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 АНІМАЦІЙНОГО РОЛИКУ РЕКЛАМИ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

022 Дизайн

Виконавець:
Студент групи 4Д2 _____ **Повод В.Д.**
(ПІБ)

Керівник:
к.т.н.,доцент _____ **Фефелов А.О.**
(ПІБ)

Консультанти з розділів:

Основний розділ
к.т.н.,доцент _____ **Фефелов А.О.**
(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 АНІМАЦІЙНОГО РОЛИКУ РЕКЛАМИ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ"

Виконав: студент 4 курсу, групи_4Д2_
спеціальності
_____022 "Дизайн"_____
(шифр і назва спеціальності)

Повод. В.Д._____
(прізвище та ініціали)
Керівник _ к.т.н.,доцент Фефелов. А.О._____
(прізвище та ініціали)
Рецензент_____
(прізвище та ініціали)

Херсон - 2021

АНОТАЦІЯ

Повод В.Д. Розробка анімаційного ролику реклами ювелірних виробів. - Рукопис.

Робота на здобуття освітнього ступеню бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2021.

Проведений аналіз що до модних та сучасних тенденції у медіа дизайні, зокрема у рекламних продуктах ювелірних виробів відомих брендів. Особливу увагу привернув сучасний український бренд ювелірних виробів «Кочут». Їх вироби вигідно відрізняються від інших своїм нестандартним виконанням та творчим підходом до дизайну. На високому рівні виконані рекламні фотографії, але це не достатньо для сучасного рекламного простору. Сучасний медіа простір потребує різноманітності форм реклами та динамічного представлення виробів, виходячи з цього створення відео реклами з використанням тривимірної графіки дозволить українському бренду вийти на світовий рівень презентацій своїх товарів. Були обрані прикраси різних стилів, щоб показати різноманітність дизайну, створити цікаві концептуальні анімації до кожного виробу та об’єднати у єдиний рекламний ролик.

ЗМІСТ

ВСТУП 8
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПРОЕКТНОЇ СИТУАЦІЇ 10
1.1. Аналіз анімаційного простору 10
1.2. Аналіз анімаційних роликів з подібною ситуацією 12
Висновки 17
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ВІДЕО 18
2.1. Концептуальне вирішення відео 18
2.2. Структурні елементи проекту 21
Висновки 22
РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНЕ ВИКОНАННЯ 23
3.1. Програмні засоби реалізації 23
3.2. Технічне виконання проекту 24
Висновки 36
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ 37
4.1. Загальна характеристика робочого місця дизайнера Фотошопина М.З. 37
4.2. Методи та засоби боротьби зі стресом у виробничих умовах 41
Висновки 46
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ 47
Додаток А 50
Додаток Б 53
Додаток В 55
Додаток Д 56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 60

ВСТУП

Актуальність темы. Людський мозок сприймає відео в 60 000 раз швидше ніж текст, тому саме відео найкраще підходить для швидкого та об’ємного донесення інформації до сучасних людей. Розробка даного проекту є актуальною темою, оскільки у мережі Інтернет аналогічні проекти існують у дуже маленькій кількості. Маленька кількість проектів обумовлює невеликі сюжетні та технічні варіанти. Кількість подібних проектів залежить і від кількості спеціалістів у сфері створення відео. Ювелірні прикраси - одна з кращих форм мистецтва не тільки через те, що майстер втілює в дорогоцінному металі і камені свої творчі задуми, а й з-за можливості носити виріб на собі, що не може дати жоден інший твір мистецтва. Виходячи з цього завдання є актуальним.

Мета роботи. Створення відео реклами для ознайомлення з ювелірними виробами бренду «Kochut», удосконалення практичних навичок у використанні технології моделювання, текстурування та анімації у тривимірній графіці, інструментарії та технологій програм для монтажу відео, створення динамічних відео ефектів, вивчення композиції кадру.

Для досягнення поставленої мети вирішено наступні **завдання:**

- вивчити сучасний стан відео реклами;
- обрати тему та вид відео;
- дослідити аналогове середовище обраної теми;
- розробити ескізний варіант творчого завдання;
- використовувати сучасне програмне забезпечення для реалізації проекту.

