



Рисунок 4 – Рассчитанные значения коэффициентов глубины охлаждения в результате а) стационарного расчета; б) нестационарного расчетов

Из сравнения стационарного и нестационарного расчетов видно, что в результате нестационарного расчета наблюдается втекания газа из проточной части, что вызывает повышение температур в области втекания и на стенках полости.

УДК 659.127

РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КОМПАНИИ

В. Г. Юртаева¹

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

Научный руководитель: Ю. И. Ряжева, к.э.н., доцент
*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

Ключевые слова: логотип, товарный знак, фирменный стиль, бренд

Фирменный стиль – это сочетание визуальных элементов, размещенных на товарах, упаковках, рекламных материалах компании и используемых при коммуникации с клиентами.

Цели создания фирменного стиля для организации:

- повышение узнаваемости бренда;
- усиление позиционирования компании на рынке посредством создания ассоциативного образа у потребителей. Элементы фирменного стиля будут вызывать определенные эмоции у потребителя, а также доверие и интерес;

¹ Юртаева Виктория Григорьевна, студент группы 7421-380302D,
email: vikyurtaeva@yandex.ru

- повышение в глазах потребителей ценности бренда через формирование первого впечатления у клиента;
- быть не похожим на конкурентов.

Разработка фирменного стиля включает в себя 8 основных этапов. Рассмотрим каждый из них.

Этап первый – подготовка. Начальный этап представляет собой сбор информации и аналитическую работу (анализируется рынок и потенциальные конкуренты).

Этап второй – определение стратегии и концепции. Именно с этого этапа начинается основная работа над фирменным стилем. Определяются основные идеи бренда, а также обозначаются приоритетные психологические составляющие фирменного стиля (подбирается ассоциативный ряд «фирменный стиль – образ – ассоциация»).

Этап третий – яркая идея. Суть этапа заключается в определении названия компании, подбора слогана и т.д.

Этап четвертый – визуальное решение. Компания выбирает основные фирменные цвета, шрифты и графические объекты. После этого, на основе выбранных элементов создаются эскизы.

Фирменный шрифт должен быть четким, доступным и легко читаемым как в крупном, так и мелком масштабе. Графические объекты должны быть разработаны с определенной индивидуальностью, чтобы отличаться своей оригинальностью от других компаний.

Этап пятый – разработка логотипа. Под логотипом понимается лицо компании, именно поэтому данный этап наиболее важный и ответственный.

Разработку логотипа лучше доверить профессионалу, который сделает интересный, яркий элемент фирменного стиля. Профессионально выполненный логотип быстро запомнится потребителям и станет эффективным инструментом рекламы.

Этап шестой – разработка элементов фирменного стиля. На данном этапе разрабатываются дополнительные элементы фирменного стиля: визитки, каталоги, бейджики, фирменные конверты, листовки, календари, папки и т.д.

Этап седьмой – брендбук. В книге бренда представлены основные идеи и правила использования фирменной символики, логотипа, рекламной продукции и прочее.

Последний этап – защита бренда. Важность этого этапа заключается в том, что защищая свой бренд, появляется возможность предотвратить повторения образа, названия компании и слогана.

Таким образом, разработка фирменного стиля является сложным и очень важным процессом, который напрямую влияет на узнаваемость бренда и эффективность работы организации.

Сохраняя последовательность этапов, выполняя процесс сплоченной командой и подходя к каждому элементу работы с творческим подходом – залог эффективного фирменного стиля.

УДК 50(09)+60(09)

ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ УСКОРИТЕЛЕЙ ЭЛЕМЕНТАРНЫХ ЧАСТИЦ: ОТ ЦИКЛОТРОНА ЛОУРЕНСА ДО БОЛЬШОГО АДРОННОГО КОЛЛАЙДЕРА

П. С. Яковлева¹

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

Научный руководитель: Н. Ф. Банникова, к.и.н., профессор
*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

Ключевые слова: ускорители, ядерная физика, мировая наука

Ускорители элементарных частиц зародились в конце двадцатых годов двадцатого века, когда в ядерной физике наступил момент, когда испускаемые при ядерных распадах частицы уже не могли удовлетворить научно-технические потребности учёных, активно изучающих атомы и их ядра.

Изучение истории развития ускорительной техники может дать понятие о развитии мировой науки в целом, так как при создании оборудования для ускорителей были задействованы очень многие области научных знаний, а в результате работы на них создавались новые научные течения и области. Ускорительная практика прошлого хорошо иллюстрирует общие законы познания, показывая развитие метода ускорения в результате борьбы противоречий.

Развитие ускорительной техники занимает важную нишу в мировом наукоёмком производстве, оно стимулирует развитие почти всех областей промышленности и науки. Развитие ускорительной техники заложило основы для развития квантовой физики и механики, физики высоких энергий и многих других отраслей ядерной физики. Что, в свою очередь, повлияло на становление всей мировой науки, в том числе космологи, астрофизики, химии и медицины.

¹ Яковлева Полина Сергеевна студент группы 1115-240301D,
email: polina.ya03@yandex.ru