

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. Талыбова // 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

анимационного костюма, которая разрабатывается отдельно и должна формировать впечатление от героя, связывающее «кота ученого» с факультетом или форматом мероприятия. Например, кота можно одеть в спортивный костюм и футболку с логотипом университета, или создать очень представительный ретро-вид в черном фраке с карманными часами на цепочке и т. д.

3. Сценарий, которого придерживается промоутер, выполняющий развлекательный или рекламный сюжет – не должен содержать слов, обязательно предполагается маршрут и формы взаимодействия (например, раздавать рекламный материал, проводить фотосессии).

На основании предпочтений студенческой аудитории УО «ВГТУ» были спроектированы образы «кота ученого» для всех факультетов вуза отдельно. Аналогами среди известных героев стали коты-герои из трех групп:

1. Герои из мультфильмов: Матроскин из «Трое из Простоквашино», «Кот Леопольд», «Кот в сапогах».
2. Герои кинофильмов: «Гарри Поттер», «Люди в черном», «Завтрак у Тиффани», «Худшее Рождество сердитой кошки».
3. Герои рекламы кормов для кошек.

Для анализа ростовых кукол, был проведен опрос среди студентов факультетов УО «ВГТУ», целью которого являлась – выявить черты известных «котов» – героев мультфильмов, сказок, реклам, каждый из которых сможет представлять отдельно факультет ФД, ФИТР, ФПТ и ФЭБУ. Для факультетов были предложены варианты котов-героев, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Варианты котов-героев для факультетов УО «ВГТУ»

Факультет	Кот-герой			
ФД	Кот в сапогах	Кот из рекламы Whiskas	Черный Кот	Кот Матроскин
ФИТР	Кот Леопольд	Кот «Промо-КОД»	Рыжий Кот	Кот из «Бременские музыканты»
ФПТ	Кот «Пин-КОД»	Кот-Мушкетер	Котенок Гав	Кот Гарри Поттера
ФЭБУ	Кот из рекламы «Felix»	Кот-Пират	Кот из «Том и Джерри»	Усатый-полосатый Кот

Мнения респондентов представлены на рисунке 1, при этом во внимание принимались герои, набравшие наибольший процент голосов.

