

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет мистецтв
Кафедра ДПМ та дизайну

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри
_____ Томашевський В.В.
«__» _____ 20__ р.

Реєстраційний № _____
«__» _____ 20__ р.

Кваліфікаційний проект на тему:
**Комплексна робота з проектування та виготовлення
інформаційних стендів для центру доуніверситетської
та післядипломної освіти**

Кваліфікаційний проект студента(ки)
групи _____
ступінь вищої освіти
«бакалавр»
Напряму підготовки 6.020207 Дизайн
спеціалізація: _____
Маслов Єгор Ігорович

Керівник: доцент, к.пед.н.
Щербина В.Г.

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. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СТЕНДІВ.....	6
1.1 Поняття інформаційний стенд, види і їх характеристика.....	6
1.2 Область застосування стендів.....	8
1.3 Основи композиції та колірних рішень при розробці стендового оформлення.....	11
Висновки до 1 розділу	17
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ СТЕНДОВОГО ОФОРМЛЕННЯ	19
2.1 Робота з аналогами інформаційного стенду.....	19
2.2 Опис послідовності виконаного проекту і колірного рішення	21
2.3. Вибір та обґрунтування матеріалів. Економічні розрахунки проекту.....	23
Було обрано саме біндери для фіксації інформації, а не кармани з оргскла тому що, кількість інформації, яка повинна знаходитись на стенді дуже велика, і для швидкої та комфортної заміни інформації був обраний такий простий спосіб.	24
2.4. Технологія виготовлення інформаційного стенду для центру доуніверситетської та післядипломної освіти.....	25
Висновки до 2 розділу	26
ВИСНОВКИ.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	29
ДОДАТКИ А.....	32
ДОДАТКИ Б	34

ВСТУП

Однією з головних складових інтер'єру навчальних закладів, як елементу наочного демонстраційного та інформаційного характеру є стенди, на яких може бути розміщена найрізноманітніша інформація. Розглянувши пропозиції керівників дипломних робіт та проаналізувавши оформлення навчального приміщення, ми вирішили виготовити інформаційний стенд для центру доуніверситетської та післядипломної освіти. Тож комплексна робота з проектування та виготовлення інформаційних стендів стала темою для цієї кваліфікаційної роботи.

Стенди вже давно зарекомендували себе як один з найбільш ефективних засобів розміщення інформації, презентацій, реклами в межах безпосередньої досяжності людей. Стенд - це конструкція довільного розміру, яка обладнана пристосуваннями для зберігання інформаційних листів, брошур, рекламних листівок, тощо.

Налічується велике розмаїття моделей стендів: стенди строгої форми, фігурні стенди, з елементами механічної анімації, стенди з підсвічуванням, обладнані прикріпленою книжкою і пластиковими кишнями, візуальними спецефектами та голограмами.

Актуальність даного проекту полягає в тому, що в даний час стенд є сучасним інформаційним інструментом. А правильний вибір дизайну стендового оформлення дозволяє значно поліпшити сприйняття інформації, розміщеної на стенді.

Хотілося б докладніше зупинитися на такій важливій складовій оформлення стенду, як композиція і колір. Колір - це потужний засіб ідентифікації, тож використовується в якості істотного елемента в створенні інформаційного стенду. Вплив кольору в навколишньому середовищі та інтер'єрі досліджується психологами давно. Чудово відомо, що різні кольори по-різному впливають на психічний і фізіологічний стан людини. З допомогою

певного кольору можна керувати ставленням споживача до продукту, а створюючи необхідну колірну середу, можна викликати у споживача необхідні емоції. Але, на жаль, багато дизайнерів, як і їх замовники, не дуже уважно ставляться до вибору колірної рішення. Очевидно, багато дизайнерів не вважають проблему відповідності кольору до змісту стенду серйозною. Головними, на їхню думку, є яскравість і виразність повідомлення, які найбільш привертають увагу одержувача. Зазначене яскраво ілюструє актуальність стендового оформлення.

Мета роботи: спроектувати та виготовити інформаційний стенд для центру доуніверситетської та післядипломної освіти.

Завдання:

- проаналізувати літературу та інформацію з теми: «Комплексна робота з проектування та виготовлення інформаційних стендів»;
- правильно підібрати матеріали і технологічне обладнання;
- скласти технологічну документацію;
- вивчити джерела інформації;
- розглянути аналоги;
- освоїти методику проектування стендового оформлення;
- вивчити наявні види стендового дизайну;
- проаналізувати функціональне призначення інформаційного стенду.
- спроектувати і виготовити інформаційний стенд.

Об'єкт дослідження: стендове оформлення інтер'єру навчального приміщення.

Предмет дослідження: виготовлення інформаційного стенду.

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 компонування.

Практична значимість курсового проекту полягає в тому, що в даний час стенд є своєрідним інформаційним і рекламним інструментом. Правильний вибір дизайну стендового оформлення формує стійку мотивацію безпосереднього тактильного контакту, що дозволяють значно збільшувати сприйняття інформації, розміщеної на стенді. А саме проєктований стенд знаходиться в центрі доуніверситетської та післядипломної освіти і служить інструментом для пізнання інформації студентом.

Структура роботи: пояснювальна записка містить 29 сторінок, яка складається з вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань). У додатках налічується 17 ілюстрацій. Загальна кількість сторінок - 39 с. Курсовий дизайн-проєкт містить графічну частину на планшеті розміром 1x1 м.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СТЕНДІВ

1.1 Поняття інформаційний стенд, види і їх характеристика

Інформаційні стенди - це щити, що використовуються адміністрацією для інформування суспільства про місцеві події, організаціями та закладами – для інформування своїх клієнтів, або учнів. Це дуже простий і зручний спосіб розміщення будь-якої інформації.

Стенди можна розділити на кілька видів: інформаційні стенди, презентаційні, рекламні. За наповненням стенди бувають з незмінною інформацією і стенди з періодично змінюваною інформацією. Стенди з періодично змінюваною інформацією несуть в собі велику кількість інформації, як текстової, так і у вигляді графічного зображення, тому їх потрібно проектувати так, щоб інформація в них змінювалась швидко і легко. На незмінних стендах інформація постійна і підлягає оновленню досить рідко. За способом розміщення інформації – стенди з пластиковими кишнями, з плоскими кишнями і об'ємними кишнями, нестандартні. (Рис. 1.2, Дод. А). Матеріалом для кишень служить оргскло різної товщини. [29, с.30].

Інформаційні стенди використовуються для розміщення інформації та реклами в самих різних установах – школах, інститутах, офісах, магазинах та інших місцях загального користування. (Рис. 1.3, Дод. А). Цей інформаційний носій відрізняється низькою вартістю виготовлення, універсальністю й ефективністю, так як може привернути увагу широких кіл населення. Практика показала, що, незважаючи на наявність більш сучасних способів інформування: зовнішньої та інтер'єрної реклами (неонова і світлодіодна реклама, консольні вивіски), не можна недооцінювати значимість звичайного інформаційного стенду. Якщо зовнішня реклама призначена, перш за все, для залучення уваги, то стенд з інформацією прекрасно підходить для доведення до широких мас інформації про товари, акції, правила і розпорядки в закладі [3, с. 28].

