

**РАЗВИТИЕ И ОПТИМИЗИРАНЕ РАБОТАТА НА УНИВЕРСИТЕТСКО
СТУДИО ЗА ГРАФИЧЕН ДИЗАЙН И РЕКЛАМА**

ПРОЕКТ 2018-РУ-05

Тема на проекта:
"Развитие и оптимизиране работата на университетско студио за графичен дизайн и реклама"

Ръководител:

доц. инж.-диз. Цветомир Д. Конов

Работен колектив:

Преподаватели: доц. маг.-художник Милен Минчев; доц. инж.-диз. Данчо Гунев; доц. д-р инж.-диз. Йордан Дойчинов; гл. ас. д-р Камен Узунев; гл. ас. д-р Теодор Кючуков; гл. ас. д-р маг. художник Десислав Гечев; д-р маг. инж.-диз. Каюм Джурев-хонор. преподавател; маг. инж.-диз. Венелин Молнар - хонор. преподавател; Докторанти: маг. инж.-диз. Петя Бонева; маг. инж.-диз. Мирослава Станкова; маг. инж.-диз. Владимир Бонев. Студенти-бакалаври: Мартин Митев, Александър Веселинов, Симоена Пасева, Мария Атанасова, Десислава Михайлова, Боряна Стоянова, Ани Татарова, Мартин Йорданов, Али Баир, Ива Радкова, Борис Савев, Симоен Андреев. Студенти-магистри: Станислава Станчева, Софи Сабри, Любомир Големзов, Пламен Дерешев. Технически персонал: Петко Петков; Велин Тодоров

Адрес: 7017 Русе, ул. "Студентска" 8, Русенски университет "Ангел Кънчев"
Тел.: 082 - 888 558
E-mail: cdkonov@uni-ruse.bg

Цел на проекта:

Проучване и оценка на изходно състояние, и оптимизиране работната структура на студио за графичен дизайн и реклама, чрез прилагане възможностите на най-съвременни технически средства за създаване на рекламни средства и носители за реклама "под линия" (BTL).

Основни задачи:

Обзор и анализ на изходно състояние;
Анализ, систематизация и класификация на продуктите за BTL реклама, създавани в рекламните студиа;
Анализ, класификация и избор на базово оборудване за изпълнение на творчески задачи и продукти за BTL реклама;
Оптимизиране организационната и работната структура на съществуващото студио за графичен дизайн и реклама;
Дизайн (синтез) на комплект рекламни продукти (рекламни сувенири) с приложение на нови технологии и технически средства;
Тестване и анализ за реакцията и оценката на аудиторията относно новосъздадени рекламни продукти;
Разработване на методика за оценка и провеждане на изследване на естетическото въздействие на графичен и рекламен продукт.

Основни резултати:

Модеризирана, оптимизирана и пълноценно функционираща структурата на университетското студио за графичен дизайн и реклама.

Публикации:

Фолклор, митове и легенди в рекламата

Други:

няма

АНОТАЦИЯ

Рекламата вече е неизменна част от ежедневието ни. Реклама е всяко съобщение, чиято цел е да насърчи реализацията на предлагани на пазара стоки и услуги. Съществува постоянен спор, свързан с това дали рекламата е изкуство или наука. От една страна тя е средство за стимулиране на продажбите и оказва своето благоприятно влияние върху развитието на икономиката на дадена държава. От друга страна създаването на всяка рекламна послание с използване на определени изразни средства за определен канал, по своеобразен начин е свързано с нивакъв вид творчески процес. Това отреджа мястото на рекламата и като вид обществена комуникация. Онова, което я отличава от други видове обществени комуникации е нейната пряка и непосредствена цел да повлияе върху поведението на потребителя, като го мотивира да придобие определен продукт, или продукт на дадена търговска марка.

В рекламната практика се използват понятията "Над линия" (Above the line), наричана още "класическа реклама или традиционна" и "Под линия" (Below the line), наричана още "некласическа реклама". Това разделение е условно и е възприето като начин за отличаване на рекламирането чрез медите, основно това са средствата за масово осведомяване (информация) (СМО, СМИ), от насърчването на продажбите.

Така, "Над линия" включва пресите, основни канали за масово осведомяване и комуникация – печат(преса), радио, телевизия, външна и транспортна реклама, кино и интернет, с характерните за тях средства и носители. А към тези от "Под линия", директна адресна реклама, реклама по пощата, реклама на мястото на продажба, схеми за стимулиране на продажбите, изложбени, демонстрационни, календари, опаковки, рекламни сувенири, подаръци, спонсорство и др., заедно с характерните за тях средства и носители. Характерното за средствата и носителите от групата на "под линия" е, че те активно допълват, тези от "над линия".

