

формирование и поддержание уникального образа компании, её имиджа, повышающего репутацию и престиж организации; обеспечение идентификации бренда и зрительное восприятие, узнаваемость продукции компании, а также ассоциирование его с конкретной компанией; выделение продвигаемых продуктов из ряда аналогичных товаров.

Базовыми составляющими фирменного стиля могут являться определённые сочетания цветов, логотип, товарный знак или марка компании, шрифт, слоган, униформа, медийные личности, представляющие компанию и некоторые другие составляющие.

Форма и цвет способны эмоционально воздействовать на человека. Простые геометрические формы быстрее воспринимаются и лучше запоминаются. С помощью определенных цветовых сочетаний можно управлять отношением потребителя к рекламе, выбор цветового решения осуществляется исходя из её основной темы. Непрофессиональным подходом считается использование нескольких цветов, градиентные заливки, тени и полутона, так как происходит нарушение одного из основных принципов хорошего логотипа – практичность и универсальность.

Фирменный стиль любой компании можно назвать эффективным инструментом, способствующим узнаваемости бренда и поддержанию хорошего имиджа, если он выполняет свои основные функции:

1. Выражает концепцию бренда и продукта и четко позиционирует его среди других компаний со схожим продуктом на рынке.

2. Обеспечивает узнаваемость и способствует формированию благоприятного имиджа.

УДК332.055.2

AUTOMOBILE INDUSTRY AS THE BASIS OF THE ECONOMY OF SAMARA REGION

F. A. Labuta¹

Samara National Research University, Samara, Russian Federation

Scientific supervisor: S. O. Davydova, senior lecturer,
A. A. Chaikina, candidate of technical sciences, associate professor
Samara National Research University, Samara, Russian Federation

Key words: automobile industry, gross regional product, automobile cluster, fundamental source

¹ Labuta Faddei Alekseevich, student of group 3105-230301D,
email: shadytey@mail.ru

The purpose of the study is to define the influence of automobile industry on the economy of Samara region.

The influence is based on such factor of the regions' economy as gross regional product (GRP). GRP contains many parts, but manufacturing industry in it is the main indicator in determining the impact of automobile industry on GRP.

The industry took 43% of GRP in 2020. In the same year producing of motor vehicles and other vehicles took about 26% of all the industry. This is equivalent to 183.88 bil. rubles and this is more than 10% of GRP of Samara region.

Such figures became possible, thanks to the automobile Cluster formed on the territory of Samara region. Over the past three years, automobile Cluster has been profitable.

As the result of the study the impact of the automobile industry on the economy of Samara region was clarified: It has been one of the fundamental sources of the economy, and to this day has had a strong impact on it. Also the cluster is constantly developing, supporting our region. Because of this, new investors are attracted, and the area is becoming more promising for foreign entrepreneurs.

УДК 373.5

ПРОГРАММА ИЗУЧЕНИЯ ПРИЧИН ОТКЛОНЕНИЯ В ПОВЕДЕНИИ РЕБЕНКА

О. Д. Лапчинская¹

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

*Научный руководитель: Н. В. Иванушкина, к.пед.н., доцент
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

Ключевые слова: отклонения в поведении, причины, девиация

Проявления отклонений от нормы поведения не являются уникальными и новыми, но это не уменьшает актуальности изучения данного вопроса и в наше время. Повседневная жизнь, требует от педагогов и от родителей подростков умения прививать здоровые ценностные ориентиры, моральные установки, чтобы избежать раздвоения в системе воспитания подрастающего поколения, которое может послужить причиной формирования их девиантного поведения.

¹ Лапчинская Оксана Дмитриевна, студент группы 5401-440302Z,
email: xend185@mail.ru