

*Студ. Бруева К.В.,
преп. Бурдыко О.В.
УО «ВГТУ»*

КОММУНИКАТИВНЫЙ ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ

В наше время прорваться через информационный хаос помогают искусство и коммуникативный дизайн.

В современном коммуникативном дизайне любой рекламы применяется несколько общих принципов: единство стиля (композиция задумывается как единое целое); гармония (все элементы композиции должны сочетаться друг с другом); порядок (объявление должно быть упорядочено с тем, чтобы оно читалось слева направо и сверху вниз); эмфаза (акцентирование элемента или их группы для его выделения на общем фоне); контраст (делает композицию интереснее – выделение жирным или курсивом, а также расширение межбуквенного интервала привлекают внимание к слову или фразе и создает контраст между шрифтовыми элементами); баланс (размер, тон, вес и позиции элементов объявления). Наше исследование позволяет выделить 9 основных принципов создания успешной коммуникативной рекламы:

1) сделать рекламу простой, даже глуповатой; 2) помнить, что вы продаете не продукт, а выгоду продукта; 3) использовать знаменитостей; 4) использовать возможности цвета; 5) плыть по течению; 6) избегать двусмысленности; 7) усилить контраст; 8) использовать детей и животных; 9) если у рекламы много текста, сделать его максимально привлекательным. Но следует помнить, что ни одно исследование не способно ответить на вопрос о том, какой из креативных подходов окажется наиболее успешным, потому что творчество имеет мало общего с наукой.

*Студ. Аксёникова И.,
Скрёбнева М.,
ст. преп. Яснова Н.П.
УО «ВГТУ»*

ДЕЛОВОЙ АНГЛИЙСКИЙ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ БИЗНЕСА И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УСПЕХОВ

С развитием международных экономических и коммерческих отношений знание делового английского языка становится жизненно важной необходимостью, а умение общаться и вести переписку на английском языке часто определяет уровень профессионализма сотрудника.

Особенность делового английского языка заключается в том, что для каждой отрасли есть своя специфика. Некоторые термины и выражения, имеющие в одной отрасли одно значение, в другой могут означать совершенно другое. Поэтому невозможно создать один единый курс делового английского языка, который бы удовлетворял потребностям всех специальностей.

Необходимо также отметить, что за многими терминами и выражениями английской деловой лексики стоят профессиональные знания, которые необходимы для правильной их интерпретации. Поэтому качественное освоение