

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет мистецтв
Кафедра декоративно-прикладного мистецтва та дизайну

«Допущено до захисту»

В.о. завідувача кафедри

_____ Ємельова А.П

« ____ » _____ 2021 р.

Реєстраційний № _____

« __ » _____ 2021 р.

**ПРОЄКТ ОФОРМЛЕННЯ АУДИТОРІЇ № 405
«ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ»**

Кваліфікаційний проєкт
студентки 4 курсу
групи Д-17
ступеня вищої освіти «бакалавр»
спеціальності 022 Дизайн
Аксьонової Олександрі Олександрівни

Керівник:

кандидат педагогічних наук,
старший викладач Саприкіна Л.В.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS _____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ПРИМІЩЕНЬ.....	6
1.1 Характеристика стенду як виду зовнішньої реклами.....	6
1.2 Вимоги до стенду як різновиду зовнішньої реклами.....	8
1.3 Аналіз матеріалів у виготовленні стендів	11
Висновки до розділу 1.....	13
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТУВАННЯ ТА ВИГОТОВЛЕННЯ СТЕНДІВ ДЛЯ АУДИТОРІЇ № 405 «ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ».....	15
2.1 Аналіз аналогів інформаційних стендів.....	15
2.2 Проектування стендів для аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами».....	17
2.3 Етапи виготовлення стендів для аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами»	19
Висновки до розділу 2.....	21
ВИСНОВКИ.....	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	24
ДОДАТКИ.....	27
Додаток А.....	27
Додаток Б.....	30

ВСТУП

Стенди є одним із найпоширеніших видів зовнішньої реклами, найбільш ефективних засобів розміщення інформаційних та графічних матеріалів в межах безпосередньої діяльності людей. Стенд являє собою конструкцію певного розміру, що має секції для зберігання інформаційних листів, брошур, рекламних листівок, прайс-листів тощо.

Сьогодні практично кожна організація, які б послуги вона не надавала, має той чи інший вид інформаційного або рекламного стенду. Це може бути як комерційна структура, що доносить до своїх споживачів інформацію про послуги і товари, так і школи, дитячі садки, заклади муніципальної освіти, міністерства тощо. Відтак, інформаційний стенд є неодмінним атрибутом сучасного офісу, магазину, установи.

Широкого розповсюдження інформаційні стенди набули завдяки тому, що процес їх виготовлення відносно нескладний, а їх вартість невисока. До того ж, перевагою даного виду зовнішньої реклами є можливість мобільної змінюваності розміщеної на стенді інформації у разі необхідності. Зазвичай, інформаційний стенд оформлюється у фірмовому корпоративному стилі компанії або організації, що сприяє її успішному впровадженню на ринок.

Слугують інформаційні стенди зазвичай для відображення різної інформації в офісах, торгових приміщеннях, громадських будівлях, муніципальних закладах тощо. Інформаційні стенди використовуються як всередині приміщення, так і на зовнішніх об'єктах. Термін служби інформаційних стендів всередині приміщень зазвичай не встановлюється. А ось для стендів поза приміщеннями, які відчувають вплив агресивного зовнішнього середовища (дощу, снігу, вітру, сонця) часто термін служби обмежується двома роками.

Нині існує велика кількість видів стендів: стенди стандартної форми, фігурні стенди, стенди авангардно-постмодерністського дизайну, стенди, які обладнані прикріпленою книжкою і пластиковими кишнями-утримувачами,

стенди з підсвічуванням і на обертових шарнірах, стенди з елементами механічної анімації, вбудованими плазмовими панелями, голограмами та іншими візуальними спец-ефектами.

Актуальність проекту полягає у популярності стенду як виду зовнішньої реклами, що є своєрідним інформаційним та рекламним інструментом. Влучний вибір дизайну стендового оформлення дозволяє якісно і швидко сприймати та оброблювати інформацію, розміщену на стенді.

Мета роботи полягає у створенні проекту оформлення аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами».

Відповідно до мети визначено такі **завдання дослідження**:

1. Проаналізувати стан розроблення проблеми у науковій та фаховій літературі;
2. Визначити вимоги до проектування навчальних приміщень закладів освіти;
3. Здійснити аналіз методики проектування інформаційного стенда для навчального приміщення закладу освіти;
4. Розробити проект оформлення аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами»;
5. Виготовити в матеріалі інформаційні стенди для аудиторії № 405.

Об'єкт дослідження – дизайн навчальних приміщень закладів освіти.

Предмет дослідження – проектування та оформлення аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами».

Для реалізації мети та розв'язання поставлених завдань застосовувалися такі **методи дослідження**: метод порівняння, метод асоціацій, методи дизайнерського проектування, виділення візуальних невідповідностей, метод пошуку варіантів вдосконалення дизайнерського рішення за рахунок пошуку і усунення візуальних протиріч між елементами стендового оформлення та принципами їх компоновки.

Практична значимість кваліфікаційного проекту полягає в тому, влучний вибір дизайну стендового оформлення дозволяє якісно і швидко

сприймати та оброблювати інформацію, розміщену на стенді споглядачем. Виріб у матеріалі може бути використано як наочний матеріал у процесі професійної підготовки майбутніх дизайнерів у вищих начальних закладах.

Структура кваліфікаційного проєкту складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та 2 додатків на 5 сторінках. Загальний обсяг роботи становить 31 сторінки. Обсяг основного тексту становить 23 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ПРИМІЩЕНЬ

1.1. Характеристика стенду як виду зовнішньої реклами

Зовнішня реклама - графічна, текстова або інша інформація рекламного характеру, яка розміщується на спеціальних тимчасових або стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг, а також на автозаправних станціях.

