

# Izrada promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o.

---

Hujber, Helena

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:495896>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-30**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište**

**Sjever**

**Završni rad br.529/MM/2017**

**IZRADA PROMOTIVNOG VIDEOSPOTA**

**ZA PODUZEĆE PAVETIĆ D.O.O.**

**Helena Hujber, 5495/601**

**Varaždin, listopad 2017. godine**





**Sveučilište**

**Sjever**

**Odjel za Multimediju, oblikovanje i primjenu**

**Završni rad br. 529/MM/2017**

**IZRADA PROMOTIVNOG VIDEO SPOTA**

**ZA PODUZEĆE PAVETIĆ D.O.O.**

**Student**

**Helena Hujber, 5495/601**

**Mentor**

**mr. sc. Dragan Matković, dipl. ing. viši predavač**

**Varaždin, listopad 2017. godine**



# Prijava završnog rada

## Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju, oblikovanje i primjenu		
PRISTUPNIK	Helena Hujber	MATIČNI BROJ	5495/601
DATUM	01.06.2017.	KOLEGIJ	Digitalna videoprodukcija
NASLOV RADA	Izrada promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o.		

NASLOV RADA NA  
ENGL. JEZIKU Creating a promotional video for Pavetić d.o.o.

MENTOR mr.sc. Dragan Matković, dipl.ing. ZVANJE Viši predavač

ČLANOVI POVJERENSTVA	1. v.pred. Mario Periša, dipl.ing. - predsjednik
	2. doc.dr.sc. Darijo Čerepinko - član
	3. mr.sc. Dragan Matković, v. pred. - mentor
	4. doc.art. Robert Geček - zamjenski član
	5. _____

## Zadatak završnog rada

BROJ 529/MM/2017

### OPIS

Promotivni videospotovi obuhvaćaju vrlo široki raspon vrste sadržaja i načina njihovog predstavljanja. Obično su po trajanju kratki i atraktivno izrađeni. Najčešće su povezani s ljudima, događajima, raznim vrstama djelatnosti, uslugama i proizvodima. U obliku kratkih filmova obiluju atraktivnim kadrovima, istaknutim likovnim značajkama scenografije, rasvjetom koja omogućava brojne različite ugođaje, pokretima kamere i originalnim tehnikama montaže. Zadatak završnog rada sastoji se od izrade videospota za promociju poduzeća Pavetić d.o.o. na vlastitoj web-stranici i online putem društvenih mreža. Poduzeće Pavetić d.o.o. se bavi proizvodnjom sadnog materijala i ukrasnog bilja. Izrada videospota uključuje opis proizvodnje, poslovanja i prisutnost na tržištu poduzeća Pavetić d.o.o., izradu scenarija, definiranje produkcijskog tima, izradu plana snimanja, odabir sugovornika, odabir tehničke opreme i načina rada tijekom snimanja videospota te završnu obradu animiranog materijala.

U radu je potrebno:

1. definirati vrstu promotivnog videospota te opisati zahtjeve u predprodukciji, produkciji i postprodukciji kod njegove izrade
2. definirati produkcijski tim potreban za izradu videospota
3. opisati tehničke elemente kamere, rasvjete i tona
4. dati prikaz zahtjeva kod izrade videospota, izrade scenarija i knjige snimanja
5. dati prikaz postupaka pripreme i snimanja svih kadrova prema knjizi snimanja
6. objasniti tehnike editiranja slike, kreiranja teksta i grafike prema knjizi snimanja
7. opisati i objasniti detalje u toku izrade videospota na koje su utjecali s jedne strane zahtjev za finalni proizvod a s druge strane raspoloživa tehnička oprema i financijska sredstva

ZADATAK URUČEN

12. 06. 2017.



*Handwritten signature*



## Sažetak

Zadatak završnog rada sastoji se od izrade videospota za promociju poduzeća Pavetić d.o.o. isključivo putem online mreža. Poduzeće Pavetić d.o.o. bavi se proizvodnjom sadnog materijala i ukrasnog bilja. Izrada videospota uključuje opis proizvodnje poduzeća, njihovog poslovanja i prisutnosti na tržištu. Na temelju zahtjeva poduzeća opisana je izrada scenarija i izrada plana snimanja, definiran je produkcijski tim, nakon razgovora s poslodavcem poduzeća odabrani su sugovornici, prikazan je odabir tehničke opreme i način rada tijekom snimanja videospota te završna obrada snimljenog materijala.

