

форменных предпочтений. При проектировании коллекции тщательно продумывались образ, стиливая направленность, силуэтные формы, колорит и другие характеристики.

Практическая значимость – участник 51-й НТК УО «ВГТУ»; лауреат XXVII Республиканского фестиваля-конкурса моды и фото «Мельница моды» (г. Минск) в номинации «Школа моды» – 1-е место; публикации в каталоге конкурса и сборнике докладов конференции, в средствах массовой информации: «Настаўніцкая газета» № 56 (8108) от 19.05.2018 г., «СБ Беларусь сегодня» № 92 (25479) от 17.05.2018, на сайтах <http://fashionmill.nchtdm.by>, http://fashionair.by/fashion_mill_2018/, <http://ggptkbou.by>, <http://socnews.by>, <http://www.modalive.by>, <http://www.dompressy.by>, Минск ТВ (Хорошие новости, Выпуск №208, эфир от 20.05.2018). Участие в III Международном фестивале моды «VOLGA Fashion Fest» (г. Ярославль, Россия, май 2018 г.). Демонстрация коллекции в институте SITAM в Падуе (Италия, сентябрь 2018 г.). Участие в конкурсе European Fashion Union (г. Милан, Италия, сентябрь 2018 г.). Участие в 43 Международной выставке-ярмарке по оптовой продаже товаров легкой промышленности «BelTex Industry», «БелЭкспо», г. Минск, 2-5 октября 2018, акт внедрения в учебный процесс.

Список использованных источников

1. Попковская, Л. В. Разработка коллекции женских молодежных комплектов / Л. В. Попковская, К. А. Ганина // Сборник тезисов докладов 51-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: УО «ВГТУ». – Витебск, 2018. – С. 183–184.
2. Захарчук, В. С. Анализ стёганных поверхностей в коллекциях дизайнеров женской одежды / В. С. Захарчук, Л. В. Попковская // Материалы и технологии. – 2018. – Вып. 1(1). – С. 97–102.
3. Торебаев, Б. П. Гармония цветов в костюме / Б. П. Торебаев, Ж. У. Мырхалыков, Н. Е. Ботабаев // Известия вузов. Технология текстильной промышленности. – 2016. – № 3(363). – С. 178–181.

УДК 659

РОЛЬ РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙН-ПРОЕКТА ДЛЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ

Попова А.В., доц., Шелепень П.П., студ.

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

Ключевые слова: айдентика, логотип, фирменный стиль, строительная компания, рекламно-информационная поддержка.

Реферат. *В статье рассмотрены особенности разработки фирменного стиля для строительной компании «ЛитСтрой», которая выведет бренд на новую ступень развития, скорректирует и усилит внимание аудитории, для которой она работает.*

В современных условиях развития экономики строительство выступает одним из наиболее активных направлений приложения экономических ресурсов общества. Для обеспечения конкурентоспособности строительного комплекса необходимо наличие в его структуре эффективно функционирующего сектора строительного дизайна. Повышение уровня конкурентоспособности белорусских предприятий сферы строительства – одна из важнейших задач всех субъектов хозяйственной деятельности данной сферы.

Рассматривая рекламно-информационную поддержку фирменного стиля как эффективную социально-ориентированную технологию, направленную на решение задачи улучшения качества коммуникации и способствующую повышению конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, необходимо особо обратить внимание на формирование конкурентоспособности строительных предприятий.

Фирменный стиль и его рекламно-информационная поддержка – важная составляющая часть коммуникационного процесса между организацией и ее адресатами. Дизайн-проект для строительной компании «ЛитСтрой» ставит перед собой множество задач, которые необходимо решить.

Актуальность проекта заключается в необходимости достичь узнаваемого, яркого и надежного образа на рынке строительных услуг путем создания рекламно-информационной поддержки для ЧСУП «ЛитСтрой».

Основная задача проектирования фирменного стиля и рекламно-графического комплекса компании «ЛитСтрой» – разработать фирменный стиль, который ассоциируется с надежностью, стабильностью, точностью, уверенностью, отразить в дизайне основные направления деятельности фирмы, ее идеологию и занимаемое положение на рынке.

Конкурентоспособность ЧСУП «ЛитСтрой» среди подобных экспертных строительных организаций – цель дизайн-продукта, на которую акцентируют свое внимание сотрудники и руководство предприятия. Имидж организации – важнейший фактор при привлечении партнеров, у организации должно быть свое узнаваемое лицо.

Системы инженерных коммуникаций являются неотъемлемой частью комфортной жизни каждого. Тепло и уют, наличие горячего и холодного водоснабжения, канализации, применение различных видов и схем отопления – все это значительно увеличивает привлекательность дома или квартиры с точки зрения бытовых удобств.