Настінні інформаційні стенди особливо затребувані в магазинах, ресторанах та інших підприємствах сфери торгівлі і роздрібних послуг. Відомі торгові мережі і невеликі кафе і маленькі салони краси, в них можна зустріти стенд з інформацією практично скрізь. Не варто забувати про те, що за законодавством України кожне підприємство торгівлі має повісити стенд з інформацією про права споживача і про власника торгової точки. Так що використання інформаційного стенду - це не тільки ефективний рекламний крок, але і обов'язок кожної компанії. Здійснюється виготовлення інформаційних стендів за стандартними зразками та індивідуальними макетами, можна розмістити логотип компанії на типових стендах серії «Куточок споживача» або зробити унікальний стенд практично з будь-яких матеріалів [30, с. 131].

Можна часто бачити інформаційні стенди в офісі, які призначені для розміщення інформації для співробітників і відвідувачів. Вони, як правило, виготовляються без спеціальних кишень і підходять для кріплення листів будь-якого формату з допомогою магнітів, біндерів або кнопок. На подібному стенді розміщуються накази і розпорядження керівництва або, наприклад, інформація для потенційних клієнтів – прайс-лист, перелік послуг, контактні дані та години роботи компанії. Також виробляються інформаційні стенди для дитячих садків і шкіл, на яких розміщується інформація для батьків і учнів. Вони можуть виконуватись в більш барвистому і яскравому стилі, щоб привернути увагу дитини, або в стриманій стилістиці (при розміщенні в кімнаті для батьків або вчительському кабінеті) [4, с. 89].

Інформаційний стенд – це найпростіший спосіб донесення інформації до споживачів, а також ефективний засіб внутрішньої комунікації. Дизайну стенда приділяється особлива увага. Науково обґрунтовано, що 90% інформації людина отримує через зір, тобто зір є первинним і найсильнішим постачальником інформації. Для кожного закладу існують свої правила оформлення стендів. Приміром, стенди для дитячого садка і початкової школи повинні бути яскравими і цікавими, відповідати вимогам безпеки. Вони, є

елементами навчальних та ігрових програм, що дозволяють розвинути і закріпити необхідні навички у дітей. Стенди для шкіл більш різноманітні, на відміну від стендів для бізнес-організацій [5, с.79].

І так, ми зрозуміли, що мистецтво стендового оформлення, яке за багаторічний шлях розвитку накопичило великий практичний досвід, що дозволяє створити зразки масового синтезу мистецтв, що відрізняються яскравим емоційним впливом на людину. Інформація, яка надалі буде написана на стенді, повинна виділятися на стенді. У зв'язку з відсутністю природного освітлення в приміщенні, кольори для оформлення стенду повинні бути досить яскравими, але не агресивними. Назва стенду має привертати погляд і чітко читатися, але разом з тим не відволікати уваги від інформації, розміщеної на стенді. На стенді повинна бути зображена символіка, яка найбільш виразно відобразить тематику стенда.

1.2 Область застосування стендів

У сучасному світі інформаційні стенди є одним з найбільш ефективних і доступних видів реклами. Їх розміщують в державних і комерційних установах, в транспорті, в холах багатоквартирних будинків, на вулицях, в торгових центрах, банківських та юридичних організаціях і т. п. Основне призначення інформаційних стендів – забезпечення будь-якою інформацією споживачів, співробітників фірм, мешканців будинків, учнів та інших верств населення. Крім цього, конструкції є обов'язковим атрибутом для роздрібних торгових організацій, запропонованим чинним законодавством. Наприклад, у всіх магазинах і супермаркетах є інформаційні куточки, що містять достовірну і повноцінну інформацію про організацію. На таких стендах розміщується дозвільна документація, книга відгуків і пропозицій, тощо. Також на інформаційних дошках розташовують оголошення, інструкції, рекламні буклети, прайс-листи, накази, сертифікати відповідності, ліцензії. Кожен інформаційний стенд являє собою конструкцію, що складається з пластикової основи і кишень, виконаних з оргскла. Найбільш популярними є кишені

формату А4, призначені для документів, віддрукованих на стандартних аркушах. Використання інформаційних дощок дає можливість швидко і без труднощів проводити заміну документації або рекламних оголошень. Для зручності експлуатації кишені можуть оснащуватися зверху вирізами напівкруглої або прямокутної форми [6, с.92].

Вимоги, які повинні враховуватися виробником при виготовленні інформаційних стендів. Перш за все, конструкція повинна бути компактною, але яскравою щоб виділяється – для привертання уваги. Оскільки інформаційна дошка являє собою рекламний та іміджевий майданчик організації, вона повинна бути виготовлена у фірмовому стилі. Це не тільки своєрідна "візитна картка" підприємства, але і відмінно працює як інтер'єрна реклама. Стильні і компактні інформаційні дошки, виконані з сучасних матеріалів, прекрасно вписуються в інтер'єр будь-якого приміщення. З їх допомогою можна не тільки донести до споживачів і працівників необхідні відомості, але і доповнити існуючий дизайн.

Інформаційні дошки, оснащені кишенями з оргскла, є більш довговічними – поміщені листи можуть довше зберігати первісний вигляд. Крім того, вони набагато зручніше для зміни інформаційних повідомлень. У кожній організації, що займається роздрібною торгівлею, зобов'язаний перебувати інформаційний куточок покупця. Як правило, конструкція являє собою підставу, на якому розташовані плоскі (під листи формату А3 і А4) і об'ємні (формат А5) кишені з оргскла. Подібні інформаційні куточки розташовують в роздрібних торгових точках, на підприємствах громадського харчування та сфери послуг. Споживчий інформаційний куточок, виконаний відповідно до «Правил торгівлі», містить такі документи, як «Закон про захист споживчих прав», «Книга скарг і пропозицій» і т. п.

Настінні інформаційні стенди – найбільш поширений і зручний вид інформаційних стендів. Настінні інформаційні стенди розрізняються за технологією виготовлення і за призначенням. Головною перевагою інформаційних стендів є можливість заміни інформації. Стенди виготовляються

з ПВХ-пластику, металу або дерева. У всіх моделей стендів передбачено приховане кріплення на стіну [29, С.128].

Вуличні інформаційні стенди служать для інформування населення і призначені для використання поза приміщеннями. Стенди виготовляються зі спеціальних матеріалів, стійких до впливів зовнішнього середовища. Каркаси виготовляються з металевої квадратної труби, яка ґрунтується і покривається автомобільною фарбою. Задня стінка, козирок і обшивка ноги (при необхідності) виготовляється з покрівельного заліза (поліестер), пофарбованого в заводських умовах. Каркас дверей виготовляється з анодованого алюмінію, всередину на силікон вставляється оргскло товщ. 4 мм. і врізається замок. Інформацію можна вкладати в кишені з оргскла, які кріпляться до основи, або кріпити за допомогою магнітів [8, с. 36].