Ključne riječi: promotivni videospot, predprodukcija, produkcija, postprodukcija, knjiga snimanja, scenarij





# Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Promotivni videospot.....	2
3. Predprodukcija .....	3
4. Produkcija .....	4
4.1. Produkcijski tim i oprema za snimanje.....	4
4.1.1. Kamera.....	5
4.1.2. Stabilizator .....	6
5. Tehnike snimanja.....	7
5.1. Kadar i kompozicija.....	7
5.2. Rakurs .....	9
5.3. Balans bijele boje.....	11
6. Postprodukcija .....	12
6.1. Montaža .....	12
6.1.1. Sony Vegas Pro 14.0.....	13
7. Predprodukcija promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o.....	14
7.1. Zahtjevi poduzeća Pavetić d.o.o. ....	14
7.2. Knjiga snimanja .....	15
8. Produkcija promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o.....	27
9. Postprodukcija promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o. ....	28
9.1. Montaža u programu Sony Vegas Pro 14.0 .....	28

10. Zaključak .....	31
11. Literatura.....	33
12. Popis oznaka i kratica .....	35
13. Popis slika .....	36
14. Popis tablica.....	37
15. Prilozi.....	38



# 1. Uvod

Rad se sastoji od nekoliko dijelova. Prvi dio daje informacije o poduzeću Pavetić d.o.o. te što se želi postići izradom promotivnog videospota. Drugi dio zahvaća postupak predprodukcije i njezinog planiranja. Treći dio opisuje teorijski i praktični dio produkcije. Četvrti dio obuhvaća postprodukciju koja opisuje od grubih pa do detaljnih koraka montaže. Svaki videospot ima neku ciljanju skupinu kojoj se želi predstaviti. Zbog toga se posebno treba paziti na sadržaj za finalni proizvod. Kadrovi koji se odabiru su oku lijepi, kratki i efektivni. Glazba je vesela i dinamična, a poruka kratka i jasna.

Predprodukcija je prvi korak u izradi promotivnog videospota. U dijelu predprodukcije opisuje se proces planiranja te je izrađena knjiga snimanja. Knjiga snimanja sastoji se od opisa scena, kadrova te redosljeda kadrova. Također se odabire mjesto i vrijeme snimanja te potencijalni glumci i ciljana publika.

Produkcija opisuje poslove produkcijskog tima koje je u ovom slučaju izveo sam autor. Produkcija opisuje tehničke elemente kamere, tona i rasvjete. Pristup i način snimanja u praksi. Također su opisani i elementi videa kao što su kadar, plan i rakurs, balans bijele boje prilikom automatskih postavki.

Postprodukcija je zadnji korak u izradi promotivnog videospota. Započinje obradom filma nakon snimanja, a završava izradom kopije za prikazivanje. Postprodukcija je složeni proces u kojem se definira i oblikuje početna ideja te se pokretne slike spajaju u završni rad za distribuciju. Ona uključuje kreativnu i tehničku obradu te je približen postupak montaže videospota. Program koji je korišten za montažu je Sony Vegas Pro 14.0

## 2. Promotivni videospot

Promotivni videospot obuhvaća vrlo širok raspon vrste sadržaja i načina njihovog predstavljanja. Obično su po trajanju kratki i atraktivno izrađeni. Najčešće su povezani s ljudima, događajima, raznim vrstama djelatnosti, uslugama i proizvodima. U obliku kratkih filmova obiluju atraktivnim kadrovima, istaknutim likovnim značajkama scenografije, rasvjetom koja omogućava brojne različite ugođaje, pokretima kamere i originalnim tehnikama montaže. Promotivni videospot utječe na gledatelja prilikom donošenja odluka, svrha mu je da naglasi i razglasi ugled ustanove, djelatnosti, događaja, proizvoda, usluge i sl.

Promotivni videospot rađen je za poduzeće Pavetić d.o.o. Vrtlariju koja je u Varaždinu aktivna preko 60 godina kroz tri generacije. Videospotom želi se predstaviti vrtlarija kroz povijest, način njihovog rada i odnos s kupcima. Sadržajno je kratak i atraktivan.