Зовнішня реклама як засіб реклами, розрахований переважно на візуальне сприйняття, яке встановлюється на стаціонарних і пересувних конструкціях поза місцем продажу товару. Найбільш поширені формати зовнішньої реклами: дахова установка, білборд (реklamний щит), суперсайт, суперборди, відеоекран, призматрон, стела, сітілайт (панель-кронштейн), ролерний дисплей, перетяжка, брендмауер, рекламна сітка або сітка на лісах (полегшений тимчасовий брендмауер), електронне табло (рядок, що біжить), маркіз (реklamний або декоративний навіс), вивіска (світловий короб), дорожній показчик, сіті-формат, Піллар, об'ємно-просторова конструкція (збільшене штучне зображення людей, тварин, предметів), реклама на громадському транспорті, реклама в ліфтах, жива реклама, реклама в метро і на парковках, інформаційні та рекламні стенди [34] (Дод. А, Рис. 1.1).

Засоби зовнішньої реклами поділяють на стаціонарні та тимчасові. До стаціонарних засобів реклами відносять носії рекламних повідомлень, які мають постійне або довгострокове місце розміщення. Тимчасові засоби зовнішньої реклами розміщуються підприємствами в міському середовищі в години їх роботи.

Стаціонарні засоби, в свою чергу, поділяють на окремо розміщувані та такі, які розміщуються на будівлях і спорудах. Окремо розміщувані засоби зовнішньої реклами, на відміну від встановлених на будівлях, мають самостійний фундамент або площу розміщення.

До складу стаціонарної зовнішньої реклами входять наступні рекламоносії: плакати і афіші на тумбах, рекламні щити (біл-борди), панно на будівлях (брандмауери), плакати на стовпах, покажчики, розтяжки над проїзною частиною вулиці, рекламні та інформаційні стенди.

Рекламний стенд є одним із інструментів зовнішньої реклами; це спеціальна конструкція або щит з графічною або текстовою інформацією рекламного характеру (Дод. А, Рис. 1.2).

Вуличні стенди мають досить велику популярність. Використання стендів як носіїв зовнішньої реклами актуально для тих, хто виробляє, продає товари або пропонує послуги. Основне завдання даної продукції – надання необхідної інформації широкому колу людей.

Варто зазначити, що стенди поділяються на декілька видів: інформаційні стенди, презентаційні, рекламні. За наповненням стенди бувають з незмінною інформацією та з періодично змінювальною інформацією [8, с. 28]. Стенди з періодично змінювальною інформацією максимально інформативно наповнені, як текстово, так і у вигляді графічного зображення. Головною особливістю у проектуванні є спрямування до швидкісних та легких змін. На незмінних стендах інформація постійна і підлягає оновленню досить рідко. За способом розміщення інформації – стенди з пластиковими кишнями, з плоскими кишнями і об'ємними, нестандартні [21, с. 30].

Відтак, інформаційні стенди використовуються для розміщення інформаційної та рекламної продукції в спеціалізованих установах – школах, інститутах, офісах, магазинах та інших місцях загального користування (Дод. А, Рис. 1.3). Головним завданням інформаційного стенду є привертання уваги, як до елемента зовнішньої реклами та доведення до широких мас інформації про товари, акції, правила і розпорядки в закладі [2, с. 28].

Використання стендів є одним із найпопулярніших та найактуальніших варіацій зовнішньої реклами. Серед переваг варто виділити невелику вартість та різноманітність типів продукції для задоволення запитів рекламодавця.

Для виготовлення стендів застосовуються різні матеріали. Їх вибір залежить від рівня складності конструкції. Для простих конструкцій найчастіше використовують пластик або метал, для інших типів – ПВХ, ДСП або оргскло.

1.2. Вимоги до стенду як різновиду зовнішньої реклами

Грамотне оформлення будь-якої інформації є запорукою її донесення до цільової аудиторії і отримання необхідної позитивної реакції. Одним із найбільш доступних і ефективних способів розміщення інформаційних матеріалів є використання спеціальних стендів.

Рекламу, новини або привітання дозволено розміщувати на власний розсуд. Існують певні види інформації, які завжди повинні бути у полі зору відвідувачів і співробітників. Наприклад, алгоритм дій в екстрених ситуаціях, виробничі інструкції, правила пожежної безпеки тощо. На підприємствах інформаційні стенди повинні містити нормативні документи, правила експлуатації обладнання і порядок надання першої допомоги [3, с. 89].

У кожному об'єкті торгівлі та надання послуг можна побачити куточок споживача – стенд для розміщення закону про захист прав покупців (Дод. А, Рис. 1.4), який спрямований для застереження та вирішення конфліктних ситуацій між продавцем та покупцем [26, с. 131].

Конструкція стенду має бути компактною, але яскравою, щоб виділятися з метою привертання уваги. Оскільки інформаційна дошка являє собою рекламний та іміджевий майданчик організації, вона повинна бути виготовлена у фірмовому стилі. Це не тільки своєрідна візитівка підприємства, але й уособлення інтер'єрної реклами. Стильні і компактні інформаційні дошки, які виконані з сучасних матеріалів, прекрасно вписуються в інтер'єр будь-якого приміщення. З їхньою допомогою можна не тільки донести до споживачів і працівників необхідні відомості, але і доповнити існуючий дизайн інтер'єру [10, с. 27].

Вимоги до оформлення інформаційного стенду передбачають дотримання трьох складових: функціональність, естетичність, ергономічність.

