



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет	Дизайн середовища	Рівень вищої освіти	1-й освітньо-професійний
Кафедра	Архітектури	Рік навчання	4-й
Галузь знань	19 «Архітектура і будівництво»	Вид дисципліни	Нормативна, з циклу професійної підготовки
Спеціальність	191 «Архітектура та містобудування»	Семестр	7-й

ПРОЕКТУВАННЯ ЗОВНІШНІХ РЕКЛАМНИХ НОСІЇВ

Семестр 7 (осінній, 1 вересня – 15 грудня)

Викладач	Єсіпов Андрій Олегович, викладач
E-mail	esipov1995@gmail.com
Заняття	За розкладом
Консультації	За домовленістю
Адреса	61002, Харків, вул. Мистецтв, 8, корпус 2
Телефон	(057) 706-04-46, кафедра «Архітектури»

КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ

Поза заняттями офіційним каналом комунікації з викладачем є електронні листи і тільки у робочі дні. Умови листування:

- 1) в темі листа обов'язково має бути зазначена назва дисципліни (Проектування зовнішніх рекламних носіїв);
- 2) в полі тексту листа позначити, хто звертається – анонімні листи розглядатися не будуть;
- 3) файли підписувати таким чином: *прізвище_завдання*. Розширення: текст – doc, docx, ілюстрації – jpeg, pdf.

Окрім роздруківок для аудиторних занять, роботи для рубіжного контролю мають бути надіслані на пошту викладача. Консультавання з викладачем в стінах академії відбуваються у визначені дні та години.

ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Для освоєння дисципліни необхідним є володіння знаннями та навичками з наступних курсів: «Основи архітектурної композиції», «Історія архітектури та містобудування», «Основи архітектурної композиції та проектної графіки», «Основи передпроектного та проектного аналізу», а також практичних навичок аналітичної роботи з матеріалом. Студент може запропонувати теми для ознайомлення, пов'язані з загальною тематикою курсу.

НЕОБХІДНЕ ОБЛАДНАННЯ

На заняттях студент буде мати необхідність у зошиті та ручці для ведення конспекту лекцій, олівці, гумці, лінійці, папері для ескізування та комп'ютерній техніці (ПК, ноутбук, планшет тощо) з можливістю виходу до мережі Інтернет. Програмне забезпечення, необхідне для опанування лекційного, практичного матеріалів та виконання завдань, є: CorelDRAW, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator або будь-які аналогічні програми.

МЕТА Й ЗАВДАННЯ КУРСУ

Метою є ознайомлення студентів з основами проектування зовнішніх рекламних носіїв та оволодіння навичками та прийомами роботи, необхідними для успішного вирішення поставлених задач з даної тематики.

Завдання: ознайомлення з сучасними вимогами з проектування зовнішніх рекламних носіїв, аналіз пам'яток архітектури за допомогою графоаналітичної роботи, правила поєднання архітектурного об'єкту з рекламним об'єктом, навчання основам конструювання зовнішніх рекламних носіїв.

У підсумку вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: сучасні вимоги до зовнішніх рекламних носіїв в архітектурному середовищі, основні існуючі типи зовнішніх рекламних носіїв, конструктивні рішення зовнішніх рекламних носіїв та методи їх кріплення.

вміти: виконувати композиційний та стильовий аналіз архітектурної пам'ятки, класифікувати належність архітектурних рішень до відповідних архітектурних стилів, використовувати отримані дані у процесі проектуванні рекламного носія, виконати конструктивне рішення запроєктованого рекламного носія.

КОМПЕТЕНТНОСТІ БАКАЛАВРА, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА:

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та вирішувати практичні проблеми у сфері містобудування та архітектури, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, на основі застосування сучасних архітектурних теорій та методів, засобів суміжних наук, виявляти структурні й функціональні зв'язки на основі комплексного художньо-проектного підходу.

ЗК02. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК06. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК07. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

СК03. Усвідомлення особливостей розвитку історичних і сучасних стилів в архітектурі, містобудуванні, мистецтві та дизайні України та зарубіжних країн.

