

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Кафедра журналістики та філології

**ДОБІРКА PR-МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ КОРПОРАТИВНОГО САЙТУ
A SELECTION OF PR-MATERIALS FOR A CORPORATE WEBSITE**

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «бакалавр»
студента спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Реклама і зв'язки з
громадськістю»,
групи ЖТ-62(рк)

Холіна Дениса Андрійовича

Науковий керівник:

Гаврилюк Інна Леонідівна,

доцент, кандидат наук із соціальних
комунікацій

Суми 2020

Холін Д. А. Добірка PR-матеріалів для корпоративного сайту [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр; спец.: 061 – журналістика / Д. А. Холін; наук. керівник І. Л. Гаврилюк. – Суми : СумДУ, 2020. – 29 с.

У роботі представлені авторські матеріали, створені в жанрі привітальних листівок. Інформаційний продукт призначений для розміщення на сайті кафедри журналістики та філології СумДУ.

Ключові слова: вітальна листівка, корпоративний сайт, PR-матеріали, імідж.

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	4
ВСТУП.....	4
1. Обґрунтування необхідності унікальних PR-матеріалів на основі порівняння з іншими корпоративними сайтами.....	6
2. Специфікація інформаційного продукту.....	8
2.1. Структура інформаційного доробку.....	8
2.2. Авторська ідея.....	9
2.3. Особливості створення інформаційного доробку.....	10
2.4. Програмні та технічні засоби.....	14
3. Список використаних джерел.....	15
II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ.....	18
ВИСНОВКИ.....	25
ДОДАТКИ.....	27

І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ВСТУП

PR-матеріали є важливою складовою формування іміджу будь-якої інституції. Зокрема важливу роль у формуванні позитивного іміджу організації становлять вітальні листівки.

Вітальні листівки на корпоративних сайтах створюють атмосферу піклування про користувачів і складають позитивне враження про організацію.

Активно використовують вітальні листівки на своїх сайтах і заклади вищої освіти, їхні структурні підрозділи.

За допомогою вітальних листівок на корпоративних сайтах можна транслювати відповідні цінності та демонструвати відкритість освітнього закладу. Окрім того, за умови унікальності, автентичності, вітальні листівки, допомагають відрізнитися, виділитися з-поміж інших закладів вищої освіти. А це особливо важливо в профорієнтаційній роботі, яка є чи не найголовнішою складовою будь-якого навчального закладу.

Сфера PR розвивається стрімкими темпами, вона стала об'єктом досліджень багатьох науковців. Питання побудови іміджу закладів вищої освіти досліджували такі науковці, як: Н. Горбенко, В. Грабовський, Ю. Гунченко, Ю. Карпенко, Д. Ліфінцев, С. Мельник, Я. Пономаренко, І. Проценко та ін.

На жаль, функціональний потенціал вітальних листівок як складового елемента іміджетворення організації не було розглянуто. Хоча слід зазначити, що привітання досить широко використовуються на корпоративних сайтах.

Має свій сайт і кафедра журналістики та філології СумДУ. Це основне джерело, звідки можна отримати інформацію про життя й діяльність кафедри.

Оскільки корпоративний сайт кафедри журналістики та філології – це те місце, куди заходять викладачі, студенти, абітурієнти, їхні батьки, представники мас-медіа, громадських організацій тощо, важливо побудувати

такі PR-стратегії, що будуть позитивно впливати на імідж вищезазначеного структурного підрозділу. Зокрема позиціонувати кафедру як ту, що є відкритою, креативною, орієнтованою на шанування традицій. Одним із PR-компонентів, як ми говорили вище, можуть бути вітальні листівки.

Отже, створення вітальних листівок для сайту кафедри журналістики та філології є **актуальним**.

Мета нашої бакалаврської роботи полягає у створенні привітальних листівок для сайту кафедри журналістики та філології Сумського державного університету.

Для досягнення мети необхідно виконати такі **завдання**:

- з'ясувати важливість створення вітальних листівок для корпоративного сайту;
- створити добірку вітальних листівок для сайту кафедри журналістики та філології СумДУ;
- проаналізувати специфікацію створеного доробку, зокрема технічні характеристики та авторську ідею.

Практична значущість: продемонструвати значущість вітальної листівки як важливої складової формування іміджу корпоративного сайту і заохотити студентів спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю» в майбутньому звернути увагу на цей вид дизайнерської діяльності.

1. ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ УНІКАЛЬНИХ PR-МАТЕРІАЛІВ НА ОСНОВІ ПОРІВНЯННЯ З ІНШИМИ КОРПОРАТИВНИМИ САЙТАМИ

Вітальні листівки є вагомим складником іміджу будь-якої організації. На них варто звертати увагу всім тим, хто хоче вибудувати правильні соціокомунікаційні та іміджеві стратегії.

Для того щоб зрозуміти, наскільки заклади вищої освіти розуміють важливість вітальних листівок як іміджетворчої категорії, ми проаналізували архіви факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка, Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, факультету зв'язків з громадськістю і журналістики Київського національного університету культури і мистецтв та факультету української філології та журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Так, наприклад, до Дня знань факультет журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка на своєму корпоративному сайті розмістив фотографії, що відображають події, які відбулися в цей день, та підпис: «Факультет журналістики – ваше найкраще джерело знань. Насолоджуйтесь першокурснички!»

