

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МАРИУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

До захисту допустити:

Завідувач кафедри

Іванова Т. В.

*(підпис)*

*(ПІБ завідувача кафедри)*

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**«РЕКЛАМНИЙ ВІДЕОРОЛИК ДЛЯ ВИРОБНИКА ДЕСЕРТІВ»**

Кваліфікаційна робота здобувача  
вищої освіти першого  
(бакалаврського) рівня вищої освіти  
освітньо-професійної програми  
«Журналістика. Реклама та зв'язки з  
громадськістю»

*(назва освітньо-професійної програми)*

Скудар Маргарити Володимирівни

*(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)*

Науковий керівник:

Іванова Т.В., д.п.н., професор

*(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання)*

Рецензент:

*(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання, місце роботи)*

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Київ – 2023

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ВІДЕОРЕКЛАМИ</b> .....	5
<b>1.1. Відеореклама як поширений спосіб просування бренду в мережі     Інтернет</b> .....	5
<b>1.2. Особливості та переваги відеореклами</b> .....	6
<b>1.3. Аналіз засобів розробки рекламних роликів</b> .....	8
<b>РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОГО ВІДЕО ДЛЯ КОНДИТЕРА</b> ..	13
<b>2.1. Етапи розробки відео</b> .....	13
<b>2.2. Авторська робота над створенням відео</b> .....	15
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	16
<b>СПИСОК ВИКОРИСТОВУВАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	17

## ВСТУП

Відеореклама є одним з дієвих та ефективних засобів передачі інформації про товари та послуги. Головна перевага цього виду реклами полягає у тому, що реципієнт (він же – потенційний або реальний клієнт), на якого спрямоване відео, одночасно сприймає товар на вербальному, візуальному і звуковому рівні. Поєднання гарного зображення та якісний звук допоможе ефектно представити компанію і голосно заявити про себе оточуючим. По суті, якісно відзнятий і змонтований відеоролик є міні-фільмом, який має власний оригінальний сюжет.

**Актуальність роботи** полягає в тому, що в Україні, незважаючи на нелегкі часи, продовжують з'являтися нові мікропідприємства, що надають послуги громадського харчування, зокрема – виробництва кондитерських виробів. Спостерігається тенденція до організації підприємств, що застосовують лише ручну працю в процесі виробництва солодких виробів.

Як зазначає кандидатка економічних наук Тетяна Іванюта, кондитерські вироби є традиційно популярними в Україні і однією з істотних особливостей господарської діяльності підприємств кондитерської галузі нині є те, що в відчувається постійне посилення конкуренції. Це призводить до того, що ринок кондитерських виробів перебуває у постійному розвитку, в кондитери, які пропонують свої послуги, мають динамічно вирішувати питання оцінки стратегії своєї поведінки не тільки у перспективі, але й сьогодні. Таким чином, виникає необхідність шукати нові цікаві рішення для просування та комунікації за для розвитку особистого бренду.

**Об'єктом** дослідження є відеореклама як спосіб просування товарів та послуг.

**Предметом** дослідження є особливості виробництва рекламного відеоролика для виробника кондитерських виробів.

**Метою** роботи було створення якісного відеоролика для просування послуг кондитера з урахуванням особливостей виробництва продукції.

**Завдання**, які були визначені в рамках роботи:

- теоретичні аспекти створення відеореклами і вивчення ефективного інструментарію для просування бренда;
- аналіз конкурентної середи;
- розробка промо-відео для власної кондитерської та виокремлення каналів його розповсюдження.

Зазвичай, щоб створити якісний контент, потрібно розуміти, що саме слід використовувати та які поради потрібні, для реалізації ефективної стратегії відеореклами, які способи її оптимізації та метрики. Оскільки кондитерська має сторінки в соціальних мережах Інстаграм та Тік Ток, відео, виконане в рамках роботи, було створене саме для цих платформ і має відповідний вертикальний формат.

Щодо особливостей обраних каналів. За даними комунікаційної агенції PlusOne, яка у 2022 році провела тематичне дослідження «Facebook та Instagram в Україні», серед українців вікової категорії 18-24 роки лідером є TikTok, а серед старших 25 років – YouTube. Instagram є другий за популярністю серед 18-24- та 25-34-річних.



