

Разработка профориентационного полиграфического продукта для образовательной организации (на примере факультета СКДиС ПГУ имени Шолом-Алейхема)

Федина Екатерина Константиновна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

Студент

Дуева Евгения Анатольевна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В статье рассматриваются виды и этапы разработки рекламного полиграфического продукта, дается характеристика основных видов полиграфических продуктов. Разрабатывается рекламный полиграфический продукт для образовательной организации.

Ключевые слова: полиграфия, буклет, листовка, разработка полиграфической рекламы, полиграфия для образовательной организации.

The development of vocational printing product for educational organizations (for SCA&S faculty of Sholom-Aleichem Priamursky State University)

Fedina Ekaterina Konstantinovna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Dueva Evgenia Anatolievna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

This article discusses the types and stages of development of advertising printing product, describes the basic types of printing products. Developed advertising polygraph products to educational organizations.

Keywords: printing, booklet printing product development, printing of educational organization.

Научный руководитель:

Чугунова Наталья Юрьевна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

к.филол.н., доцент кафедры сервиса, рекламы и социальной работы

Термин «полиграфия» пришел в Россию из Франции. В переводе с греческого «поли» много, «графо» пишу, то есть большое количество одинаковых оттисков. В настоящее время это понятие обозначает совокупность технических средств, с помощью которых получают одинаковые копии изображения, и промышленность, охватывающую все производство печатной продукции [11, с. 351].

Полиграфический рекламный продукт – это вся печатная рекламная продукция, изготавливаемая в типографии, а также рекламные сувениры с логотипом, фирменные бумажные и пластиковые пакеты, эксклюзивная упаковка. Это весьма доступный и практичный инструмент для распространения рекламных сообщений, обеспечивающий большое разнообразие в выборе формата и размера раздаточного материала, использование иллюстрации и фотографии, повышающие эффективность рекламы [17].

Разнообразие полиграфических продуктов исследователи делят на две основные группы: рекламно-каталожные издания и рекламно-подарочные издания [7, с. 108]. Рассмотрим подробнее виды полиграфической рекламно-каталожной продукции.

Каталог – сброшюрованное или переплетенное многостраничное печатное издание, содержащее перечень большого числа товаров; иллюстрированное изображениями этих товаров; составленное в определенном порядке; как правило, в текстовой части содержится вводная статья о предприятии-изготовителе, после – подробные описания предлагаемых товаров с техническими характеристиками.

Проспект – сброшюрованное или переплетенное многостраничное печатное издание, содержащее рекламную информацию о товаре или услуге с подробным описанием и изображением. Может быть посвящено группе однородных товаров или услуг. По форме исполнения напоминает каталог, но в отличие от него меньшего объема, может носить ярко выраженный юбилейный или престижных характер [там же, с. 109].

Буклет – многократно сфальцованное издание. Может иметь различные размеры, объем и варианты фальцовки. Если развернуть все его сгибы в длину, то страницы будут образовывать единую площадь, которую дизайнер и маркетолог могут обыграть и использовать, чтобы донести до клиента некую общую концепцию или идею. Это недорогое и экономичное издание, изготавливаемое обычно большим тиражом на кратковременное использование. [8, с. 79].

Плакат – крупноформатное несфальцованное издание чаще всего с односторонней печатью. В большинстве случаев, посвящено одному товару, в редких случаях нескольким однородным товарам. Содержит рекламную информацию, представленную в виде привлекающей внимание комбинации одного или нескольких изображений и краткого сопроводительного текста. Отображает основную особенность рекламируемого товара или услуги. Для повышения функциональности иногда плакат совмещают с календарной сеткой.

Афиша – вид рекламной продукции, который специализируется на печатном оповещении широкой аудитории о предстоящих зрелищах или общественно значимых мероприятиях. Афиши являются одним из средств, которые способны в короткие сроки донести информацию о мероприятии до большого количества людей. Главная цель любой афиши – это привлечение внимания и сообщение информации. Чаще всего афиши создаются под конкретную рекламную компанию и имеют, как правило, заранее согласованное место размещения, это может быть, как расклейка на рекламных щитах, так и размещение в сети интернет [14, с. 1627].

