

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра информационных технологий в креативных и культурных индустриях

УТВЕРЖДАЮ

И. о. заведующего кафедрой

А. В. Усачёв

подпись

«___» _____ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

09.03.03.14 «Прикладная информатика в искусстве и гуманитарных науках»

Разработка презентационного видеоролика о направлениях магистратуры
Гуманитарного института

Руководитель

доцент, канд. филос.
наук

А.А. Груздев

подпись, дата

Выпускник

А.Е. Егорова

подпись, дата

Красноярск 2021

Продолжение титульного листа БР по теме Разработка презентационного видеоролика о направлениях магистратуры Гуманитарного института

Нормоконтролер

подпись, дата

Е. Р. Брюханова

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Маркетинг магистерских программ в высших учебных заведениях.....	6
1.1 Специфика магистерского уровня образования в вузах РФ.....	6
1.2 Реклама образовательных программ в вузах.....	11
1.3 Видеоролик как средство продвижения образовательных услуг.....	16
2 Разработка презентационного видеоролика о направлениях магистратуры Гуманитарного института.....	30
2.1 Создание сценария.....	30
2.2 Обзор программного обеспечения для создания видеоролика.....	33
2.3 Технологические этапы создания видеоролика.....	41
Заключение.....	45
Список использованных источников.....	46
Приложение А Сценарий видеоролика «Разноплановые кадры».....	48
Приложение Б Сценарий «Страсть к науке и образованию».....	50
Приложение В Сценарий «Каждый найдет что-то для себя».....	52
Приложение Г Опрос, проводимый среди студентов и преподавателей Гуманитарного института.....	55

ВВЕДЕНИЕ

Проанализировав современное состояние, тенденции и особенности развития рынка образовательных услуг высшего образования в России, ученые из Сибирского федерального университета пришли к выводу о том, что «значение показателя валовой добавленной стоимости, созданной образовательными организациями в 2017 году, более чем в 14 раз превышает значение аналогичного показателя 2000 года, что свидетельствует о значительном росте объема образовательных услуг» [1]. Это свидетельствует о показателе возрастающей конкуренции высших учебных заведений за привлечение потенциальных студентов.

Образование подобно продукту: имеет свою цену и является объектом маркетинга. Разработка грамотно подготовленной рекламной кампании, включающую в себя создание видеоролика, в значительной степени способствует образовательным учреждениям в успешном продвижении своих услуг и повысит конкурентоспособность организации.

Стоит отметить, что видеоролик является одним из основных средств продвижения товара или услуги. Это наблюдается в способности в короткие сроки создавать ажиотаж вокруг рекламируемого объекта, выделить его из массы конкурентов и принести огромную популярность.

На сегодняшний день отмечается активное развитие цифровых технологий, это проявляется в появлении новых устройств для захвата изображения и видео, а также широко распространяются программы для их обработки и создания. Все перечисленное открывает огромные возможности для реализации мультимедийного контента, развлекательной продукции и в том числе и рекламных продуктов. Аудиовизуальные произведения рекламного характера хорошо привлекают потенциальных покупателей, а также позволяют гораздо проще и дешевле создавать более интересные и насыщенные видео с множественными спецэффектами, и наглядно показывают преимущества рекламируемого объекта.

Объект: продвижение образовательных услуг.

Предмет: видеоролик как средство продвижение программ магистратуры Гуманитарного института СФУ.

Цель: разработка и создание презентационного видеоролика о направлениях магистратуры Гуманитарного института Сибирского федерального университета.

В соответствии с поставленной целью были выделены следующие задачи:

- проанализировать литературу и Интернет-ресурсы, посвященные маркетингу и рекламе образовательных организаций;
- разработать сценарий видеоролика, основываясь на потребности целевой аудитории;
- согласно сценарному плану отснять и смонтировать кадры видеоролика.

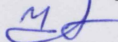
Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений, содержит 20 рисунков и 5 таблиц. Список литературы включает 21 наименование. Общий объем работы - 55 страниц.

Продолжение титульного листа
видеоролика о направлении магистратуры
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт

Кафедра информационных технологий в креативных и культурных индустриях

УТВЕРЖДАЮ

И. о. заведующего кафедрой


_____ А. В. Усачёв

подпись

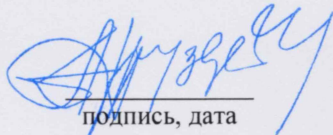
« 2 » _____ 07 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

09.03.03.14 «Прикладная информатика в искусстве и гуманитарных науках»

Разработка презентационного видеоролика о направлениях магистратуры
Гуманитарного института

Руководитель

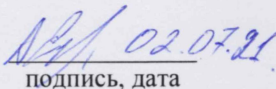


подпись, дата

доцент, канд. филос.
наук

А.А. Груздев

Выпускник



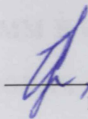
подпись, дата

А.Е. Егорова

Красноярск 2021

Продолжение титульного листа БР по теме Разработка презентационного видеоролика о направлениях магистратуры Гуманитарного института

Введение	4
1 Маркетинг магистерских программ в высших учебных заведениях	6
Нормоконтролер	Е. Р. Брюханова
1.1 Реклама магистерского образования	6
1.2 Реклама образовательных программ в вузах	11
1.3 Видеоролик как средство продвижения образовательных услуг	16
2 Разработка презентационного видеоролика о направлениях магистратуры Гуманитарного института	30
2.1 Создание сценария	30
2.2 Обзор программного обеспечения для создания видеоролика	33
2.3 Технологические этапы создания видеоролика	41
Заключение	45
Список использованных источников	46
Приложение А Сценарий видеоролика «Разноплановые кадры»	48
Приложение Б Сценарий «Страсть к науке и образованию»	50
Приложение В Сценарий «Каждый найдет что-то для себя»	52
Приложение Г Опрос, проводимый среди студентов и преподавателей Гуманитарного института	55

 02.07.2021
подпись, дата