До функціональних вимог належать такі:

- розташовувати матеріали в логічній послідовності в читабельному вигляді;
- забезпечити наявність обов'язкового організаційного блоку (заголовок або слоган, емблема, графіки, розклад тощо) і додаткового інформаційного блоку;
- контролювати співвідношення постійних і тимчасових матеріалів: актуальність, оперативність (своєчасність), систематичність, пізнавальна цінність, профілактична ефективність;
- зберігати співвідношення текстового і образотворчого матеріалу;
- дотримуватися стильової єдності: шрифти, колірна гамма, символи; передбачити простоту і зручність зміни інформаційних матеріалів;
- стендова інформація повинна регулярно оновлюватися в залежності від рубрики: щодня, щотижня, але не рідше одного разу на місяць [35].

Естетичні вимоги до оформлення інформаційного стенду передбачають наступне:

- інформаційні стенди рекомендується виконувати в одному стилі з загальним оформленням приміщення. Кількість інформаційних стендів (табло, стійок) визначається, виходячи з обсягу розміщеної інформації і можливостей простору;
- при розміщенні матеріалів дотримуватися високу художню якість візуальної інформації (стильова єдність: шрифти, колірна гамма, символи);
- інформаційний матеріал може бути виготовлений друкарським способом або за допомогою комп'ютера. Інформація оформляється чорним або кольоровим шрифтом на білому фоні. Розмір шрифту повинен забезпечити можливість ознайомлення з текстом для людей із вадами зору. Інформація дається великим друкованим шрифтом на білому фоні так, щоб її можна було

прочитати з відстані 2-3 метрів. Тема виділяється кольором і більш збільшеними розмірами [25, с. 161];

- назва інформаційного стенду (табло) і назва кожного питання, по якому надається інформація, виділяються жирним шрифтом 24 пт;

- дотримуватися читабельність шрифту: розмір шрифтових знаків від 16 і вище; довжина рядка - не менше 1 см від краю листа; інтервал між рядками не менше 1,5 [23, с. 67];

- форма рядків - рекомендовано вирівнювання по ширині, чіткість, ясність шрифту - відношення кольору шрифту до кольору фону);

- найважливішу, ключову інформацію розміщувати в лівому верхньому кутку;

- інформацію слід чітко візуально структурувати; матеріал повинен включати в себе заголовок, підзаголовки і основний текст; доречно використовувати короткі, яскраво оформлені заголовки, що складаються з двох-трьох слів;

- влучним рішенням є використання різних ілюстрацій, елементів оформлення, а також фотографій, підібраних відповідно до змісту матеріалу; поля рекомендується робити досить великими;

- використовувати виділення інформації. Виділення - це контрасти, однак, не має сенсу виділяти 50% інформації, це не сприймається. Виділяти необхідно тільки ключові моменти, найважливішу інформацію (кольором, наприклад, червоним, іншим шрифтом, або підкресленням);

- важливу роль у візуалізованій подачі інформації грає кольорова гамма: правильно підібрані кольори, які умовно можна поділити на теплі і холодні. Найтепліші кольору - червоний і помаранчевий. Вони дуже агресивні. Якщо робити великі площі таких кольорів, то дуже швидко втомлюються очі. Холодні кольори – синій, фіолетовий. Вони навпаки створюють якусь відстороненість. Для кращого сприйняття інформації рекомендується використовувати нейтральні тони, зокрема, білий, зелений (він абсолютно нейтральний і створює щось м'яке) [15, с. 89].

Загальні рекомендації наступні:

- фон повинен бути неяскравим, приглушеним. літери повинні бути сильно контрастні по відношенню до фону. Причому, контрастні НЕ тільки по відтінку, але і по яскравості [22, с. 15];

- щоб відвідувачі не тільки прочитали, але і засвоїли розміщений вами матеріал, він повинен бути коротким і лаконічним. зазвичай краще запам'ятовується початок і кінець повідомлення, ніж його середина. намагайтеся розміщувати значиму інформацію на початку листа, а також робіть висновки, підводите підсумки в повідомленні [12, с. 17];

- матеріал великого обсягу необхідно розбивати на кілька сторінок, що зумовлено з особливістю короткочасної пам'яті [5, с. 92];

Ергономічними вимогами до оформлення інформаційного стенду є:

- можливість санітарної обробки;
- гігієнічність матеріалів і фарб;
- простота і зручність зміни інформаційних матеріалів;
- розмір кожного стенду визначається самостійно.

Висоту розміщення доцільно розраховувати на середній зріст людини (не вище 170 см і не нижче 140 см). Оптимальне розміщення стенду – вгору від горизонтального погляду – 50–60 см., вниз – 70–80 см., в обидві сторони – 60–62 см.

Дотримання ергономічних вимог забезпечує найбільш безпечне та ефективне використання виробів, виходячи з психічних і фізичних особливостей людського організму.

1.3 Аналіз матеріалів у виготовленні стендів

Для виготовлення стендів застосовуються сучасні та перевірені часом матеріали. Для таких цілей підходить пластик ПВХ (Дод. А, Рис. 1.5). Він зручний, легкий, має гладку й рівну поверхню. Легко обробляється, що дає можливість створювати стенди різних форм і об'ємів. Пластик ПВХ

застосовується від 2 до 8 мм. товщиною. Його також використовують для виготовлення вивісок і табличок. Пластик ПВХ є не замінний в виготовленні об'ємних і складних форм застосовуваних для оформлення стендів та інших інформаційних і рекламних носіях.