Рисунок 1 - Результати дослідження PlusOne

Отже, обидві платформи підходять для власників бізнесу, орієнтованих на достатньо молоду аудиторію.

**Структура роботи** зумовлена метою та завданнями дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків і списку використаної літератури.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ВІДЕОРЕКЛАМИ**

### **1.1. Відеореклама як поширений спосіб просування бренду в мережі Інтернет**

В сучасних реаліях реклама в інтернеті стала невід'ємною частиною маркетингової стратегії підприємств. Один з найпоширеніших її видів – відеореклама, використовується як одна з найрозумніших інвестицій у просування. Компанії все частіше замовляють у контент-мейкерів оригінальні сценарії для створення вірусних рекламних роликів, які співпадають з трендами, що розміщуються в Інтернеті, та потенційно можуть набрати великої популярності серед аудиторії.

Рекламним відеороликом називають такий аудіовізуальний твір, основу якого складає рекламне повідомлення, втілене шляхом синтезу аудіо- та відеоряду. Рекламні відеоролики мають визначений хронометраж і можуть бути класифіковані за типом контенту на сюжетні, з використанням анімаційної складової, документальні та комбіновані. Відповідно до мети ролика, відеорекламу також можна класифікувати на інформаційну, розважальну, музичну, пізнавальну, тощо. При цьому кожен із типів відеороликів буде підпорядкований єдиній меті – створенню позитивного іміджу компанії в очах потенційних клієнтів, а також просування товарів та послуг з метою отримання комерційного прибутку.

Відміною рисою відеореклами є взаємовідношення між компанією та аудиторією, де компанія – розміщує рекламу в інтернеті, а аудиторія – передивляється рекламний ролик. Рекламні ролики, які відтворюються до, під час та після передачі контенту розширюють сферу своєї діяльності та включають медійну рекламу з відеоконтентом до складу відеореклами. До таких відеореклам відноситься оголошення, які починають відтворюються під час наведення курсор миші та нативні відеооголошення, які просуваються в цифрових рекламних мережах. Практики зазначають, що це чудова стратегія та хитрість надати глядачеві відеорекламу, яка буде в свою чергу переконливою та актуальною.

## 1.2. Особливості та переваги відеореклами

Залежно від цілей компанії та продукту, відеореклама може бути допомогою у вирішенні різних завдань. За допомогою такої реклами компанії запускають «сарафанне радіо», впроваджують вірусний маркетинг, зміцнюють позитивну репутацію, залучають клієнтів, підвищують конкурентоспроможність.

Основними перевагами відеореклами є:

- **Широке охоплення.** Відеорекламу можна просувати на різних платформах, а саме: телебачення, Facebook, Instagram, YouTube, у додатку та інших майданчиках.
- **Високий рівень залучення.** Інтерес аудиторії до відео більш вищий, ніж читання різних текстів та банерів.
- **Вірусність.** Добре і ретельно продумана відеореклама може мати всі шанси на популярність від аудиторії, а також отримати високу кількість репостів у соціальних мережах.
- **Наочність.** Відеореклама легше і простіше завойовує прихильність клієнтів і доносить їм цінність того чи іншого бренду та продукту. Його послуги, якість, різновид, переваги

Таким чином, відеореклама дозволяє рекламодавцям більш детально та якісно донести інформацію про товари чи послуги до споживача; за допомогою візуальної складової створити незабутні образи, а також максимально охопити цільову аудиторію.

Цільову аудиторію для відеороликів можна знайти на різних майданчиках. До них відносяться:

- соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok та ін.);
- сайти-партнери;
- відеоплатформа You Tube;
- контекстно-медійна мережа Google.

Дослідження аналітиків демонструють, що відеореклама є в два рази ефективнішою за рекламу в пресі, а також має перевагу у порівнянні з розміщенням банерної реклами в мережі Інтернет.