Листовка – несфальцованное или одногибное печатное издание малого формата, которое содержит одностороннее или двустороннее изображение рекламируемых товаров или услуг с подробным описанием. Обычно посвящено одному товару, в редких случаях нескольким однородным товарам. Предназначено для быстрого распространения в сочетании с широким охватом. Как правило, выпускается большим тиражом [7, с. 110].

Рекламно-подарочные издания обладают высокой проникающей способностью. Рассмотрим их подробнее.

Фирменные настенные и настольные календари, деловые дневники, записные книжки имеют специальные рекламные полосы. В оформлении обложек и календарных полос этих изданий широко используются фирменная символика организации-заказчика. Используются в качестве сувенирной продукции, корпоративных ежедневников и т.д.

Открытка – хорошо иллюстрированное малоформатное издание поздравительного характера. Открытки давно используются как оригинальный рекламный инструмент.

Стикер – этикетка, наклейка. Может использоваться в качестве информационного носителя, элемента фирменного стиля (эмблема, логотип) [13, с. 64].

Некоторые специалисты относят к полиграфической продукции упаковку, этикетку, папки, визитки и печать на сувенирной продукции [8, с. 80]. Мы придерживаемся данной точки зрения, т.к. в изготовлении вышеуказанных продуктов также используются технологии полиграфии.

Работа над разработкой рекламного продукта начинается со встречи с заказчиком. Заказчик (рекламодатель) – это отправная точка проектирования. Он передает разработчику рекламы свой товар, определяет основные цели рекламной кампании и выделяет бюджет на ее разработку. Успешность дизайн-проектирования рекламы зависит не только от субъективных качеств дизайнера, но и от проектного мышления, интегрирующего в себе инженерно-техническое и художественное творчество.

Основываясь на труды Л.М. Дмитриевой, А.Н. Короля и В.Л. Полукарова, мы выделили этапы разработки рекламного продукта [4; 9; 11]:

1. Выявление проблемы на основе сбора информации. Первый этап называют предпроектным, на нем формируется содержательная идея дизайн-

продукта. На этом этапе рекламное агентство должно узнать рекламируемый товар или услугу: название, марка, способ использования или потребления, условия использования, цена; иметь полную информацию о фирме рекламодателя: уровень известности, образ, место в рейтинге производителей сходной продукции, давно ли присутствует на рынке, какие другие товары выпускает.

Здесь определяются основные задачи, которые необходимо выполнить с помощью рекламного продукта.

Происходит формирование рекламной стратегии, в которой выделяют следующие элементы: ситуационный анализ (проблемы и возможности рекламы); ключевые стратегические решения (цель рекламы, целевая аудитория, конкурентные преимущества товара, индивидуальные особенности товара); творческий план; план средств рекламы, план продвижения; бюджет.

2. Определение потребителя, его возраста, пола, социального статуса целевой аудитории, географического положения и т.д. Здесь может потребоваться проведение дополнительных исследований целевой аудитории [2, с. 76].

3. Поиск приемов и методов. На этом этапе осуществляется поиск методов решения, новых идей. Происходит сбор информации из различных источников, касающихся аналогичной продукции. Здесь осуществляется выбор рекламного носителя.

С этим этапом связано такое понятие, как творческая стратегия. Е. Павловская определяет это понятие как «совокупность взаимосвязанных организационных и креативных решений, направленных на создание рекламного образа товара (торговой марки), который должен обеспечить формирование определенного отношения целевой аудитории к рекламируемому товару» [6, с. 37]. На этом этапе рекламопроизводителем, совместно с заказчиком, разрабатывается техническое задание.

4. Разработка дизайн-концепции – разработка основной образной идеи будущего проекта, концепции дизайна. В.Т. Шимко отмечает: «Дизайн-концепция еще не есть проект – это только ближайший подступ к его появлению. Но в качественных и количественных формулировках, изобразительных конструкциях уже заложены и контуры окончательной дизайнерской идеи, и ощущения тех художественных результатов, которые даст ее осуществление» [16, с. 85].