Металеві панелі будуть доречні на стенді важкої промисловості або високотехнологічної компанії, дерево допоможе в створення затишної атмосфери організаціям випусковим меблі, скло досить універсально і має масу варіантів застосування. Так само популярні панелі МДФ, які можуть створити незабутнє враження для багатьох напрямків діяльності.

Сучасні матеріали відрізняє не тільки висока якість, але часом - унікальні особливості. Також, для виставкових цілей можна використовувати все різноманіття матеріалів:

1) Самоклеючі плівки, які поділяються на: транслюцентні (висока ступінь розсіювання); еластичні (застосовуються для поверхонь, що мають гнучку основу); універсальні; плівки для досягнення світлових ефектів (розсіюють і блокують світло); прозорі з високим рівнем світлопропускання;

2) Вінілові тканини: банерні стандартні (білі і кольорові); банерні особливі (з матовим і глясовим ефектом); вінілові тканини з транслюцентного ефектом;

3) Світлоповертаючі плівки і тканини: плівки з самоклеючою поверхнею; тканини зі світлоповертаючих ефектом; плівки, що дозволяють переносити їх на текстиль (за допомогою термо-методу). Такі матеріали характеризуються тим, що в них містяться оптичні елементи, які відбивають падаюче на них світло.

Не менш важливою складовою інформаційного стенду є кишені (файли) розташовані на основі стенду. Кишені виготовляються з органічного скла (ПММА), прозорого поліетилену (ПЕТ) або прозорого пластика (ПВХ), і кріпляться до основи на двосторонній скотч або спеціальний клей (в залежності від призначення інформаційного стенду).

На сьогоднішній день найпопулярнішим матеріалом для виготовлення кишень (файлів) є прозорий ПВХ товщиною 0,6 мм. Це достатньо міцний матеріал невисокої вартості, порівняно, наприклад, з кишеню з оргскла (ПММА). При розробці інформаційного стенду важливу роль відіграє врахування розмірів кишені, так як вона відрізняється від розміру, що розміщується всередині її листа [22, с. 128].

Наступна складова стенду – це його заголовок, тобто, назва стенду. Шапка виготовляється з ПВХ плівки різних кольорів за допомогою плоттерного різання або методом широкоформатного друку.

Висновки до розділу 1

На основі узагальнення наукової літератури з'ясовано, що інформаційні стенди є одними з найбільш ергономічних наочних способів донесення інформації. Інформаційні стенди – це варіант трансляції певної інформації для широкого кола аудиторії, всі особливості і потреби якої слід врахувати.

Якісно виконаний та оформлений стенд – це один із найдієвіших способів зв'язку з відвідувачем, співробітниками, учнями і студентами. Інформаційні стенди мають змогу чітко структурувати і оптимізувати подану інформацію.

З'ясовано, що спеціальні кишені дозволяють вкласти рекламне або інформаційне повідомлення, розмістити текстову частину в необхідному порядку. Дизайн обрамлення стенду, матеріал основи, кріплення та інші деталі розкривають спрямування, серйозність і надійність організації.

З'ясовано, що стенди можна поділити на декілька видів: інформаційні стенди, презентаційні, рекламні. Також стенди бувають із незмінною інформацією і періодично змінюваною інформацією. Оформлювальне мистецтво дозволяє стенду привертати погляд глядача та чітко сприймати необхідну інформацію.

Задля правильного проектування інформаційного стенду варто звертати особливу увагу на матеріал, з якого він буде виготовлений, оскільки він повинен відповідати тим умовам, де буде розміщений. Крім цього він повинен відповідати загальному корпоративному стилю.

Дуже практичними і зручними є стенди, виконані з пластикового матеріалу, на якому розміщуються спеціальні кишені, куди можна розмістити необхідну інформацію. Їх можна досить просто встановлювати в різних місцях: від маленьких магазинчиків, до великих торгових точок, а також на різних виставках, в навчальних закладах, в медичних установах, в офісних приміщеннях та інших громадських місцях.

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТУВАННЯ ТА ВИГОТОВЛЕННЯ СТЕНДІВ ДЛЯ АУДИТОРІЇ № 405 «ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ»

2.1 Аналіз аналогів інформаційних стендів

Задля створення авторської стендової композиції необхідно здійснити аналіз аналогів, з'ясувати особливості виготовлення та нюанси оформлення даної рекламної продукції.

В даному випадку робота полягає над розробкою інформаційних стендів для аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами. Макетування та моделювання». Аналіз аналогових робіт здатний допомогти дизайнерові грамотно створити композицію кожного стенду, обрати довговічний та ергономічний матеріал для виготовлення, дослідити специфіку тематики, для якої й виготовляється дизайн-проект.

Перед початком роботи над створюванням дизайн-проекту варто виділити основні робочі задачі:

- створення яскравого, привертаючого увагу проекту;
- розробка візуально грамотної композиції кожного стенду;
- аналіз та вибір вигідного за вартістю та зручного для обробки матеріалу;
- дослідження та вивчення технології виготовлення стендової продукції.

У першому розділі роботи з'ясовано, що стенди поділяються на 3 групи за характером наповнення: зі змінним наповненням, зі статичним наповненням, комбіновані. Для поставленої проєктної задачі актуально обрати комбіноване наповнення – функціональність та максимальна естетичність. Варто підмітити, що однією з головних переваг комбінованих стендів є мобільність. В даних стендах легко змінювати інформаційне наповнення залежно від потреб організації [16, с. 29].

Мобільність здійснюється шляхом давання додаткових елементів – буклетниці, виставкові стійки, які дозволяють добитися ідеальної експозиції в кожному конкретному випадку [18, с.128].