Інформаційні стенди застосовуються практично скрізь: на вулиці, на зупинках громадського транспорту, в магазинах, в державних установах і на підприємствах, і так далі. Стенди можуть містити різні відомості — як приватні оголошення або рекламні повідомлення, так і обов'язкову для опублікування інформацію. Особливе місце займають стенди, на яких розміщена інформація, яка може врятувати життя людини — схема евакуації при пожежі або правила безпеки на складному виробництві. Фахівці з виготовлення і наповнення стендів з інформацією виділяють два основних типи.

Перший - це статичні стенди, які містять весь час одну і ту ж інформацію. Такі зазвичай використовуються для того, щоб розміщувати на них відомості, обов'язкові до опублікування. Так, у навчальному закладі це може бути ліцензія міністерства освіти і акредитація, що дає право на видачу диплома державного зразка, та інші нормативні документи. При виготовленні такого стенду інформацію можна надрукувати прямо на пластиці, або розмістити на заламінованих листах - так потрібний текст не зітреться і не буде знятий зі стенду випадково [9, с. 28].

Інший тип інформаційних стендів – це ті, які регулярно оновлюються. Зазвичай вони містять актуальну інформацію або важливі оголошення. Так, в

торгових точках на стендах можуть бути поміщені оголошення про акції та розпродажі, в навчальних закладах-школах, інститутах і училищах - зміни в розкладі і дати іспитів і передекзаменаційних консультацій. В цьому випадку недостатньо купити стенди - важливо, щоб вони регулярно оновлювалися і ставали джерелом дійсно оперативної і своєчасної інформації. Звичайно, інформація, яку людина може прочитати, первинна, проте оформлення стендів теж має значення. Відомості повинні бути подані так, щоб вони були добре видні, найголовніші моменти варто виділити текстом, якщо є можливість проілюструвати інформацію, краще це зробити. Все це робиться для людей - для того, щоб їм було легше знайти і засвоїти потрібні відомості [28, с. 161].

Інформаційні стенди, звичайно, не повинні бути «витвором мистецтва», але вони, крім свого прямого призначення, є деталлю інтер'єру, а значить, повинні виглядати як мінімум пристойно. Дослідження говорять про те, що 95% населення обов'язково ознайомляться з інформацією, розміщеною на інформаційних стендах. Вся справа в тому, що звичка читати інформацію на дошках оголошення закладена у населення нашої країни генетично, ще задовго до появи такого виду реклами, так і самої реклами в цілому [10, с. 27].

Підводячи підсумки, тепер можемо об'єднати всі переваги розміщення реклами на інформаційних стендах: територіальний обхват населення міста або окремо взятого району, інформаційний стенд можна розмістити в будь-якому місці або будинку, суспільству звично бачити такі стенди і читати інформацію на них. При всіх цих перевагах, інформація, розміщена на інформаційному стенді, ще й легко запам'ятовується.

1.3 Основи композиції та колірних рішень при розробці стендового оформлення

Після визначення концепції стендового оформлення і перед виконанням даної роботи були вивчені наступні питання: основні вимоги, що пред'являються до оформлення стендів, застосування шрифтів і кольорове оформлення, композиційне рішення стендів.

До оформлення інформаційного стенду пред'являються такі вимоги:

- тематична цілеспрямованість матеріалів і виділення головної теми;
- виразність композиції матеріалу;
- гармонійність колірної рішення;
- можливість швидкої заміни застарілої інформації.

В оформленні стенду важливу роль мають шрифти. Вони не тільки повідомляють інформацію, але і є активним художнім елементом. Однак у всіх випадках напис або текст за своєю формою, кольором і розташуванням повинні підкорятися загальному композиційному рішенню.

Текстові написи повинні бути гранично короткими, виразними, з логічною розбивкою фраз. Шрифт повинен бути чітким, ясним, простим і читабельним. Найбільш чіткими є шрифти з прямих ліній і гострих кутів. Різниця букв і цифр залежить від займаної ними площі і висоти, товщини освітленості. Літери висотою 5 см помітні з 30 м. Чітко видно здалеку знаки блочного типу з відповідністю висоти і ширини 1:1.

Текстові написи, виконані тільки великими літерами, читаються на 12% повільніше, ніж рядкові. Важливою умовою сприйняття написів і цифр з великої відстані є колір знаку і його контрастні співвідношення з кольором фону. Найбільш помітні знаки в тому випадку, коли вони контрастні з фоном не тільки за кольором, але і по світлотності. Наприклад, чорні букви на світло-жовтому фоні, темно-червоні на світло-сірому або білому тлі і зворотне співвідношення дають дуже хороший ефект. Синій колір в поєднанні з білим або сірим застосовується для знаків і написів чисто інформаційного характеру. Оскільки колірні символи інформують про явище в загальному вигляді, їх зазвичай доповнюють умовними знаками, підписами, графічними схемами, конкретизуючими інформацію [26, с. 15].

Принципи використання знаків візуальної інформації у виробничому середовищі:

- графічні символи на знаках та інформаційних покажчиках повинні давати зрозуміле зображення тих предметів і явищ, які вони ототожнюють;

- знаки повинні бути лаконічні і помітні з великої відстані;
- знаки повинні відрізнятися за формою і кольором.

При грамотному підході до розробки дизайну стенду, це повинна бути яскраво виражена сутність об'єкта. В ряду подібних структурних елементів композиції одне з важливих місць по праву займає шрифт. Графічне зображення звуку - буква сама по собі не несе будь-якого сенсу. Однак і буква в силу асоціативних закономірностей нашого сприйняття володіє емоційним, образним ладом. Спаяний воедино зі змістом тексту, шрифт активно виступає як художньо-образний засіб. Спокій і напруженість, динаміка та статика, сувора строгість і легка декоративність — далеко не повний перелік почуттів і відчуттів, що передаються різним написанням шрифту. Діапазон його можна назвати безмежним. Тому проблеми шрифтової композиції в оформлювальній діяльності потребують ретельного вивчення [27, С. 67].

Шрифт є невід'ємною, основною частиною гасел, закликів, транспарантів, плакатів, стендів. В даному випадку важливий облік фізіологічних моментів сприйняття його глядачем. Сприйняття інформації (тексту, цифр), розташованої біля країв листа, вимагає значно більшого зусилля, ніж прочитання інформації, розташованої ближче до центру. Тому краї по всьому його периметру повинні бути чистою, недоторканою зоною [12, С. 17].

Практично всі різновиди шрифтових композицій зводяться до двох схем: симетричною і асиметричною. У першому випадку частини тексту, дзеркально розташовані праворуч і ліворуч від вертикальної осі симетрії, дорівнюють один одному, мають однакову зорову тяжкість, і тому вся шрифтова композиція справляє враження врівноваженості, стійкості, непорушності. У другому випадку рівновага побудована за рахунок пропорційності, відрізняються один від одного графічних елементів, не пов'язаних осями симетрії. Асиметрична композиція залишає більш живе, рухливе враження.

У роботі над оформленням стенду не слід використовувати безліч різних шрифтових гарнітур. Гонитва за різноманітними накресленнями кожного слова,

відсутність стильового єдності в побудові напису ускладнюють її сприйняття. У шрифтовій композиції бажано використовувати не більше двох шрифтів відразу, при цьому шрифти повинні бути близькі за стилем [13, с. 45]

Колірне рішення шрифтової композиції також має бути продуманим, не більше двох-трьох кольорів. В якості критерію вдалого рішення композиції можна назвати наступні фактори: колір шрифту і колір фону забезпечують чітке і зручне сприйняття тексту, загальне колірне рішення сприяє емоційному вираженню і розкриттю теми експозиції.