5. Разработка композиционно-пластических решений и выбор оптимального варианта проектного решения. Визуальный поиск воплощения дизайн-концепции – это кульминационный момент проектирования. Этап включает практическое решение проблемы соотношения формы и содержания через эскиз и макетирование. Создание и разработка макета – это изготовление модели рекламного продукта, с помощью которой можно создать представление о будущем рекламном изделии. Макет можно считать предварительным вариантом рекламного продукта. Он может быть

выполнен, как в масштабе один к одному, так и в уменьшенном размере, по сравнению с оригиналом [10, с. 15].

6. Подача проекта, обоснование идеи проектного решения. Этап включает общее заключение идеи и средств проектного решения, включая его оценку. Здесь же осуществляется выбор заказчиком одного варианта будущего полиграфического продукта из нескольких, предложенных производителем.

7. Производство рекламного продукта предполагает непосредственную печать полиграфической продукции. При печати на цветной бумаге с использованием нескольких цветных красок всегда необходимо учитывать цвет запечатываемого материала. Если необходимо, можно провести цветопробу и пробную печать перед итоговым выводом пленок. После этого, если результат не соответствует предъявляемым требованиям, то первой на цветную бумагу рекомендуют положить белую непрозрачную краску.

8. Оценка эффективности. К.В. Антипов утверждает, что необходимо различать три подхода к оценке эффективности рекламы [1, с. 253]:

1) медиаметрическая оценка эффективности рекламы – это численная, количественная оценка параметров размещения рекламы: суммарный рейтинг, частота контактов и других показателей, характеризующих эффективность медийной тактики рекламы;

2) эконометрическая оценка эффективности рекламы предполагает определение экономического эффекта от проведенной рекламной кампании, это сопоставление средств, затраченных на рекламу и дополнительных денежных средств, полученных в результате проведения рекламной кампании;

3) оценка коммуникативной эффективности рекламы предполагает что, с точки зрения теории коммуникаций целью рекламы является не столько провоцирование прямых изменений объема продаж, сколько участие в процессе формирования заданного общественного мнения относительно той или иной коммуникационной идеи, моделирование отношения потребителя к торговой марке, его поведения на рынке, формирование положительных стереотипов, работа над узнаваемостью продукта или торговой марки, развитие благоприятного имиджа.

Кроме перечисленных, некоторые исследователи [4, с. 83] выделяют психологическую эффективность.

Эффективность психологического воздействия рекламных средств характеризуется числом охвата потребителей, яркостью и глубиной впечатления, которое эти средства оставляют в памяти человека, степенью привлечения внимания. Эффективность психологического воздействия рекламы на потребителя можно определить путем наблюдений, экспериментов, опросов [4, с. 85].

Варианты этапов могут варьироваться. Но их соблюдение значительно улучшит организацию процесса разработки.

На основе рассмотренного нами теоретического материала, соблюдая этапы, мы разработали профорIENTационный полиграфический продукт для

факультета социально-культурной деятельности (СКДиС) и сервиса Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхема (г. Биробиджан).

Содержание этапов:

1. Выявление проблемы на основе сбора информации.

На факультете СКДиС в качестве профориентационной рекламной полиграфической продукции функционирует буклет формата А4. Информация в нем актуальна, но малопривлекательна для абитуриентов, так как буклет имеет простой дизайн и печатается в черно-белом формате. Это дешевый вариант буклета, который раздается на всех общегородских мероприятиях. Таким образом, выявляется проблема – отсутствие качественного профориентационного буклета о факультете СКДиС, способного привлечь внимание, вызвать интерес и желание абитуриента к поступлению.

2. Определение потребителя.

Целевые аудитории, на которые будет направлена профориентационная рекламная полиграфическая продукция, включают в себя внешние (родители, старшеклассники, студенты других вузов, организации) и внутренние (студенты) целевые аудитории.

3. Поиск приемов и методов.

