

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

ДОПУЩЕНО до захисту
Завідувач кафедри, д.т.н., проф.
_____ О.В. Чепелюк
« ___ » _____ 20__ р.

РОЗРОБКА ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОГО РОЛИКУ
КАФЕДРИ ДИЗАЙНУ ХНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
022 Дизайн

Виконавець:
Студент групи 4Д2

_____ **Опалько М.В.**
(ПІБ)

Керівник:
к.т.н., доцент

_____ **Якимчук О.В.**
(ПІБ)

Консультанти з розділів:

Основний розділ
к.т.н., доцент

_____ **Якимчук О.В.**
(ПІБ)

Розділ з охорони праці
к.с.-г.н., доцент

_____ **Малєєв В.О.**
(ПІБ)

Нормоконтроль
к.т.н., доцент

_____ **Фефелов А.О.**
(ПІБ)

ХЕРСОН 2021

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до кваліфікаційної роботи)**

БАКАЛАВР

(освітній ступінь)

на тему «Розробка профорієнтаційного ролику кафедри
дизайну ХНТУ»

Виконав: студент 4 курсу, групи 4Д2
спеціальності

022 "Дизайн"

(шифр і назва спеціальності)

Опалько М.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник **Якимчук О.В.**

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Опалько М.В. Розробка профорієнтаційного ролику кафедри дизайну ХНТУ – Рукопис.

Робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 022 – Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2021.

В наш час вища освіта вже не є такою актуальною для молоді з розвитком технологій. Аби привернути увагу абітурієнтів, університети знімають профорієнтаційні ролики для простішою комунікації з потенційними вступниками.

Враховуючи розвиток соціальних мереж та найрізноманітнішу манеру подачі відеоконтенту, є важливим при розробці профорієнтаційного ролику застосовувати вже знайому манеру подачі контенту в соціальних мережах, а також цим самим вивести профорієнтаційні ролики на новий рівень. Такий ролик буде спрямований та розроблений з урахуванням потенційних візуальних потреб цільової аудиторії. Така подача інформації складає конкуренцію іншим вищим навчальним закладам, адже націлена на свою цільову аудиторію.

Отже, тема профорієнтаційних роликів є актуальною та важливою. Нові способи подачі та застосовані ефекти при монтажу відео можуть привернути увагу абітурієнтів та збільшити кількість студентів, що в наш час є необхідним, оскільки мала кількість з них обирають вступати до вищих навчальних закладів.

Концепція ролику направлена на скорочення текстових блоків та динаміку кадрів, які поєднують в собі різні настрої та комбінацію візуальних ефектів. Текстові блоки мінімальні, інформацію подано коротко з введенням хештегів, які знайомі та звичні для потенційних глядачів.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРЕДМЕТУ ПРОЕКТУВАННЯ	9
1.1. Класифікація відеороликів.....	9
1.2. Аналіз цільової аудиторії відеоролику.....	14
1.3. Аналіз аналогового середовища	15
Висновки	18
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ВІДЕОКОНТЕНТУ	19
2.1. Загальна характеристика створення відеороликів	19
2.2. Особливості використання технічних засобів при розробці відеоконтенту	23
Висновки.....	26
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПЦІЯ ПРЕДМЕТУ ПРОЕКТУВАННЯ	27
3.1. Концепція предмету проектування	27
3.2. Структура відеоролику та композиційні рішення	29
Висновки.....	32
РОЗДІЛ 4. ТЕХНІЧНА РОЗРОБКА ОБ'ЄКТУ ПРОЕКТУВАННЯ	33
4.1. Технічні складові зйомки відеоконтенту	33
4.2. Процес реалізації об'єкту проектування	36
Висновки.....	38
РОЗДІЛ 5. ОХОРОНА ПРАЦІ В ХНТУ	39
5.1. Загальна характеристика робочого місця дизайнера.....	39
5.2. Захист від шуму в аудиторіях 6-го корпусу ХНТУ	42
Висновки.....	44
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	45
ДОДАТОК А	48
ДОДАТОК Б	51
ДОДАТОК В.....	52
ДОДАТОК Д.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

ВСТУП

В наш час з'явилась тенденція до швидшого працевлаштування ніж здобуття вищої освіти, що позначається на кількості дипломних фахівців. Наразі цей відсоток невеликий, проте в подальшому він може збільшуватись, що призведе до закриття вищих навчальних закладів та безробіттю викладацького складу.

