

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТА БРЕНДА УО «ВГТУ»

*Горбачева В.Д., студ., Лукьянова Е. Л., к.т.н., доц.  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. *Ростовые фигуры являются рекламной конструкцией, благодаря которой можно привлечь внимание людей не только к предметам, но и к организации в целом. Правильно выбранный персонаж будет иметь положительный эффект для рекламы, и наоборот.*

Ключевые слова: бренд организации, ростовые фигуры, реклама, куклы, игрушки.

Ростовые фигуры – это рекламные конструкции, размер которых достигает двух метров. При изготовлении ростовых фигур используются разнообразные изображения: фотографии ярких и улыбчивых людей, известные герои фильмов и мультфильмов, изображения животных и товаров для рекламы, фотографии природы и городов.

Функциональное назначение ростовых фигур, как бренда организации, заключается: в привлечении к себе внимания и подталкивании к совершению действий (например, совершению покупок), в использовании в качестве указателя, помогающего направлять посетителей (участников мероприятий) к месту размещения конкретных товаров (стендов и др.), в организации интересных рекламных кампаний, которые позволяют весело провести время и получить красочные фотографии.

Ростовые фигуры могут стать подарком на праздник, который принесет восторг. Высокую оценку получила роль ростовых фигур для рекламы, так как они отличаются небольшим весом и мобильностью, что позволяет размещать их в торговых и развлекательных центрах, кинотеатрах, кафе, на улице. С их помощью можно визуализировать рекламу организации.

Интерес для элемента бренда УО «ВГТУ» представляет ростовая кукла. В комплект которой обычно входят голова-маска, конструкция или комбинезон с жилетом для придания объёма, одежда, накладки на обувь или сама обувь и перчатки в виде рук или лап. Дополнительно могут использоваться аксессуары: громкоговорители, микрофоны, система вентиляции. Обзор осуществляется через сетку, обычно её расположение зависит от размера костюма, на уровне рта, глаз или туловища. Кукла изготавливается из велюра, искусственного меха, пенополиэтилена, поролона и синтепона. В УО «ВГТУ» неоднократно проводились работы по проектированию игрушек для детей и взрослых, разработке их конструкций и рационального изготовления [1, 2].



Рисунок 1 – Каркасная ростовая кукла

Ростовая кукла общается жестами, «улыбается» телом, то есть должна излучать радость движениями, танцами, объятьями, располагающими к себе. Большая часть впечатления от работы – умение именно актёра, даже если кукла очень качественная, сделанная из дорогих материалов. Если она при этом неактивная, невесёлая и необаятельная, смысла в её работе мало.

Ростовые фигуры в виде кукол условно можно разделить на три вида:

- каркасная ростовая кукла (рис. 1) – состоит из каркаса, головы-маски, костюма и необходимых деталей для каждого персонажа. Пластик является основой каркаса. Его одевают на плечи и фиксируют на талии человека. Вклеенная сетка позволяет видеть, что происходит вокруг. На каркас крепится голова;
- ростовая кукла «голова в голове» (рис. 2) – при этом типе конструкции, голова человека находится внутри съёмной головы ростовой куклы. Костюм в данном случае состоит из головы и объёмного туловища ростовой куклы;



Рисунок 2 – Ростовая кукла «голова в голове»



Рисунок 3 – Ростовая кукла «голова в туловище»

- ростовая кукла «голова в туловище» (рис. 3) – данный вид конструкции является монолитным, при нем голова человека находится внутри туловища ростовой куклы. Обычно такая конструкция применяется для кукол-предметов, таких как, геометрические формы, бутылки, кружки, животных сложной формы.

В целях проектирования образа ростовой куклы, как маркетинговой коммуникации, были проведены следующие работы, в которых задействованы студенты 1–2 курсов всех факультетов и частично группы школьников 10–11 классов:

1. Интервью с разработчиками ростовой куклы: причины, возможности ее создания, используемые материалы для изготовления, выявление технических ограничений и художественные возможности для воплощения образа ростовой куклы.

2. Обсуждение гипотезы о функциональной роли образа и имени ростовой куклы как маркетинговой коммуникации УО «ВГТУ». Например, использование ростовой куклы при проведении профориентационной работы и в других промо-мероприятиях вуза.

3. Составление перечня вероятных имен героя-куклы в связи с ее функциями, практически воплощаемым образом и форматами промо-мероприятий (узким кругом экспертов).

4. Проведение опросов через анкетирование студенческой аудитории (1–2-й курс, творческих технических и экономических специальностей) УО «ВГТУ», частично школьников и преподавателей, сотрудников подразделений вуза.

5. Составлен топ-перечень образов, рекомендаций к облику ростовой куклы и сформирована подборка визуальных данных для работы с образом ростовой куклы.