Стенди – це насамперед інформаційний носій. Кожен викладач наголошує про значимість оформлення стін університету наочними посібниками. Найпопулярнішим наочним елементом і виступають інформаційні стенди. Як правило, до стендів для навчального закладу пред'являють особливі вимоги, що забезпечують їх актуальність, наочність, функціональність в умовах активності студентського життя. Гідно та цікаво оформлені інформаційні стенди можуть максимально привернути увагу і спонукати до вивчення предмета. Тому, оформлення стендів має важливе значення для навчального процесу.

Серед інформаційних стендів можна виділити наступні: мобільні банерні стійки; мобільні конструкції; мобільні прес-воли; мобільні ширми; банерні стенди; ролові стенди; рамкові стенди; інформаційні панно для прес-конференцій; маркерні інформаційні дошки, покриті спеціальною плівкою (Дод. Б, Рис. 2.1); інформаційні дошки з внутрішнім підсвічуванням, неоном, або з біжучим інформаційної рядком; інформаційні стенди з об'ємними елементами, буквами, фігурами, виступаючими або прорізними; інформаційні дошки з підсвічуванням зовнішнім, внутрішнім або контражуром; промо-стійки [19, с. 56].

Оформлення, виготовлення та створення серії стендів для закладу вищої освіти є вагомим елементом у навчанні студентів з точки зору поліпшення засвоєння ними інформації з дисципліни, що представлена на графічній продукції.

Відтак, ознайомлення з аналогами сучасних стендів та їх основними особливостями та проаналізували їх. Дизайнери в своїх роботах використовують різні методи і конструкції для досягнення більш ефективного результату. Головне для художника-конструктора [20, с.89], щоб його стенд привертав увагу, не вважався неясним, нецікавим, тому для цього можна

експериментувати з нестандартними формами, комбінувати різні фігури, використовувати незвичайне підсвічування об'єкту тощо.

2.2 Проектування стендів для аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами»

Перед початком створення стендової продукції в матеріалі було проведено консультативну співбесіду з керівником дизайн-проекту. В процесі аналізу було виокремлено основні технологічні та функціональні завдання, що висувуються до інформаційних стендів для аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами. Макетування та моделювання», а саме:

1. Проаналізовано загальні інтер'єри дані аудиторії № 405, виділені основні об'єкти кімнати, масштаби, нюанси у використанні студентами. Використовуючи проаналізовану інформацію графічно зобразили орієнтовний план аудиторії, масштаб та параметри розташування стендів;

2. Виокремлено основні тематичні блоки для дизайн-проекту, що мають міститись на стендах, а саме:

- блок «Зовнішня реклама» - її види, значення, застосування в сферах людської діяльності;
- блок: «Матеріали у зовнішній рекламі» - їх види, функціональність, популярність, порівняльний аналіз вартості;
- блок «Світлова та несвітлова реклама» - особливості виготовлення, приклади;
- блок «Технологія виготовлення зовнішньої реклами» - проектування, ескізування, 3-D моделювання, використання комп'ютерних програм;
- блок «Макетування» – архітектурні та ландшафтні макети, підготовка до 3-D друку, процес збору макетів, виклеювання інтер'єрів, екстер'єрів;
- блок «Моделювання» – проектування промислових та побутових об'єктів, реклами, моделювання меблів, аксесуарів та одягу, ескізування;

3. Обрано основну кольорову гамму для стендів, особливості поєднання кольорових нюансів – використання контрастів, використання холодної кольорової гами. Обрано елегантне колірне рішення.

Основними кольорами є білий, синій, сірий, блакитний і зелений. Кольори стенду гармонують з сіро-зеленою колірною гамою інтер'єру і створюють збалансовану художню середу.

4. Прорахунок кількості матеріалів, з урахування параметрів стендів.

5. Аналіз цін на матеріали серед магазинів міста, орієнтовних ціновий прорахунок та закупівлю у найбільш вигідного поставника. Для виготовлення стенду використані сучасні матеріали і новітні технології широкоформатного друку.

6. Створення плану та графіку роботи над практичною частиною дизайн-проєкту.

Вивчення літератури, інформації, а також проведені дослідження у процесі роботи, дозволили виконати аналіз основних помилок стендового оформлення, виділити основні критерії, які найбільш яскраво характеризують виразність стенду і приступити до розробки ескізів стенду для центру доуніверситетської та післядипломної освіти для аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами. Макетування та моделювання».

Було розроблено кілька варіантів оформлення стендів, різних за формою і колірним рішенням (Дод. Б, Рис. 2.2). Для виконання ескізів використовувались такі ком'ютерні програми як Corel Draw, Adobe Illustrator. Шляхом спроб та помилок розроблено композиційне рішення стенду: за фонову основу використовується стилізована фотографічна продукція, залита синім прозорим кольором.

Для назв блоків обрано лаконічний, жирний шрифт контрастного темно-синього кольору. Кожен стенд поділений на інформаційні блоки. Інформаційні блоки оформлені у вигляді прямокутної вставки, прозора-білих заливок. Використано контрастний за кольором шрифт. В кожному блоці чергуються

зображення і текстове поле для більш простого та візуалізованого сприймання інформації споглядачем.

Створено 5 стендів, об'єднані одним стилістичним рішенням. Для додаткового підтримання стилістики було розроблену об'єднуючу емблему. Емблема символізує аббревіатуру «Зовнішня реклама». Створена з використання двох заголовних літер та вигнутого прямокутника. Кольори аналогічні стендам.

Комплектація стендів складається з одного стенду 1/1 м, 2 стендів 1,5/1 м і 1 стендів 2/1 м. Загалом розроблено 5 стенди та емблему.

