

безпеку, зрозумілість, розслаблення. Якість лінії теж є візуальною мовою. Жорсткі, ретельно виведені лінії є прикладом клопотів, агресії, а м'які відображають обізнаність, насолоду, спокій.

Таким чином, можна стверджувати, що лінії майстерно передають почуття, ідеї та залишають враження.

УДК 659.1.012.12

© **Карина Короленя**, студентка 4-го курсу, БГТУ, г. Минск, Республіка Беларусь, 2020 г.

Научний редактор: Н. И. Шишкина, канд. філол. наук, доц., БГТУ

ДИЗАЙН РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОКОН



This article analyzed the advertising materials of industrial enterprises that manufacture windows. After that, the main error of advertising was highlighted and a more effective way of promoting their brands was proposed.

Целью работы является исследование рекламных материалов промышленных предприятий, которые занимаются производством оконных профилей, и поиск оптимального решения для продвижения их брендов.

Актуальность изучения этой темы заключается в том, что на данном этапе развития рыночной экономики роль рекламы в популяризации товаров и услуг крайне высока. От того, насколько правильно используются средства пропаганды, зависит эффективность функционирования предприятия в целом.

В ходе исследования рекламных мероприятий промышленных компаний была выявлена основная ошибка — узконаправленная популяризация брендов. Продукция позиционируется лишь на строительных выставках. Реклама на радио, телевидении и в прессе

практически отсутствует. Печатная реклама представляет собой каталоги с описанием производимой продукции, фирменные блокноты, папки и визитки. Поэтому самым действенным шагом рекламной кампании может стать создание и распространение наружной рекламы.

Для такого вида рекламы характерно то, что время контакта с пропагандируемой информацией в среднем составляет всего 5–10 секунд. Поэтому при ее создании необходимо учитывать следующие факторы: компактность сообщения, контрастные цвета и крупные кегли, читабельность макета, один ключевой способ контакта, фокусировка на одной идее рекламы.

УДК 655.3.06

© **Валерія Світлична**, студентка 4-го курсу, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.

Науковий керівник: Ю. С. Бокарева, старш. викл., ХНУРЕ

ДИЗАЙН ЕТИКЕТКИ

A label is a graphic or text sign, applied in the form of a sticker, tag or coupon for a product or any other production product, indicating the manufacturer's trademark, name, production date, expiration date, and so on. Simply put, a label is a sign that it is a sales product.

У сучасному світі, створення етикетки є цілою галуззю поліграфії, а сама вона — витвір мистецтва. Дизайн етикетки є правильним поєднанням маркетингового розрахунку і творчої ідеї дизайнера.

Етикетка — це переважно друкована продукція, що містить текстову або графічну інформацію і виконана у вигляді наклейки на будь-який продукт виробництва. У загальному випадку на ній зазначаються: назва товару (або виробу), торгова марка виробника, дата виробництва, термін придатності продукту та інша важлива для споживача інформація. Простіше кажучи, етикетка — це позначення того, що це продукт продажів.



Перед початком створення етикетки необхідно визначити наступні характеристики: цільову аудиторію; розміри і форму; спосіб, яким буде друкуватися і оформлятися поліграфічний продукт; вибір матеріалів для створення; створення єдиного художнього образу товару.

Отже, можна сказати, що етикетка є невід'ємною частиною корпоративного стилю торгової продукції, розробка якої є такою ж великою роботою, як і всі поліграфічні продукти, і має свої нюанси створення та загальні правила, такі як правильний підбір колірної гами, шрифтів, розміщення тексту, вибір форми самої етикетки, гармонійне поєднання з тарою.

УДК 658.512.63

© Катерина Ільченко, студентка 3-го курсу, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.
Науковий керівник: Т. А. Колесникова, канд. техн. наук, доц., ХНУРЕ



ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕДОВИХ ТРЕНДІВ ВЕБ-ДИЗАЙНУ У 2020 РОЦІ

Understanding the essence of style changes helps to keep your work at a high level and get positive feedback. Therefore, it is very important to follow the trend, understand which tools have become fashionable in the field of site building, and which are already considered obsolete and are left behind. This work contains the main trends of web design which are relevant in 2020.

Метою нашого дослідження є тренди дизайну в 2020 році. Для створення якісного продукту важливо стежити за основними напрямками в дизайні, розуміти які інструменти увійшли в моду в сфері сайтобудування, а які вже вважаються застарілими і залишаються позаду.

3D-зображення. Тривимірні технології використовуються всюди і активно впливають на стилі веб дизайну

у 2020 році. А враховуючи те, що доповнена та віртуальна реальність тільки набирають обертів, 3D-графіка обов'язково отримає ще більший поштовх у наступному році.

Асиметрія. Використовується переважно в блогах та лендінгах, виглядає оригінально та завойовує увагу користувача. У сайтах іншого типу використовувати асиметрію не радять.

Пріоритет мобільної версії. У 2020 році мобільна версія почала домінувати над десктопною. Наразі варто розробляти сайт з упором на мобільну версію.

Анімація. Безсумнівно, анімація надає більший вплив на вашу аудиторію в цифровому світі, соціальних мережах.

Використовуйте ці прийоми в своїх сайтах, щоб встигати за тенденціями в веб-дизайні у 2020 році.

УДК 004.92

© Марина Макарчук, студентка 3-го курсу, БГТУ, г. Минск, Республіка Беларусь, 2020 г.
Научный руководитель: В. И. Куликович, канд. филол. наук, доц., БГТУ



ВЕБ-ТИПОГРАФИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ САЙТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

It was analysed the typography of educational websites of the Republic of Belarus based on two most popular Internet portals: nastaunik.info and obrazovanie.by and created practical recommendations for the design of the sites.

С появлением и развитием новых информационных технологий, в современном мире основным направлением развития типографики становится ее широкое и различное применение в графическом дизайне. Поэтому основная проблема — это отсутствие достаточного