СК04. Здатність дотримуватися вимог законодавства, будівельних норм, стандартів і правил, технічних регламентів, інших нормативних документів у сферах містобудування та архітектури при здійсненні нового будівництва, реконструкції, реставрації та капітального ремонту будівель і споруд.

СК06. Здатність до виконання технічних і художніх зображень для використання в архітектурно-містобудівному, архітектурно-дизайнерському і ландшафтному проектуванні.

СК07. Усвідомлення основних законів і принципів архітектурно-містобудівної композиції, формування художнього образу і стилю в процесі проектування будівель і споруд, містобудівних, архітектурно-середовищних і ландшафтних об'єктів.

СК09. Здатність розробляти архітектурно-художні, функціональні, об'ємно-планувальні та конструктивні рішення, а також виконувати креслення, готувати документацію архітектурно-містобудівних проєктів.

СК12. Усвідомлення особливостей використання різних типів конструктивних та інженерних систем і мереж, їх розрахунків в архітектурно-містобудівному проектуванні.

СК15. Здатність до здійснення комп'ютерного моделювання, візуалізації, макетування і підготовки наочних ілюстративних матеріалів до архітектурно-містобудівних проєктів.

ПР14. Обирати раціональні архітектурні рішення на основі аналізу ефективності конструктивних, інженерно-технічних систем, будівельних матеріалів і виробів, декоративно-оздоблювальних матеріалів.

ПР16. Розуміти соціально-економічні, екологічні, етичні й естетичні наслідки пропонованих рішень у сфері містобудування та архітектури.

ПР17. Застосовувати енергоефективні та інші інноваційні технології при проектуванні архітектурних об'єктів.

ОПИС І СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна спрямована на підготовку майбутнього фахівця до рішення широкого кола питань, пов'язаних з рекламою у міському середовищі, даючи студентам необхідні знання з обирання доцільного образного рішення зовнішнього рекламного носія, його проектування з урахуванням аспектів стильового, кольорового рішення, рішення освітлення та практичні навички з виконання креслень його конструктивного рішення.

Дисципліна вивчається протягом 7 семестру 4-го курсу (3 кредитів ECTS, 90 навчальних годин, з них: лекційні заняття 24 години, практичні заняття 6 годин, самостійна робота 60 годин). Структура дисципліни складається з 3-х змістових модулів та 11 тем. Вивчення курсу завершується заліком в кінці семестру.

Тема	Години (лекційні, практичні)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. РЕКЛАМА І АРХІТЕКТУРНЕ СЕРЕДОВИЩЕ				
Тема 1. Типологія рекламних носіїв. Видача завдання на виконання графічної роботи	2	Отримати уявлення про основні види рекламних носіїв, їх класифікацію, особливості застосування, художні особливості	Робота з конспектом та літературою. Графоаналітична самостійна робота за індивідуальним завданням	40
Тема 2. Реклама в міському середовищі. Рекламні носії і архітектурна форма	2	Навчитись оцінювати рекламні носії на предмет відповідності художнім якостям. Знати художні особливості поєднання з архітектурною формою різновидів зовнішніх рекламних носіїв		
Тема 3. Візуальне, інформаційне забруднення міста	2	Знати критерії оцінювання художньої цінності реклами і її соціально-психологічний вплив		
Тема 4. Формування рекламних ансамблів в міській забудові. Типологія масштабів сприйняття об'єктів міської реклами	4	Знати періодизацію та основні особливості поширення реклами в міському архітектурному середовищі. Вивчити основні знання і навички, необхідні для розробки концепції, художнього втілення реклами		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРОЕКТУВАННЯ ЗОВНІШНІХ РЕКЛАМНИХ НОСІЇВ				
Тема 5. Дизайн зовнішніх рекламних носіїв. Нормативні документи	2	Ознайомитись з основними документами, що супроводжують проектування/ конструювання реклами	Робота з конспектом та літературою. Графоаналітична самостійна робота за індивідуальним завданням	40
Тема 6. Формоутворення	2	Сформулювати уявлення про етапи, принципи і методи проектування/		

