

Макеева М. В., студент 408 группы
дневной формы обучения

Научный руководитель – Жилинская Т. С.,
кандидат педагогических наук, доцент

ИНФОРМАТИВНЫЙ ДИЗАЙН КОРПОРАТИВНОГО КАЛЕНДАРЯ КАК СРЕДСТВА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО- КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ

В настоящее время концепция «корпоративной культуры» все чаще применяется в педагогическом сообществе. Это объясняется тем, что в условиях рыночной экономики, где значительная часть социальных и профессиональных организаций базируется на корпоративных отношениях, образовательная система должна развивать у будущих специалистов готовность к работе в интересах корпораций и для достижения их целей. Кроме того, образовательные учреждения, обладающие значительными правами и относительной экономической автономией, становятся субъектами конкуренции, вынужденными защищать свои интересы на рынке образовательных услуг.

Черняк Е. Ф., доцент кафедры театрализованных представлений и праздников в работе [1] раскрывает понятия «корпоративная миссия», «корпоративная индивидуальность», «корпоративная идентичность» и высказывает мнение, что «все это помогает формировать имидж» учреждений культуры. Выстраивая различные информационные потоки в определенную систему, можно добиться исключительных результатов по формированию имиджа, укрепления авторитета и репутации учреждений культуры.

Одной из актуальных задач организации культуры является

создание такой корпоративной культуры, которая мотивирует персонал к действиям направленным на достижение цели организации путем согласования организационных и личностных задач. Центром корпоративной культуры являются ценности, на основе которых будет формироваться поведение персонала в организации культуры с учетом общественных идеалов и культурных традиций. Для выполнения выше поставленных задач, отличным инструментом будет выступать корпоративный календарь, как информационный ресурс для организации творческого трудового процесса, согласованности коммуникаций между организацией культуры и потребителем товаров, работ, услуг сферы культуры, соблюдения традиций, важных значимых календарных дат, а также как источник PR и рекламных компаний.

Проектная идея данной работы состоит в создании индивидуального корпоративного календаря для кафедры информационных технологий в культуре Белорусского государственного университета культуры и искусств. При разработке дизайн-концепции мы придерживались следующих общих правил разработки дизайн-макета на основе креативного подхода: первое – это лаконичность и конкретика информационного наполнения; второе – использование иллюстраций (напомним, что по статистике, при просмотре печатной продукции, глаз человека концентрируется на конкретной печатной информации всего 0,84 секунды, потому от того, насколько ярко и оригинально подобрана иллюстрация, зависит очень многое); третье – акценты.

Основные структурные факторы макета корпоративного календаря кафедры информационных технологий в культуре учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»: название (логотип) кафедры, заголовки (название месяца),

иллюстрации и основное числовое информационное наполнение.

Логотип отражает принципы и цели кафедры. В 70% случаев люди узнают организацию по логотипу. Успех логотипа напрямую зависит от его качества. Климова Г. А., в работе «Маркетинг услуг: дефиниция, специфика и функциональные задачи», утверждает, что процесс создания всегда не похож на другие процессы, в этом его оригинальность. Первой составляющей является форма логотипа. Она задает отношение потребителя к логотипу и отмечает, что современные логотипы в целях уникальности зачастую содержат несколько геометрических фигур и форм [2].

В учебном процессе университета используется нетрадиционная нумерация календарных недель, это обусловлено графиком учебного процесса и разделением на учебные семестры. В соответствии с графиком учебного процесса в университете предусмотрено 18 учебных недель, 3 недели для проведения экзаменационной сессии, 2 недели на каникулы в зимний период и 2 месяца – в летний. Таким образом, каждый учебный семестр занимает 5 месяцев. В проекте корпоративного календаря эти нюансы мы учтем и изменим традиционную нумерацию календарных недель на нумерацию, соответствующую академическому календарю университета. Это позволит упростить процесс планирования и координации деятельности, а также повысит эффективность и организацию работы кафедры.

Для реализации проекта мы выбрали две наиболее подходящие, на наш взгляд, программы для разработки календаря:

- Figma;
- Canva.

Квартальный календарь (т.н. «трио») – состоит из нескольких частей:

– верхнее поле, размером А4 (297 мм по горизонтали, 210 мм по вертикали). На верхнем поле чаще всего располагается логотип учреждения или компании, также могут быть размещены различные фотоколлажи или обычные фотографии;

– нижнее поле, размером А4 (297 мм по горизонтали, 210 мм по вертикали), и находящегося в ней поля, где чаще всего располагается контактная информация об учреждении (номера телефонов, электронная почта, QR-код или другой рекламной информации (по 55 мм по вертикали, 297 мм по горизонтали));

– три блока с датами (календарная сетка по 145 мм), соединенных пружинами.

Отличие квартального календаря от других видов настенных календарей в том, что в таком изделии на виду одновременно оказываются три месяца: предыдущий, настоящий и следующий – так называемый квартал. Одна из задач при создании макета квартального календаря – определить его размеры, создать календарные сетки для каждого месяца. Модель календаря мы будем создавать в программе Canva.