В качестве рекламного носителя нами были выбраны буклет формата 210x297 и листовка формата 148x210. На этом этапе вместе с заказчиком (деканом факультета) был составлен бриф на разработку профориентационной рекламной полиграфической продукции для факультета СКДиС (Приложение И). Была отобрана информация для размещения в рекламном продукте: информация о факультете, перечень направлений и информация о них, правила поступления.

Нами была выбрана идея выпустить три варианта профориентационного рекламного полиграфического продукта для факультета СКДиС, по аналогии с сувенирной продукцией: промо-, бизнес- и VIP-образцы.

Суть промо-образца в том, что он будет ориентирован на все целевые аудитории сразу, иметь небольшую стоимость. Информация в нем будет краткой и общей: перечень направлений подготовки, правила поступления, стоимость обучения. Такой продукт будет раздаваться на общегородских и профориентационных мероприятиях вуза.

Информация, содержащаяся в бизнес-образце будет более подробной: перечень направлений и описание навыков, которые получит студент, обучаясь на них, правила поступления, стоимость обучения. Стоимость такого продукта будет выше стоимости промо-образца. Раздаваться он будет на специальных мероприятиях, проводимых вузом для школьников (день открытых дверей в вузе / на факультете, олимпиады и т.д.).

Концепция VIP-образца заключается в том, что этот продукт будет раскрывать полностью одно из направлений подготовки, реализуемое факультетом, иметь формат, отличный от других образцов. Такой продукт

будет раздаваться тем, кто уже проинформирован о направлениях подготовки, реализуемых на факультете СКДиС и изъявил желание поступить на то, или иное направление подготовки. Такой образец будет содержать информацию о: направлении подготовки, ведущих преподавателях, местах прохождения производственной практики, примеры студенческих разработок, описание внеучебной деятельности факультета.

4. Разработка дизайн-концепции каждого образца начинается с эскиза, который впоследствии становится дизайн-проектом рекламного продукта.

В качестве промо-образца мы решили разработать информационную листовку форматом 148x210. Такой формат сможет компактно уместить в себе краткую информацию. Работая над эскизом, мы учитывали, какие объекты будут размещены на лицевой и оборотной сторонах (Рисунок 1).

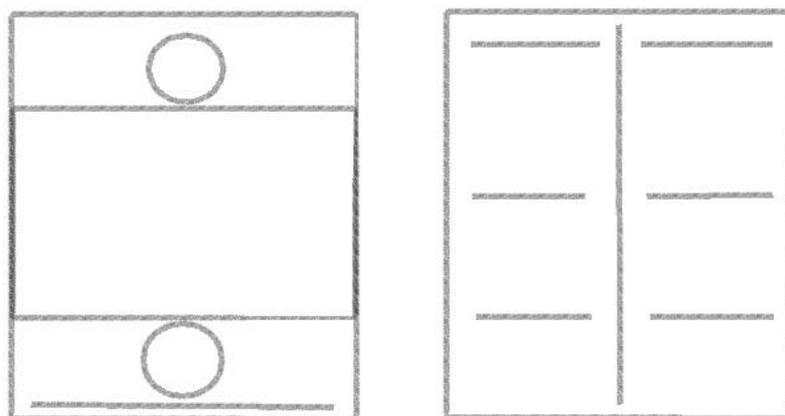


Рисунок 1 – Эскиз промо-листовки для факультета СКДиС

Бизнес-образец мы разработали в виде буклета с двумя фальцами формата 210x297. Внутреннее пространство буклета полностью делим на шесть частей, в каждой из которых будет описано направление подготовки, и размещена прочая информация. На внешней стороне будут расположены эмблемы и контактная информация (Рисунок 2).