### 3. Predprodukcija

Predprodukcija je prvi korak izrade promotivnog videospota. To je faza u kojoj planiramo, razvijamo i definiramo budući tijek izrade promotivnog videospota. Nakon razvijene ideje potrebno je napisati sinopsis. Sinopsis prikazuje osnovne ideje scenarija. Dakle, scenarij nastaje od sinopsisa. U predprodukciji također određujemo lokaciju, vrijeme i glumce (ako takvi postoje). Promotivni videospot šalje određenu poruku ciljanoj publici te time kadrovi moraju biti što atraktivniji. Lokacija snimanja mora odgovarati zahtjevima scenarija. Kod snimanja je potrebno eliminirati što više nepotrebnih smetnji.

Kod promotivnog videospota mjesto snimanja smješteno je u samoj vrtlariji poduzeća i po tome je izrađena knjiga snimanja. Odabrane su najbolje lokacije i interijer odnosno eksterijer kako bi videospot izgledao što efektivnije. Uključilo se onoliko ljudi koliko je to potrebno kako nebi došlo do nepotrebnih smetnji. Snimana okolina i objekti vrtlarije ciljanoj skupini prenosi željenu poruku.

## 4. Produkcija

Produkcija kao drugi korak u izradi promotivnog videospota predstavlja proces snimanja. Sljedeći scenarij kreće se u snimanje kadrova. Potrebno je pokušati napraviti što bolje snimke i razmisliti o svakom kadru. Zvuk koji dolazi uz sliku može biti ambijentalni i govor glumaca. Uz kameru može doći i dodatna oprema koja olakšava snimanje ali ujedno i pojačava kvalitetu i efektivnost kadrova. Nju možemo podijeliti na osnovnu i dodatnu opremu. Dodatna oprema ne dolazi uz kameru već se mora posebno kupiti.

Nakon pomno razrađene pripreme i sljedeći knjigu snimanja, produkcijski dio prolazi nesmetano. Snimanje započinje u dogovoreno vrijeme. Postavljaju se početne opcije fotoaparata za snimanje prilikom sunčanog dana te se snima ulaz vrtlarije. Istog dana snimano je i dvorište vrtlarije te cvijeće izloženo van staklenika.

Sljedećeg dana snimanje je nastavljeno unutar staklenika te u kancelariji poduzeća. U stakleniku je bilo dovoljno prirodnog svjetla te nije bilo dodatnih problema, dok je u kancelariji bilo potrebno dodatno podesiti balans bijele zbog halogenih lampa.

Zadnjeg dana snimljen je proces proizvodnje. Punjenje sadnica. Snimanje se odvijalo u staklenom stakleniku te rasvjeta nije bila problem, no glasnoća strojeva učinila je zvuk na snimkama neupotrebljiv.

### 4.1 Produkcijski tim i oprema za snimanje

Produkcijski tim čine skupina ljudi koji sudjeluju u stvaranju videa. On mora biti pomno raspoređen. Najčešće se sastoji od redatelja, snimatelja, snimatelja tona, majstora rasvjete, glumca te ako je to potrebno dodatnih asistenata. Redatelj osmišljava scenarij i knjigu snimanja. Snimatelj prati zahtjeve redatelja i pokušava snimiti što bolje kadrove.



Snimatelj tona brine o kvaliteti tona. Majstor rasvjete usko surađuje sa snimateljem i dodatno pojačava kvalitetu kadrova.

Prilikom snimanja videospota produkcijski tim činio je sam autor.

Tehnička oprema korištena za snimanje videospota:

- Nikon Coolpix L840 (digitalni kompaktni fotoaparati)
- Stabilizator Tripod

Ovaj fotoaparati snima videozapise u Full HD rezoluciji (1920x1080). Nedostatak je što nema mogućnost priključiti vanjski mikrofon.

#### 4.1.1. Kamera

Kamera koja se koristila za snimanje promotivnog videospota je digitalni kompaktni fotoaparati Nikon Coolpix L840. Nikon Coolpix L840 na korištenje pruža 16 megapiksela i 38x optički zum. Ovaj fotoaparati omogućuje još veću stabilnost zbog opcije smanjene vibracije. Snima videozapise pune HD razlučivosti (1080/60i) uz sustav smanjenja vibracija koji prepoznaje i kompenzira podrhtavanje fotoaparata. Baratanje fotoaparatom dodatno je olakšano velikim LCD nagibnim zaslonom.



