

## СТВОРЕННЯ КОМПЛЕКСУ ІМІДЖЕВОЇ РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ З ЕЛЕМЕНТАМИ 3D ГРАФІКИ

КІЛЬПЯКОВА В.Є., студентка

ГЛІБКО О.А., канд. техн. наук

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут, (Україна, м. Харків)*

МАКСИМОВА М.О., канд. техн. наук

*Національний університет цивільного захисту України, (Україна м. Харків)*

*Анотація* – розглядається питання розробки пакету інформаційної візуальної продукції рекламного спрямування з використанням елементів тривимірного моделювання та анімації.

*Ключові слова* – реклама, фірмовий стиль, логотип, піктограма, сайт, тривимірне моделювання, візитна картка.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі складно переоцінити роль реклами на будь-якому типі ринку. Від того, як буде приготовлений рекламний продукт, залежить кінцевий результат: прийме його споживач чи ні, зауваже або відкине. Не випадково підготовка різноманітної рекламної продукції вважається одним з найважливіших елементів рекламної кампанії.

**Аналіз останніх досліджень.** Огляд аналогічних розроблюваному закладу підприємств показав, що на даний момент існує велика кількість ветеринарних клінік, і зоомагазинів. Але таких підприємств, які поєднували б у собі і те, і інше, а також місце, де домашній улюбленець відчував би себе комфортно навіть у відсутності своїх господарів, де можна придбати все, що потрібно вихованцеві, поки не так багато. Крім того комплект рекламної продукції, за звичай, не містить відео або анімаційної складової.

**Формулювання цілей (постановка завдання).** Мета даної роботи – створити імідж компанії (комплекс інформаційної та інтерактивної рекламної продукції), а саме: фірмовий стиль, дизайн сайту, рекламну продукцію і анімаційний рекламний 3D ролик.

**Основна частина.** Фірмовий стиль-це один з найважливіших інструментів маркетингу і реклами будь-якої сучасної компанії, який поєднує в собі цілий комплекс графічних і візуальних елементів, покликаних підкреслити її індивідуальність. Заклад, що розглядається у данній роботі, - це багатофункціональне підприємство, яке надає комплексні послуги домашнім тваринам. Це повний спектр ветеринарних послуг, готель для тварин, послуги щодо здійснення гігієнічних і стильних

стрижок собак і кішок, а також ексклюзивні зоотовари для тварин в широкому асортименті.

При розробці фірмового стилю зооцентру "Happy Pet" були використані синій і білий кольори як основні. Крім того, що синій - це колір ветеринарної допомоги, також він викликає асоціацію з гармонією та спокоєм. Фірмовий блок "Happy Pet" передає основну ідею зооцентру - зробити тварину та її господаря щасливими (Рис.1).



Рисунок 1 – Фірмовий блок та корпоративна візитна картка «Happy Pet»

Сайт зооцентру «Happy Pet» містить в собі основну інформацію про це підприємство. На «Головній» сторінці розміщується вітання, і опис структури зооцентру. На сторінці «Контакти» присутній контактна інформація та карта. Сторінки «Ветеринарна клініка», «Салон», «Готель» і «Зооцентр» інформують користувача про послуги, що надаються зооцентром і графік роботи.

Для зручності на сайті існує два меню. Перше знаходиться в «шапці» сайту, а друге внизу, в «підвалі», у вигляді піктограм. На кожній сторінці можна побачити логотип і слоган зооцентру (Рис.2).



Рисунок 2 – Головна сторінка сайту зооцентру «Happy Pet»

Використання анімаційного ролика в рекламній кампанії спрямоване на поліпшення сприйняття аудиторією рекламної інформації (візуалізації).

Розробка рекламного ролика, насамперед, має на меті створення яскравого образу бренду, що запам'ятовується. Застосування медійної реклами різко підвищує відсоток популярності компанії, позитивно позиціонує її на широкому ринку, істотно збільшує дієвість рекламного продукту.

Процес створення анімаційного ролику складається з декількох етапів: створення структури ролика, написання сценарію, створення 3D моделей головних героїв та інтер'єру. При розробці тривимірних моделей для рекламного ролику застосовувався метод полігонального моделювання. Була проведена робота по налаштуванню освітлення, текстурування моделей і сцен, створення скелету та анімації моделей. В завершенні – рендеринг за допомогою V-Ray, налаштування музичного супроводу і монтаж ролику (Рис.3).



Рисунок 3 – Кадр з рекламного 3D ролику.

**Висновки.** Під час роботи був проведений огляд та аналіз ринку надання рекламних послуг, існуючих аналогів розглянутого закладу. Прорахована вартість та економічна доцільність проекту. В результаті виконаної роботи був створений комплекс іміджевої поліграфічної та віртуальної продукції для обраного підприємства, включаючи рекламний ролик, розроблений на основі тривимірних моделей та сцен.

Подальшим розвитком роботи може бути розширення номенклатури елементів рекламної кампанії, зокрема, наприклад, доповненням її сувенірною продукцією.

### *Бібліографічний список*

1. *Билл Флеминг.* Создание трехмерных персонажей. Уроки мастерства: пер. с англ. / М.: ДМК, 1999. – 450 с.: ил. (Серия «Для дизайнеров»).

2. *Яцюк О.* Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. – СПб.:БХВ – Петербург, 2004. – 240с.:ил.