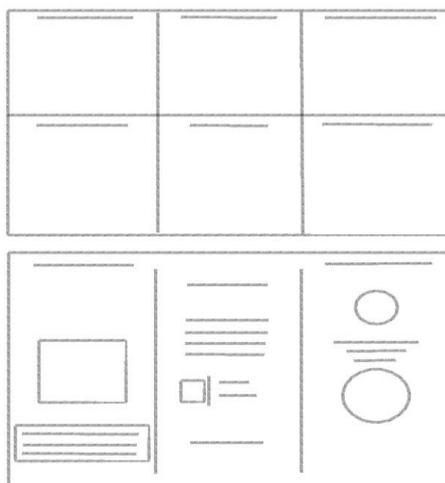


Рисунок 2 – Эскиз бизнес-буклета для факультета СКДиС

VIP-образец будет иметь вид буклета с двумя фальцами формата 210x297, но сложен будет по типу «двух створок», то есть два противоположных края загибаются в центр, образуя подобие дверей. Этот буклет будет описывать направление подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Оборотная сторона буклета содержит информацию, которую мы распределили по трем частям пространства. В центре буклета будет размещена информация относительно ведущих преподавателей: фото, имя, должность, преподаваемый предмет. На левой стороне – описание внеучебной деятельности факультета с иллюстрациями. Правая часть будет содержать иллюстрации практических работ студентов данного направления, а также перечень мест для прохождения производственной практики (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Эскиз VIP-буклета для факультета СКДиС

5. Разработка композиционно-пластических решений и выбор оптимального варианта проектного решения. На этом этапе мы воплощаем эскизы, создаем дизайн рекламных полиграфических продуктов (Приложения А, Б, В).

Все продукты разработаны в программах CorelDRAW X7 и Adobe Photoshop CS6. Обязательный цвет – желтый (фирменный цвет факультета).

При проектировании мы опирались на принципы рекламы образовательных услуг [5; 12; 15].

6. Подача проекта, обоснование идеи проектного решения. Полученные разработки буклета были представлены заказчику (декану факультета) и скорректированы в соответствии с его замечаниями. VIP-буклет в дальнейшем можно будет использовать для описаний и других направлений подготовки факультета СКДиС по аналогии с направлением «Реклама и связи с общественностью». Также есть возможность создания в дальнейшем каталога или проспекта, который будет в подобном формате

(только более расширенном) описывать каждое направление подготовки на факультете СКДиС.

7. Производство рекламного продукта.

Разработанные рекламные полиграфические продукты мы печатали в рекламной мастерской «Орион» (г. Биробиджан, ул. Миллера 18, корпус 1). Смета расходов представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Смета расходов по производству рекламной продукции

Вид	Бумага	Стоимость 1 шт.(руб.)	Количество во	Цена (руб.)
Промо-листовка	Глянцевая	12	500	6 000
Бизнес-буклет	Глянцевая	24	200	4 800
VIP-буклет	Глянцевая	24	50	1 200
Итого:				12 000

8. Оценка эффективности. Мы не можем оценить эффективность разработанных образцов профориентационных рекламных полиграфических продуктов, так как они будут использованы в рекламной кампании 2017–2018 учебного года. Предлагаем при запуске VIP-буклета разместить в нем информацию о том, что при подаче документов на направление, описанное в данном буклете, абитуриент получает дополнительные, начисляемые вузом, баллы в рейтинг. Таким образом, можно будет отследить обратную связь с целевой аудиторией.

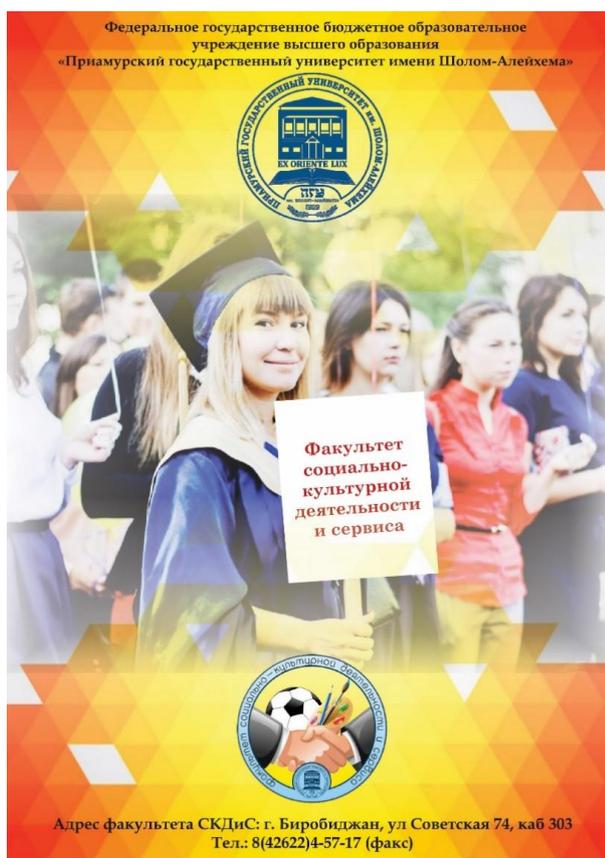
Мы разработали профориентационную рекламную полиграфическую продукцию для факультета СКДиС. Черно-белый буклет факультета заменили цветной и компактной промо-листовкой. Были созданы бизнес- и VIP-буклеты. Разработанные продукты различаются по стоимости, формату и содержанию. Они могут быть использованы в рамках приемной кампании 2017–2018 гг. VIP-буклет в дальнейшем может быть создан и по другим направлениям подготовки факультета СКДиС / факультетов вуза.