До Нового року було підготовлене велике текстове привітання.

До Дня журналіста було підготовлене привітання від ректора університету. При цьому використано багато привітального тексту, який був розміщений на фоні університету з логотипом.

Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка до Дня журналіста розмістив на сайті привітання з невеликим текстовим побажанням та зображенням, пов'язаним зі святом.

До Дня захисника України був підготовлений невеликий привітальний текст із зображенням у кольорах прапора України.

На сайті факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова не було знайдено жодного привітання, приуроченого до будь-якого свята.

Привітання з Новим роком на корпоративному сайті факультету зв'язків із громадськістю і журналістики Київського національного університету культури і мистецтв зроблено у вигляді великого текстового привітання з креативною фотографією щасливих дівчат на фоні ялинки, які підкидують подарунки.

До 8 Березня підготовлено велике текстове привітання з фотографією, на якій зображено хлопців, які вітають дівчат квітами.

До Дня журналіста було написано велике текстове повідомлення та додані фотографії зі студентами під час навчального процесу.

Факультет української філології та журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка до Дня рекламіста підготував матеріал про події, які відбувалися в цей день в навчальному закладі.

До Дня філолога на сайті була розміщена вітальна листівка з квітами та надписом: «29 березня – День філолога! Вітаємо зі святом».

До Міжнародного дня рідної мови також розроблена вітальна листівка і доданий тематичний вірш.

Отже, за результатами аналізу корпоративних сайтів тих структурних підрозділів закладів вищої освіти, де провадиться підготовка фахівців за спеціальністю 061 «Журналістика», було з'ясовано, що привітанням до, здавалось би, значних подій не завжди приділяється відповідна увага. Це й зумовило необхідність створення вітальних листівок для сайту кафедри журналістики та філології СумДУ, що мають стати важливим іміджевим компонентом у PR-діяльності цього структурного підрозділу.

2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

2.1. Структура інформаційного доробку

«Листівка – носій твору мистецтва, особлива форма для вираження й існування художнього змісту, візуалізованого через певний естетичний об'єкт – зображення» [6, с. 529].

Коли з'явилися листівки, достеменно невідомо. Раніше листівку ще називали «відкритий лист». Наприкінці XIX – початку XX століття використовували ще й таку назву, як «артистична картка». Швидше за все, її так називали тому, що створювали її люди мистецтва – художники.

Як зазначають автори розвідки «Роль листівки в становленні графічного дизайну в Україні», вітальна листівка має сталі структурні елементи: «Вітальна листівка характеризується наявністю чіткого, красивого надпису; тематичною спрямованістю зображення; виразністю зображення та шрифту» [6, с. 529].

На сьогодні листівка розширила свої тематичні межі. За тематикою листівки поділяють на такі різновиди: вітальні, рекламні, інформаційні [6, с. 529].

Ми працювали над створенням вітальних листівок.

Наш інформаційний продукт складається з 14 матеріалів:

- День знань (1 макет);
- День працівника освіти (1 макет);
- Новий рік (2 макети);
- 8 Березня (2 макети);
- День рекламіста (2 макети);
- День журналіста (2 макети);
- День дизайнера (2 макети);
- День працівника радіо і ТБ (2 макети).

2.2. Авторська ідея

При створенні листівки автор може використовувати різні концептуальні рішення. «Можуть використовуватися ілюстрації різного характеру: авторські малюнки, репродукції, фото, колажі, додаткові елементи декорування. Можлива індивідуальна розробка розгортки, макету, шрифтів, ілюстрацій, додавання тексту» [11].

Для корпоративних сайтів варто розробляти індивідуальний дизайн вітальних листівок. «Основна мета дизайнерського проекту – привернути увагу, виділити інформацію або товар з загального потоку, поєднати естетичну і функціональну складові для досягнення максимально ефективного результату» [9, с. 17]. Вітальна листівка, як і PR-матеріал, виконує схожі завдання, але в менш масштабному плані, об'єднуючи відвідувачів корпоративного сайту навколо визначних дат.

У нашому випадку вітальна листівка також є інструментом для розвитку сталої корпоративної культури.

Дизайн листівки, яка має бути розміщена на корпоративному сайті, також полягає у створенні комунікації із відвідувачем сайту.

Однією з основних передумов досягнення компаніями успіху в довгостроковій перспективі є цілеспрямоване формування і розвиток корпоративної культури [8, с. 443].

Створюючи листівки, ми намагалися створити максимально доступний для сприйняття матеріал і максимально спростити сприйняття, зробити так, щоб наш доробок відповідав загальній концепції сайту.

Мета створених нами вітальних листівок – створити позитивне враження та залишити позитивні емоції після їх перегляду.

2.3. Особливості створення інформаційного доробку

Для вітальних листівок використано мінімум тексту, оскільки вони розміщуються на головному екрані сайту і змінюється іншим матеріалом протягом 4 секунд. За цей час користувач має побачити, до якого свята призначено привітання, візуалізувати елементи дизайнерських рішень у вигляді кольорів (фону) і малюнкових елементів.