Рисунок 2 – Аналіз ефективності реклами

### 1.3. Аналіз засобів розробки рекламних роликів

Для створення відео використовуються програми різних категорій: від простих до професійних. Далі будуть перераховані найпоширеніші програми для монтажу відео, створення графіки, а також програми для обробки звуку. Розглянемо деякі програми, а також їх ключові особливості.

**Adobe Premiere** - програма, яка дозволяє виконувати нелінійний відеомонтаж, є ідеальним інструментом для будь-якого процесу після обробки або монтажу знятого відео. Варто зазначити, що цю програму використовують багато відомих фахівців кіноіндустрії, що відноситься до класу професійних програм відеомонтажу. Дуже суттєвою перевагою цієї програми є її вільна інтеграція з іншими продуктами Adobe. Більшість професіоналів використовують зв'язку Premiere Pro + After Effects + Photoshop. Такий програмний пакет вирішує практично всі завдання, з якими може зіткнутися професійний телебачення або простий любитель відео.

Деякі особливості Adobe Premiere:

- інтерфейс програми є максимально зручним (відсутні «зайві» кнопки, шкали, ручки тощо) та інтуїтивно зрозумілий;
- функція тримінгу досить продумана. Можна виконати якісний тримінг виключно за допомогою миші, або перейти до динамічного триммінгу за допомогою клавіатури;
- практично всі операції в програмі можна виконувати за допомогою гарячих клавіш. При необхідності кожен може налаштувати розкладку індивідуально. Таким чином, користувач може використовувати особисті налаштування гарячих клавіш тощо. на будь-якому комп'ютері;
- працювати з аудіо дуже зручно. Є функція автоматичного запису ключових точок у мікшері;
- ця програма дуже стабільна у своїй роботі. І практично ніколи користувач не зіткнеться з вильотами або зависаннями програми [1].



**Windows Movie Maker** – стандартна програма, яка входить до комплекту Windows. Функції даної програми можна розділити на 3 групи: запис відео, монтаж фільму та закінчення створення фільму.

Перша категорія – імпорт матеріалів: зображення, відео, зображення чи звук. Друга – додавання відеоефектів, переходів та титрів. Третя категорія – збереження запису у високій якості, як на самій відеокамері, так і на зовнішньому носії.

Деякі особливості Windows Movie Maker:

- простий та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс;
- можливість створення фільмів професійної якості;
- можливість створити із зображень слайдшоу;
- можливість отримувати відео з цифрової чи аналогової відеокамери;
- можливість запису фільмів із комп'ютера безпосередньо на відеокамеру;
- можливість обрізати та склеювати відео, додавати ефекти переходів, заголовки та титри, звукову доріжку;
- збереження найвищої якості зображення та звуку за допомогою найсучаснішої технології стиснення Windows Media.

**Sony Vegas** – програма схожа на Adobe Premiere, в якій передбачена робота з необмеженою кількістю аудіодоріжок, у тому числі й відеоелементів, ефективні інструменти обробки звуку, здатність обробляти багатоканальний звук повного дуплексу, процес ресемплінгу в реальному часі та утворення кросфейдів в автоматичному режимі. Сильною стороною даного відеоредактора можна назвати величезний набір відеофільтрів, які дозволяють суттєво покращувати якість картинки та застосувати вражаючі візуальні ефекти. Безумовно, будь-яка програма для монтажу відео має різні відеофільтри, але Sony Vegas вони розташовані більш вдало і дають можливість швидко знаходити і налаштовувати візуальний ефект для конкретного завдання. Створення стереоскопічного 3D контенту та приголомшливих відеоефектів,

**Adobe Flash** – мультимедійна платформа для створення веб-додатків або мультимедійних презентацій. Спектр застосування досить широкий – створення рекламних банерів, анімації, ігор, а також відтворення на веб-сторінках відео та аудіозаписів. Деякі особливості Adobe Flash:

- один проект для різних платформ. Ефективне керування файлами \*.fla, призначеними для різних пристроїв та платформ. Контент призначений для виведення на різні екрани настільних систем, смартфонів, планшетів та телевізорів;

- розширені засоби керування шарами;
- швидка та ефективна публікація контенту;
- міжплатформова підтримка;

