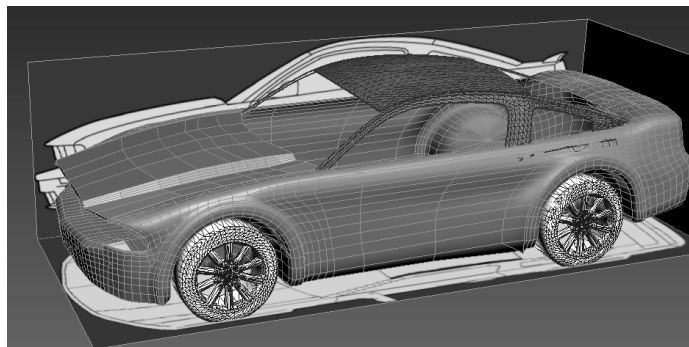
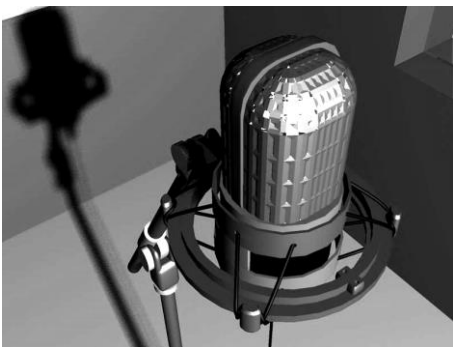


ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ ВІДЕОПРОДУКЦІЇ

Вдовикін Б.Б., Глібко О. А., Корнейчук А.В.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Актуальність роботи обумовлена тим, що на сьогодні у типовий та найбільш поширений пакет носіїв фірмового стилю все частіше за бажанням замовника має бути включений рекламний відеоролик. Такий ролик може бути зроблений як звичайне відео, або побудований у середовищі пакеті двовірного або тривірного моделювання. Таким чином, метою даної роботи було створення пакету іміджевої продукції, яка містить рекламне відео для двох наступних об'єктів: студія звукозапису RIM та автосалону Top Car. Хоча представлені в роботі рекламні відеоролики створені у одному і тому ж пакеті тривірного моделювання 3DsMAX, кожен з них базується на різних підходах до створення моделей та оточення. Задля реалізації поставленої мети було розв'язано декілька задач, а саме: розроблені традиційні складові фірмового стилю та їх носії (фірмові блоки, візитівки, рекламні постери); створені відповідні сайти та рекламні відеоролики. При реалізації останньої задачі було проведено наступний комплекс робіт: створені тривісні моделі меблів, відеоапаратури, автомобілів; розроблені тривісні сцени; здійснено текстурування об'єктів та сцен; виставлені джерела світла та камери; здійснено процес анімації; отримані фрагменти відео, які були з'єднані у програмі для відеомонтажу Movie Maker з додаванням звуку. В процесі моделювання та анімації були використані плагіни Craft Director Studio та ghostTown.

Фрагменти створених відео наведено на рисунку.



В результаті роботи був отриманий концептуальний пакет рекламно-іміджевої продукції, включаючи розробку рекламних відеороликів на основі анімованих тривісних моделей і сцен.