Важливим компонентом у створенні дизайнерського продукту є колір. «Сприйняття кольору суб'єктивне. Колірну характеристику можна дати будь-якому явищу природи, запаху, смакові, звукові. Чим більше розвинута в художника «чутливість» до кольору, тим більш точно будуть виконані ним будь-які колірні композиції» [14, с. 76].

Виконуючи роботу, ми намагалися добирати колірну гаму відповідно до свята, його настрою, а також враховували кольорову гаму корпоративного сайту.

Також важливою частиною створення вітальної листівки є шрифти. Зважаючи на те що наші листівки спрямовані для того, щоб створити святковий настрій, були використані переважно декоративні шрифти.

Вітальні листівки до Нового року (рис. 1, 2).

У першому варіанті вітальної листівки зображено три ялинки, прикрашені гірляндами, новорічні прикраси та подарунок. Додано надпис: «З Новим роком!». Також додано 7 невеликих зображень сніжинок, які рівномірно розміщені на поверхні вітальної листівки. Фон вітальної листівки – червоний. Текст, новорічну прикрасу та подарунок зроблено в жовтому кольорі. «Жовтий надає червоному експансивність, а червоний «направляє» жовтий до реальних досягнень» [1, с. 94].

Ялинки виконані в зеленому кольорі, гірлянди яскраво-червоного, блакитного та жовтого.

Шрифт: Gunny Rewritten.

Другий варіант вітальної листівки з червоно-жовтим фоном та конфеті.

Такий фон виконано з тієї ж причини, що і в першому варіанті. Угорі також додані гірлянди з білим та фіолетовим кольорами. По середині листівки надпис: «З НОВИМ 2020 РОКОМ». Цифри виконані у вигляді яскравих гірлянд.

Шрифт: BERNIER Shade.

Вітальні листівки до 8 Березня (рис. 3, 4).

Перший варіант має на фоні різні відтінки рожевого кольору. Оскільки рожевий – це жіночність та миловидність [14, с. 84]. У верхньому правому та лівому нижньому кутах зображено рослини. По всій поверхні листівки розміщені квіти в яскравих жовтому, блакитному та зеленому кольорах. Основне повідомлення: «З 8 березня!».

Шрифт: Aquarelle Regular.

Другий варіант має зелено-помаранчевий фон. Зелений як спокій та помаранчевий як динамічний та максимально активний [14, с.78]. Згори в лівому та правому кутах розташовані рослини. Знизу зліва та справа – різні види квітів, виконані в рожевому кольорі. По середині надпис: «З 8 березня!», виконаний в світло-рожевому та темно-рожевому кольорах. Цифра «8» зроблена окремо (для того щоб виділити дату).

Шрифт: Matilda Regular.

Вітальна листівка до Дня знань (рис. 5).

Фонові кольори листівки – жовтий та помаранчевий. Жовтий – теплий, помаранчевий – легкий та теплий [14, с. 77]. Також ці кольори уособлюють колір осені, коли відбувається це свято. Основне зображення – лупа, під якою можна побачити книгу. Зліва також зображені підручники, які лежать один на одному. Такі малюнки символізують важливість книги в навчальному процесі та отриманні знань. Зліва також зображені підручники. Доданий надпис: «З Днем знань!».

Шрифт: Aquarelle Regular.

Вітальна листівка до Дня працівника освіти (рис. 6).

Фон має жовтий, помаранчевий та фіолетовий кольори. Жовтий – рухливий, помаранчевий – динаміка, фіолетовий – виразний [14, с. 77–79]. На фоні багато простих елементів – кола та лінії, що символізують насиченість роботи працівників освіти і в той же час важливість цієї роботи. Знизу розміщена книга – символ знань, інтелекту. По середині повідомлення: «З Днем працівника освіти!»

Шрифт: AGReverance.

Вітальні листівки до Дня рекламіста (рис. 7, 8).

Фон першого варіанта листівки – блакитне небо та білі хмари. Блакитний колір – це гармонія, білий – колір чистоти [14, с. 77–78]. На хмарах надпис: «З Днем рекламіста!». У верхній частині намальована лампочка, яка летить вгору, вона символізує ідею. Слід від лампочки заповнює надпис «креатив», що є невід’ємною частиною роботи рекламіста. Також на фоні в небі зірки, до яких летить «космічна» ідея.

Шрифт: TatianaCTT Normal.

Другий варіант складається з багатьох пікселів, які складають зображення в растровій графіці. З лівої сторони шкала завантаження креативу, яка наближається до завершення. Справа надпис «З ДНЕМ РЕКЛАМІСТА!» і два графічних елементи у вигляді бомби та зірки, які вказують на креативну ідею. Фоновий колір помаранчевий – енергія та баланс [14, с. 79].

Шрифт: JoystixMonospace-Regular.

Вітальні листівки до Дня журналіста (рис. 9, 10).

Перший варіант має світло-коричневий (бежевий) фон. Це колір теплоти, дружелюбності та простоти, тобто зв’язка з реципієнтом [14, с. 78]. По середині розміщений надпис: «З Днем журналіста!». Зліва та знизу розташовані два мікрофони – важливі елементи журналістської роботи. Справа вгорі диктофон, необхідний для повноцінної роботи журналіста.