Библиографический список

1. Антипов К.В. Основы рекламы : учебник [Текст] / К.В. Антипов. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. – 328 с.
2. Беленко О.Ф. Маркетинг: Учебное пособие. [Текст] / Н.М. Герасименко, А.Н. Король, С.А. Пиханова, Т.А. Торопова. – Хабаровск: ХГАЭП, 2003. – 180 с.
3. Король А.Н. Организация и планирование рекламы: Учебное пособие. [Текст] / А. Н. Король. – Хабаровск: Хабаровская государственная академия экономики и права, 1998. – 124 с.
4. Король А.Н. Рекламная деятельность: учеб. Пособие. [Текст] / А. Н. Король. – Хабаровск, 2011. – 163 с.

5. Кузин И. Эффективная реклама образовательных услуг за 10 шагов / И. Кузин // Рекламодатель. Теория и практика. – 2014. – №9. – С. 60-63.
6. Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT. – СПб.: Питер, 2003. – 320 с.
7. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Текст] / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В. Г. Шахурин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006. – 526 с.
8. Пашкова О.В. Рекламная полиграфия / О.В Пашкова, В.В. Ковалева // Вестник МГУП имени Ивана Федорова. – 2013. – 5. – 79-84.
9. Полукаров В.Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] / В.Л. Полукаров, С.Н. Рощупкин, К.А. Кобулашвили. – М.: КНОРУС, 2006. – 352 с.
- 10.Пронин С. Рекламная иллюстрация: креативное восприятие [Текст] / С. Пронин. – М.: Гранд, 2002. – 416 с.
- 11.Разработка и технология производства рекламного продукта [Текст] / ред. проф. Л.М. Дмитриевой. – М.: Экономистъ, 2006. – 639 с.
- 12.Реклама и современное общество: коллективная монография [Текст] / И.М. Воротилкина, Н.М. Герасименко, И.В. Королева ; под общ. ред. к. филол. н., доцента Н.Ю. Чугуновой. – Биробиджан, Изд-во ФГБОУ ВПО «ПГУ им. Шолом-Алейхема», 2016. – 108 с.
- 13.Романов А.А. Учебное пособие по дисциплине «Реклама. Интернет-реклама» [Текст] / А.А. Романов. – М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – 2003.
- 14.Туралина Н.А. Афиша – реклама: особенности ее создания / Н.А. Туралина, А.Ю. Сергеева, М.В. Шевцова // Научный альманах. – 2015. – 9(11). – 1626-1628.
- 15.Хашковский А. Реклама и продвижение образовательных услуг / А. Хашковский // Рекламодатель. Теория и практика. – 2014. – № 7. – С. 15
- 16.Шимко В. Т. Основы дизайна и средовое проектирование [Текст] / В. Т. Шимко. – М.: ИМДТ, 2007. – 58 с.
- 17.Progress. Рекламное интернет-агентство. [Электронный ресурс] Точка доступа: <http://ia-progress.ru/blog/pechatnaia-reklama-preimushchestva-i-nedostatki>. Дата обращения: 10.10.2015.