2.3 Етапи виготовлення стендів для аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами»

Перед початком практичної реалізації проєкту в матеріалі було досліджено основні технологічні особливості та методи у виготовленні стендів. В якості основного матеріалу обрано пластик 4 мм товщиною. Для перенесення зображення на конструкцію обрано самоклеючу плівку Oracal.

Самоклеюча плівка – це матеріал, який володіє великим спектром можливостей: широка сфера застосування, реалізація дизайнерських задумів, безпечність для здоров'я, а також довговічність. Однотонні самоклеючі плівки насичених кольорів, матові і глянцеві, з модним металевим блиском, самоклеючі плівки для декоративної обробки, або для практичних цілей, для підкреслення окремих деталей оформлення або для повного оновлення обстановки - самоклеючі плівки дуже широко використовуються в різних сферах діяльності..

Практична робота відбувалася під наглядом керівника дизайн-проєкту. Для якісного і швидкого темпу виготовлення був створений план-послідовність роботи.

Отже, процес виготовлення стендів передбачав наступні етапи:

1. Виконання ескізів стенду в обраній колірній гамі і у відповідному масштабі на комп'ютері (програма Coral DRAW).

2. Створення каркасу стендів. Для об'єму на стенду було прийнято рішення додати товщину за допомогою макетування. Робота почалася з чіткою лінійної розмітки та прорізання пластику для надання об'єму.

3. Склеювання пластику. Наступним етапом було склеювання площин пластикового каркасу за допомогою цупкого клею. Задля виготовлення стендів обрано метод склеювання по-сухому.

Після чого на широкоформатній друкарні друкується стенд на самоклеючій плівці Oracal.

4. Очищення пластику перед проклейкою плівки. Перед натягуванням самоклеючої плівки пластик було очищено та знежирено спиртом.

5. Наклеювання плівки. За допомогою щільного та рівномірного натягнення під гострим кутом було поклеєно плівку. В процесі склеювання виявлено декілька заломів, які потім було виправлено за допомогою нагріву феном.

6. Зі зворотньої сторони стенду кріпимо дистанційні тримачі для розміщення його на стіні. Для виготовлення було обрано 3 стенди з 5 з основ зовнішньої реклами та матеріалів у зовнішній рекламі. Загалом на створення практичної частини було витрачено тиждень.

Варто зазначити, що основа, яку необхідно обклеїти самоклеючою плівкою, повинна бути чистою, гладкою, без жиру і пилу. Для того, щоб поклеїти, слід відокремити папір від самоклеючої плівки приблизно на 5 см, потім прикласти самоклеючу плівку до поверхні і приклеїти відокремлений край. Після цього слід повільно рівномірно відтягувати однією рукою папір з решти самоклеючої плівки. Іншою рукою слід розгладжувати плівку м'яким рушником. Пригладжувати необхідно від центру до країв - цим можна уникнути утворення повітряних бульбашок.

Виготовлений стенд передає ідею дизайнера, втілену в цьому макеті, і атмосферу в цілому за кольорами, оформленням і настроєм.

Висновки до розділу 2

Аналізуючи другий розділ, робимо висновок, що головною метою даної проектної діяльності, було виготовлення серії інформаційних стендів для аудиторії № 405 « Основи зовнішньої реклами. Макетування та моделювання».

При реалізації проекту ми ознайомилися з основами стендового оформлення, художньо-зображальними засобами, застосовуваними в оформленні, освоїли методики розробки стендового оформлення, дослідили існуючі варіанти стендового оформлення, їхні аналоги, розробили ескізи інформаційних стендів для аудиторії № 405 «Основи зовнішньої реклами. Макетування та моделювання», провели технологічну роботу та виготовили три інформаційні стенди.

Поставлені цілі та задачі в даному дипломному проекті повністю виконано: обрано концепцію оформлення, розроблено ескізну частину проекту, прорахований та закуплений матеріал для виконання, зрелена робота у матеріалі. У стенді виражена тематична цілеспрямованість матеріалів і виділена провідна тема, схвалена керівником проекту, в повному обсязі використана виразність композиції матеріалу і гармонійність колірного рішення. Робота над проектом дала змогу: значно підвищити рівень знань у використанні програми Coral DRAW, освоїти навички роботи з сучасними матеріалами і технологіями. Даний досвід буде корисний у подальшій роботі за фахом.

ВИСНОВКИ

За результатами науково-практичної діяльності можна зробити висновок, що мета кваліфікаційного проєкту на тему: «Проєкт оформлення аудиторії №405 «Основи зовнішньої реклами» досягнута. У даному проєкті ми вивчили нові види матеріалів, інструменти, пройшли етапи виготовлення стенду і проектування нових ідей розробки макетів.

У процесі наукової роботи було досліджено правила проектування об'єкта дизайну, методи і правила оформлення інформаційного стенду. При створенні розробки стенду та її реалізації враховувалися всі побажання замовника. В ході роботи переконалися в актуальності теми кваліфікаційного проєкту, в її практичній значущості, а також новизні та оригінальності.

Було розглянуто та вивчено особливості виготовлення інформаційного стенду за усталеними нормами проектування. У пояснювальній записці були розглянуті етапи розробки стенду. Були надані етапи виконання макета стенду, в яких була проведена робота на основі аналогів, виконання пошукових ескізів, так само вибір підходящих матеріалів та робота з ними. В ході роботи було використано багато нових інструментів і матеріалів.

Перший розділ спрямований на вивчення стендів, видів та характеристик, їх область застосування, основні прийоми композиційних і колірних рішень. У другому розділі проєкту були розглянуті етапи розробки і проектування означених інформаційних стендів, використовувані матеріали.