- покрокова компіляція. скорочення часу компіляції документів, які використовують впроваджені шрифти та аудіофайли, а також для швидкого розгортання багатофункціонального контенту;

- виразний дизайн. Можливість реалізації творчих задумів, використання друкарні, макетів сторінок та широких можливостей роботи з анімацією;

- покращені інструменти малювання. Ефективна та точна розробка графічних об'єктів за допомогою потужних дизайнерських інструментів;

- провідні інструменти анімації. Можливість створення та редагування анімаційних переходів за допомогою інструментів на тимчасовій шкалі та редактора руху, а також застосування зворотної кінематики для створення природних рухів для анімації персонажів;

- професійні інструменти для відео. Можливість впровадження відеокліпів у проекти; наявність ефективних засобів перетворення відео;

- велика кількість фільтрів та ефектів накладання, для створення привабливого контенту;

- перетворення 3D-об'єктів, анімація плоских об'єктів у тривимірному просторі за допомогою чудових нових інструментів переміщення та повороту тривимірних об'єктів, що дозволяють анімувати їх по осях X, Y та Z;

- атрибут "Пружина" інструменту "Кістки". Атрибути руху для створення виразної та реалістичної анімації. Покращений механізм обробки зворотної кінематики має простий і звичний інтерфейс і дозволяє створювати складні реалістичні рухи;
- редактор ActionScript, прискорення процесу розробки за допомогою вбудованих функцій редактора ActionScript, включаючи підказку за класами користувача та автозавершення коду.

Швидке знайомство з основами ActionScript, а також можливість використання власного коду або зовнішніх бібліотек коду [4].

**Adobe Audition** має величезну кількість інструментів для роботи з аудіо файлами, і відноситься до рівня професійних програм. Цей аудіо редактор використовують багато музикантів світового масштабу, що робить цей продукт одним з лідерів на ринку віртуальних студій. Використання Adobe Audition дозволяє отримати широкий спектр можливостей повноцінного звукового редактора, який є чудовим інструментом для роботи з аудіо. Звукова станція дає можливість здійснювати звукозапис Adobe Audition в мультіканальному режимі. Джерелами сигналу для запису може бути будь-який пристрій з аудіовиходом: електрогітара, мікрофон, плеєр і т.д. Якість звучання, яке досягається за допомогою даного редактора, здатне успішно конкурувати з багатьма іншими найпопулярнішими програмними рішеннями. Що стосується режиму Multitrack, то з його допомогою можна синхронно працювати з кількома файлами, розташованими в одній сесії, але на різних доріжках. Деякі особливості Adobe Audition:

- можливість роботи зі всіма сучасними аудіо розширеннями;
- наявність убудованого аналізатора спектра, аналізатора фази;
- вимірник спотворень (нелінійних, фазових та ін.);
- можливість зведення проекту у режимі «мультитрек» із паралельним редагуванням кожного окремого каналу;
- наявність численних ефектів (реверберація, луна та інші);
- наявність параметричного еквайзера;
- можливість регулювати фазу, тон та швидкість відтворення;

- 3D Stereo Sound;
- робота з виправленням та видаленням дефектів (клатання, шумозаглушення та ін.).

Висновок: незважаючи на безліч програм, що використовуються для створення відеоролика, було вибрано кілька найбільш зручних програм для реалізації поставленого завдання. Для промальовування елементів, які використані в ролику, вибрано Adobe Photoshop CS6, для кінцевого монтажу відео використано Adobe Premiere та звуку - Adobe Audition. Перераховані програмні продукти були обрані через те, що Adobe Photoshop є безумовним лідером серед графічних редакторів за рахунок своїх широких можливостей, високої швидкості роботи та ефективності, а перевагами Adobe Premiere Pro є зручний інтерфейс; стабільна робота завдяки спеціально розробленому движку, що мінімізує підвисання та вильоти; широкий набір інструментів якісного монтажу відео.

## РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОГО ВІДЕО ДЛЯ КОНДИТЕРА

### 2.1. Етапи розробки відео

Підготовка до створення рекламного відео включає такі основні етапи як:

- розробка теми;
- написання тексту;
- підготовка сценарію;
- кастинг та вибір локацій;
- формування знімальної групи;
- безпосередньо зйомка;
- постпродакшн.

