

**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 ПРЕЗЕНТАЦІЙНОГО ФЕШН-
РОЛИКУ ДЛЯ КОЛЕКЦІЇ АВТОРСЬКИХ
ПРИКРАС**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
022 Дизайн

Виконавець:
Студент групи 4зД

Оришака Д.В.

(ПІБ)

Керівник:
к. мист., доцент

Миргородська Н.В.

(ПІБ)

Консультанти з розділів:

Основний розділ
к.т.н., професор

Полетаєва Г.Н.

(ПІБ)

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

Малєєв В.О.

(ПІБ)

Нормоконтроль
к. мист., доцент

Миргородська Н.В.

(ПІБ)

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 ПРЕЗЕНТАЦІЙНОГО ФЕШН-
РОЛИКУ ДЛЯ КОЛЕКЦІЇ АВТОРСЬКИХ ПРИКРАС"

Виконав: студент 4 курсу, групи 4зД
спеціальності

022 "Дизайн"

(шифр і назва спеціальності)

Оришака Д.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник к. мист, доц. Миргородська Н.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Кашуба Г.В.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Оришака Д.В. Розробка презентаційного фешн-ролику для колекції авторських прикрас. – Рукопис.

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

В результаті проведеного аналізу маркетингового відео контенту встановлено, що фешн-відео є однією з найактуальніших форм просування бренду або компанії на сьогоднішній час. Аналіз простору діяльності дозволив визначити характерні особливості: тип відеоконтенту, спрямованість на різну аудиторію, вплив на глядача, результати.

Проаналізувавши аналоги, представлені у дипломній роботі для подальшої розробки концепції, сформована головна концептуальна ідея для фешн-відео. Дана робота спрямована для створення естетичної візуалізації авторських прикрас з метою зацікавити потенціальних покупців та привернути увагу до бренду. Методом експертної оцінки та аналізу матеріалу обрано методи зйомки, розроблено структуру та концепцію ролику, при яких прикраси із запропонованої колекції будуть продемонстровані затребуваний і цікавий продукт.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПРОЕКТНОЇ СИТУАЦІЇ.....	10
1.1. Аналіз простору діяльності.....	10
1.2. Аналіз аналогів у створенні фешн-відео.....	15
Висновки	16
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ВІДЕОРОЛИКА.....	18
2.1. Концептуальне вирішення відео проекту	18
2.2. Структурні елементи відео проекту	20
Висновки	22
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ВІДЕОРОЛИКУ.....	23
3.1. Програмні засоби реалізації.....	23
3.2. Аналіз обраного матеріалу.....	25
3.3. Технічне виконання проекту	27
Висновки	29
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ.....	30
4.1. Загальна характеристика робочого місця дизайнера.....	31
2.2. Напруженість та показники напруженості трудового процесу	33
Висновки	36
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	38
Додаток А	42
Додаток Б	44
Додаток В	46
Додаток Д	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50

ВСТУП

Життя сучасного суспільства неможливо уявити без реклами. Сучасна реклама – невід'ємна частина ринкової діяльності або маркетингу. А особливу нішу у просторі маркетингового відео контенту займає фешн-відео. Фешн-відео є способом естетичної візуалізації товару, просуванню на ринок і стимулювання його продажу. Безпосереднє утилітарне завдання фешн-зйомки полягає в реалізації збутової функції, а мета - активізація попиту і розширення ринку та успішне просування бренду, створення власного унікального стилю.

На сьогоднішній день комп'ютерні та відео технології вражають своєю здатністю задовольняти досить високі запити споживачів різного рівня. Відео та комп'ютерна анімація займають позиції лідера, якщо мова йде про створення сучасних стрічок та рекламних продуктів для споживачів. Найбільшу актуальність відео зйомка та анімація мають при створенні реклами, фільмів та ін.

Мета даної дипломної роботи полягає в створенні фешн-відео відеоролику для авторських прикрас за допомогою камери Nikon D90 та комп'ютерних програм для відео монтажу під назвою «Колекція авторських прикрас 2021».

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- вивчити ринок сучасного маркетингового відеоконтенту;
- розробити ідею, концепцію, сюжет фешн-відеоролика;
- реалізувати на практиці створення відеоролика.

Об'єктом роботи є мультимедійні засоби і прийоми в сфері проектування відео.

Предмет роботи – система мультимедійних прийомів та засобів у дизайн-проектуванні фешн-ролика.

Які методи використовуються при виконанні кваліфікаційної роботи бакалавра:

а) аналітичні – аналіз об'єкту ті предмету проектування, аналіз творчих джерел, аналіз аналогів середовища, аналіз пошукових та ескізних робіт;

б) описовий – формування результатів аналізу та висновків, опис виконання етапів роботи та аргументація прийнятих рішень;

в) графічний аналіз – представлення основних композиційних особливостей графічно, схематично.

Дипломний проект складається з вступу, чотирьох розділів: перший – аналіз проектної ситуації, другий – розробка відеоролика, третій – практична реалізація відеоролика, четвертий – охорона праці, а також із загальних висновків, додатків та списку використаних джерел.

У вступі відображена інформація про актуальність такого виду реклами, як маркетинговий відеоконтент, мета, завдання, об'єкт, предмет та структура даної роботи.

У першому розділі проводиться аналіз проектної ситуації, який включає в себе аналіз простору діяльності, зокрема, українського ринку послуг зі створення презентаційних стрічок та реклами, вибір аналогів мультимедійних проектів, аналіз технологій для створення роликів, а також програми, у яких створюються відео проекти. Наступний крок – це аналіз відеороликів з подібною ситуацією: презентаційних стрічок, реклами, розгляд аналогів та прототипів.