Найкраще для сприйняття рішення – тонально-контрастне: світле на темному, темне на світлому. У разі використання контрастних кольорів важливо, щоб їх кількість не була однаковою. Одного кольору з пари контрастних має бути більше. Інтенсивні кольори використовуються в меншій кількості в порівнянні з кольорами більш спокійними.

У виборі колірної гами шрифтової композиції чималу роль відіграє і характер його освітленості. Денне і штучне освітлення мають різний спектральний склад і по-різному впливають на окремі кольори, посилюючи або послаблюючи їх звучання. Облік цього оптичного явища необхідний. Текст слід розташовувати так, щоб відразу кілька глядачів могли прочитати його, не заважаючи один одному.

При колірному оформленні стенду слід пам'ятати, що колір викликає у людини певний емоційний стан. Він може втомлювати, збуджувати, впливати на працездатність, змінювати зорове сприйняття обсягу і форми зображуваних предметів. Тому, художньо оформляючи стенд, важливо правильно використовувати колір з урахуванням його психофізіологічного ефекту.

Колірне рішення стенду залежить від характеру його змісту і повинно гармоніювати з колірною гамою інтер'єру, в якому він розташований. Для створення виразного образу рекомендується застосовувати обмежену кількість кольорів (не більше двох-трьох). Велика кількість кольорів створює зайву строкатість, ускладнює сприйняття сенсу інформації.

В першу чергу колір - найважливіший засіб асоціативно-образного втілення теми. Які ж фактори необхідно враховувати художнику при використанні кольору?

Перш за все, особливості фізіологічного і психологічного впливу. У фізіологічному плані колір може впливати досить різноманітно. Наприклад, відомо, що червоний колір збуджує; зелений колір знижує внутрішньоочний тиск. Сірі тони можуть пригнічувати, викликати втому, помаранчеві — відчуття легкості, бадьорості [15, с.89].

Психологічний вплив кольору є результатом різного роду асоціацій. Зорові відчуття викликають пов'язані з ними, найбільш часто супроводжують їх відчуття дотику, слуху, нюху, смаку. Ось чому оранжево-червоні кольори, що нагадують вогонь, ми відчуваємо теплими, а кольори сині, що нагадують товщу льоду, води, ми сприймаємо як холодні. Тиша, властива літній природі, зелена гама дерев, трав спонукають нас зелений колір сприймати як тихий.

Асоціативний характер сприйняття кольору надає йому певну емоційність, робить його предметом естетичного сприйняття, або, як говорять в побуті, робить його гарним чи негарним. Звичайно, естетична оцінка кольору набагато складніше, вона не зводиться до фізіології і психології сприйняття кольору. Однак колір, що викликає, наприклад, відчуття зневіри, втоми, не може бути оцінений в естетичному плані позитивно. Є і ще один важливий фактор. Це колірні переваги. Експериментально виявлені вікові колірні переваги. Так, діти воліють яскраві тони, дорослі - більш стримані [25, с.7].

Колір використовується і як засіб виділення найголовнішого, основного в композиції. Досягається це шляхом зіставлення контрастних кольорів або відтінків. Визначити контрастні кольори дозволяє так званий колірне коло. У цьому колі кольори розташовані в такому ж порядку, як в колірному спектрі: вишнево-червоний, червоний, помаранчевий, жовтий, жовто-зелений, зелено-блакитний, блакитний, синьо-блакитний, синій, синьо-фіолетовий. Якщо брати два кольори, розташовані в колі один навпроти одного (через центр), то вони і складають пару взаємодоповнюючих контрастних кольорів.

Всі кольори знаходяться в певній взаємозалежності. Один і той же колір в оточенні різних кольорів виглядає по-різному. Колір, нарешті, використовується в якості універсального засобу створення цільного, художнього гармонійного середовища. [16, с.179].

Колористичне об'єднання здійснюється за рахунок введення одного активного колірної фону. Гармонізації середовища служить балансування кольору: яскраві кольори врівноважуються приглушеними, холодні - теплими, темні - світлими.

Колір, таким чином, по праву вважається одним з найактивніших універсальних образотворчих засобів, структурних елементів художнього оформлення.

Композиційне рішення стенду з наочним матеріалом може бути симетричне або асиметричне. Симетрична композиція, де ліва частина стенду повторює праву, статична і зараз застосовується рідко. Найчастіше використовується асиметрична композиція. Вона виглядає з великим інтересом, природньо і невимушено.

Але при асиметричній композиції завжди потрібно дотримувати зорову рівновагу. Основні варіанти асиметричних композицій:

- вільне розташування матеріалу на площині. Фотографії, ілюстрації та текстовий матеріал згруповані в будь-якому місці стенду;
- розташування матеріалу в шаховому порядку-чергування колірних і друкованих площин;
- розташування наочного матеріалу горизонтальними або вертикальними рядами, їх чергування з рядами кольорових смуг.

Отже, ми зрозуміли, що перевантажувати стенд великою кількістю матеріалу не слід. Надмірна насиченість заважає сприйняттю змісту.

Висновки до 1 розділу

Проаналізувавши перший розділ, можна зробити такі висновки. Інформаційний стенд це один з найбільш зручних і наочних способів донесення інформації. У питанні розробки макета стенду при обліку всіх побажань і вимог в змозі допомогти кваліфікований дизайнер. Взагалі, робота фахівця головним чином полягає в розробці і пропозиції клієнту по-справжньому оптимального варіанту стенду, тобто мова йде про наступні аспекти: розміри, дизайн, композиція, колір і так далі.

Інформаційні стенди будь якого напрямку це засіб трансляції конкретної інформації у бік широкої аудиторії, всі нюанси і потреби якої важливо врахувати. Грамотно зроблений і після оформлений стенд це дуже дієвий спосіб контакту з відвідувачем, співробітником, учнями і студентами. В якості основи стендів безумовно використовують пластик ПВХ, який відрізняється в належній мірі міцністю і довговічністю. Так, на відміну від тієї ж фанери і інших схожих матеріалів, ПВХ нітрохи не деформується в процесі експлуатації, не псується під впливом вологи, а також дає можливість використовувати стенд буквально необмежений термін. До того ж, інформаційні стенди з пластику вкрай легкі і прості в монтажі.

Інформаційні стенди дозволяють чітко структурувати і оптимізувати подачу інформації. Спеціальні кишені (комірки, відсіки) дозволяють вкласти рекламне або інформаційне повідомлення, розмістити листи в необхідному порядку. Колірне оформлення поля стенду, розміщення заголовків, логотипів, дозволяють користувачеві виділити стенд і отримати необхідну інформацію. Обрамлення стенду, матеріал основи, кріплення та інші деталі підкреслюють солідність і надійність організації.

Стенди можна розділити на кілька видів: інформаційні стенди, презентаційні, рекламні. Також стенди бувають із незмінною інформацією і періодично змінюваною інформацією.