Познанието на разнообразието и особеностите на рекламните средства и носители "под линия", дава възможност на рекламните специалисти да планират и предлагат на рекламодателите от една страна, и на адресатите (целевите групи) от друга, най-подходящите, ефективни и въздействащи средства и носители. По този начин положителния ефект от използването на тези рекламни средства и носители се пренася върху успешното предаване и възприемане на рекламното послание и като цяло допринася за успеха на дадена рекламна кампания.

За изчерпателност на състоянието на въпроса, трябва да се отбележи, че казаното по горе касае проблема едностранично, с акцент върху творческата част. Но решаването на задачите за създаване на успешен, комплексен, продукт от реклама "Под линия" (BTL) в огромна степен зависи от съвременните технологии и необходимото техническо осигуряване за прилагането им. Това означава, че без съвременен техническо оборудване, постигането на заложено в проектите за изпълнение на рекламни носители може да претърпи провал. А в чисто комерсиален план липсата на адекватно оборудване е предпоставка за ненавършено и допозкъснено изпълнение, ограничено и разнообразие и брой на рекламните носители.

Русенският университет като институция, която перманентно трябва да се презентира заради постоянния конкурентен натиск и предлагана образователни продукти, има необходимостта от постоянно осъвременяване на материалната си база, с приложение на иновациите, водещи до адекватност в процесите при осъществяване на обществена комуникация, особено по време на кандидат-студентските кампании, и в образователния процес.

Проектът е нацелен, чрез допълване с нови технически средства и оптимизация на организацията на работа, на вече съществуващата база на университетско студио за графичен дизайн и реклама, създадено преди 8 години (2011г.) отново по проект от ФНИ и доказало полезността си във времето. Допълнително проекта даде още една благоприятна възможност за осъвременяване на материалната база и учебния процес и допринася за доброто позициониране на университета на образователния пазар, у нас и в чужбина.

PROJECT 2018-RU-05

Project title:
"Development and optimization of the work of a university studio for graphic design and advertising"

Project director:

Assoc. Prof. Eng-Desig. Tsvetomir D. Konov

Project team:

eachers Assoc. Mag. artist Milen Minchev; Assoc. Prof. Eng-Desig. Dancho Gounev; Assoc. Prof. Dr. Eng-Desig. Jordan Doychinov; Ch. Assist. Prof. Kamen Uzunov; Ch. Assist. Prof. Theodore Kjachukov; Ch. Assist. Prof. Mag. artist Dessislav Getchev; PhD: Mag. Eng-PPT. Petya Boneva; Mag. Eng-PPT. Miroslava Stankova; Mag. Eng-PPT. Vladimir Bonev. Students: Martin Mitev, Aleksander Veselinov, Simeona Paseva, Maria Atanasova, Desislava Mihajlova Dimiana Stoianova, Ani Tatarova, Martin Jordanov, Ali Bair, Iva Radkova, Boris Savev, Simeon Andreev. Technical staff: Petko Petkov; Velin Todorov.

Address: University of Ruse, 8 Studentska str., 7017 Ruse, Bulgaria

Phone: +359 82 - 888 558

E-mail: ckonov@abv.bg

Project objective:

Researches and assessment of the baseline and optimization of the work structure of the graphic design and advertising studio by applying the capabilities of state-of-the-art technical tools for creating advertising and BTL media.

Main activities:

- Survey and baseline analysis;
- Analysis, systematization and classification of BTL advertising products created in advertising studios;
- Analysis, classification and selection of basic equipment to perform creative tasks and products for BTL advertising;
- Optimizing the organizational and working structure of the existing studio for graphic design and advertising;
- Design (synthesis) of a set of advertising products (promotional souvenirs) with application of new technologies and technical means;
- Testing and analysis of the response and audience evaluation of newly created advertising products;

Development of methodology for assessment and conducting of research on the aesthetic impact of graphic and advertising products.

Main outcomes:

- A modernized, optimized and fully functional structure of the University Studio for Graphic Design and Advertising.

Publications:

Folklore, myths and legends in advertising

Others:

there is no

ОБОРУДВАНЕ И РАБОТНА СРЕДА



ОБОРУДВАНЕ И РАБОТНА СРЕДА



РЕАЛИЗАЦИИ ЗА BTL РЕКЛАМА



МОСТРЕНИЦИ



РЕАЛИЗАЦИИ ЗА BTL РЕКЛАМА