зовнішніх рекламних носіїв		конструювання рекламних носіїв. Навчитись розробляти концепцію формоутворення рекламного носія.		
Тема 7. Кольорові рішення зовнішніх рекламних носіїв	2	Знати основні принципи та навчитись розробляти концепцію кольорового оформлення рекламного носія.		
Тема 8. Шрифтові рішення зовнішніх рекламних носіїв	4	Знати основні принципи та навчитись розробляти концепцію шрифтового оформлення рекламного носія		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. КОНСТРУЮВАННЯ РЕКЛАМНИХ НОСІЇВ				
Тема 9. Конструктивні рішення рекламних носіїв. Конструктивні вузли	4	Знати основні методи конструювання зовнішньої реклами, основні конструктивні вузли. Навчитись складати документацію, що супроводжує процес конструювання зовнішнього рекламного носія	Робота з конспектом та літературою. Графоаналітична самостійна робота за індивідуальним завданням	20
Тема 10. Матеріали зовнішніх рекламних носіїв	2	Знати основні матеріали для конструювання зовнішніх рекламних носіїв, особливості використання та випадки їх застосування		
Тема 11. Конструктивні особливості рекламних медіа-носіїв	4	Знати особливості сприйняття медіа-носіїв зовнішньої реклами в архітектурному середовищі та особливості їх конструювання		

ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ

Лекційний курс базується на відомих і доступних теоретичних працях і у той же час розроблений із залученням великого додаткового матеріалу. Особлива увага приділяється опрацюванню основних категорій і понять, що визначають комплексне сприйняття архітектурного середовища. Введено спеціальні теми, що розкривають природу зовнішніх рекламних носіїв в архітектурному середовищі міста, механізми та прогнозування їх розвитку.

Самостійна робота студентів організується таким чином: студенти ведуть конспекти лекцій, отримують презентації та/або ілюстрації лекційного матеріалу, перелік рекомендованої літератури та теми для виконання індивідуальної графічно-аналітичної роботи (завдання, яке демонструватиме отримані у навчанні необхідні навички професійного дослідницького підходу та художньо-композиційного мислення). Завдання створюють передумови для подальшого органічного поєднання навчального процесу з науково-дослідницькою діяльністю студентів у галузі архітектури та містобудування.

Семінари (практичні заняття) проводяться у формі індивідуальної бесіди викладача зі здобувачами, які готують власні матеріали за темою графічно-аналітичної роботи. Шляхом бесіди студенти вчаться ґрунтувати свою точку зору з певного питання, застосовуючи знання, отримані на заняттях з предмету та у власному опрацюванні літератури.

ФОРМАТ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

Підсумковою формою контролю опанування і закріплення знань з дисципліни є диференційований залік. Для отримання оцінки заліку достатньо пройти рубіжні етапи контролю у формі поточних перевірок процесів практичної та самостійної роботи та модульні контролю. Для тих студентів, які бажають покращити результат, передбачені письмові роботи з підготовки тез конференцій за обраними темами дисципліни (5 балів).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Національна	Бали	ECTS	Диференціація А (внутрішня)	Національна	Бали	ECTS
відмінно	90–100	A	A+ 98–100	задовільно	64–74	D
			A 95–97		60–63	E
			A- 90–94	незадовільно	35–59	FX
добре	82–89	B		незадовільно (повторне проходження)	0–34	F
	75–81	C				

ПРАВИЛА ВИКЛАДАЧА

Організація та проведення занять з дисципліни проводяться відповідно до загальноприйнятих норм і правил поведінки Вищої школи. Викладач координує процес занять, а також сприяє створенню умов щодо необхідного рівня професійної дискусії. Особлива увага приділяється досягненню програмних результатів навчання дисципліни. Особисті погляди викладача з тих чи інших питань не являються перешкодою для реалізації здобувачами вищої освіти процесу навчання.