Оформлювальне мистецтво дозволяє перерахувати такі вимоги до інформаційного стенду: назва стенду має бути тематичною і виднітися здалеку,

інформація, яка надалі буде поміщена в кишенях, повинна виділятися на стенді. Кольори для оформлення стенду повинні підходити до інтер'єру приміщення де знаходиться. Назва стенду має привертати погляд і чітко читатися, але разом з тим не відволікати уваги від інформації, розміщеної на стенді. На стенді повинна бути зображена символіка, яка найбільш виразно відобразить тематику стенду.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ СТЕНДОВОГО ОФОРМЛЕННЯ

2.1 Робота з аналогами інформаційного стенду

Щоб розробити авторську композицію на інформаційному стенді, потрібно ознайомитися з аналогами та особливостями стендів. У нашому проекті авторська композиція розробляється для оформлення інформаційного стенду в центр доуніверситетської та післядипломної освіти.

За допомогою аналізу аналогів, дизайнери розвивають мислення, шукають швидкі способи для виконання будь-якої поставленої мети.

Сформувати вдалий дизайн-проект непросто. В першу чергу потрібно визначити яке враження має виробляти об'єкт, які цілі і завдання ми ставимо перед собою, розробляючи його. Для цього була проведена робота з аналогами.

Так само ми з'ясували, що стенди можна розділити по наповненню на наступні:

- зі змінним наповненням;
- зі статичним наповненням;
- комбінований.

Ми вибрали комбінований стенд. Об'єднані стенди – це, насамперед, різновид конструкції, яка поєднує в собі декілька функцій: за допомогою такого стенду можна не тільки провести яскраву презентацію або рекламну акцію, а ще прекрасний вибір на користь краси, надійності і функціональності.

Ми з'ясували, що основною характеристикою комбінованих стендів, є поєднання чудового оформлення і широкої функціональності. Слід звернути увагу, що об'єднані стенди відрізняються високою мобільністю [18, с. 29].

В першу чергу комбіновані стенди відрізняються від стандартних моделей вже зазначеної мобільністю.

Мобільні стенди часто не мають стандартної конструкції і для кожної виставки стенд трансформується. Зазвичай до мобільних стендів додається

додаткове обладнання: буклетниці, виставкові стійки, які дозволяють добитися ідеальної експозиції в кожному конкретному випадку [19, с.128].

Також можна виділити наступні види інформаційних стендів:

- 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;

(Рис.2.2, Дод. Б).

- інформаційні дошки з внутрішнім підсвічуванням, неоном, або з біжучим інформаційною рядком;
- інформаційні стенди з об'ємними елементами, буквами, фігурами, виступаючими або прорізними;
- інформаційні дошки з підсвічуванням зовнішнім, внутрішнім або контражуром;
- промо-стійки [20, с. 56].

На даний момент, в нашому світі абсолютно неможливо уявити своє життя без інформаційних стендів, цих куточків корисної інформації, що допомагають зорієнтуватися в студентських справах і навчальних дисциплінах.

Стенди – це перш за все наявність інформації. Будь-який викладач визнає важливість оформлення стін університету наочними посібниками. Тут на передній план і виходять інформаційні стенди. В основному до стендів для навчального закладу пред'являють особливі вимоги, що забезпечують їх актуальність в умовах підвищеної активності студентського життя. Цікаво оформлені інформаційні стенди здатні максимально привернути увагу і зацікавити у вивченні предмета. Оформлення стендів має важливе значення.

Якість і зовнішній вигляд стендів-це фактично обличчя навчального закладу, що говорить про його рівень розвитку і авторитет. Більш пам'ятними стенди змогли стати завдяки застосуванню сучасного широкоформатного друкувального обладнання та професійного дизайну.

Створення стенду для центру доуніверситетської та післядипломної освіти є актуальним з точки зору поліпшення засвоєння студентами інформації з даної дисципліни.

Отже, ми розглянули аналоги стендів сучасних дизайнерів і проаналізували їх. Дизайнери в своїх роботах використовують різні методи і конструкції, для більш ефективного результату. Головне для дизайнера, щоб їх стенд не виглядав нудно, для цього можна робити нестандартної форми, комбінувати різні фігури, використовувати незвичайне підсвічування і т.д.

2.2 Опис послідовності виконаного проекту і колірної рішення

На основі отриманої інформації, була розроблена методика, яка забезпечить правильне і якісне виготовлення інформаційного стенду. Перед початком роботи над стендовим оформленням були розглянуті зразки стендів різного виду. Зроблено аналіз оформлення стендів. При оформленні стендів були виділені такі критерії: виразність композиції матеріалу, гармонійність колірної рішення, єдність з інтер'єром.

Правильно підібране композиційне рішення яскраво виражає інформаційну спрямованість стенду. Обрано елегантне колірне рішення. Основні кольори – білий, синій, жовтий, блакитний і помаранчевий. Кольори стенду гармонують з бежевою колірною гамою інтер'єру і створюють збалансовану художню середу. Для виготовлення стенду використані сучасні матеріали і новітні технології широкоформатного друку.

Отримана у процесі вивчення літератури, інформація, а також проведені дослідження, що 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.

Було розроблено кілька варіантів оформлення стендів, різних за формою і колірним рішенням. Ескізи виконувалися за допомогою комп'ютера в програмі Corel Draw X (Додатки Б).

Зроблено наступний вибір:

Композиційне рішення стенду: оскільки надмірна насиченість заважає сприйняттю змісту інформації, був зроблений макет який не перевантажений великою кількістю текстового матеріалу. Для дотримання зорової рівноваги в середині стенду знаходиться емблема Криворізького державного педагогічного університету. Емблема світло-блакитного кольору, отже не буде кидатись в очі, і не буде заважати читачу сприймати інформацію.

Кольорове оформлення стенду:

Колірне рішення стенду залежить не тільки від характеру його змісту, але і від колірної гами інтер'єру, в якому він розташований. Коридор, в якому буде розташований виріб, виконаний в спокійній бежевій кольоровій гамі з приглушеним світлом, єдина яскрава пляма - стенд "Інформація для абітурієнтів та вчителів".(Рис.2.10, Дод. Б). Тому кольори повинні бути досить яскравими, щоб привертати увагу, але не агресивними. Основний фон стенду виконаний у жовто-синіх кольорах, які добре гармонують с помаранчевим, блакитним та білим кольорами. Важливою умовою сприйняття написів з великої відстані є білий колір шрифту і його контрастне співвідношення з помаранчевим та блакитним кольорами фону. Найбільш помітні знаки в тому випадку, коли вони контрастні з фоном не тільки за кольором, але і по світлоті. [21, С.89].

Сприйняття кольору та його вплив:

Помаранчевий колір сприймається як теплий і затишний, що створює почуття благополуччя. З точки зору сприйняття, вважається самим запам'ятним кольором. [23, С.9].

Синій колір допомагає сконцентруватися, не розпливтися по дрібницях. Синій колір створює відчуття внутрішньої сили і гармонії. Синьому, як і блакитному, властивий розслаблюючий вплив на нервову систему. При цьому чим темніше стає синій колір, тим більше в ньому прагнення до чистоти, до нескінченного.