**Slika 4.1. Nikon Coolpix L840**

Objektiv	NIKKOR – 38x optički zoom
Žarišna duljina	4,0 – 152mm (kut gledanja ekvivalentan onom na objektivu od 23 do 855mm u formatu 35mm [135])
Pohrana videozapisa	H.264/MPEG-4, MOV
Zvuk	LPCM stereo
Regulacija ekspozicije	Programirana automatska ekspozicija (-2,0 do +2,0 EV u koracima od 1/3 EV
F-broj	f/3 – 6,5
Senzor slike	CMOS veličine 1/2, 3 in., ukupni broj piksela: približno 16,76 milijuna

**Tablica 4.1. Tehničke specifikacije za Nikon Coolpix L840**

#### 4.1.2. Stabilizator

Stabilizator je postolje namijenjeno trodimenzionalnom kretanju kamere kroz prostor. Kretanje može biti okomito, vodoravno, dijagonalno ili nepravilno. Stabilizator radi na principu vage. Na gornjem dijelu nalazi se platforma za kameru dok je na donjem dijelu nosač utega. Ujednačavanje ravnoteže postiže se opterećenjem donjih olovnih utega. On korisniku omogućuje nesmetano kretanje u većim elevacijskim pomacima.



**Slika 4.2. Stabilizator**

## 5. Tehnike snimanja

Tehnike snimanja ovise o položaju lika ili predmeta na slici. Pristup i položaj snimatelja određenom predmetu ili liku mora biti definiran određenim pravilima. U tehnike snimanja svrstavamo kadar, rakurs i plan. Kadar ujedno mora pratiti kompoziciju. Kadar dijelimo na pravilo trećine i ono određuje fokus promatrača na lik ili predmet u slici. Rakurs dijelimo na gornji, donji i u ravnini očiju. Plan određuje položaj lika ili predmeta u kadru. Dijeli se na total, srednji plan, blizi plan, krupni plan i detalj.

Prilikom snimanja videospota neophodno je tehničko znanje korištenja opreme. Snimatelj mora voditi računa o svim tehničkim aspektima. Pravila ekspozicije, temperatura boje, fokus, balans bijele i kompozicija kadra igra značajnu ulogu u kvaliteti kadra.

### 5.1. Kadar i kompozicija

Kadar(sekvenca) je najmanja jedinica filmskog djela.

Možemo ga definirati kao:

1. Vizualni prostor fotografije.
2. Vizualni, vremenski i sadržajni prostor pokretnih slika.
3. Snimka.
4. Temeljna montažna jedinica filma.

Kadriranje označava raspored elemenata u slici i naglašava bitno. Možemo ga definirati kao:

1. Određivanje parametara kadra filmskog prizora (plan, rakurs, kut snimanja, objektiv, kretanje kamere)
2. Određivanje okvira kadra pomoću tražila kamere. [1]

Kompozicija označava međusoban raspored elemenata u prostoru. Ona nije slučajno nabacan raspored elemenata te ako se pomno razradi, kadar može učiniti efektivnijim. Vrsta kompozicije ovisi o rasporedu elemenata i možemo ju podijeliti na simetričnu, asimetričnu, piramidalnu, dijagonalnu, vertikalnu, horizontalnu i kružnu.



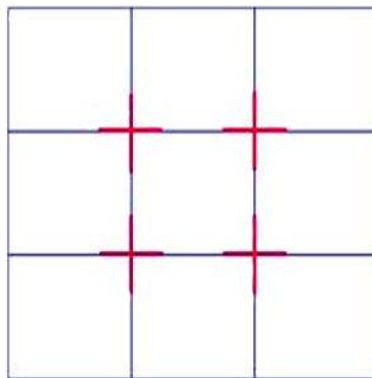
**Slika 5.1. Dijagonalna kompozicija 1**



**Slika 5.2. Dijagonalna kompozicija 2**

Postoje neke fizičke i prirodne zakonitosti koje su nepromjenjive, a odnose se na to kako ljudski um čita sadržaj koji se nalazi ispred njega. Još su stari grci otkrili da na slikama postoje određene interesne točke koje privlače naš mozak više nego ostale. Upravo na tome se baziraju kompozicijska pravila koja omogućavaju da vaše fotografije izgledaju privlačnije, balansiranije i oku ugodnije. Ovo najosnovnije kompozicijsko pravilo nastalo je davno prije pojave fotografije kakva se danas poznaje. Prvi put je zapisano 1797. godine od strane John Thomas Smitha, a služilo je u raspravi o kompozicijskim tehnikama u likovnoj umjetnosti. Zapravo se radi o pojednostavljenoj verziji još od antičkih vremena poznatom pravilu „zlatnog reza“ ili „zlatne sredine“. Fotografija se dijeli na 9 jednakih dijelova tako da se presijeca s dvije vertikalne i dvije horizontalne crte u pravilnim razmacima. Dobiva se 9 jednakih pravokutnika i 4 točke sjecišta.