Без вищої освіти важче влаштуватись на престижну і високооплачувану роботу та в подальшому розвиватись, як фаховий спеціаліст з великими перспективами на майбутнє. Окрім цього, вища освіта цінується за кордоном, що дає змогу представляти свою країну на міжнародному рівні, як гарний спеціаліст в своїй області. Також, спеціалістів за кордоном цінують, тому заробітна плата значно вища та перспективи кар'єрного росту більші.

Ще одною перевагою навчання в університеті є той факт, що навіть в процесі навчання студента можуть влаштувати на роботу за спеціальністю. Це пов'язано з тим, що роботодавці, яким потрібні нові спеціалісти звертаються за допомогою до університету та гарантують працевлаштування. Таким чином не виникає проблеми в пошуках студентами роботи за спеціальністю.

Аби привернути увагу абітурієнтів та всіх бажаючих вступати до окремого університету, кожен рік влаштовують день відкритих дверей, проходить рекламна кампанія, роздаються листівки та інші інформативні джерела, а також в онлайн-режимі на різних ресурсах проводяться рекламні дії. Всі ці методи можуть привернути увагу абітурієнта до університету, проте не до конкретної спеціальності. В такому разі **актуальною** є додаткова інформація про кафедри та всі спеціальності у вигляді профорієнтаційних роликів, за допомогою яких можна привернути увагу охочих вступати до університету саме на окрему спеціальність. Така подача матеріалу створює конкуренцію іншим університетам та може стати фінальною складовою, яка наштовхне людину обрати саме цей вищий навчальний заклад.

Мета роботи полягає в визначенні особливостей розробки профорієнтаційних роликів з ціллю підвищити кількість студентів на кафедрі дизайну Херсонського національного технічного університету та поповнити презентаційний відеоконтент університету.

Об'єктом проектування є процес створення відеоролику, технічні характеристики.

Предмет – наповнення відеоролику інформаційним матеріалом кафедри дизайн Херсонського національного технічного університету.

Методи, які використовувались в роботі: описовий, порівняльний, аналітичний.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У роботі було проведено дослідження відеороликів, їх класифікація, види та інші розгалуження від них. Тема є актуальною для вступників, а також розвинута аби залучити більшу кількість аудиторії до університету. Таким чином, проект спрямований на основну цільову аудиторію – підлітків. Тому було проаналізовано сучасні актуальні соціальні мережі та їх особливості. Підпорядковано відеоролик під них та змонтовано з урахуванням всіх вимог та закономірностей в подачі роликів на різних платформах в мережі Інтернет.

В першому розділі було визначено предмет проектування та досліджено його особливості. Було проаналізовано види та типи відеороликів, класифіковано їх по темам, концепціям та завданням. Визначені особливості подачі відеороликів та вимоги до їх монтажу враховуючи відштовхуючись від завдання ролику на ринку.

В першому розділі окрім дослідження предмету проектування було сформовано основну цільову аудиторію, проаналізовано її та визначено вимоги подачі матеріалу. Визначено особливості монтажу та застосованих ефектів, які можливо застосовувати відштовхуючись від особливостей сприйняття цільової аудиторії.

Другий розділ передбачає аналіз особливостей розробки відеоконтенту. В ньому було проаналізовано основні закономірності в створенні відеоконтенту, його головних вимог які обов'язково мають бути виконані та є стандартними для всіх типів роликів.

Було досліджено особливості використання технічних засобів при роботі з роликами. Визначено різницю між відеокамерою та фотокамерою, проаналізовано їх переваги та недоліки. Було проаналізовано особливості роботи зі світлом, яким чином воно впливає на атмосферу ролику, визначено різницю між штучним світлом та природнім і їх застосування в окремих умовах.

В третьому розділі було розписано концепцію предмету проектування та її особливості в відтворенні на процесі монтажу. В розділі передбачено аналіз структури відеоролику, прописано композиційні рішення та методи зйомки ролику.

Четвертий розділ передбачає опис готового варіанту предмету проектування. Розписано технічну розробку ролику, його особливості монтажу. В розділі передбачено аналіз технічних складових зйомки відеоконтенту, визначені особливості застосування техніки з врахуванням концепції та структури ролику.

В четвертому розділі було прописано процес монтажу ролику в програмі Adobe Premiere. Було розписано хід дій в програмі, способи застосування ефектів, а також інструменти, які було використано.

Останній розділ присвячено охороні праці в ХНТУ, прописано загальну характеристику робочого місця дизайнера, особливості його проектування та головні ергономічні умови. Детально розписано яким чином відбувається захист від шуму в аудиторіях 6-го корпусу ХНТУ, та особливості звукопоглинання в приміщеннях.