

УДК 659.1/4:378.046.2

О. А. Васильева

г. Гомель, ГГУ имени Ф. Скорины

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА НА ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫХ КУРСАХ

В настоящее время на рынке образовательных услуг, в том числе и курсов подготовки к централизованному тестированию, наблюдается высокая конкуренция: это различные школьные подготовительные курсы, курсы в государственных вузах, подготовительные курсы в частных организациях, репетиторы.

Чтобы выдержать конкуренцию в таких условиях необходимо проводить рекламно-информационную политику, отвечающую всем современным требованиям в этой области. Для этого на подготовительных курсах Института дополнительного образования ГГУ имени Ф. Скорины активно используется графический дизайн.

Графический дизайн – это форма визуальной коммуникации с использованием текста, изображений или продвижения сообщения для представления информации. Он вносит инновационный вклад в развитие социально-экономической и культурной сфер жизни.

Дизайн затрагивает почти все сферы рекламно-информационной деятельности подготовительных курсов, как реальном, так и онлайн-мире. Афиши на стендах в городе, раздаточные материалы, оформление сообществ, визуальное сопровождение различных презентаций, документов, создание логотипов и фирменного стиля, верстка книг – это и есть объекты графического дизайна.

Главной целью рекламной работы по привлечению будущих абитуриентов для учёбы на курсах является упорядочение информации об образовательных услугах и предоставление её в таком виде, который легко воспринимается визуально и образно.

Особенности подачи информации учащимся школ в современных условиях заключаются в том, что в мире интернета книги заменяются статьями, статьи – короткими заметками, и наличие картинки определяет, читать длинное информационное сообщение или нет. Для того чтобы воспринимать весь объём информации, школьникам нужны иллюстрации, таблицы, фотографии, инфографика и презентации. Поэтому на подготовительных курсах организовано системное создание таких фрагментов графического дизайна.

Однако и большой текст без картинок тоже можно сделать визуально воспринимаемым. Для этого, например, необходимо правильно подобрать гарнитуру шрифтов, межстрочные интервалы, поля, которые не дадут чрезмерно напрягать зрение. В материалах, помещаемых на различных страницах интернета, нужно следить, чтобы абзацы различались с межстрочными интервалами, а перемещение на новую строку не осложняло чтение текста.

На подготовительных курсах графический дизайн рассматривается как инструмент маркетинга. Так, сам Институт дополнительного образования ГГУ им. Ф. Скорины, в который входят подготовительные курсы, имеет свой логотип, бланк, рекламные материалы, сайт, которые созданы в единой узнаваемой концепции. Это организовано с целью *продвижения и поддержания положительной репутации института на рынке других образовательных услуг*, его сотрудников и партнёров.

На подготовительных курсах существуют различные этапы рекламно-информационной работы: это предварительный этап (июль-август), основной этап (сентябрь), этап дополнительного набора слушателей в группы, в которых ещё имеются свободные места (октябрь-ноябрь), экспресс-курсы (февраль-май) и заключительные курсы повторения всего учебного материала (февраль-май). Целью рекламно-информационной работы подготовительных курсов на этих этапах является предоставление информации о курсах до конкретной целевой аудитории в каждом случае. Необходимо привлечь внимание абитуриентов к различной учебной и методической работе курсов, дать возможность выбора тех образовательных услуг, которые наиболее востребованы в этот период. Чаще всего это осуществляется через наружную рекламу, раздаточные материалы и социальные сети в интернет-ресурсах.

Процесс разработки полиграфической рекламы требует творческого осмысления всех возможностей графического дизайна. Чтобы отличаться от других рекламных проектов, в рекламе должны применяться последние тренды графического дизайна и разнообразные современные иллюстрации и шрифты.

Важную роль играет реклама в интернете. Всевозможные гаджеты стали основным источником информации об окружающей жизни. Оформление сообществ в социальных сетях, рекламные баннеры на сайтах, красивые посты – это широко применяемые части графического дизайна в интернете в современных условиях.

Большая часть печатной и цифровой рекламы создается в программах (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Microsoft Word, Microsoft Publisher и др). Они позволяют с точки зрения графического дизайна решить множество разных вопросов

при помощи цветов, форм, изображений, композиций и типографики. Однако макет, который создан в них для расклейки на стендах, простым масштабированием невозможно, например, использовать для размещения в группах и сообществах социальных сетей. Для решения каждой задачи предназначены свои размеры, расширение, цветопередача и композиция макета. Например, если в цифровой рекламе используется цветовая модель RGB, достаточно расширения 72 ppi, то в печатной – CMYK, и расширение от 150 до 300 ppi. Цветовые модели RGB и CMYK соответствуют физическому представлению цвета на носителе. RGB отвечает, с какой интенсивностью светятся диоды красного, зелёного и синего цветов внутри пикселя монитора. CMYK задает пропорции смешиваемой краски на листе бумаги [2]. Если пренебречь отличиями печатной и цифровой рекламы, то будет нарушен внешний вид рекламы, а, следовательно, ее визуальное восприятие.

Графический дизайн рекламно-информационной работы подготовительных курсов играет важную роль в профориентационной работе среди абитуриентов. Так, в сентябре многие абитуриенты еще не определились в выборе дальнейшей профессии. Предоставление печатной и цифровой информации о факультетах, красочное размещение новостей университета в постах социальных сетей своих групп будут способствовать увеличению количества просмотров и укреплению имиджа университета в глазах абитуриентов и их родителей.

Важную роль для эффективного развития графического дизайна в рекламно-информационной работе подготовительных курсов играет анализ эффективности той или иной рекламы, положительные и отрицательные стороны выбираемого графического дизайна в каждой конкретной рекламно-информационной работе. Для этого отслеживается реакция конечных потребителей, производится обзор изменения законодательства в области рекламы, изучаются последние тренды графического дизайна. Подготовительные курсы тщательно планируют свою рекламную деятельность, включающую расчет всевозможных расходов, в том числе и оплату специалистов в области графического дизайна.

Создание хорошего графического дизайна рекламного материала не может обходиться без тесного взаимодействия различных подразделений ИДО.

Следует заметить, что современные тенденции в области рекламной деятельности показывают уменьшение популярности привычной печатной графики как более ресурсозатратной части графического дизайна. Её всё больше заменяет цифровой дизайн как более динамичный и удобный в использовании продукт,

обеспечивающий большой охват аудитории.

Литература

1. Лемешев, В. П. Особенности работы подготовительных курсов в современных условиях. Современное образование: преемственность и непрерывность образовательной системы «школа – университет – предприятие» [Электронный ресурс]: XIII международная научно-методическая конференция (Гомель, 11–12 февраля 2021 г.) : [материалы] / М-во образования Республики Беларусь, Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины, Главн. управл. образования Гомельского облисполкома ; редкол. : И. В. Семченко (гл. ред.) [и др.]. – Электрон. текст. данные (7,64 МБ). – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2021. – С. 398 – 400.