Upravo te linije i točke sjecišta su dijelovi fotografije na kojima bi se trebali nalaziti njeni ključni elementi. Što se tiče horizontalnih linija pravilo kaže da se horizont mora nalaziti blizu donje ili gornje linije tako da imamo odnos 1/3 kopna nasuprot 2/3 neba ili obrnuto. Takav odnos je mnogo estetski privlačniji od odnosa 1/2 nebo, 1/2 kopno. [6]



**Slika 5.3. Zlatni rez**

## 5.2 Rakurs

Rakurs je snimanje iz vizure koja je u većem odklonu od normalne vizure (gornji i donji rakurs), pri čemu dolazi do perspektivnog kraćenja. Prema položaju kamere u odnosu na objekt dijeli se na: gornji, donji i u ravnini očiju.

Gornji rakurs - označava kada se kamera nalazi iznad objekta. Snimani objekt djeluje manjim. Upotrebljavaju se još i nazivi lagani gornji ako je kamera u manjem nagibu i ptičja perspektiva ako je kamera u zenitu snimanog objekta.

Donji rakurs - označava kada se kamera nalazi ispod objekta. Snimani objekt djeluje većim. Također, lagani donji ako je u pitanju manji nagib, dok se ekstremni donji popularno naziva žabljom perspektivom.

U ravnini očiju - označava normalnu vizuru. Mogućnost malog odskakivanja u visini kamere. [8]



**Slika 5.4. Gornji rakurs**



**Slika 5.5. Donji rakurs**



**Slika 5.6. U ravnini očiju**

Vizualni okvir snimana prizora mjeri se veličinom koja se naziva plan, odnosno plan kadra. Temeljni koncept imenovanja plana određenom veličinom zahvaćena prizora. Postavljen je u vremenu u kojem su kamere imale tek jedan objektiv, pa se plan određivao samo udaljenošću objekta od kamere. Otud imenovanje plana sa značenjem blizu, srednje i daleko. Određeni plan fizički i optički ostvaruje se udaljenošću kamere od snimanog prizora i vidnim kutom objektiv. Kako je veličina unutar okvira relativna, veličina plana mjeri se u odnosu na veličinu ljudskog lika u snimljenju prizoru. Temeljni planovi su total, srednji plan (srednje), blizi plan (blizu), krupni plan, detalj. Total i detalj ne mjere se veličinom ljudskoga lika. [1]

Total - najširi plan. Za snimanje velike scene, pejzaža, panorama ili cijelih prostorija.

Srednji - najbližiji ljudskom viđenju prostora. Osoba se vidi od glave do pete.

Blizi - osoba se vidi ispod poprsja.

Krupni - prikazuje lice ili detalj.

Detalj - prikazuje se precizan detalj.

### 5.3. Balans bijele boje

Temperatura boje svjetla jedan je od važnijih čimbenika kod snimanja, ona stvara ugodaj. Postoje različite temperature boje svjetla, a njihov raspon se mjeri od 1000 do 12000 K (Kelvina). Svjetlosni izvori s električnim izbojem imaju oblik spektralne karakteristike s diskretnim vrijednostima. Ovakvi spektri se nazivaju linijski ili diskretni spektri. Pojam temperature boje izvora svjetlosti povezan je s temperaturom na koju treba zagrijati crno tijelo da bi njegova spektralna karakteristika (kontinuirani spektar) odgovarala karakteristici svjetlosnog izvora. Pojam temperature bijele boje proširuje se na sve svjetlosne izvore koji nemaju kontinuirane oblike spektra na način da se promatrani izvor svjetlosti kolorimetrijski izjednačuje sa zagrijanim crnim tijelom, na određenoj temperaturi, a ne prema obliku spektra. Na ovaj način definirana temperatura boje naziva se korelaciona temperatura boje. To je temperatura boje izvora za koju je boja crnog tijela najsličnija. Kod uspoređivanja izvora svjetlosti prema njihovim temperaturama boje moraju se uzeti u obzir spektralne karakteristike. Ukoliko su one vrlo različite (kao između volframove žarulje i žarulja s izbojem u plinovima), temperatura boje nije mjerilo razlike u efektu koji se postiže kod osvjetljenja u sceni. Izrazom "distribucijska temperatura boje" označavaju se oni izvori rasvjete kod kojih se želi naglasiti da osim kolorimetrijske jednakosti postoji i jednakost oblika spektralnih karakteristika s onima kod crnog tijela. [10]