Общий размер календаря: 732 мм по вертикали, 297 мм по горизонтали. Календарь состоит из 4 блоков:

– первый блок (верхнее поле), его общие размеры: 297 мм по горизонтали, 210 мм по вертикали – здесь мы поместим логотип кафедры информационных технологий в культуре БГУКИ и создадим привлекательный дизайн. Необходимо также предусмотреть место под пружину, с помощью которой будут скреплены все части данного календаря (10 мм по вертикали);

– второй и третий блок (с датами) размером 297 мм по горизонтали, 145 мм по вертикали, в которых мы разместим

календарную сетку размером 275 мм по горизонтали, 138 мм по вертикали, и также место под пружины – сверху 297 мм по горизонтали, 10 мм по вертикали и снизу: 297 мм по горизонтали, 10 мм по вертикали;

– третий блок (нижнее поле), размерами 297 мм по горизонтали, 210 мм по вертикали, в котором также будет располагаться календарная сетка размерами 275 мм по горизонтали, 138 мм по вертикали и отдельное поле 297 мм по горизонтали, 72 мм по вертикали, в котором будет расположена контактная информация о кафедре информационных технологий в культуре «Белорусского государственного университета культуры и искусств» (номера телефонов, электронная почта, QR-код на социальные сети кафедры).

Главная особенность разработки корпоративного календаря для кафедры информационных технологий в культуре белорусского государственного университета культуры и искусств – создание учебной нумерации, замена традиционного счисления года с января по декабрь на нумерацию в соответствии с учебными неделями с сентября по август. Сочетая в себе информативную наполненность, а также привлекательный внешний вид данная разработка будет эффективно внедрена в рабочую деятельность кафедры, а также будет являться эффективным инструментом рекламирования и позиционирования (рисунок 1).

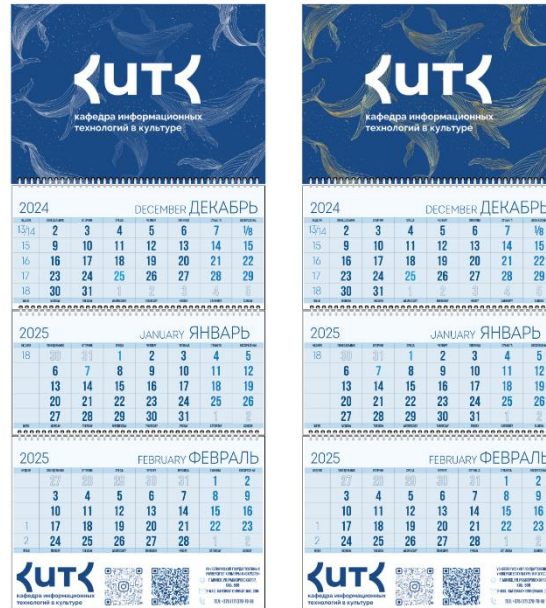


Рисунок 1 – Корпоративный календарь кафедры информационных технологий в культуре БГУКИ

Квартальный календарь является удобным инструментом для планирования и организации времени. Он предоставляет пользователю возможность видеть три месяца одновременно и содержит полезную информацию об организации или учреждении, в частности, контактную информацию. Создание модели такого календаря требует определения всех его общих размеров, а также размеров, предусмотренных на пружины, календарную сетку, контактную информацию.

Успешность корпоративного календаря кафедры информационных технологий в культуре Белорусского государственного университета культуры и искусств зависит от его дизайна. Дизайн подразумевает под собой выбор цветового и шрифтового решения, иллюстрации, расположения объектов, использование визуального образа, логотипа организации, а также яркой и интересной идеи. Календарь призван повысить удовлетворенность и вовлеченность пользователей благодаря удобному и визуально привлекательному интерфейсу.

Для изготовления данного календаря мы будем использовать

цифровой метод с постпечатной обработкой в виде глянцевого ламинирования.

В сфере культуры корпоративный календарь индивидуален, а дизайн корпоративного календаря разнообразен своим исполнением. При создании календаря важно найти оригинальную идею и осуществлять разработку дизайн-проекта, опираясь на уже существующие общие правила и требования. Важно учитывать информативную наполненность – то, насколько данный календарь будет соответствовать требованиям учреждения и то, насколько он будет эффективен в каждодневном использовании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Черняк, Е. Ф. Формирование имиджа вузов культуры и искусств / Черняк, Е. Ф // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2007. – № 1. – С. 146–150. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-imidzha-vuzov-kultury-i-iskusstv>. – Дата доступа: 25.03.2024.
2. Климова, Г. А. Маркетинг услуг: дефиниция, специфика и функциональные задачи / Г. А. Климова // Фундаментальные исследования. – 2012. – № 6 – 1. – 231 с.