

Молодежный тип – это женщины холерического темперамента, подвижные, живые, узко - и среднесложенные, с удлинёнными лицом и шеей. Тип пропорций тела в фас и профиль равновесный или верхний. Другие антропоморфологические признаки самые разнообразные. Среди младшей и средней возрастных групп этот тип встречается чаще всего.

Элегантный тип. Олицетворяет женщин сангвинического темперамента, среднего и высокого роста, узко-, средне- и широко сложенных. Тип пропорций тела в фас и профиль верхний или равновесный, лицо и шея удлинённые. Данный тип чаще всего встречается среди женщин средней и старшей возрастных групп.

Женщины делового типа имеют флегматический и сангвинический темперамент. Это уравновешенные, но несколько грубоватые и резковатые женщины с простоватой внешностью. Средне- и широко сложенные, шея короткая, лицо широкое. Деловой тип присущ женщинам всех возрастных групп.

Женственный тип присущ женщинам меланхолического и флегматического темперамента, невысокого роста, средне-, широко сложенные, богатыри, преимущественно нижнего типа. Женщины этого типа имеют мягкие черты лица.

Геронтотип – это тип пожилой женщины (65 и более), характеризуются признаками, обусловленными возрастом.

Необходимо отметить, что выделенные группы не охватывают всего разнообразия женских образов и возможны некоторые их разновидности.

УДК 659

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ АТЕЛЬЕ «ИРВИЛ ЛЮКС»

Кириллова И.Л., ст. преп., Шарякова И.О., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
Витебск, Республика Беларусь*

На сегодняшний день для многих предпринимателей проблема в создании фирменной стилистики для своей компании и имиджа весьма актуальна. В условиях высокой конкуренции, особенно это касается малого бизнеса, возрастает необходимость грамотного позиционирования себя на рынке. Одним из способов решения этой задачи является разработка фирменного стиля. Не стоит забывать и о тех составляющих, которые необходимы для становления устойчивого бренда любой компании или предприятия, а именно: арендуемое помещение, его удобное расположение и интерьер; качество товара или работ по оказанию услуг; оперативность; высоко – квалифицированность и доброжелательность и т.д.

На сегодняшний день услуги по ремонту и пошиву одежды широко распространены и популярны. Многие предприниматели, не имея достаточных средств на открытие масштабного производства, предпочитают занять нишу мелкого или небольшого бизнеса. Чаще всего это розничная торговля и сфера услуг. Единственным в своем роде здесь быть крайне сложно и рискованно. Данное ателье «Ирвил Люкс» не исключение, и конкуренция в этой отрасли слишком велика. Швейное ателье «Ирвил Люкс» представляет собой фирму, находящуюся в компактном и уютном помещении ТЦ «Европа» города Витебска. Ателье предоставляет свои услуги на рынке достаточно давно и без изменений в своем месторасположении. Появилась постоянная клиентская база и доверие, поэтому необходимо удержать свои позиции и на новом уровне заявить о себе.

Основной акцент в разработке ключевой идеи и работающей концепции для ателье «Ирвил Люкс» положен на качество и оперативность выполнения работ. Подача рекламного сообщения – прямая, а демонстрация видов услуг фирмы выражается в изображениях швейной атрибутики. Существует множество способов привлечь покупателя для совершения покупки – это и предоставление товара в бесплатное пробное пользование, и присоединение подарка к покупке, и прямая рассылка (раздача) образцов товаров и т.д. Особое место среди них занимает прямая рассылка или раздача коммерческих предложений, образцов товаров, каталогов, приглашений на презентации и прочих рекламных материалов потенциальным покупателям. Это традиционный канал рекламы прямого отклика, работающий практически в любой области. Популярность и эффективность прямой рекламы, как мощного инструмента продаж, сегодня неоспорима и потому входит в арсенал очень многих компаний. Варианты проектных решений логотипа (рисунок 1):



Рисунок 1 – Варианты проектных решений

Продвижение бренда происходит при помощи составляющих элементов фирменного стиля. Одним, из которых является разработка комбинированного логотипа и его композиционного решения. Изобразитель-

ная часть знака представляет элементы фирменной атрибутики, их гармоничное переплетение и пластика. В данном случае это «ножницы» и «сантиметровая лента». Логотип имеет печатный характер и напоминает образ эмблемы (рисунок 2). Для словесной части логотипа используется шрифт без засечек, для поддержки простой стилистики. Логотип имеет один оттенок коричневого цвета и вписывается в прямоугольную форму. Весь образ поддерживается фирменным графическим орнаментом, фотоизображениями.



Рисунок 2 – Фирменный логотип швейного ателье

Визуальный язык, который подкрепляет образ компании, содержит компьютерную графику, фотодокументалистику, слоган.

Фирменная графика по своей пластике хорошо сочетается с логотипом и дополняет узкую цветовую палитру.

В разработку основных носителей фирменного стиля входит: визитка; бланки, конверты, папка, рекламные носители (листочки, буклеты, плакат), цветовая гамма, фирменный шрифт, логотип, сувенирная продукция (календари, ручки, пакеты и т.п.) (рисунок 3).



Рисунок 3 – Варианты основных носителей фирменного стиля

Фирменный стиль поможет улучшить положение фирмы на рынке швейных услуг, заявить о себе, повысить конкурентоспособность и привлечь новых клиентов. Креативный подход заключается в разработке айдентики на базе современных тенденций в графическом дизайне.

УДК 677.017:687.016

АНАЛИЗ МАТЕРИАЛОВ И АССОРТИМЕНТНОГО ПРЕДПОЧТЕНИЯ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ПОЛНЫХ ЖЕНЩИН

Кирьякова Т.Г. доц., Воробьева В.Н., студ.

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

В настоящее время, женская половина населения предпочитает иметь в своем гардеробе достаточно широкий ассортимент одежды, поэтому становится необходимым создавать одежду с учетом требований к различным ее функциям. Одежда должна предохранять от неблагоприятных факторов внешней среды, некомфортных температурных показателей, солнечной радиации, ветра, атмосферных осадков, вредных производственных воздействий, она должна создавать условия для нормальной жизнедеятельности человека.

Функциональность одежды зависит от ряда факторов это и условия носки, и свойства материалов, которые отражаются воздухопроницаемостью, водонепроницаемостью, физико-механическими свойствами, и конструкция одежды, толщина пакета изделия, формоустойчивость и т.д.