Kako je videospot sniman s digitalnim kompaktnim fotoaparatom Nikon Coolpix L840, mogućnost ručnog podešavanja balansa bijele nije bilo moguće. Automatski sustav za podešavanje balansa bijele boje ponekad ima problema u određivanju temperature boje. On ne zna što autor želi snimiti (npr. zalazak sunca) koji na fotografiji može izgledati hladno. Automatski sustav očitava tople tonove i pretvara ih u neutralne te tako pojačava plave tonove. Rješenje tome može biti postavljanjem sustava na oblačno ili 6000K.

## 6. Postprodukcija

Postprodukcija je zadnji korak u izradi promotivnog videospota. Nakon snimanja film se uvozi u odabrani program za montiranje. Nakon odabira najboljeg materijala definira se početna ideja u završni rad. Završna faza poslije montaže uključuje izradu kopije za prikazivanje.

### 6.1. Montaža

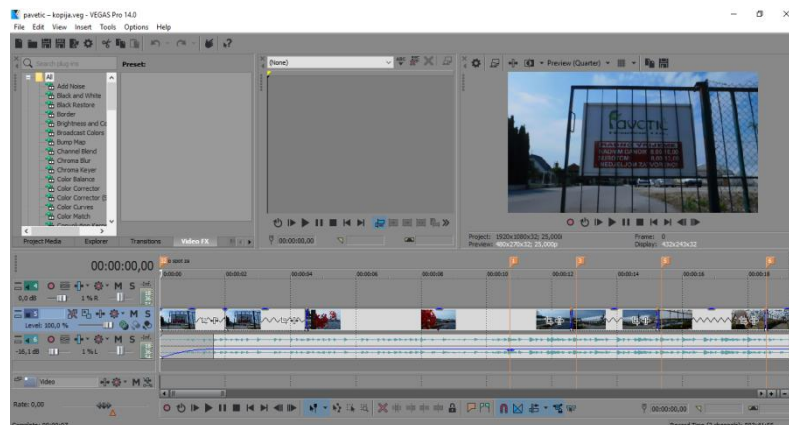
Montaža je tehnički i/ili kreativni postupak uobličavanja filma (video) spajanjem kadrova (slike i zvuka) određena sadržaja, u određenom redoslijedu i trajanju. [1]

Današnja digitalna tehnologija omogućava korištenje nelinearne montaže. Za razliku od korištenja filmskih rola, magnetnih vrpca ili ručnog izrezivanja i lijepljenja kadrova, danas se to sve radi uz pomoć par klikova miša. Prije videomontaže potrebno je znati osnovna pravila istih, ali i imati okvirnu sliku što se želi snimiti i kasnije preoblikovati. Bilo da je to razlog duljine filma, duljine trake, različite lokacije, potencijalnih grešaka itd. Pomoću nje može se prikazati i naglasiti željeni kadar i time prenijeti ciljane poruke. Omogućuje spajanje različitih mjesta i vremena u jedan neprekinut niz. Montaža može biti ritmička, narativna, asocijativna i paralelna.



### 6.1.1. Sony Vegas Pro 14.0

Promotivni videospot za poduzeće Pavetić d.o.o. montiran je u programu Sony Vegas Pro 14.0. To je softverski paket za nelinearnu videomontažu. Prva verzija Vegas Pro 8.0 izdana je 2007. godine i omogućavala je korisnicima uređivanje i obradu DV, AVCHD, HDV, SD/HD-SDI i svih XDCAM formata. Radno sučelje Sony Vegas Pro programa je jednostavno i prilagodljivo. Korisnik može lako premještati, zatvarati i otvarati prozore po želji, format snimanja te lokaciju na koju želimo spremiti projekt.