Шрифт: FrizQuadrataCTT Italic.

Другий варіант складається з жовто-зеленого фону. Такі кольори надають відчуття свіжості [14, с. 80]. По середині друкарська машина. Зліва аркуш з пером, яким написані нотатки. Справа фотоапарат. Надпис «З Днем журналіста!» виконаний у вигляді надрукованого на друкарській машині. Зліва внизу краплі чорнила від пера. Використані елементи журналістської роботи минулого століття, щоб підкреслити багату історію цієї професії.

Шрифт: B52 Regular.

Вітальні листівки до Дня дизайнера (рис. 11, 12).

Перший варіант виконано на блакитному фоні різних відтінків. Колір гармонії та стійкості [14, с. 84]. Знизу надпис «З Днем дизайнера!». У лівому верхньому та правому нижньому кутах розміщені дизайнерські елементи у вигляді кривих ліній. По середині три об'єкти: перо, малярки та палітра кольорів. Перо є основним інструментом у створенні зображення. Малярки слугують результатами виконаної роботи. Палітра кольорів – це складова їх успішного підбору.

Шрифт: Still Time Cyr Regular.

Другий варіант виконаний на помаранчевому фоні, що символізує амбіції [1, с. 12]. Зліва та справа графічні елементи у вигляді намальованих пензлем ліній. Знизу надпис: «З Днем дизайнера!». Головні елементи: олівець, пензель та інструмент для визначення кольору. Усі елементи важливі в дизайнерській справі.

Шрифт: BetinaScriptC.

Вітальні листівки до Дня працівників радіо, телебачення та зв'язку (рис. 13, 14).

Перша листівка розміщена на фоні зеленого кольору. Колір символізує бадьорість [14, с. 79]. По середині надпис про прямий ефір, як на телебаченні. Зліва – зображення радіо, справа – телевізора. Зверху зображено, як ідуть звукові вібрації. Надпис знизу – «З Днем працівників радіо, телебачення та зв'язку!».

Шрифт: ZapfChanceryC Regular.

Другий варіант виконано на зеленому фоні іншого відтінку. Це колір радості та відтворення [14, с. 135]. Зліва зображений телевізор, що усміхається. Справа – радіо, яке також усміхається. Надпис знизу – «З Днем працівників радіо, телебачення та зв'язку!».

Шрифт: BauhausC Medium.

2.4 Програмні та технічні засоби

Представлений на захист доробок був створений в програмі Adobe Illustrator.

Adobe Illustrator – професійний графічний редактор для створення та редагування векторної графіки від компанії Adobe. Використовується в різних цілях: в рекламі, вітальних листівках, плакатах, книгах, розкадровках, журналах, газетах та ін. Програма має широкий набір інструментів для малювання і можливості управління кольором і текстом.

Програма дозволяє детально взаємодіяти з кожним елементом векторних зображень, тим самим максимально підходить для виконання поставлених завдань.

Adobe Illustrator зберігає файли у векторному форматі Adobe Illustrator artwork (AI), при зберіганні файлу надається розширення .ai.

3. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базыма Б. А. Психология цвета: Теория и практика / Б. А. Базыма. – М.: Речь, 2005. – 208 с.
2. Горбенко Н. В. Особливості формування іміджу сучасного університету [Електронний ресурс] / Н. В. Горбенко // Освітологічний дискурс. – 2014. – № 1. – С. 36–45. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/osdys_2014_1_6.
3. Грабовський В. Значення PR-діяльності в мережі інтернет [Електронний ресурс] / В. Грабовський, С. Шпилик // Матеріали X Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів, 8 листопада 2019 року. – Т: ТНТУ, 2019. – С. 113–114. – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29363/2/RSPIC_2019_Hrabovskyi_V-The_value_of_pr_activities_113-114.pdf.
4. Гунченко Ю. О. Сайт як передумова успішної підприємницької діяльності [Електронний ресурс] / Ю. О. Гунченко, С. Р. Красильников, Б. Б. Баніт // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2017. – Вип. 58. – С. 99–106. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpviknu_2017_58_15.
5. Карпенко Ю. М. Імідж вищого навчального закладу: основні складові та проблеми формування [Електронний ресурс] / Карпенко Ю. М., Карпенко Н. Л. // Науковий вісник Полісся. – 2015. – № 1 (1). – Режим доступу: http://journals.uran.ua/nvp_chntu/article/view/47479.
6. Кожома К. С. Роль листівки в становленні графічного дизайну в Україні [Електронний ресурс] / К. С. Кожома ; наук. кер. В. Н. Бистрякова, О. В. Мазніченко // Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (27–28 квітня 2017 р., Київ). – К. : КНУТД, 2017. – Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. – С. 528–529. – Режим доступу: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/9285>.

