

УДК 659.182/.187

ОСОБЕННОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Дорогокупец И. В., Степанова О. В.

*Научный руководитель: ст. преподаватель Ражднова А. В.
Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Реклама – это форма коммуникации, осуществляемая с целью передачи информации о товарах, услугах или идеях о привлечении потребителей, создания спроса. Виды печатной рекламы: листовка; буклет; визитные карточки; плакаты; календари; брошюры.

С полиграфией мы встречаемся каждый день, обращая внимание на плакаты, листовки, визитки, буклеты, брошюры. Разные виды полиграфической продукции имеют свои достоинства и недостатки перед другими способами подачи рекламы. Разумеется, каждый способ хорош по-своему, но полиграфия в рекламе имеет свои преимущества: скорость производства; эффективность; разнообразие; удобство использования; экономичность.

Связи с развитием технологий печати, СМИ и маркетинга, стала преобладать рекламная функция листовки. Под листовкой понимают лист, обычно с односторонним расположением текстовой информации и иллюстраций, формата А4. Суть заключается в сообщении об акционных товарах, о времени проведения события.

Вторым по популярности распространения печатным рекламным материалом являются буклеты. Это листы с печатным материалом, сложенные определенным образом. Форма оформления зависит от содержания буклета. Подчеркнуто строгий стиль шрифта, лаконичный дизайн оформления текста. В результате получается компактный, но при этом информативный материал, который можно использовать для решения различных задач.

Визитные карточки появились почти два столетия назад и использовались впервые для оповещения о визите. На сегодняшний день это скорее документ, который вручают с целью экономии времени при знакомстве. Размеры бывают различными, но зачастую они соответствуют форме кредитной карты 5×9 см.

Одним из видов печатной рекламы является плакат. Основная функция плаката – способ передачи информации, когда более половины зрительного внимания падает не на текст, а на изображение.

Рекламный календарь относится к средствам печатной рекламной продукции. Календарь как рекламный носитель, в отличие от листовок, – самый функциональный. Мы смотрим на календарь ежедневно. Внимание бросается не только на календарную сетку, но и картинку, а также рекламную информацию – логотип, текст.

Брошюра – это один из самых распространенных видов рекламно-издательской продукции, позволяющая предоставить более развернутую информацию. Количество страниц в брошюре должно быть не менее 4-х. Дизайн брошюры включает в себя: красочность, корпоративный стиль, композиционное размещение информации, качество, шрифт.

Все виды печатной рекламы являются иллюстрированными изданиями и имеют свои особенности, которые имеет огромное значение не только для книжно-журнальной, деловой, газетной сферы, но и для маркетинга, так как является более доступным и распространенным средством маркетинга. Главная цель выпуска подобной продукции – это привлечение потенциальных клиентов и покупателей, рост продаж и вероятность сделать популярным свой бизнес.

ЛИТЕРАТУРА

1. Печатная реклама. Виды печатной рекламы [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://prodawez.ru/reclama/>

pechatnaya-reklama-vidy-pechatnoj-reklamy.html. – Дата доступа: 27.10.2021.

2. Виды эффективной рекламы [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://bukivedi.com/blog/vidy-effektivnoy-reklamy/> – Дата доступа: 27.10.2021.

3. Виды рекламной печатной продукции [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://mediaaid.ru/blog/design/vidy-reklamnoy-pechatnoy-produktsii/#baner>. – Дата доступа: 27.10.2021.

4. Виды и особенности применения печатных рекламных материалов [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://konstanta-print.ru/news/vidy-i-osobennosti-primeneniya-pechatnykh-reklamnykh-materialov/>. – Дата доступа: 27.10.2021.

УДК 621.762.4

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ОБРАЗОВАНИИ

Животкевич Э. Ю.

*Научный руководитель: ст. преподаватель Зуёнок А.Ю.
Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

В современной литературе существуют дискуссионные понятия кибербезопасности и ее глобальной культуры, киберпространства и безопасного поведения в нем, защиты детей от негативной или вредной информации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Кибербезопасность – состояние защищенности киберпространства, сложной среды, создаваемой совокупностью информации, информационной среды и информационного взаимодействия людей.

Информационная безопасность в образовании включает три составляющие: конфиденциальность – защита