Викладач створює безпечні та комфортні умови для реалізації процесу навчання особам з особливими освітніми потребами (в межах означеної аудиторії).

У разі відрядження, хвороби тощо викладач має право перенести заняття на вільний день за попередньою узгодженістю з керівництвом та студентами.

ПРАВИЛА ЗДОБУВАЧА

Під час занять студент повинен обов'язково вимкнути звук мобільних телефонів. За необхідності він має право на дозвіл вийти з аудиторії (окрім заліку або екзамену). Вітається власна думка з теми заняття, яка базується на аргументованій відповіді та доказах, зібраних під час практичних або самостійних занять.

ПОЛІТИКА ВІДВІДУВАНOSTІ

Недопустимі пропуски занять без поважних причин (причини пропуску мають бути підтверджені необхідними документами, попередженням викладача та інформуванням деканату), а також запізнення на заняття. Самостійне відпрацювання теми (вивчення лекційного матеріалу, виконання завдань практичної частини курсу) відбувається неодмінно в разі відсутності студента на заняттях з будь-яких причин. Довгострокова відсутність студента на заняттях без поважних причин дає підстави для незаліку з дисципліни. Додаткові заняття у таких випадках не передбачені.

ПОЛІТИКА ЩОДО ДЕДЛАЙНІВ ТА ПЕРЕСКЛАДАННЯ

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (у своїх роботах: доповідях, статтях, проектних розробках, тезах тощо). Кожен випадок порушення академічної доброчесності розглядається як ситуація, що негативно впливає на рейтинг здобувача і оцінку його роботи. У разі прояву плагіату – копіювання в статті/рефераті чужих матеріалів без посилання на справжнього автора чи оригінал виробу (твору), студент не тільки не отримує балів, але й стає суб'єктом обговорення та покарання згідно положення «Про академічну доброчесність у Харківській державній академії дизайну і мистецтв» <https://ksada.org/doc/polojennya-honesty-2020.pdf>

Документи:

https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2021/01/проект-закону-про-АкадДоброчесність_4.pdf

<https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2021/03/Кодекс-академічної-доброчесності..pdf>

https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/05/Deklar_pro_dobr.pdf

<https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/10/Рекомендації-ЗВО-система-забезпечення-академічної-доброчесності.pdf>

Корисні посилання:

http://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/05/plagiat_qa.pdf

http://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/05/UKR_TOWARDS_A_SOCIAL_MODEL_OF_PLAGIARISM.pdf

https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/05/UKR_Why_students_cheat.pdf

РОЗКЛАД КУРСУ

Дата	Тема	Вид заняття	Зміст	Годин	Рубіжний контроль	Деталі
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. РЕКЛАМА І АРХІТЕКТУРНЕ СЕРЕДОВИЩЕ						
1 тиж.	1	лекція	Типологія рекламних носіїв. Видача завдання на виконання графічної роботи	2		
2 тиж.	2	лекція	Реклама в міському середовищі. Рекламні носії і архітектурна форма	2		
3 тиж.	3	лекція	Візуальне, інформаційне забруднення міста	2		
4 тиж.	4	лекція	Формування рекламних ансамблів в міській забудові. Типологія масштабів сприйняття об'єктів міської реклами	2		
5 тиж.		практичне	Колоквіум	2	Бесіда/консультування по виконан	Оцінюється наявність дослідницького матеріалу та стадія аналітики у