Приложение А
Дизайн промо-листочка для факультета СКДиС



<p>Дизайн (Бакалавр)</p> <p>Направленность: Графический дизайн</p> <p>Вступительные экзамены: русский язык, обществознание, рисунок и композиция</p> <p>Срок обучения: очная форма - 4 года</p> <p>Стоимость обучения: 114 тыс.руб. в год</p>	<p>Социальная работа (Магистр)</p> <p>Направленность: Организация социальной работы с разными группами населения и в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>Срок обучения: очная форма - 2 года, заочная форма - 2,5 года</p> <p>Стоимость обучения: очная форма - 70,74 тыс. руб. в год;</p>
<p>Педагогическое образование (Бакалавр)</p> <p>Направленность: Физическая культура и Безопасность жизнедеятельности</p> <p>Вступительные экзамены: русский язык, обществознание, экзамен по физической подготовке</p> <p>Срок обучения: очная форма - 5 лет</p> <p>Стоимость обучения: 70,74 тыс.руб. в год</p>	<p>Дизайн (Магистр)</p> <p>Направленность: Графический дизайн</p> <p>Срок обучения: очная форма - 2 года</p>
<p>Сервис (Бакалавр)</p> <p>Направленность: Сервис гостинично-ресторанных комплексов</p> <p>Вступительные экзамены: русский язык, математика, обществознание</p> <p>Срок обучения: очная форма - 4 года</p> <p>Стоимость обучения: 66,86 тыс.руб. в год</p>	<p>Сервис (Магистр)</p> <p>Направленность: Сервис гостинично-ресторанных комплексов</p> <p>Срок обучения: заочная форма - 2 года</p> <p>Вступительные испытания в магистратуру: по профилю подготовки – собеседование не по профилю подготовки – экзамен</p>
<p>Социальная работа (Бакалавр)</p> <p>Направленность: Социальная работа в системе социальных служб</p> <p>Вступительные экзамены: история, обществознание, русский язык.</p> <p>Срок обучения: заочная форма 4 года</p> <p>Стоимость обучения: 22,20 тыс.руб. в год</p>	<p>Сроки подачи документов: 20 июня по 26 июля - по программам бакалавриата - на очную и заочную формы обучения С 20 июня по 13 августа - по программам магистратуры</p> <p>Адрес приемной комиссии г. Биробиджан, ул. Широкая, 70а, Тел./факс: (42622) 4-66-11 ауд. 103, тел. (42622) 2-10-56</p> <p>E-mail: rectorat@pgusa.ru abiturient@pgusa.ru</p>