Ми ознайомилися з основами стендового оформлення, художніми засобами, що застосовуються в оформлювальній діяльності. Опанували методику розробки стендового оформлення. Вивчили наявні види стендового дизайну. Вивчили методологічні комплексні підходи. Проаналізували функціональні призначення інформаційного стенду.

В ході виконання роботи було використано основні закони композиції, колірного рішення і поєднання, правила оформлення інформаційного стенду. Розробляючи макет стенду і його подальше оформлення, ми прагнули до

високої художньої виразності та ефективності сприйняття стендів глядачем. Також перевагою спроектованого стенду є його мобільність, що дозволяє в будь-який момент перенести його в бажане місце.

При реалізації проєкту ми мали можливість ознайомитися з основними правилами стендового оформлення, освоїти основні методи його виконання та створення.

У додатках представлено аналоги і етапи власних розробок стенду і макету, в яких наочно продемонстровано послідовність виконання роботи. Завдяки новим поняттям і їх визначенням, ми поповнюємо словниковий запас і уявлення про дизайнерські розробки, їх застосування на практиці, втілення в життя реалізованих проєктів і замовлень клієнта.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Айсмен Л. Дао цвета. Пер. с англ. Т. Новиковой. Л. Айсмен. Москва: Изд. ЕКСМО, 2005. 176 с.
2. Базима Б. А. Психология цвета. Теория и практика. Санкт-Петербург: Изд. «Мова», 2005. 112 с.
3. Бархин М. Г. Архитектура и человек. М. Г. Бархин. Москва : Наука, 1979. 240 с.
4. Быков В.В. Агитационно-оформительское искусство, материалы и техники. Москва, 1978.
5. Брунов Н. И. Очерки по истории архитектуры. Москва : Центрполиграф, 1935-1937. 293 с.
6. Быков В.В. Агитационно-оформительское искусство, материалы и техники. Москва, 1999.
7. Власов В. Г. Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: Санкт-Петербург: Азбука-Класика, 2004. 890 с.
8. Гиппенрейтер Ю. Б. Введение в общую психологию. Москва : Че-Ро, 2006. 352 с.
9. Дараган М.В. Основы декоративно-оформительского искусства. Москва, 1983.
10. Дерибере М. А. Цвет в деятельности человека. Москва : Будвид, 1964. 183 с.
11. Дубок И.И., Казаровец И. Г., Парчевская О. И. Требования к оформлению и содержанию информационных стендов по тематикам здорового образа жизни, профилактике заболеваний. Гродно. 2017.
12. Кантер К. Дизайн в противоречиях культуры и природы. Москва : «Интер-Эксперт», 2000. 224с.
13. Картер Г. Эффективная реклама. Москва : «Прогресс». 1991.
14. Кнапп В. И., Хоппен К. А. Золотые правила дизайна. Стиль Келли Хоппен. Москва : Арт-Джерело, 2012. 178 с.

15. Корецкий В. Б. Товарищ плакат. Москва : Плакат, 1981. 127 с.
16. Логвиненко Г. М. Декоративная композиция: уч. пособ. для студ. ВУЗ. Москва : Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2005. 144 с.
17. Макарова В. В. Дизайн помещений: стили интерьера на примерах. Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2011. 160 с.
18. Найденская Н. Г., Трубецкова И. А. Библия стиля. Гардероб успешной женщины. Москва : Эксмо, 2010. 172 с.
19. Немиро О. Г. В місто прийшло свято. З історії художнього оформлення радянських масових святкувань. Лівів, 1973. 180 с.
20. Олвуд Д., Монтгомери Б. Выставки: планирование и дизайн. Новосибирск: Interbook, 1991.
21. Степанов Н. Н. Колір в інтер'єрі. Київ : Вища школа, 1985. 186 с.
22. Фрилинг Г. А., Ауер К. А. Человек-цвет-пространство: Прикладная цветопсихология. Москва: Будвид, 1973. 117 с.
23. Холмянский Л. А., Щипанов А. Н. Дизайн. Москва : Просвещение, 1985. 225 с.
24. Хрустальова С. И. Стили в интерьере. Москва : Диля, 2006. 182 с.
25. Числетт Х. И. Золотые правила дизайна. Москва : АртДжерело, 2005. 178 с.
26. Шарков Ф. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями) издательство. Москва : Альфа-пресс, 2006.
27. Изготовление стендов: вебсайт. URL: http://obavoka.by/publ/iz_chego_delajut_informacionnye_stendy_izgotovlenie_stendov/1-1-0.
28. Інформаційні стенди: вебсайт. URL: <https://stend-patriot.com/statti/27-informatsijni-stendi>.
29. Материал для стендов: вебсайт. URL: https://stend-nkvz.ucoz.ru/index/material_dlja_stendov/0-18.

30. Материалы для изготовления выставочных стендов: вебсайт. URL: <https://originexpo.ru/materialy-dlya-izgotovleniya-vystavochnyh-stendov>.

31. Медиабаинг наружных носителей в Украине: вебсайт. URL: <http://www.mediamapa.com.ua/stati/o-naruzhnoi-reklame/reklamnye-stendy.html>.

32. Наружная реклама: вебсайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Наружная_реклама.

33. Наружная реклама: вебсайт. URL: <https://www.grandars.ru/student/marketing/naruzhnaya-reklama.html>.

34. Оформление информационных стендов: вебсайт. URL: <https://foxystudio.by/articles/oformlenie-informacionnyh-stendov>.