7. Король А. М. Теоретичні аспекти поняття "Графічний дизайн" [Електронний ресурс] / А. М. Король. // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Педагогічні науки. – 2013. – Вип. 108.1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_1_108_21.
8. Ліфінцев Д. С. Трансляція цінностей корпоративної культури як інструмент формування іміджу компанії [Електронний ресурс] / Д. С. Ліфінцев // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 440–443. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_12_66.
9. Лопухова С. О. Дизайн – мистецтво художника і розрахунок аналітика [Електронний ресурс] / С. О. Лопухова // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв . Мистецтвознавство. Архитектура. – 2011. – № 5. – С. 15–17. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2011_5_7.
10. Мельник С. Особливості PR-діяльності в інтернет-комунікації [Електронний ресурс] / С. Мельник, В. Вражитор // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації». – С. 240–244. – Режим доступу: <https://opu-konf.at.ua/2016-1/54.pdf>.
11. Мокроус Ю. Синтез компонентів ручної роботи та сучасних поліграфічних технологій у вітальній листівці [Електронний ресурс] / Ю. Мокроус. – Режим доступу: <http://www.masters.kubg.edu.ua/index.php/art/article/view/415>.
12. Пономаренко Я. І. Вітальні білборди як складова соціальної реклами / «Молодий вчений». – 2018. – № 12 (64). – С. 159–162, – Режим доступу: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2018-12-64-41>.
13. Проценко І. І. Імідж ВУЗу як складова системи освіти [Електронний ресурс] / І. І. Проценко // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. – 2015. – № 9. – С. 391–399. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pednauk_2015_9_52.

14. Романюк О. Н. Веб-дизайн і комп'ютерна графіка : навч. посібн. / О. Н. Романюк, Д. І. Кательніков, О. П. Косовець. – Вінниця : ВНТУ, 2007. – 142 с.
15. Олтаржевський Д. О. Корпоративне видання як інструмент public relations / Д. О. Олтаржевський // Інформаційне суспільство. – К., 2010. – Вип. 12. – С. 5–9.

II. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ



Рисунок 1 – Макет листівки до Нового року (варіант 1)



Рисунок 2 – Макет листівки до Нового року (варіант 2)



Рисунок 3 – Макет листівки до 8 Березня (варіант 1)



Рисунок 4 – Макет листівки до 8 Березня (варіант 2)



