

5. Зенин, И. А. Право интеллектуальной собственности в 2 ч. Часть 1 : учебник для академического бакалавриата / И. А. Зенин. – 10-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 318 с.

УДК 659.1

## **ОБЪЕМНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ КАК ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ СРЕДСТВО ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ**

*Е. Г. Рудых, студент группы 10506120 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель И. М. Косякова*

*Резюме – наружную рекламу мы встречаем ежедневно – гуляя по городу, из трамвая, машины и даже из своего окна. Наружная реклама бывает больших размеров (суперсайт, биллборд) и маленьких (ситиформат, пилларс), а также динамическая, статическая, цифровая. Все это сделано для привлечения больших объемов целевой аудитории, как среди автомобилистов, так и для пешеходов.*

*Resume – we meet outdoor advertising daily – walking around the go-kind, from a tram, car and even from our window. Outdoor advertising can be large (super site, billboard) and small (sitiformat, pillars), as well as dynamic, static, digital. All this is done to attract large volumes of target audience both among motorists and for pedestrians.*

**Введение.** Рекламный щит – один из наиболее часто используемых видов наружной рекламы. Он представляет собой отдельно стоящую рекламную конструкцию, устанавливаемую на фундамент, опорные стойки, состоящую из одного или нескольких рекламных полей.

**Основная часть.** В настоящее время интернет-реклама стала лидером в своей сфере, но все же, не стоит списывать со счетов наружную рекламу. Ежедневно сталкиваясь с ней, образы бессознательно застревают у нас в памяти. Размещение рекламы на улицах города или за ним дает возможность компаниям увеличить узнаваемость, рассказать о конкретном предложении, упростить навигацию и анонсировать товар или услугу. В данной научной работе рассмотрим статический рекламный щит. А именно объемный рекламный щит. Объемная, рекламный щит – рекламный щит с объемной конструкцией, дополнительно прикрепленной на рекламное поле, с целью привлечения большего внимания.

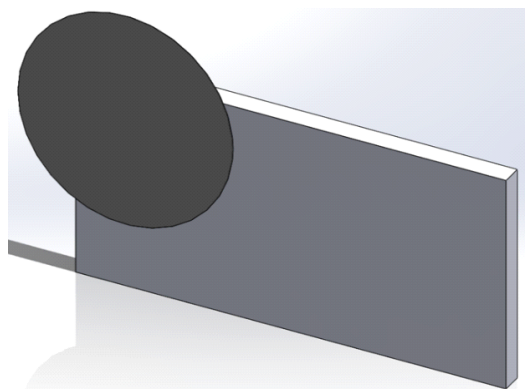


Рисунок 1 – Рекламное поле объемной конструкции

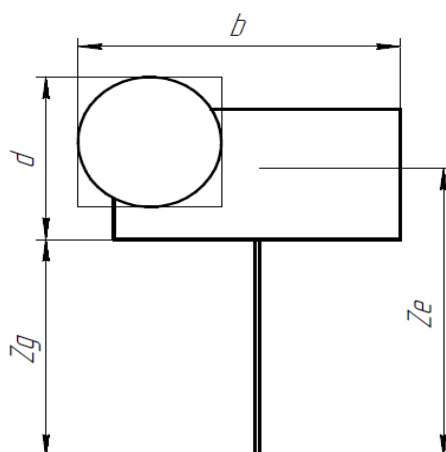


Рисунок 2 – Вид спереди объемного рекламного щита

В ходе работы были проведены расчеты объемной рекламной конструкции, изучен материал, использованный в данной конструкции, а также проведен анализ привлечения внимания потенциального потребителя с помощью добавления объема на рекламное поле.

Расчет конструкции показал, что добавление дополнительных элементов на рекламное поле незначительно влияет на ее способность противостоять нагрузкам и воздействиям окружающей среды, а также на внутреннюю силу самого щита, это дает право утверждать, что опорная стойка и фундамент также незначительно изменяются в своих размерах.

Рекламный щит стандартных размеров и объемный рекламный щит состоят практически из идентичных материалов, разница заключается лишь в материале самой объемной конструкции. Если для создания требуется реалистичность, то рекомендовано выбирать материалы, имитирующие цвет и текстуру. Для создания глубины и объемности необходимо использовать методы специальной обработки фотографий.

При закреплении дополнительной конструкции на рекламное поле используются болты, винты, вакуумные присоски, анкеры и клей. Выбор крепления основывается как на материале самой конструкции, так и на ее виде. В случаях с креплением на болты желательно использовать разборную

конструкцию на замках или саморезах, так как боковая стенка такой конструкции прикручивается непосредственно к полю, а остальная часть выстраивается потом. В случае посадке на термоклей необходима легкая объемная конструкция, желательно из пластмассы или орг. стекла. При анкерном соединении можно использовать глухую конструкцию, не требующую сборки, рекомендовано использовать анкеры с крюком.

Привлечение внимания и поддержание имиджа компании одни из самых главных целей рекламы. В данном случае эксклюзивный объемный рекламный щит позволяет выполнить их идеально.

**Заключение.** В целом, использование объемных рекламных щитов является одним из наиболее эффективных способов рекламы. Обеспечивая дополнительный визуальный эффект, они являются не только средством размещения информации, но и становятся украшением города. Однако, для достижения данного эффекта необходимо соблюдать не только качественный подбор материалов, но и технологию создания объемных элементов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// docs. cntd.ru /document/570906964](https://docs.cntd.ru/document/570906964). – Дата доступа: 24.04.2023.
2. Проектирование наружной рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ksinit.ru>. – Дата доступа: 20.03.2023.
3. Сайт для начинающих предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://супер-бизнес.рф/reklamnye-konstruktsii-vidy-naruzhnoj-reklamy>. – Дата доступа: 14.04.2023.

УДК 615.477.2

#### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФУНКЦИИ АВТОПИЛОТА В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ

*П. Д. Смолик, А. С. Коренюгин, студенты группы 10503121 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. техн. наук, доцент О. В. Дьяченко*

*Резюме – целью данной статьи является изучение создания и разработки системы автопилота. Ее роль и необходимость применения в современном мире.*

*Resume – the purpose of this article is to study the creation and development of autopilot system. Its role and necessity of application in the modern world.*

**Введение.** С каждым днем мы приближаемся к отчетливо видимому электронному будущему, которое принесет множество инноваций. Уже сегодня мы являемся свидетелями рождения новых гениальных идей и технологий. Одной из самых интересных, перспективных и масштабных технологий является идея создания автомобилей с автоматическим управлением [1].