

АННОТАЦИЯ

Тема выпускной квалификационной работы:

«Особенности технологий и средств создания
видеопродуктов для рекламы

(на примере авторских проектов

«Рекламная кампания гостиничного двора «Караван»
и «Черкесы». История адыгского (черкесского) народа»)

Автор: Жинова Д.М.

Научный руководитель: Миллер Ирина Сергеевна

Стр. 54, прил. 3, библиограф. назв. 55

Ключевые слова: телевизионная реклама, рекламная компания, создание видеопродуктов.

Актуальность темы исследования. В настоящее время реклама занимает ключевую позицию на медиапространстве и является одной из самых динамично развивающихся сфер человеческой деятельности. Реклама не имеет ограничений ни по способам, ни по формам, ни по средствам распространения. В то же время она должна быть эффективной, так как от этого зависит, насколько она может привлечь внимание и поддержать интерес к объектам рекламы.

На настоящий момент телевидение является доминирующим способом передачи рекламы, которое аккумулировало в себе множество ее видов. Телевизионная реклама обладает возможностью регулярно доносить актуальную информацию до потенциального покупателя, демонстрировать новые товары, бытовую технику, автомобили, сельскохозяйственный и садовый инвентарь, различное оружие, музыкальные инструменты, показывать технологию приготовления разных блюд, знакомить потребителя с работой эстрадных групп, спектаклей и т.п.

Анализ феномена видеорекламы, а также тенденций, проблем и перспектив ее развития в России представляется актуальной научной задачей, имеющей большую теоретическую и практическую значимость, что и обусловило выбор темы.

Цель: анализ технологий создания видеорекламы на примере видеоматериала, сформированного по итогам реализации проектов «Рекламная кампания гостиничного двора «Караван»», а также слайд-шоу «Черкесы. История адыгского (черкесского) народа».

Задачи:

1. Охарактеризовать историю видеорекламы, а также тенденции развития рынка рекламы и видеорекламы в частности;
2. Проанализировать особенности функционирования и виды видеорекламы;
3. Рассмотреть технологии производства видеопродуктов, созданных на базе видеоматериалов;
4. Выявить особенности создания видеопродуктов на основе фотоматериалов с использованием современных компьютерных технологий.

Результаты. Исследовав ситуацию, сложившуюся области изучения аспектов рекламной деятельности и дальнейших перспектив ее развития, мы считаем возможным сделать следующие выводы.

Реклама – это информация любой формы, распространяемая различными способами и используемая в разных средствах. Она адресована большому количеству людей. Реклама должна привлекать внимание к продукту, формировать и поддерживать интерес к нему и продвигать на рынке.

Видеореклама является одним из направлений экранной рекламы, в ходе создания которой используются кино- и видеоролики, слайды и т.д. Экранная видеореклама обладает, в свою очередь, большим разнообразием подвидов, что обуславливает необходимость наличия классификации рекламных роликов. Подобная классификация создается для удобства клиентов не только на этапе заказа рекламной продукции, но и для облегчения понимания контента материала на этапе обсуждения сценария. Видеореклама должна вызывать интерес, пробуждать в потенциальном потребителе желание увидеть видео снова, однако не быть навязчивой и раздражать, а это, в свою очередь, зависит от готового материала.

В настоящее время в мире наблюдается рост компьютерных технологий, выводящих процесс создания видеореклам на качественно новый уровень. Вместе с тем производство всех типов рекламных роликов является дорогостоящим, сложным и достаточно продолжительным процессом, требующим участия высококомпетентных специалистов: маркетологов, продюсеров, сценаристов, операторов, а иногда и актеров, певцов и композиторов. Несмотря на это, основную роль в процессе создания видеопродуктов играют специалисты в области компьютерных технологий.

Видеопродукты, создаваемые как на базе видео, так и фотоматериалов, имеют разные возможности быть эффективными при условии, что компьютерные технологии, применявшиеся в процессе создания, были подобраны грамотно. Данный аспект учитывался как при создании рекламного ролика для гостиницы «Караван», так и

DVD-диска «Черкесы. Краткая адыгская (черкесская) энциклопедия», что и позволило выпустить эффективные проекты при минимальном бюджете.