У другому розділі проводиться розробка концепції відеоролика. Перш за все вирішується питання концепції проекту. Викладається концептуальне рішення для фешн-відео: загальна думка щодо проекту. Описуються структурні елементи рекламного відеопроєкту: продукт, середовище, сюжет.

В третьому розділі описується процес безпосередньої реалізації створення відеоролика. Розглядаються програми, у яких можлива розробка ролика, описуються їх переваги та недоліки. Аналізується обраний матеріал, вказуються його особливості, параметри, можливості. Наступний етап – опис технічного виконання проекту.

В четвертому розділі проводиться аналіз робочого місця дизайнера з точки зору охорони праці. Опис робочого місця, шкідливі фактори та інші фізичні або психологічні фактори, які можуть впливати на працездатність дизайнера під час робочого процесу.

У додатках містяться зображення аналогів, прототипів, процесу монтажу, а також робочого місця для створення дипломного проекту.

Список використаної літератури включає в себе усі інформаційні джерела для написання дипломної роботи.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Рекламна діяльність стає сполучною ланкою між виробництвом і споживанням. З її допомогою підтримується «зворотний зв'язок» з ринком і споживанням. Споживачі реклами усвідомлюють, що за рядом важливих ознак вона відрізняється від інших знайомих засобів комунікації.

По-перше, рекламі властива повторюваність. Потенційні споживачі не тільки знов і знов бачать рекламу одного і того ж рекламодавця, але і багато разів зустрічають одне і теж оголошення. І це, звичайно, відповідає задуму рекламодавця.

По-друге, сприйняття рекламного відеоконтенту в гостро конкурентному оточенні.

І, нарешті, в наш час маркетинговий відеоконтент сприймається як частина повсякденної, загальнодоступної культури. Багато інформації, про яку розповідають рекламні, презентаційні відеоролики, ми сприймаємо «як належне». Ефективність реклами – це результат, отриманий від застосування рекламного засобу або організації рекламної компанії, ретельне опрацювання структури контенту та інших факторів.

Ефективне презентаційне фешн-відео – завжди результат ретельного планування усіх складових проекту. Вдалі рекламні ідеї, що запам'ятовуються: їх будують на основі врахування багатьох чинників, стимулюючих продаж товарів і послуг, цільової аудиторій та тенденцій нашого часу. Відправною точкою при плануванні кожної рекламної кампанії є позиція фірми або бренду, товару, послуги по відношенню до мотивів споживання і в порівнянні з конкуренцією, планування кожних цих чинників.

Маркетинговий відеоконтент досягне мети лише в тому випадку, якщо при його створенні будуть враховуватися особливості людської психіки, попиту на сучасному ринку, сучасних тенденцій та багато інших вадливих факторів. Питання ефективності реклами, а особливо презентаційного фешн-

відео – це питання ступеня відповідності об'єкта до створеного про нього представлення.

Головне завдання – створити ефективне презентаційне звернення, яке збільшить попит на товар або послугу, або створить необхідний імідж, підвищить лояльність та довіру, зацікавленість потенційних споживачів та глядачів.

В ході виконання даного проекту було здобуто нові уміння, пов'язані з виконанням предметної зйомки та створенням презентаційного фешн-ролику за допомогою потрібного обладнання, аналізу професійної літератури. Була проведена робота в спеціальному програмному забезпеченні, підготовка усіх етапів до виконання роботи, експертна оцінка маркетингового відеоконтенту.

На першому етапі було проаналізовано простір діяльності для даної дипломної роботи. Було розглянуто прототипи та аналоги відео робіт з вибраного матеріалу в українському маркетинговому просторі, а також в закордонному. При розгляді прототипів досліджено технологію, проведена оцінка якості виконання. Розглянута структура та концепція даних презентаційних роликів, їх сюжет та актуальність проведеної над ними роботи.

На наступному етапі була розроблена концепція відеоролику, визначена локація, об'єкти, зміни, які з ними відбуваються. Далі виникла необхідність проаналізувати середовище, в якому відбувається дія згідно сюжету. Опрацьовано структурні елементи проекту, реалізовані ідеї та різні методи виконання завдання.

Останнім етапом роботи стала реалізація проекту в матеріалі. Досліджено матеріал, об'єкти, технічні засоби, локації, які застосовуються для створення відеоролику. З обраного матеріалу було взято необхідну кількість кадрів, шляхом концептуального рішення в відео виконано по кадрову зйомку. Матеріал переведено у програми для редагування та монтажу відео, в яких проведена обробка, монтаж кадрів, накладання звуку та ефектів..

Також було розглянуто безпеку життєдіяльності, робоче місце дизайнера як важливий фактор у створенні дипломного проекту. Шкідливі фактори, параметри робочого місця. Проаналізовано інформацію та покращено продуктивність праці під час дипломного проекту, запобігання та зменшення шкідливих факторів та створення більш кращого для роботи середовища.

Виконання завдання допомогло отримати відповідні навички створення сюжету і концепції, роботи в відео редакторі та монтажу Adobe PremierPro задля забезпечення гідної якості готового продукту. Також покращилися навички роботи з відео-апаратурою, отриманий практичний досвід створення маркетингового відео контенту для подальшої роботи в даній сфері діяльності.

Таким чином, виконавши усі етапи створено презентаційне фешн-відео для авторських прикрас з урахуванням усіх тенденцій, правил та оцінки цільової аудиторії.