

Для экспериментального изучения закономерностей формирования намоточных структур [1] были спроектированы и изготовлены стенды [2] [3] прецизионного наматывания нитевидных материалов.

На рисунке 1 представлена кинематическая схема намоточного механизма с дополнительным шаговым двигателем электродвигателем и дифференциальным редуктором, который позволяет изменять передаточное отношение между валом бобинодержателя 20 и валом нитераскладчика 21. На рисунке 1 обозначено: 1, 2, 5, 6, 7, 8 – зубчатые колеса; 3, 4, 9, 10, 11, 12 – зубчатые шкивы; 13 – патрон; 14 – винтовой барабанчик; 15 – нитеводитель; 16 – асинхронный электродвигатель; 17 – шаговый электродвигатель; 18 – наматываемая паковка; 19 – нить; 20 – вал бобинодержателя; 21 – вал нитераскладчика.