УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XIV Міжнародної науково-практичної конференції
«ТЕХНОЛОГІЧНА ОСВІТА: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ», присвяченої пам'яті академіка ДМИТРА ТХОРЖЕВСЬКОГО»
28 лютого 2025 року

XI Міжнародної науково-практичної конференції
«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ГРАФІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ:ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ»,
присвяченої пам'яті член-кореспондента НАПН України ВІКТОРА СИДОРЕНКА
1 березня 2025 року

КИЇВ 2025

УДК 377.09(082)

Затверджено рішенням Вченої ради факультету технологій та дизайну Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
(протокол № 7 від 31 березня 2025 р.)

За загальною редакцією – Дмитра Кільдерова, Валентини Харламенко

Редакційна колегія: Тетяна Чернова, кандидат педагогічних наук, доцент; **Тарас Олефіренко,** кандидат педагогічних наук, професор; **Валентина Лозовецька**, доктор педагогічних наук, професор; **Юрій Павлов**, доктор педагогічних наук, професор; **Юлія Колісник-Гуменюк**, доктор педагогічних наук, доцент; **Лідія Сліпчишин**, доктор педагогічних наук, професор; **Микола Коломієць,** кандидат педагогічних наук, доцент; **Тетяна Якимович**, кандидат педагогічних наук, доцент.

Технічні редактори: Олена Козієнко, Микола Коломієць.

Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції пам'яті академіка Дмитра Тхоржевського «Технологічна освіта: сучасні реалії та перспективи розвитку» 28 лютого 2025 року). XI Міжнародної наукової-практичної конференції «Актуальні питання графічної підготовки: теорія, практика та шляхи розвитку», присвяченої пам'яті член-кореспондента НАПН України Віктора Сидоренка (1 березня 2025 року) / за заг. ред. Д. Кільдерова, В. Харламенко. Київ, 2025. 784 с.

До збірника увійшли тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції пам'яті академіка Дмитра Тхоржевського «Технологічна освіта: сучасні реалії та перспективи розвитку» (28 лютого 2025 року). XI Міжнародної наукової-практичної конференції «Актуальні питання графічної підготовки: теорія, практика та шляхи розвитку», присвяченої пам'яті член-кореспондента НАПН України Віктора Сидоренка (1 березня 2025 року).

Розраховано на здобувачів освіти, педагогічних працівників закладів загальної середньої, професійно-технічної, вищої, післядипломної освіти, співробітників наукових установ та закладів.

©Факультет технологій та дизайну, 2025
©УДУ імені Михайла Драгоманова, 2025
©Автори тез, 2025

формування пізнавального інтересу старшокласників до техніки, а також формування їх технічного мислення. Широке використання кінематичних принципових схем як виду креслеників створюватиме переконання в старшокласників, що мова техніки актуальна та ефективна.

Література

1. Іванчук, А. В., Марущак, О. В., Красильникова, І. В. Технічне мислення майбутніх учителів технологій. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2025. Вип. 217. С.137–141. URL: https://doi.org/10.36550/2415-7988-2025-1-217-137-141 (дата звернення: 19.02.2025).

2. Іванчук А. В., Марущак О. В., Красильникова І. В. Світоглядні машинознавчі знання майбутніх учителів технологій. *Modern Information Technologies and Innovation Methodologies of Education in Professional Training Methodology Theory Experience Problems*. 2024. Вип. 73. С. 87–99. URL: https://doi.org/10.31652/2412-1142-2024-73-87-100 (дата звернення: 01.02.2025).

КОМП'ЮТЕРНИЙ ДИЗАЙН У СТВОРЕННІ ВЕЛИКОФОРМАТНОЇ РЕКЛАМИ: ІНСТРУМЕНТИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ

Марко Ієвлев, Наталія Охман

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

Київ, Україна

Анотація: *у роботі досліджується роль комп'ютерного дизайну в процесі створення великоформатної реклами, увага акцентується на використанні сучасних інструментів, тенденцій та викликів. Розглянуто основні інструменти, підходи та тренди які дозволяють створювати привабливі рекламні матеріали.*

Проаналізовано ключові тенденції у сфері дизайну , наприклад використання 3D-графіки, анімації, мінімалізму та інтерактивних елементів.

Крім того увагу приділено впровадженню у процес дизайну цифрових технологій до яких входять: доповнена реальність (AR) та QR-коди, які розширюють можливості взаємодії зі споживачем.

Визначено основні виклики, які постають перед дизайнером у роботі над великоформатною рекламою. Наприклад: важливість враховувати місце розміщення, технічні обмеження друку та адаптивність дизайну до різних платформ.

Окреслено важливість екологічно свідомого підходу до дизайну, що відповідає сучасним трендам маркетингу.

Ключові слова: *дизайн, графіка, зовнішня реклама ,великоформатні носії, білборди, рекламні щити, комп'ютерна графіка, анімація, AR-технології.*

У сучасному світі важливим інструментом реклами стає комп'ютерний дизайн без якого важко уявити створення великоформатних промо та рекламних матеріалів. Процес створення великоформатної реклами це комплексний підхід який вимагає певний рівень технічної підготовки від дизайнера та креативниий підхід. Саме за таких умов можливий ефективний результат який принесе користь як клієнту так і рекламодавцю. До великоформатних носіїв можна віднести: банери, білборди, рекламні щити тощо. Завдяки використанню комп'ютерного дизайну стало можливо реалізовувати найсміливіші ідеї, при цьому забезпечуючи високу ефективність рекламних матеріалів.