Рисунок 5 – Макет листівки до Дня знань

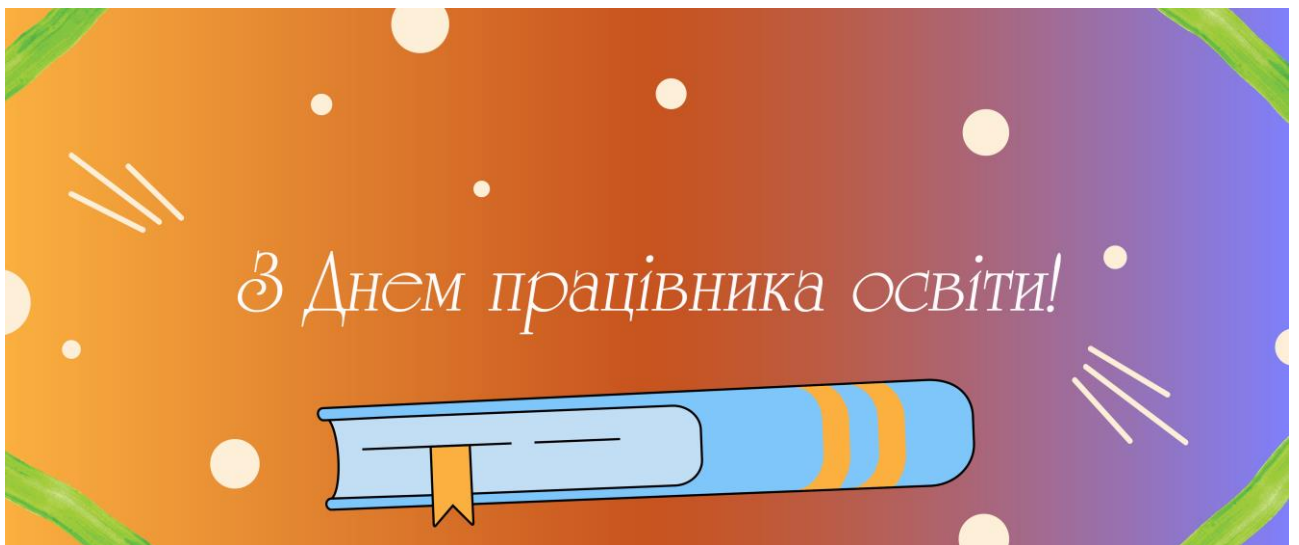


Рисунок 6 – Макет листівки до Дня працівника освіти

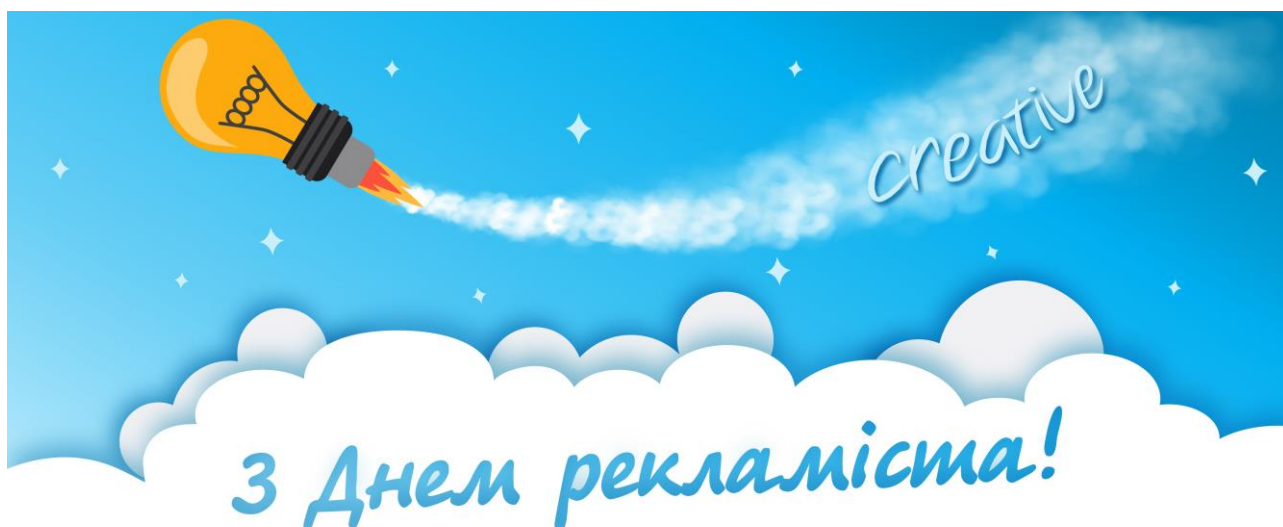


Рисунок 7 – Макет листівки до Дня рекламіста (варіант 1)



Рисунок 8 – Макет листівки до Дня рекламіста (варіант 2)

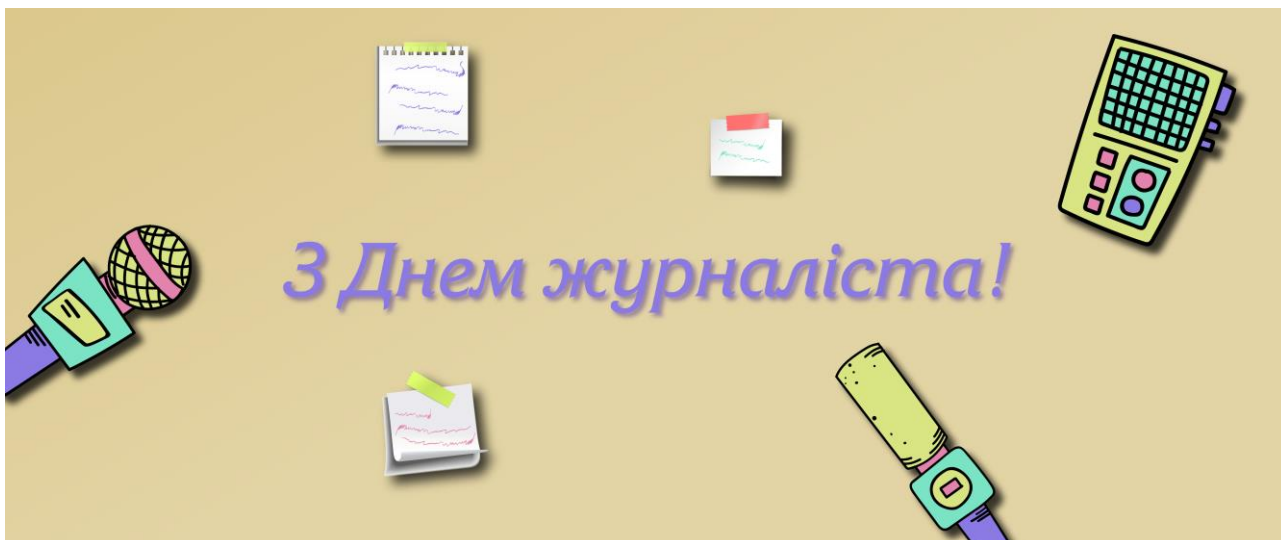


Рисунок 9 – Макет листівки до Дня журналіста (варіант 1)