Об’єкт дослідження процес створення анімаційних роликів та презентації з використанням технології тривимірного моделювання, текстурування та анімації, розробки динамічних ефектів, застосування композиції кадрів у анімаційних роликах.

Предмет дослідження. Створення анімаційної реклами ювелірних виробів бренду «Kochut» з використанням трьохвимірної графіки та ефектів, які підкреслюють особливості кожної прикраси. Використання фізичних ефектів руху часток, використання різноманітних ракурсів для придання динаміки кадру.

Практичне значення полягає у створенні відео реклами з використанням тривимірної графіки, яка дозволить українському бренду вийти на світовий рівень презентацій своїх товарів, збільшити охоплення аудиторії та продажи.

Структура роботи: звіт містить у собі чотири розділи у яких детально описується процес виконання роботи, загальні висновки, додатки та список літератури. У першому розділі йдеться про аналіз аналогів та прототипів. У другому про концепцію проекту. Третій розділ описує технічну реалізацію проекту. Четвертий розділ містить інформацію щодо охорони праці. Загальні висновки містять підсумок усіх чотирьох розділів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. У процесі створення концепції дипломної роботи було вивчено та проаналізовано сучасний стан відео реклами. Встановлено тему та мету виконання дипломної роботи, проаналізовано її актуальність. Досліджено аналоги та прототипи з яких підкреслено найактуальніші рішення для створення відео проектів, підмічено використання цікавих ефектів та способів монтажу, актуальні тенденції у розробці реклами.

2. Для створення відео-реклами було обрано саме метод 3D моделювання та анімації, бо така анімація дозволяє вигідно виділити товар серед інших пропозицій. 3D реклама дозволяє поширювати і позиціонувати товар або послуги з правильного боку, сприймати їх максимально точно, тим самим підвищувати інтерес клієнтів і збільшувати продажі; аналіз аналогів та прототипів дав змогу визначити актуальні тенденції у розробці реклами та зрозуміти принцип їх використання у телебаченні та інтернет середовищі.

3. Це дало змогу змоделювати візуалізацію понять, абстрактних та невидимих речей, незвичайних місць, де діють свої закони фізики та найголовніше, уявлення концепцій каблучок та передача їх за допомогою елементів фантастики. Також пророблена робота зі знайомством із брендом «Kochut», вивчення їх концепції та ідейних цінностей. Було проаналізовано створення бренду «Kochut» та особливості їх ювелірного стилю. Проаналізувавши концепцію кілець, був створений сюжет та сценарій, який передає ідею та історію кожного виробу.

4. Обрані візуальні ефекти, які здатні створити цікавий «чіпляючий» глядача ефект. Сюжетні елементи обіграють частини історії кожного кільця, додаючи в відео фантастики і допомагаючи розкрити глибокий сенс кожного виробу. При роботі з програмами були вивчені нові прийоми монтажу відео та нові види ісходних графічних та відеоматеріалів, практично відпрацьована робота з накладенням музикальних та візуальних ефектів.

5. Проаналізовано вплив стресу на здоров’я та організм дизайнера під час роботи над проектом. Виявлено його наслідки та причини, а також способи уникнення стрессу. Хоча він рідко викликає серйозні захворювання, проте він явно сприяє тому, що "виходить з ладу" найбільш ослаблена частина організму. На жаль, при сильному хронічному стресі цей "вихід з ладу" незворотній.

6. Проаналізовано робоче місце дизайнера з точки зору ергономіки. Ергономіка робочого місця робітника - це поєднання ряду факторів, які впливають на комфортність умов роботи. Зроблено розбір основних параметрів, які важливі для організації робочого місця: довжина рук, ніг, зріст людини і його габарити. Також впливає і амплітуда рухів. Особлива увага до правильного освітлення робочого простору дизайнера, допомагає уникнути проблем із зором під час роботи. Досліджено електробезпеку та правила її дотримання при роботі з технікою у професії дизайнера.