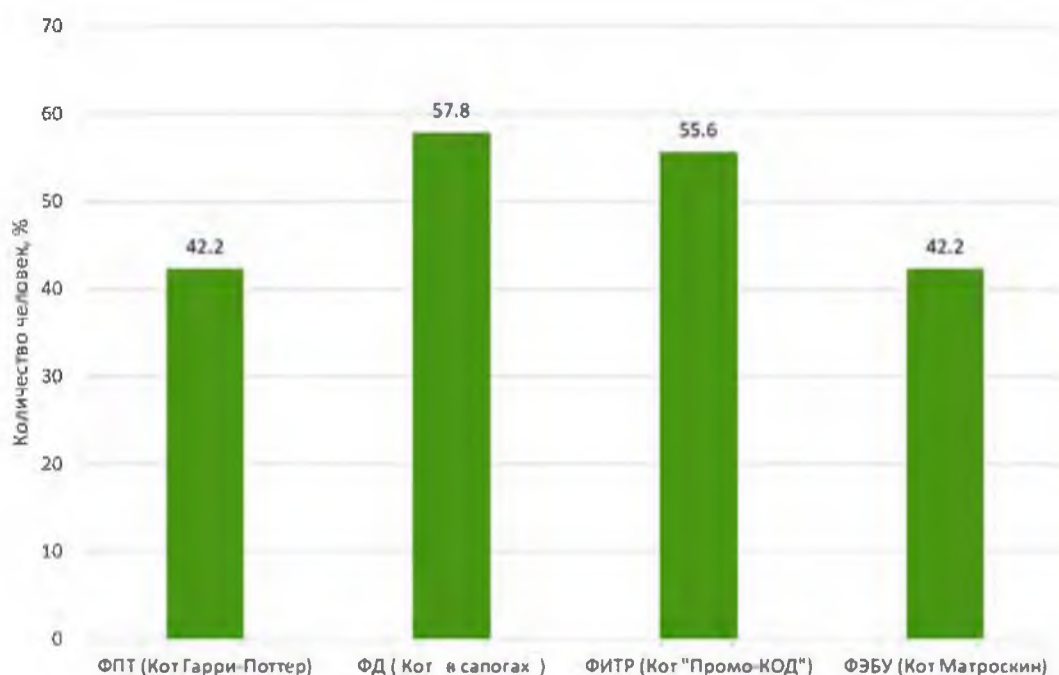


Рисунок 1 – Диаграмма предпочтений респондентов «котов-героев» по факультетам

Также в ходе анкетирования выявлены личные пожелания респондентов при создании образов:

- кот Гарри-Поттер – необычный окрас, наличие дизайнерских аксессуаров (кисти за ухом и очков), дерзкий стиль одежды, испачканные в краску усы;
- кот в сапогах – черепаховый окрас, подушечки лап в виде разноцветной палитры, длинные усы и голубые глаза;
- кот Матроскин – в круглых очках, с книгой, одет в черный деловой костюм, с галстуком;
- кот Промо-КОД – с указкой в руках, на шерсти нанесены цифры, на одежде нанесены QR-коды, шерсть белого цвета.

Таким образом, установлено, какой кот-герой по мнению студентов УО «ВГТУ» ассоциируется со специальностями на факультетах. Мнения экспертов будут учтены при разработке образа ростовой куклы «Кот ученый» для презентации специальностей вуза в ходе культурно-массовых мероприятий и проведении профориентационной работы.

УДК 677.074

## **ВЛИЯНИЕ ЧАСТОТЫ СТРОЧКИ НА ФИЗИКО-МЕХАНИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СТАЧНОГО ШВА**

*Грехова К.О., студ., Мурашова Н.В, к.т.н., доц.*

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация*

Реферат. В статье рассмотрены некоторые особенности влияния частоты строчки на физико-механические показатели стачного шва в разутюжку, приведены результаты экспериментального исследования свойств ниточных соединений, деталей и узлов при использовании плательно-костюмной ткани в лабораторных условиях.

Ключевые слова: ниточные соединения, вид стежка, конструкция шва, параметры строчки, виды и параметры физико-механических нагрузок, разрывная нагрузка.

Качество швейных изделий в значительной мере определяется качеством швов, их внешним видом, прочностью, надежностью в эксплуатации. Ремонт швейных изделий в большинстве случаев вызван разрушением швов. Основным способом соединения текстильных материалов является ниточное соединение. Машинные строчки должны соответствовать ряду требований, зафиксированных в нормативно-технической документации, регламентирующей количество (частоту) стежков на 1 см строчки, номера хлопчатобумажных и шелковых ниток, толщина ниток из химических волокон (текс и метрический номер), номера применяемых швейных игл. Эти показатели устанавливаются в зависимости от вида изделия, волокнистого состава и назначения тканей и других материалов, вида используемых машин [1].

Процесс эксплуатации швейных изделий определяет многообразие воздействий на швы: сжатие, растяжение, изгибы, кручение, атмосферные воздействия, различные способы ухода — глажение, стирка, химическая чистка и др. Поэтому швы должны обладать высокой стойкостью к этим воздействиям, что обеспечивается их выбором и характеристиками швов, учетом параметров соединяемых материалов. Выбору режимов ниточного соединения предшествует анализ большого числа факторов, оказывающих влияние на условия и режимы выполнения операций, возможность применения того или иного оборудования и средств оргтехоснастки, качество получаемых ниточных соединений.

Качество ниточных соединений нельзя оценивать однозначно, оно определяется целым комплексом показателей, которые можно разделить на 4 группы:

- эстетические (ровнота, равномерность частоты стежков, отсутствие деформации материала, целостность);
- эксплуатационные (разрывная нагрузка и удлинение, устойчивость к многократному растяжению, жесткость, устойчивость к истиранию, распускаемость строчки, прорубаемость материала, устойчивость к действию светопогоды, стирке и химчистке);
- эргономические (теплозащитность, воздухо- и паропроницаемость, гигроскопичность);
- экономические (материалоёмкость, трудоёмкость).