

УДК 378.147.111

## ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ЯРМАРКИ ВАКАНСИЙ "МОЛОДОЙ СПЕЦИАЛИСТ XXI ВЕКА"

**Хабриев Р.Б.**, студент, кафедра МСТ ХНУРЭ

**Чеботарева И.Б.**, доцент, кафедра МСТ ХНУРЭ

**Ткаченко И.Н.**, зав. отделом практики «Центр-карьера» ХНУРЭ

***Аннотация.** Рассмотрены особенности разработки комплекта рекламной продукции для ярмарки вакансий, обоснован выбор основных элементов фирменного стиля и представлены примеры рекламной продукции.*

***Ключевые слова:** ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ЯРМАРКА ВАКАНСИЙ, ХНУРЭ, ДИЗАЙН, РЕКЛАМА.*

Целью данного исследования была разработка макета рекламной продукции для ярмарки вакансий, которую проводит отдел практики «Центр-Карьера» в ХНУРЭ.

Участие в выставках, ярмарках, фестивалях, общение с большим количеством потенциальных клиентов требует наличия представительской рекламной продукции в едином стиле.

Главной целью отдела практики "Центр - Карьера" является оказание помощи студентам и выпускникам университета в создании и эффективном выполнении личного плана развития профессиональной карьеры.

При анализе задания на разработку в первую очередь необходимо было обратить внимание на особенности аудитории данной рекламной продукции.

В данном случае это потребительская аудитория, в которой потребитель поддается рекламе в ситуации ее многократного повторения, в основном это студенты. Существует определенный тип рекламы, направленный на потребителей такого типа, например, в виде коротких слоганов.

Какой бы не была реклама, главная ее задача быть эффективной и привлекать к себе внимание.

Плакат — это оптимальный рекламный материал, для рекламы продвигаемого товара, ознакомления с товаром в местах продажи. При помощи плаката, так же можно ознакомить целевую аудиторию с предстоящим мероприятием, например, концертом, шоу, выставкой.

Визитная карточка долговечней бумажной листовки, т.к. изготовлена она из плотного эластичного картона и имеет более функциональные и удобные для пользования размеры.

Существуют также различные информационные каталоги и рекламные блокноты. Каталог включает в себя перечень товаров и услуг, предлагаемых определенной фирмой, которое может воплощаться в печатном издании книжного формата.

Фирменный пакет - это единственный рекламный носитель, сочетающий в себе несколько функции сразу: это и сувенирная продукция, и наружная реклама, и непосредственно упаковка.

Было решено для разработки рекламного комплекта выбрать такую продукцию как: плакат, визитные карточки, блокнот, каталог и подарочный пакет.

1 этап: Создание электронного макета для каждой рекламной продукции осуществлялось с помощью программы CorelDRAW.

2 этап: Цвет является важным средством привлечения внимания.

Для всей продукции было решено использовать такие цвета, как: белый цвет, синий, голубой, зеленый и оранжевый (рис 1).

- оранжевый цвет: жизнерадостный, импульсивный, учащает пульс, создает чувство благополучия, свидетельствует о реализме;
- зеленый: успокаивает, снимает боль, усталость, уравнивает, олицетворяет свежесть и естественность;
- синий: создает внутреннюю силу и гармонию;
- белый: символизирует чистоту.



Рисунок 1 – Выбранное цветовое решение

3 этап: Создание основной графической композиции, осуществлялось при помощи таких инструментов как: кривая Безье; эллипс; многоугольник; прямоугольник; интерактивная заливка.

Инструменты, которые использовались при создании графической композиции представлены на рис.2.

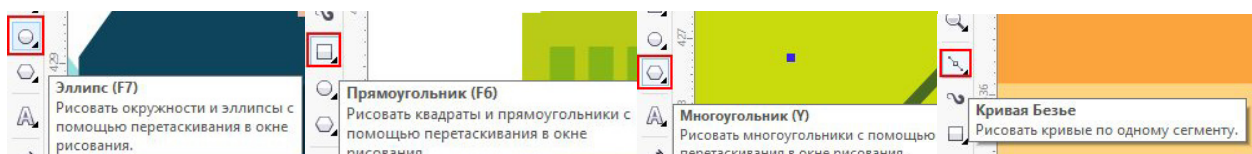


Рисунок 2 – Использованные инструменты

Макеты разработанной продукции представлены на рис.3.



Рисунок 3 – Разработанная рекламная продукция

Выводы. Задача по разработке рекламной продукции была решена успешно. Данная продукция была разработана с учетом анализа целевой аудитории проекта, а также с учетом уже существующей на рынке рекламной продукции. Данный комплект был использован на ярмарке вакансий в 2015 г. и планируется использоваться в дальнейшем.