					ню графічно ї роботи 40	відповідності цілям завдання
			<i>У змістовому модулі 1:</i>	<i>10</i>	<i>40</i>	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРОЕКТУВАННЯ ЗОВНІШНІХ РЕКЛАМНИХ НОСІЇВ						
6 тиж.	5	лекція	Дизайн зовнішніх реklamних носіїв. Нормативні документи	2		
7 тиж.	6	лекція	Формоутворення зовнішніх рекламних носіїв	2		
8 тиж.	7	лекція	Кольорові рішення зовнішніх рекламних носіїв	2		
9 тиж.	8	лекція	Шрифтові рішення зовнішніх рекламних носіїв	2		
10 тиж.		практичне	Колоквіум	2	Бесіда/ консуль тування по виконан ню графічно ї роботи 40	Оцінюється наявність графічного матеріалу та вірність алгоритму рішення поставленого завдання
			<i>У змістовому модулі 2:</i>	<i>10</i>	<i>40</i>	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. КОНСТРУЮВАННЯ РЕКЛАМНИХ НОСІЇВ						
11 тиж.	9	лекція	Конструктивні рішення реklamних носіїв	2		
12 тиж.		лекція	Конструктивні рішення реklamних носіїв	2		
13 тиж.	10	лекція	Матеріали зовнішніх реklamних носіїв. Конструктивні вузли	2		
14 тиж.	11	лекція	Конструктивні особливості рекламних медіа-носіїв	2		
15 тиж.		практичне	Колоквіум	2	Прийма ння графічно ї роботи. Залік 20	Оцінюється графічна робота на якість графічного виконання, розуміння принципів проекткування зовнішніх реklamних носіїв
			<i>У змістовому модулі 3:</i>	<i>10</i>	<i>20</i>	
			<i>Разом за семестр:</i>	<i>30</i>	<i>100</i>	

РОЗПОДІЛ БАЛІВ

Тема	Форма звітності	Бали
1-4	Поточний контроль змістового модуля 1 (колоквіум)	0-40
5-8	Поточний контроль змістового модуля 2 (колоквіум)	0-40
9-11	Поточний контроль змістового модуля 3 (колоквіум)	0-20
	Всього балів за семестр:	0-100

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Засвоєння матеріалу дисципліни оцінюється сумарно 100 рейтинговими балами.

У графічно-аналітичній роботі оцінюється якість аналітичного матеріалу, схем та рисунків, загального компонування та оформлення.

Колоквіуми проводяться за матеріалом курсу, де оцінюється обізнаність у тематиці курсу, розуміння принципів проектування рекламних носіїв, знання за темами нормативних документів з їх проектування, конструктивних особливостей, стильових ознак.

Графічно-аналітична робота (20 балів):

A (17-20 балів) – робота виконана на високому графічному рівні, аналіз обраного об'єкту побудовано і проведено логічно, всебічно, системно та ґрунтовно, аналітичну роботу викладено у вигляді схем (зображень) та тексту власного виробництва;

B (13-16 балів) – робота виконана на високому графічному рівні, проведено необхідний аналіз, системно викладено підсумок аналітичної роботи у вигляді тексту, схеми недостатньо або непослідовно розкривають логіку дослідження;

C (11-12 балів) – робота виконана на доброму графічному рівні, проведено необхідний композиційний аналіз, системно, але не досить обґрунтовано викладено підсумок аналітичної роботи у вигляді тексту;

D (8-10 балів) – робота виконана на задовільному графічному рівні, проведено необхідний композиційний аналіз, підсумок аналітичної роботи у вигляді тексту викладено системно, проте необґрунтовано;

E (7 балів) – робота виконана на незадовільному графічному рівні, не проведено необхідні дослідження, підсумок аналітичної роботи у вигляді тексту викладено безсистемно й необґрунтовано;

F_X (6 балів) – робота виконана незадовільно й не в повному обсязі, здобувач демонструє необізнаність у матеріалі курсу, не розуміється на питаннях що обговорювалися у курсі;

F (0-5 балів) – робота не виконана, здобувач демонструє необізнаність у матеріалі курсу, не розуміється на питаннях що обговорювалися у курсі, має пропусків занять більше 40% від загального обсягу без поважної причини.