Жовтий – налаштовує на комунікабельність. Це колір відкритості і товариськості. Допомагає надати врівноваженість емоціям, знайти внутрішній спокій, втихомирити душевне хвилювання. Жовтий колір стимулює зір, нервову систему і головний мозок, привертає увагу і зберігається в пам'яті довше, ніж інші кольори.[22, с.54].

Білий – колір повної відкритості, готовності сприймати світ у всьому його різноманітті. Цей колір, не несе ніяких неприємних відчуттів. Білий колір символізує чистоту і заспокоєння. Для нього характерно самоусунення, і тому його краще використовувати в якості додаткового кольору. [24, с.66].

Шрифтове рішення:

Для заголовку стенду був обраний чіткий, ясний і простий шрифт - Candara(жирний). Даний шрифт забезпечить чітке і зручне сприйняття тексту. Шрифт Candara простий, але нестандартний, як Arial або Times New Roman. Колір шрифту – білий.

2.3. Вибір та обґрунтування матеріалів. Економічні розрахунки проекту

Для виготовлення потрібні такі матеріали та інструменти: ПВХ, олівець, ластик, макетні та канцелярські ножі, наждачний папір, клей для ПВХ, самоклеюча плівка Oracal, шурупи, біндери.

Основними матеріалами, які використовуються при виготовленні стенду, є ПВХ, а також самоклеюча плівка.

Полівінілхлорид (ПВХ) - безбарвна, прозора пластмаса, термопластичний полімер вінілхлориду. Відрізняється хімічною стійкістю до лугів, мінеральних масел, багатьох кислот і розчинників. У чистому вигляді не

підтримує горіння на повітрі, але вогнестійкість пластмас на його основі залежить від використаних добавок.

Незначна температура тривалої експлуатації (близько 600 С). Хімічна інертність (нерозчинність у воді, спирті, органічних розчинниках). Стійкість до агресивних середовищ (вологість, різкі температурні перепади, вплив солей, кислот, масел, лугів). Несхильність гниттю. Високі характеристики міцності. Стійкість до впливу ультрафіолету.

Самоклеюча плівка - це матеріал, який володіє практично необмеженими можливостями: широка сфера застосування, реалізація дизайнерських фантазій, безпека для здоров'я, а також довговічність. Однотонні самоклеючі плівки насичених кольорів, матові і глясові, 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 скрізь.

Було обрано саме біндери для фіксації інформації, а не кармани з оргскла тому що, кількість інформації, яка повинна знаходитись на стенді дуже велика, і для швидкої та комфортної заміни інформації був обраний такий простий спосіб.

Структура собівартості стенду:

- витрати на матеріал;
- витрати на оплату праці.

Розрахунок загальної вартості матеріалів, використаних для виготовлення стенда, для зручності подано у таблиці 2.1 (Табл. 2.1, Дод. Б).

Розрахунок оплати праці. Час виготовлення виробу становить 12 год. Орієнтовно оплата праці приблизно 20грн/год.

Затрати на оплату праці приблизно $P = 240$ грн.

Екологічне обґрунтування. Для виготовлення даного виробу використовувався, екологічно чисті матеріали.

2.4. Технологія виготовлення інформаційного стенду для центру доуніверситетської та післядипломної освіти

Етапи виготовлення виробу:

1. На комп'ютері в програмі Coral DRAW виконуємо ескіз стенду в обраній колірній гамі і у відповідному масштабі. (Рис. 2.10, Дод. Б).

2. За основу стенда беремо лист ПВХ, товщиною 4мм, розміром 300x125см і ділимо його навпіл, роблячи стенд з двох частин по 150x125см, оскільки 3-метровий стенд складний для транспортування.

3. Склеюємо борти з лицевою частиною стенду за допомогою клею для ПВХ. (Рис. 2.11, Дод. Б).

4. За допомогою макетного ножа і наждачного паперу ми надали форму, гладкість і акуратність пластиковим стендам. Склеїли деякі деталі між собою клеєм для ПВХ. (Рис. 2. 12, Дод. Б).

5. На широкоформатній друкарні печатаємо стенд на самоклеючій плівці Oracal.

6. У наступному етапі ми приступили до наклеювання плівки оракал.

7. Прикручуємо біндери на шурупи з урахуванням розміщення на них навчальної інформації формату А4. Кількість біндерів - 24, по 12 на кожній частині стенду.

8. Зі зворотньої сторони стенду кріпимо дистанційні тримачі для розміщення його на стіні.

Для якісного виконання робіт з виготовлення стендів необхідно знати особливості застосування матеріалів, з яких вони виготовлені та основні рекомендації щодо застосування.

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, фактурами і настроєм.

Авторська композиція інформаційного стенду для центру доуніверситетської та післядипломної освіти розроблена і його оформлення завершено.

Висновки до 2 розділу

На основі другого розділу можна зробити такі висновки, що метою даної проектної діяльності, було виготовлення інформаційного стенду для центру доуніверситетської та післядипломної освіти Криворізького державного педагогічного університету.

При виконанні проекту ми ознайомилися з основами стендового оформлення, художньо-зображальними засобами, застосовуваними в оформленні, освоїли методики розробки стендового оформлення, дослідили існуючі варіанти стендового оформлення, розробили ескізи інформаційних стендів, провели технологічну роботу та виготовили інформаційний стенд.

Поставлені цілі та в даному дипломному проекті повністю вирішені. У стенді виражена тематична цілеспрямованість матеріалів і виділена провідна тема, схвалена замовником проекту, в повному обсязі використана виразність композиції матеріалу і гармонійність колірної рішення, забезпечена можливість швидкої заміни навчальної інформації за допомогою простих біндерів для бумаги.

Робота над проектом дозволила: 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

Результати проведеного теоретико-практичного дослідження показали, що мета курсового проекту на тему «Комплексна робота з проектування та виготовлення інформаційного стенду для центру доуніверситетської та післядипломної освіти» досягнута.

У цьому проекті ми вивчили нові види матеріалів, інструменти, пройшли етапи виготовлення стенду і, проектування нових ідей розробки макетів. Так само нам стало відомо правила проектування об'єкта дизайну, методи і правила оформлення інформаційного стенду.

При виконанні розробки та виконання стенду враховувалися всі потреби творчої особистості. В ході роботи переконалися в актуальності теми курсового проекту, в її практичній значущості, а також новизні та оригінальності.

Було розглянуто та вивчено правила при виготовленні 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. Були наведені приклади колірної підбору для самого об'єкта дизайну. В ході роботи було використано багато інструментів і матеріалів.

Перший розділ спрямований на вивчення стендів, види та характеристик, їх область застосування, основні прийоми композиційних і колірних рішень.

У другому розділі курсового проекту були розглянуті етапи розробки і проектування нашого інформаційного стенду, а так само використовувані матеріали.

Ми ознайомилися з основами стендового оформлення, художніми засобами, що застосовуються в оформлювальній діяльності. Освоїли методіку розробки стендового оформлення. Вивчили наявні види стендового дизайну.

Вивчили методологічні комплексні підходи. Проаналізували функціональні призначення інформаційного стенду.