Рисунок А.1 – Наполнение лицевой и оборотной сторон промо-листочка

Приложение Б

Разработка дизайна бизнес-буклета для факультета СКДиС

<p style="text-align: center;">Сервис (Магистр)</p> <p>Направленность: Сервис гостинично-ресторанных комплексов</p> <p>Ты научишься:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● осуществлять научную и профессиональную деятельность в сфере сервиса гостинично-ресторанных комплексов; ● осуществлять производственно-технологическую, организационно-управленческую, научно-исследовательскую и проектную деятельность. <p>Срок обучения: заочная форма 2,5 года</p> <p>Вступительные испытания в магистратуру: по профилю подготовки – собеседование не по профилю подготовки – экзамен</p> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center;">Сроки подачи документов</p> <p style="text-align: center;">С 20 июня по 26 июля - по программам бакалавриата - на очную и заочную формы обучения С 20 июня по 13 августа - по программам магистратуры</p> </div>	<p style="text-align: center;">Наши контакты:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; margin-bottom: 5px;">г. Биробиджан, ул Советская 74</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; margin-bottom: 5px;">dec_skds@prgusa.ru</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; margin-bottom: 5px;">8(42622)4-57-17</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; margin-bottom: 5px;">http://pgusa.ru</div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  <p>Декан факультета: Королева Ирина Васильевна</p> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;">Ждем Вас!</p>	<p style="text-align: center;">Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема»</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Факультет социально-культурной деятельности и сервиса</p> <div style="text-align: center;">  </div>
<p style="text-align: center;">Дизайн (Бакалавр)</p> <p>Направленность: Графический дизайн</p> <p>Ты научишься:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● проектированию предметно-пространственной среды; ● работе с пакетами основных графических программ компьютерного моделирования; ● проектировать полиграфическую и визуальную продукцию; ● проектировать разновидности костюма и предметов культурно-бытового назначения; ● основам композиции в проектировании интерьера; ● художественному проектированию интерьера зданий и объектов ландшафтного дизайна. <p>Вступительные экзамены: обществознание, русский язык, рисунок и композиция</p> <p style="text-align: right;">Срок обучения: очная форма - 4 года</p> <div style="text-align: center;">  </div>	<p style="text-align: center;">Педагогическое образование (Бакалавр)</p> <p>Направленность: Физическая культура и безопасность жизнедеятельности</p> <p>Ты научишься:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● педагогической, культурно-просветительской, научно-исследовательской, тренерской деятельности; ● работе с различными категориями населения; ● работе в общеобразовательных учреждениях, в учреждениях дополнительного образования, среднего профессионального образования. <p>Вступительные экзамены: обществознание, русский язык, очная форма - 5 лет</p> <p style="text-align: right;">Срок обучения: экзамен по физической подготовке</p> <div style="text-align: center;">  </div>	<p style="text-align: center;">Сервис (Бакалавр)</p> <p>Направленность: Сервис гостинично-ресторанных комплексов</p> <p>Ты научишься:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● разрабатывать процесс сервиса, соответствующий запросам потребителя; ● предоставлять услуги потребителю; ● формировать клиентурные отношения; ● выбирать необходимые методы и средства процесса сервиса; ● контролировать качество процесса сервиса и обслуживания. ● методам сбора, хранения и обработки информации при подготовке профессиональных решений в сервисе. <p>Вступительные экзамены: математика, обществознание, русский язык</p> <p style="text-align: right;">Срок обучения: очная форма - 4 года</p> <div style="text-align: center;">  </div>
<p style="text-align: center;">Социальная работа (Бакалавр)</p> <p>Направленность: Социальная работа в системе социальных служб</p> <p>Ты научишься:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● профессиональной практической работе в социальных службах, организациях и учреждениях (Пенсионный фонд, Центр социального обслуживания, отдел социальной защиты населения, инспекция по делам несовершеннолетних); ● оказывать социальную помощь и услуги отдельным лицам и различным группам населения; ● проводить исследовательскую деятельность в области социальной работы. <p>Вступительные экзамены: обществознание, русский язык, история</p> <p style="text-align: right;">Срок обучения: заочная форма 4 года</p>	<p style="text-align: center;">Социальная работа (Магистр)</p> <p>Направленность: Организация социальной работы с разными группами населения и в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>Ты научишься:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● практической работе в профессиональной деятельности (в государственных органах исполнительной власти, работе на руководящих должностях в учреждениях образования и социальной защиты, в организациях, работающих в сфере кадрового консалтинга) ● преподавательской и научной деятельности в ВУЗах, колледжах и др. <p>Вступительные испытания в магистратуру: по профилю подготовки – собеседование не по профилю подготовки – экзамен</p> <p style="text-align: right;">Срок обучения: очная форма - 2 года, заочная форма - 2,5 года</p>	<p style="text-align: center;">Дизайн (Магистр)</p> <p>Направленность: Графический дизайн</p> <p>Ты научишься:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● работать в практическом проектировании; ● решать сложные творческие задачи; ● применять знания в области информационных и полиграфических технологий; ● владеть пакетом компьютерных программ; ● разбираться в социально-гуманитарных науках, проблемах искусства, теории и методологии дизайна; ● вести научные исследования по проблемам дизайна. <p>Вступительные испытания в магистратуру: по профилю подготовки – собеседование не по профилю подготовки – экзамен</p> <p style="text-align: right;">Срок обучения: очная форма - 2 года</p>

Рисунок Б.1 – Наполнение бизнес-буклета

Приложение В
Дизайн VIP-буклета для факультета СКДиС



Рисунок В.1 – Внешняя сторона VIP-буклета