35. Оформление выставочного стенда: вебсайт. URL: <https://stend-patriot.com/statti/27-informatsijni-stendi>.

36. Рекламный стенд: вебсайт. URL: <https://rus-media.pro/dictionary/termin/reklamnyi-stend>

37. Современные информационные рекламные стенды : вебсайт. URL: <http://www.nazaykin.ru/MP/transit/outdoor/stend.htm>.

ДОДАТКИ ДОДАТОК А



Рис. 1.1

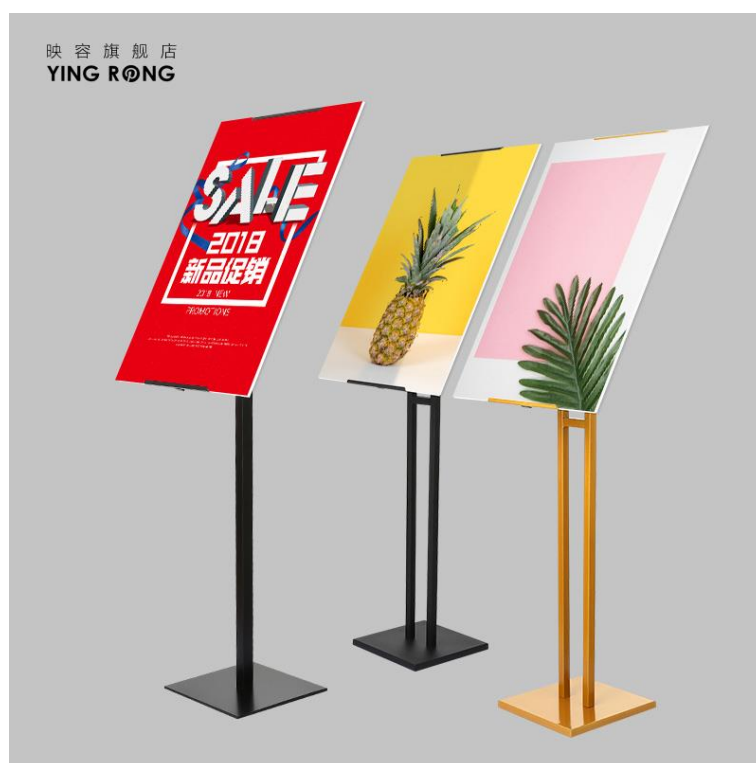


Рис. 1.2



Рис. 1.3



Рис. 1.4

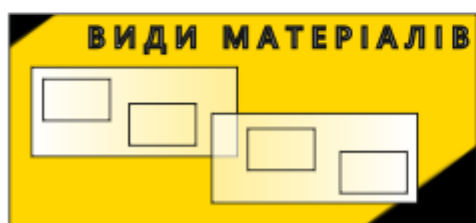


Рис. 1.5

ДОДАТОК Б



Рис. 2.1



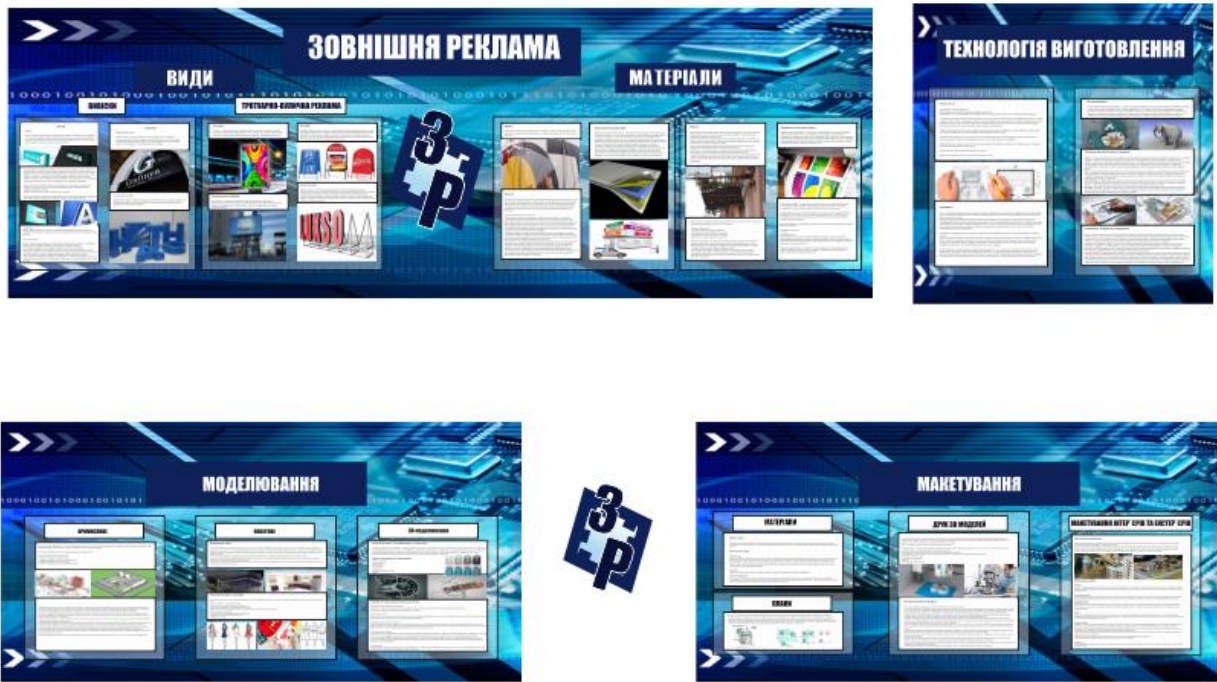


Рис. 2.2