В ході виконання роботи були виявлені основні закони композиції, колірної рішення і поєднання, правила оформлення профорієнтаційного стенду. Розробляючи макет стенду і його подальше оформлення, ми прагнули до високої художньої виразності та ефективності. Також перевагою спроектованого стенду є його мобільність, що дозволяє в будь-який момент перенести його в бажане місце.

У додатках представлені аналоги і етапи власних розробок стенду і макету, в яких наочно можна дізнатися 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 проектів і замовлень клієнта.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айсмен Л. Дао кольору / Пер. з англ. Т. Новікової / Л. Айсмен – М: Вид. ЕКСМО, 2005. – 176 с.
2. Алексєєва І. Ф. стилі інтер'єру: від класики до авангарду / І. Ф. Алексєєва. - М.: Ніола 21-е століття, 2005 – 94 с.
3. Базима Б. А. Психологія кольору. Теорія і практика / Б. А. Базима - СПб.: Вид."Мова", 2005. - 112 с.
4. Бархін М. Г. Архітектура і людина / М. Г. Бархін - М: Наука, 1979 - 240с.
5. Блохін В. В. Архітектура інтер'єру промислових будівель / В. В. Блохін - М: Будвид, 1989 – 271 с.
6. Брунов Н. І. Нариси з історії архітектури / Н. І. Брунов. - М.: Центрполіграф, 1935-1937 – 293 с.
7. Буксбаум Г. А. Ікони стилю. Історія моди ХХ століття / Г. А. Буксбаум. - СПб.: Амфора, 2009. – 192 с.
8. Власов В. Г. Новий енциклопедичний словник образотворчого мистецтва: т. 2. / В. Г. Власов. - СПб.: Азбука-Класика, 2004. - 890 с.
9. Гіппенрейтер Ю. Б. Введення в загальну психологію / Ю. Б. Гіппенрейтер. – М.: Че-Ро, 2006. – 352 с.
10. Дерибере М. А. Колір в діяльності людини / М. А. Дерибере - М: Будвид, 1964 – 183 с.
11. Каменєва Е. О. Якого кольору веселка / Е. О. Каменєва - М: Дитяча література, 1975. - 79с.
12. Кантер К. Дизайн в протиріччях культури і природи / К. Кантер - М.; «Інтер-Експерт», 2000 - 224с.
13. Кілошенко М. І. Психологія моди / М. І. Кілошенко. - СПб.: Мова, 2001 – 136 с.

14. Кнапп В. І., Хоппен К. А. Золоті правила дизайну. Стиль Келлі Хоппен / В. І. Кнапп, К. А. Хоппен. – М.: Арт-Джерело, 2012. – 178 с.
15. Корецький В. Б. Товарищ плакат / В. Б. Корецький. - М.:Плакат, 1981. - 127 с.
16. Кулебакін Г. І. Малюнок і основи композиції / Г. І. Кулебакін. - М: Будвид, 1988. - 127 с.
17. Лисиціан М. В., Новікова Е. Б., Петуніна З. В. Інтер'єр громадських і житлових будівель: Підручник для вузів / М. В. Лисиціан, Е. Б. Новікова, З. В. Петуніна. - М: Будвид, 1973. – 240 с.
18. Логвіненко Г. М. Декоративна композиція: Навчальний посібник для студентів ВНЗ / Г. М. Логвіненко. - М.: Гуманітар. вид. центр ВЛАДОС, 2005. – 144 с.
19. Макарова В. В. Дизайн приміщень: стилі інтер'єру на прикладах / В. В. Макарова. - СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 160 с.
20. Найденська Н. Г., Трубецькова І. А. Біблія стилю. Гардероб успішної жінки / Н. Г. Найденська, І. А. Трубецькова. – М: Ексмо, 2010 – 172 с.
21. Немиро О. Г. В місто прийшло свято. З історії художнього оформлення радянських масових святкувань / О. Г. Немиро - Л.: 1973. - 180 с.
22. Нестеренко О. І. Коротка енциклопедія дизайну / О. І. Нестеренко. - М: Молода гвардія, 1994. – 334 с.
23. Пясецький С. Н. Архітектурні форми раннього відродження в Італії / С. Н. Пясецький. - СПб.: Будівельник, 1897. — 156 с.
24. Раннєв В. Р. Інтер'єр / В. Р. Раннєв. – М: Вища школа, 1987. – 232 с.
25. Софієва Н. І. Дизайн інтер'єру: стилі, тенденції, матеріали / Н. І. Софієва. – М: Ексмо, 2012 – 173 с.
26. Степанов Н. Н. Колір в інтер'єрі / Н. Н. Степанов. – К: Вища школа, 1985. – 186 с.
27. Фрілінг Г. А., Ауер К. А. Людина-колір-простір: Прикладна кольоропсихологія / Г. А. Фрілінг, К. А. Ауер. - М: Будвид, 1973. – 117 с.

28. Холмянский Л. А., Щипанов А. Н. Дизайн / Л. А. Холмянский, А. Н. Щипанов. - М.: Просвіта, 1985 – 225 с.

29. Хрустальова С. І. Стилi в iнтер'єрі / С. І. Хрустальова. – М.: Дiля, 2006. – 182 с.

30. Числетт Х. І. Золоті правила дизайну / Х. І. Числетт. – М.: Арт-Джерело, 2005. – 178 с.