Розглянемо кожен з етапів детальніше.

1. Розробка теми. Кожне написання сценарію починається з задуму. На цьому етапі сценаристи отримують реалізацію та втілення ідей.

Задум – це суть рекламного повідомлення, яка виражається, як технологія позиціонування та створює унікальність продукції.

2. Створення текстів. Потрібно звертати особливу увагу на закадровий текст. Він має бути точним, гармонічним, лаконічним та пояснювати саме головне що хоче передати ролик. Характер тексту залежить від жанру, задуму, стилю компанії чи продукту який рекламують.

3. Сценарій створюється завдяки сценарної заяви або брифа, де замовник розказує про продукт, завдання реклами, описує креативну концепцію та який хронометраж повинен бути.

Сценарій – форма креативних ідей зв'язана із замовником. Спільна та взаємна робота професіоналів один з одним.

4. Кастинг та вибір локацій. Цей етап відбувається тільки коли у відеоролику присутні актори та декорації. Кастинг та локація проводяться на основі завдання які поставила знімальна група.

Після проведення всіх цих процедур, відбувається підготовка та затвердження костюмів, реквізиту, макіяжу героям, тощо.

5. Формування знімальної групи. Все залежить від масштабу, завдань які були поставлені, тривалості реклами. Цим можуть зайнятися як одна людина так і кілька співробітників. Це все залежить від бюджету, жанру та самого виду рекламного ролика.

## **2.2. Авторська робота над створенням відео**

Розробка відеоролика включала наступні етапи:

- формулювання ідеї та концепції відео;
- написання сценарію відеоролика (розкадровки);
- безпосередньо процес зйомок відео;
- відбір та монтаж матеріалу.

У відеоролику продемонстровано процес виробництва продукту. У відео було включено кадри самого процесу виготовлення з демонстрацією найважливіших технік, інгредієнтів, щоб глядач зміг зрозуміти яким чином робиться той чи інший десерт.

В процесі зйомки відео було використано середній, крупний та детальний плани, також були використані різні ракурси, наприклад, зйомка зверху, а також використані ефекти сповільненого руху.

## ВИСНОВКИ

Підсумовуючи результати роботи, необхідно зазначити наступне:

- створення рекламних відео для виробника кондитерських виробів може бути ефективним способом привернути увагу потенційних клієнтів;
- кондитерські вироби приваблюють своїм виглядом та смаком, тому і рекламне відео для таких товарів має звертати увагу на текстури і смаки, для цього в промо-відео використовують ближній план, а також макрозйомку для залучення уваги до конкретних деталей кондитерських виробів, таких як крем, текстура, дизайн виробу тощо;
- щоб допомогти передати атмосферу кондитерської у рекламному відео використовують музичний супровід, звукові ефекти та шуми;
- важливо показувати не тільки сам продукт, але і процес виготовлення, адже, потенційним клієнтам це також може бути цікаво.



## СПИСОК ВИКОРИСТОВУВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мерч У. Мистецтво монтажу. Шлях фільму від першого кадру до кінотеатру / У. Мерч - "Ексмо", 2020 - (Майстер сцени)
2. Хол, А. Soni Vegas 11 Професійний відеомонтаж: Практичний навчальний курс / А. Хол, Р.Г. Прокді. – СПб.: НіТ, 2013. – 368 с.
3. Цифрове поствиробництво // The Essential Reference Guide for Filmmakers = Короткий довідник кінематографіста. - Rochester: Eastman Kodak, 2007. - С. 167-185. - 214 с.
4. К. Рейсц. Витяг з книги «Техніка кіномонтажу». Відеостудія "Токман" (1960). Дата звернення: 5 травня 2023 року.
5. Наталія Четверикова. Чарівниця монтажного столу. Легенди ХХ століття. Журнал "Алеф". Дата звернення: 10 травня 2023 року.
6. Video marketing lessons from Clean & Clear® Доступ до ресурсу: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/contentmarketing/clean-and-clear-video-marketing-lessons/>.