Чтобы получить доверие, строительная компания должна быть максимально открытая. Она должна показать всем, из чего она сделана. Среди компаний конкурентов существует традиция – показывать в своем логотипе красивый, достроенный дом. Строительная компания «ЛитСтрой» должна показать то, что скрыто внутри, её характер.

Ключевая идея для логотипа заключается в том, чтобы создать из шрифтовой и изобразительной части единое целое, не перегружая его. Это позволит удержать внимание зрителя на более длительное время, побудит рассматривать логотип, вовлекая в коммуникацию.

Цель логотипа – передать информацию о фирме клиенту самым простым, но всеобъемлющим способом. Простые формы рассказывают об основных свойствах организации непосредственным способом.

Форма – немаловажный составляющий элемент, на который надо обратить внимание при разработке логотипа, сложные и аморфные детали плохо запоминаются. Для логотипа строительной организации «ЛитСтрой» выбран способ слияния первых двух букв названия ЛС как заявка на стабильность организации (рис. 1).



Рисунок 1 – Окончательный вариант логотипа для ЧСУП «ЛитСтрой»

Логотип передает образ и информацию. Соответствует направлению деятельности компании, располагает к сотрудничеству другие фирмы и привлекает потребителей. Долговечный, индивидуальный, привлекательный, легко читаем и идеален при использовании на различных носителях.

Логотип не перегружен излишними эффектами и относится к ряду комбинированных логотипов, в котором присутствуют символ и шрифтовое исполнение. Знак минималистичен, используется однотолщинная линия, которая задает стилистику остальным составляющим фирменного стиля. Так же в знаке присутствует стилизованное начертание трубы как пока-

затель направления деятельности. Символ воды продемонстрирован схематично с помощью линий и ритма. Создается динамика как намек на движение водного потока по трубе.

Для названия организации в логотипе, как был создан новый шрифт, за основу которого был взят шрифт без засечек Genplan Free Inline. Благодаря жёсткой структуре и мягкому контуру, полученный шрифт легко читаем в мелких кеглях и на экранах, весьма выразителен в крупных кеглях. Шрифт универсален, он обеспечивают достаточную четкость отображения текста: как на мониторе, так и на бумаге. Для дескриптора в логотипе «строительная компания» использовался шрифт Consolas.

В проекте представлен минимализм в цветовой гамме, используются синий и серо-голубой цвета. Эти цвета в редких случаях заменяются на тон темнее и светлее соответственно. Это связано с материалами и печатью, а также с нахождением рекламной продукции в пространственной среде, требующей особого внимания связи в ней элементов, в соответствии с особенностями задумки размещения рекламных элементов. Как дополнительный может использоваться серый цвет.

Деловая документация строительной компании «ЛитСтрой» представлена бланками письма с исходными данными и логотипом, конвертами, визитками. Текст в фирменных элементах окружен пространством для того, чтобы подчеркнуть важность и деловую направленность организации.

Для проекта были разработаны фирменная продукция – рабочая форма, строительная каска, в качестве сувенирной продукции – кружка, значки, стерка и бейджи. Сувенирная продукция оказывает положительное влияние на привлечение новых клиентов. Характеризуется низкой стоимостью контакта, по сравнению со средствами массовой информации. Повышает уровень доверия и побуждает к последующему обращению к бренду.

Дополнительно к фирменному стилю был разработан корпоративный веб-сайт. Для дизайна веб-сайта была выбрана стилистика плоского flat дизайна. Важной особенностью разработанного макета веб-сайта является его адаптивность под все современные виды устройств, информация адекватно отображается как на стационарных мониторах, так и на мобильных устройствах.

Проект соответствует современным тенденциям, так как было использовано оригинальное решение по формированию фирменного стиля, который был воплощён в продукции и является адаптированным для восприятия окружающих. Реклама строительной компании «ЛитСтрой» будет выгодно выделяться на фоне конкурентов.

Список использованных источников

1. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы: учебное пособие. / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. – Москва: Гостехиздат, 2013. – 236 с.
2. Кузьмина, О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга / О. Г. Кузьмина. – Москва: Дашков и К, 2014. – 128 с.
3. Мудров, А. Н. Основы рекламы. Учебник / А. Н. Мудров. – Москва: Магистр, Инфра-М, 2014. – 416 с.
4. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности / С. Г. Богацкая. – Москва: Университетская книга, 2013. – 590 с
5. 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.
6. Кириллова, И. Л. Концепция фирменного стиля для рекламного агентства «POSTER» / И. Л. Кириллова, Е. Д. Комаровская; И. Л. Кириллова, Е. Д. Комаровская // Инновационные технологии в текстильной и легкой промышленности: материалы докладов международной научно-технической конференции, посвященной Году науки, Витебск, 21–22 ноября 2017 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2017. – С. 135–137.