ДОДАТКИ

ДОДАТКИ А



Рис.1.1



Рис. 1.2



Рис. 1.3



Рис. 1.4

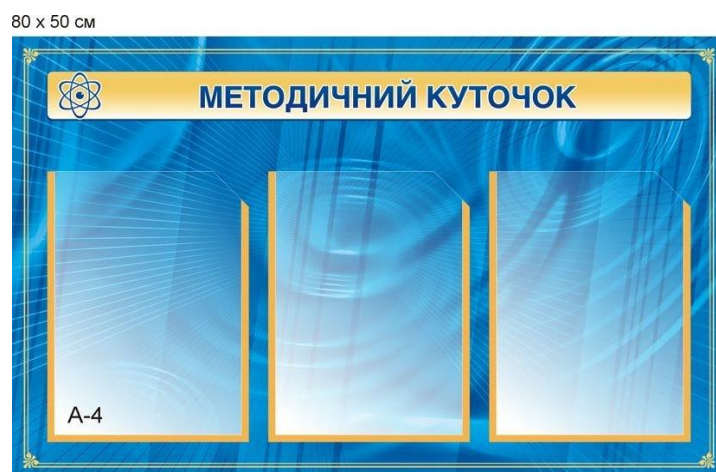


Рис. 2.1



Рис. 2.2



Рис. 2.3



Рис. 2.4

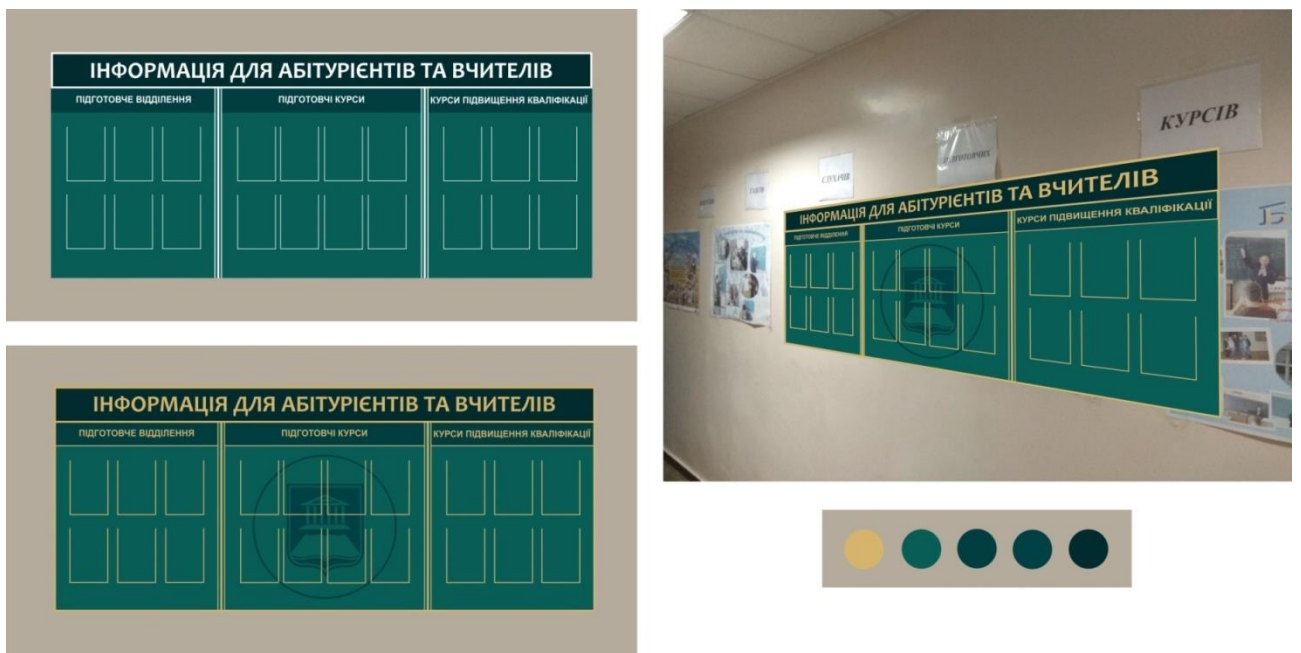


Рис. 2.5



Рис. 2.6

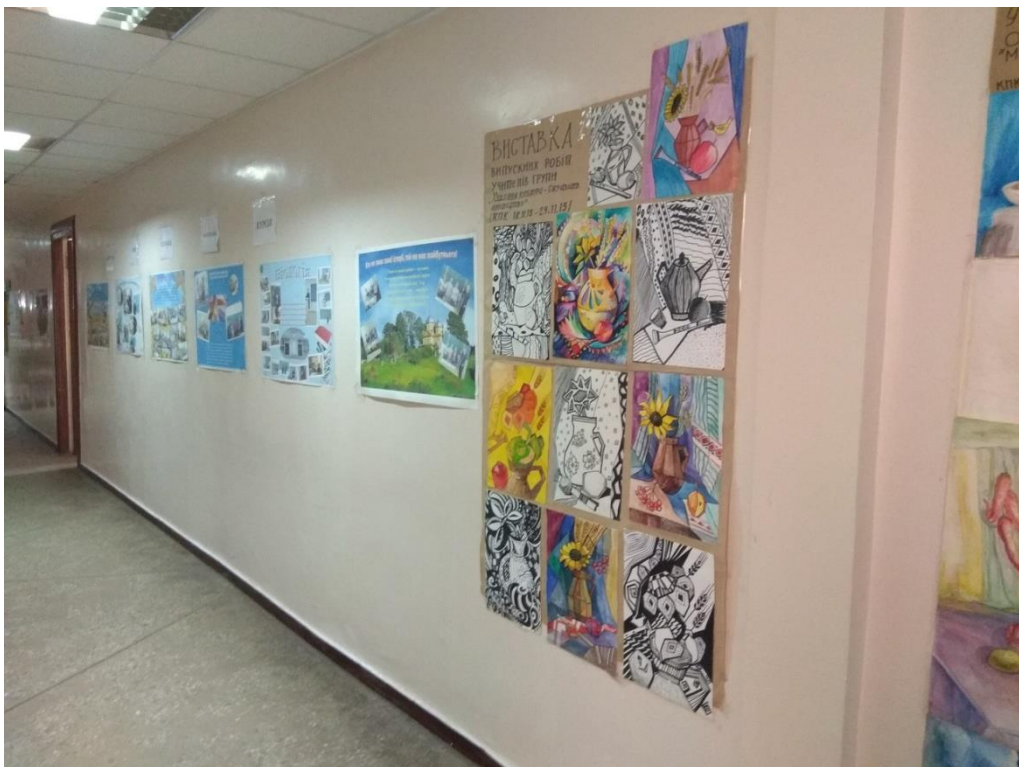


Рис. 2.7



Рис. 2.8



Рис. 2.9



Рис. 2.10

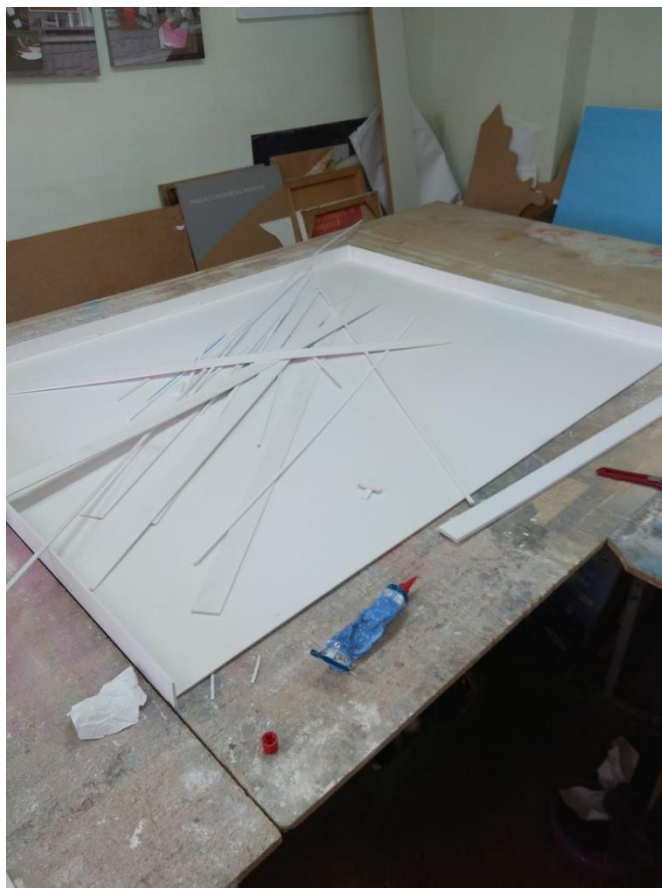


Рис. 2.11



Рис. 2.12

Назва матеріалу	К-сть, шт	Ціна, грн	Разом
ПВХ 300x125 см	2	625	1250
Оракал 1x1 м	4	80	320
Клей для ПВХ	1	80	80
Біндери для бумаги	24	2,5	60
Шурупи	24	0.5	12

Таблиця 2.1