До головних інструментів які дають можливість створювати великоформатну рекламу відносяться такі графічні редактори: Adobe Photoshop, Illustrator та CorelDRAW. Ці програми заточені під роботу з растровою та векторною графікою, також вони дають можливість створювати складні композиції, проводити обробку зображення та підбір кольорової палітри. При роботі з великоформатними носіями реклами особливу увагу приділяють роздільній здатності зображень. Така умова існує через те що даний тип

реклами вимагає високої деталізації для забезпечення чіткості та якості навіть на великих відстанях [2].

У сучасному світі тенденції щодо комп'ютерного дизайну для великоформатної реклами постійно змінюються. Обумовлено це загальниими трендами у світі маркетингу та технологій. Наприклад одна із останніх тенденцій є використання мінімалізму та простоти у дизайні. Характерними рисами цього напряму є: використання обмеженої кольорової палітри, чіткі лінії та мінімум тексту. Такий підхід дозволяє швидко привернути увагу та донести головний меседж. Крім того зараз активно використовують 3D-графіку та анімацію що додає рекламі динаміку та інтерактивність [1].

Важливим трендом останніх років у дизайні стали екологічно свідомі підходи. Це реалізовують через використання вторинно перероблених матеріалів для друку, а також у створенні дизайну який підкреслює відповідальне ставлення до навколишнього середовища.

Іншою сучасною тенденцією в дизайні є використання цифоровиих технологій у фізичній рекламі. До таких наприклад відносять використання QR-кодів. Вони дають можливість переходити на веб-сайти брендів та отримувати додаткову інформацію. Яку неможливо умістити на фізичному носії. Такий підхід продукує більш глибоку взаємодію з аудиторією шляхом поєднання традиційної реклами з цифровими технологіями [6].

Крім того зараз активно використовують персоналізацію у великоформатній рекламі. Для того щоб створювати ефективну рекламу яка враховує інтереси та потреби конкретної цільової аудиторії бренди використовують різноманітні данні та аналітику. До таких відносять: використання локалізованих повідомлень, зображень, що відображають місцеві особливості, а також динамічних елементів.

Також в останні роки у великоформатній рекламі запроваджують елементи доповненої реальності (AR). Ця технологія дозволяє глядачам взаємодіяти з рекламою через смартфони. Одним із варіантів такої взаємодії є

можливість побачити анімацію завдяки наведенню камери на білборд. Такий підхід робить рекламу більш цікавою та виразною , такою що може залишиться в пам'яті у глядача [4].

Варто зауважити що створення великоформатних рекламних матеріалів супроводжується низкою викликів. Наприклад варто враховувати специфіку місця розміщення реклами. Білборди які знаходяться вздовж автомагістралей, повинні бути зрозумілими за умови швидкого переміщення. Для виконання цієї умови дизайнерам доводиться враховувати композицію, розмір шрифтів та кольорові контрасти.

Ще одним обмеженням є технічні можливості друку та матеріали. Великоформатна реклама часто друкується на спеціальних матеріалах головним мінусом яких часто бувають низька якість зображення. До цього також можна додати те що дизайнери повинні враховувати фактори навколишнього середовища, такі як освітлення та погодні умови, які можуть вплинути на сприйняття реклами [5].

Крім того важливо щоб дизайн був адаптивним до різних платформ та форматів. Цей фактор варто брати до уваги через те що великофрматна реклама часто дублюється на сайти або в соціальні мережі. Це створює певні виклики перед дизайнерами бо потрібно давати універсальні рішення, які будуть ефективними як у фізичному, так і у цифровому середовищі.

Сучасний світ диктує те що комп'ютерний дизайн є не лише інструментом для створення реклами , але й способом комунікації з аудиторією. Сучасні технології, нові підходи дають можливість брендам виділитися на тлі конкурентів та привернути увагу. Впровадження інноваційних технологій таких як наприклад доповнена реальність або інтерактивні елементи , відкриває нові можливості для взаємодії із споживачем [3].

Варто зазначити що реалізація подібних проєктів вимагає постійне вдосконалення навичок роботи з графічними інструментами . Це постійне

спостереження за новими тенденціями та врахування специфіки різних видів реклами. З цього слідує те, що комп'ютерний дизайн у великоформатній рекламі – це не лише мистецтво , але й наука.

Отже, ключову роль у створенні великоформатної реклами у сучасному світі посідає комп'ютерний дизайн. Саме він забезпечує її ефективність та привабливість. За умов якщо дизайнер використовує сучасні інструменти, слідкує за тенденціями та не боїться викликів він створить рекламні матеріали які не лише привертають увагу , але й залишають довготривале враження у споживачів. Варто зазначити, що майбутнє великоформатної реклами тісно пов'язано з розвитком сучасних технологій які відкриють нові горизонти для творчості та інновацій у сфері дизайну.

Література

1. Коваленко І.В. Комп'ютерний дизайн у рекламі: сучасні тенденції та інструменти. Київ. Видавництво КНУТД. 2020.

2. Петренко О.М. Великоформатна реклама: від ідеї до впровадження. Харків: Видавництво ХДАДМ. 2019.

3. Сидоренко В.А. Графічний дизайн у цифрову епоху: нові підходи та технології. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2021.

4. Шевчук М.І. Інтерактивні технології у сучасній рекламі. Дніпро: Видавництво ДНУ, 2022.

5. Smith J. Digital Advertising: Trends and Challenges. New York: Routledge, 2021.

6. Johnson L., Adams S. Innovative Approaches in Graphic Design. London: Oxford University Press, 2020.