Графічно-аналітична робота (40 балів):

A (35-40 балів) – робота виконана на високому графічному рівні, аналіз обраного об'єкту побудовано і проведено логічно, всебічно, системно та ґрунтовно, аналітичну роботу викладено у вигляді схем (зображень) та тексту власного виробництва;

B (29-34 балів) – робота виконана на високому графічному рівні, проведено необхідний аналіз, системно викладено підсумок аналітичної роботи у вигляді тексту, схеми недостатньо або непослідовно розкривають логіку дослідження;

C (23-28 балів) – робота виконана на доброму графічному рівні, проведено необхідний композиційний аналіз, системно, але не досить обґрунтовано викладено підсумок аналітичної роботи у вигляді тексту;

D (16-22 балів) – робота виконана на задовільному графічному рівні, проведено необхідний композиційний аналіз, підсумок аналітичної роботи у вигляді тексту викладено системно, проте необґрунтовано;

E (10-15 балів) – робота виконана на незадовільному графічному рівні, не проведено необхідні дослідження, підсумок аналітичної роботи у вигляді тексту викладено безсистемно й необґрунтовано;

FX (5-9 балів) – робота виконана незадовільно й не в повному обсязі, здобувач демонструє необізнаність у матеріалі курсу, не розуміється на питаннях що обговорювалися у курсі;

F (0-5 балів) – робота не виконана, здобувач демонструє необізнаність у матеріалі курсу, не розуміється на питаннях що обговорювалися у курсі, має пропусків занять більше 40% від загального обсягу без поважної причини.

СИСТЕМА БОНУСІВ

Передбачено додаткові бали за активність здобувача за виступ на конференції або за публікацію статті за темою дослідження, виконаних в межах дисципліни (5-10).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Marvin C., Sun-ha H. (ed.). Place, space, and mediated communication: exploring context collapse. – Taylor & Francis, 2017.
2. Scott K. The Digital City and Mediated Urban Ecologies. – Palgrave Macmillan, Cham, 2016.
3. Авербах М. Я. Брендунання станцій харківського метрополітену. Погляд з позиції архітектора //Науковий вісник будівництва. – 2018. – №. 93, № 3. – С. 10-18.
4. Rovisco M., Ong J. C. (ed.). Taking the square: Mediated dissent and occupations of public space. – Rowman & Littlefield, 2016.
5. Richardson B. Marketing for architects and engineers: a new approach. – Taylor & Francis, 2003.
6. Авербах М. Я. Як приборкати рекламу в архітектурному просторі? Заочна полеміка з Адріаною Портеллою //Науковий вісник будівництва. – 2017. – №. 88, № 2. – С. 49-53.
7. Portella A. Visual pollution: advertising, signage and environmental quality. – Routledge, 2016.
8. Krajina Z. Negotiating the mediated city: Everyday encounters with public screens. – Routledge, 2013.
9. Авербах М. Я. Щодо питань про співіснування реклами та архітектури. – 2017.
10. Harrison S. (ed.). Media space 20+ years of mediated life. – Springer Science & Business Media, 2009.
11. Cronin A. M. Advertising, commercial spaces and the urban. – Springer, 2010.
12. Brown J. B. Mediated Space: The Architecture of News, Advertising and Entertainment. – Riba Publishing, 2019.
13. Авербах М. Я. Вплив комерціалізованих просторів на візуальні якості архітектурного середовища //Комунальне господарство міст. Серія: Технічні науки та архітектура. – 2017. – №. 135. – С. 66-73.
14. Chmielewski S. et al. Measuring visual pollution by outdoor advertisements in an urban street using intervisibility analysis and public surveys //International Journal of Geographical Information Science. – 2016. – Т. 30. – №. 4. – С. 801-818.

Інформаційні ресурси:

1. <https://img.artlebedev.ru/moscow/design-code/documents/mka-design-code-00-general-guides.pdf>
2. <https://www.city.kharkov.ua/assets/files/docs/dzn-code/tekstova-chastina.pdf>
3. [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/957205/National Model Design Code.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/957205/National_Model_Design_Code.pdf)
4. http://www.aylesburynow.london/web/uploads/files/Planning_Application/Overall_Masterplan/06_Masterplan_Design_Code_Revised.pdf