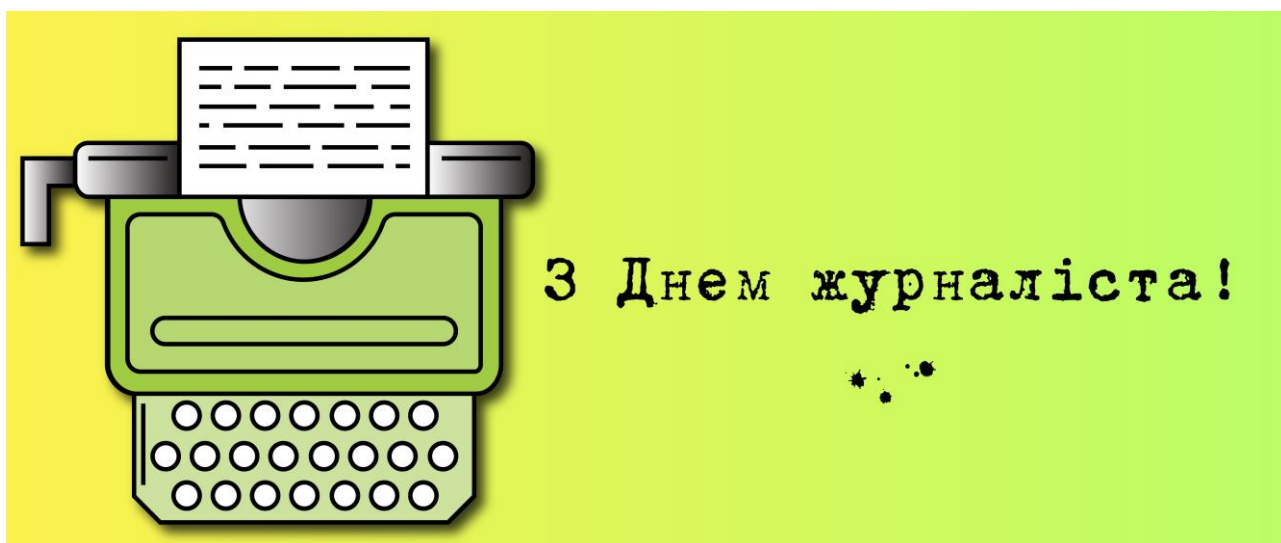


Рисунок 10 – Макет листівки до Дня журналіста (варіант 2)



Рисунок 11 – Макет листівки до Дня дизайнера (варіант 1)



Рисунок 12 – Макет листівки до Дня дизайнера (варіант 2)



Рисунок 13 – Макет листівки до Дня працівників радіо, телебачення та зв'язку (варіант 1)

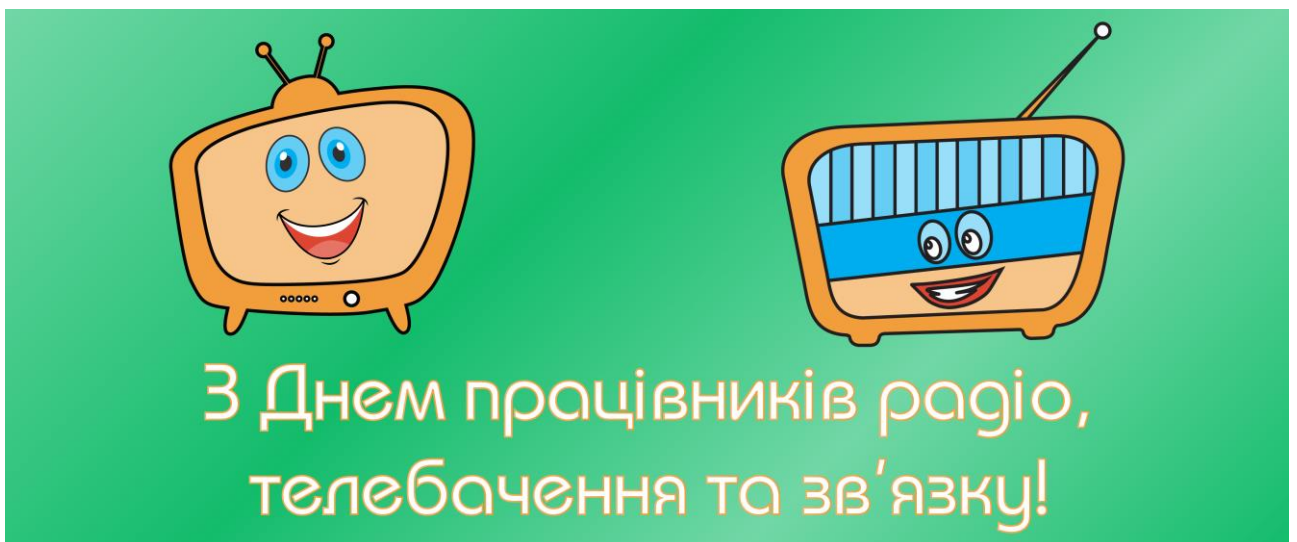


Рисунок 14 – Макет листівки до Дня працівників радіо, телебачення та зв'язку (варіант 2)

ВИСНОВКИ

Вітальна листівка – важлива складова у формуванні позитивного іміджу закладу вищої освіти, його структурних підрозділів. Це універсальний подарунок до будь-якої події,

Важливими вітальні листівки є у першу чергу для студентів, співробітників, бо показують, що про колектив дбають, намагаються зберігати та примножувати традиції, цінності. Особливо важливими такі PR-матеріали є для абітурієнтів, адже вони, заходячи на корпоративний сайт, можуть побачити, що тут пам'ятають про важливі дати, вітають з нагоди певних свят, тобто проявляють турботу до викладачів і, що найголовніше, студентів. Висловлення уваги користувачу сайту є необхідним компонентом для побудови комунікації.

Аналіз корпоративних сайтів закладів вищої освіти, де проводиться підготовка студентів за спеціальністю «Журналістика», зокрема за освітньою програмою «Реклама і зв'язки з громадськістю», засвідчив, що вітальним листівкам не відведено чільне місце.

Тож нами було вирішено створити вітальні листівки для сайту кафедри журналістики та філології СумДУ.