6. Разработана анкета и проведен онлайн-опрос среди студентов ФД и ФЭБУ. Выявлены дополнения к образу ростовой куклы – интерпретация для каждого их 4-х факультетов вуза.

На первом этапе для респондентов было предложено из различных областей – герои сказок, мультфильмов; животные и растения, как символы Республики Беларусь, предложить героев для образа ростовой куклы. Также респондентам нужно было ответить на вопросы:

1. С какими словами, именами ассоциируется у Вас бренд УО «ВГТУ»?
2. Ваши пожелания разработчикам.

Результаты опроса представлены в виде диаграммы, представленной на рисунках 4 и 5 (данные опроса распределились между героями мультфильмов, животными и растениями).



Рисунок 4 – Диаграмма распределения предпочтений респондентов животному и растительному миру

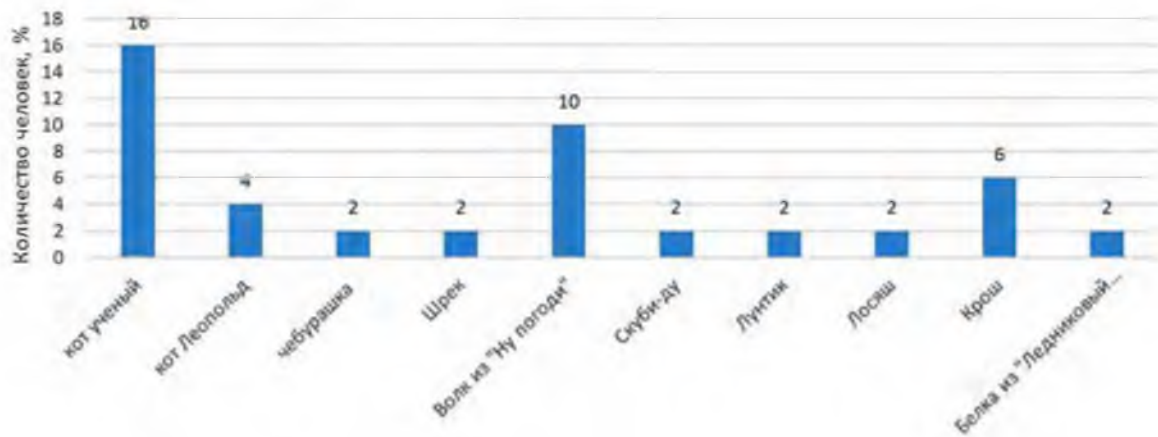


Рисунок 5 – Диаграмма распределения предпочтений респондентов героям мультфильмов

Таким образом, в ходе маркетинговых исследований установлено, что по мнению респондентов наиболее ассоциативным героем для УО «ВГТУ» (рис. 4 и 5) может стать: цветок – «Василек», животное – «Зубр» или сказочный персонаж – «Кот ученый».

#### Список использованных источников

1. Зими́на, Е. Л. Анализ экономичности модели мягкой игрушки на этапе разработки норм расхода материалов / Е. Л. Зими́на, Н. В. Ульянова, Я. Талы́бова // Материалы докладов 50-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной Году науки : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2017. – Т. 2. – С. 153–155.
2. Арте́мкина, О. Д. Оценка экономичности модели на этапе проектирования коллекции / О. Д. Арте́мкина, Е. Л. Зими́на // Материалы докладов 51 Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов в двух томах. Том 2 – Витебск, 2018. – С. 129–132.

УДК 688.72

## ПРЕДПОЧТЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ОБРАЗА РОСТОВОЙ КУКЛЫ «КОТ УЧЁНЫЙ»

**Горбачева В.Д., студ., Лукьянова Е. Л., к.т.н., доц.**  
 Витебский государственный технологический университет,  
 г. Витебск, Республика Беларусь

**Реферат.** *Функциональное назначение ростовых фигур как бренда организации заключается в привлечении к себе внимания и подталкивании к сотрудничеству с данной организацией. На культурно-массовых мероприятиях такой маркетинговый ход часто используется для рекламы.*

**Ключевые слова:** ростовые куклы, реклама, маркетинговые исследования, анкетирование.

Ростовая кукла – это профессиональный костюм для публичного выступления и требования, выдвигаемые к костюмам ростовых кукол, как и к одежде: легкость, удобство, практичность и прочность. Как показал экспертный опрос, интерес для элемента бренда УО «ВГТУ» представляет ростовая кукла в виде «Кот учёный». Для более детального рассмотрения особенностей будущей куклы были предложены следующие принципы формирования базового образа «кота ученого»:

1. Внешний вид (голова) – кот серо-дымчатого цвета, внешность которого нейтральна и должна легко преобразоваться в связи с форматом мероприятия, где он задействован – это основа анимационного костюма «кот ученый».
2. Конкретное впечатление от ростовой куклы создается за счёт элементов одежды