Загалом нами було створено 14 матеріалів. Це вітальні листівки до таких свят, як День знань (1 макет); День працівника освіти (1 макет); Новий рік (2 макети); 8 Березня (2 макети); День рекламіста (2 макети); День журналіста (2 макети); День дизайнера (2 макети); День працівника радіо і ТБ (2 макети).

Індивідуальний дизайн вітальних листівок є вагомою складовою іміджетворення. При розробці дизайну вітальних листівок враховувалося багато компонентів, а саме: колір, шрифти, ілюстрації, елементи декорування.

Зважаючи на стрімкий розвиток комп'ютерного дизайну, слід звернути належну увагу на розробку вітальних листівок в графічних редакторах. Для проектування вітальних листівок була використана програма Adobe Illustrator,

оскільки цей графічний редактор найкраще підходить для виконуваного нами виду роботи.

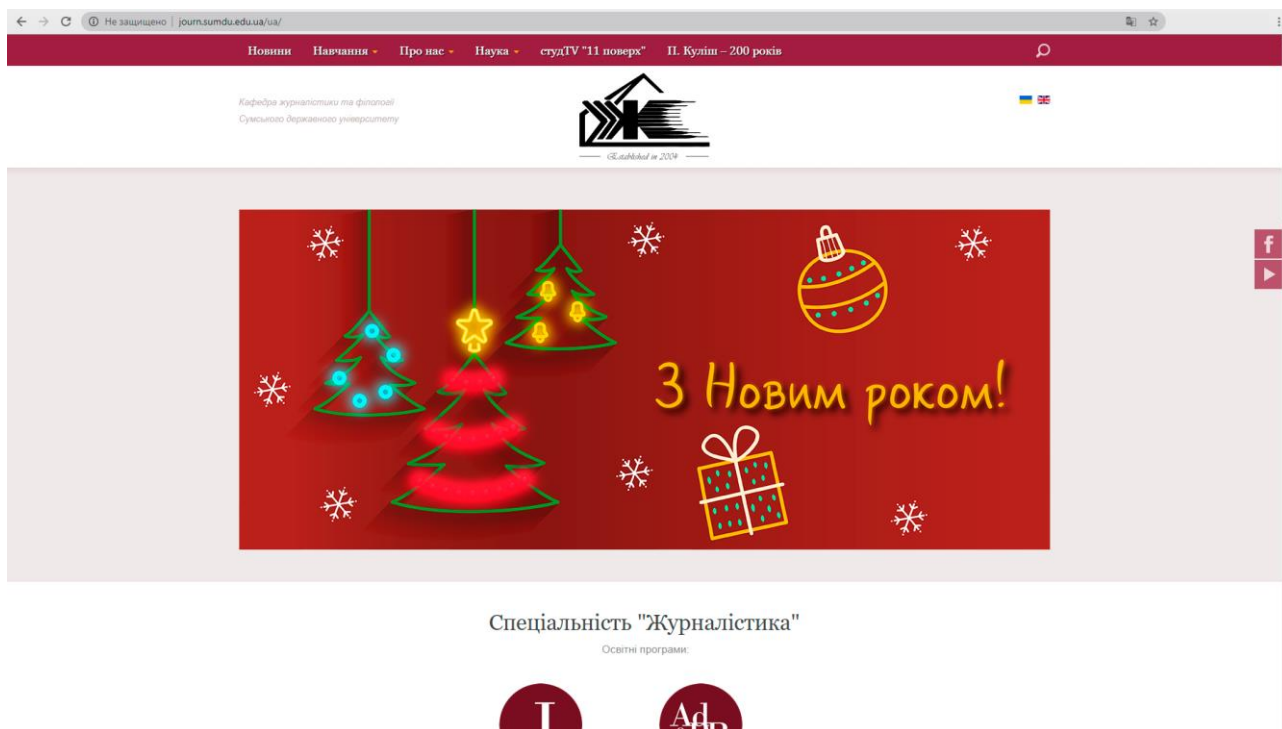
Вітальна листівка може бути різною – залежно від завдань, які вона виконує. Вона може містити великий текст із побажаннями, передувати привітальному матеріалу або, як в випадку з корпоративним сайтом кафедри журналістики та філології, розміщуватися на головному екрані протягом невеликого відрізка часу. Ми обрали саме цей варіант, оскільки він якнайкраще відповідає концепції сайту кафедри журналістики та філології. Саме тому наші листівки містять мінімальну кількість слів. Основний акцент зроблено на візуальних елементах, колористиці, шрифтах.

Зазначимо, що деякі з представлених на захист PR-матеріалів вже пройшли апробацію. Так, наприклад, на сайті кафедри журналістики та філології були розміщені вітальні листівки до таких свят, як Новий рік (Додаток А) та 8 Березня (Додаток Б). Інші ж листівки можуть бути розміщені незабаром, із нагоди відповідних свят.

Отже, вважаємо, що створений нами доробок є вдалим. Він дозволив нам продемонструвати отримані теоретичні знання та практичні вміння.

ДОДАТКИ

Скріншот вітальної листівки до Нового року
(сайт кафедри журналістики та філології СумДУ)



Скріншот вітальної листівки до 8 Березня
(сайт кафедри журналістики та філології СумДУ)