Slika 6.1. Sony Vegas Pro 14.0. sučelje

Gornja lijeva strana rezervirana je za prozor koji pretražuje datoteke na računalu (Project Explorer) te prozor za efekte (Video FX, Tranzitions). U desnom gornjem kutu najčešće se nalazi prozor za pregledavanje videa (Preview window) koji je ujedno i najvažniji jer se po njemu ravnamo cijelo vrijeme. Donja polovica sučelja zauzima Timeline koji predstavlja osnovnu radnu površinu na kojoj se uređuju audio/video materijali. Materijale je moguće vući direkt iz direktorija import media u timeline. Lijevo pozicionirano od Timelinea nalazi se zaglavlje svake trake (Track header). Opcije koje se odabiru u zaglavlju trake manipuliraju svim materijalima u traci.

## 7. Predprodukcija promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o.

Prije nego što se krene u realizaciju videospota potrebno je odrediti zahtjeve i postaviti određene ciljeve. Te zahtjeve u većini slučajeva određuje naručitelj videospota. Ti zahtjevi određuju sadržaj koji se želi prenesti, određuje troškove, definira trajanje videospota, lokaciju i vrijeme snimanja. Kako bi se projekt realizirao u što kraćem roku, najbolje se pridržavati postavljenih zahtjeva.

Poduzeće Pavetić jedna je od prvih privatnih vrtlarija na području grada Varaždina. Njihova prvobitna djelatnost bila je proizvodnja povrtlarskih kultura. Kasnije se polako uvodila proizvodnja povrća i cvijeća te vršile cvjećarske usluge. Nakon što je vrtlarija prešla u društvo s ograničenom odgovornošću, pružaju se i usluge kao što su projektiranje, uređenje i održavanje krajobraza te projektiranje i izvođenje krovnih i vertikalnih vrtova. Široko su prisutni na tržištu te tako uz veleprodaju i maloprodaju njihovi radovi mogu se vidjeti širom Hrvatske. Neke od poznatijih organizacija koje koriste njihove usluge su VODOTEHNIKA d.d., AUTO-MAK d.o.o., VARADINSKA BISKUPIJA, LJEKARNE SALUS, RAUŠ d.o.o., GRAMA d.o.o. itd.

### 7.1. Zahtjevi poduzeća Pavetić d.o.o.

Prije same realizacije videospota postavljeno je nekoliko zahtjeva. Promotivni videospot ne smije trajati duže od 3:00 minute. Videospot treba prikazati radnu okolinu poduzeća, vrstu opreme kojom barata, postupak proizvodnje, pojedine proizvode koje nudi, predstaviti vrstu usluge koju nudi te prikazati potencijalni odnos s kupcima. Videospot će se nalaziti na službenoj stranici poduzeća i nije financiran. Sugovornik treba biti stručna osoba koja je upoznata s načinom rada proizvodnje.

## 7.2. Knjiga snimanja

Knjiga snimanja sadrži opise scena, kadrova scene, parametre kadra te redoslijede kadrova. Ukoliko knjiga snimanja nije opisna već je u slikama, onda je riječ o storyboardu (naslovna fotografija). [3]

Uzimajući u obzir zahtjeve poduzeća te nakon razgleda mjesta snimanja i određivanja potencijalnih glumaca mogao se razraditi plan snimanja. Za uvodnu špicu odabran je ulaz poduzeća koji prikazuje osnovne podatke kao što su naziv i radno vrijeme. Povijesni razvoj poduzeća prikazan je kombinacijom kratkih kadrova eksterijera i proizvoda koji se naizmjenično kombiniraju sa tekstualnim elementima (kadar 6 do 17 u trajanju od 1s). Nakon toga se predstavlja voditelj prodaje (kadar 20 u trajanju od 5s) koji objašnjava postupak proizvodnje te se u pozadini nizaju kadrovi prateći priču (kadar 21 do 29 u trajanju od 3 do 4 s). Zatim ponovno prikazujemo voditelja prodaje (kadar 30 u trajanju od 4s) koji predstavlja proizvode i njihovo razvrstavanje te ih nižemo u pozadini (kadar 31 do 41 u trajanju od 1 do 3 s). Postupak ponavljamo i treći puta gdje prikazujemo voditelja prodaje (kadar 42 u trajanju od 8s) no ovog puta predstavlja vrstu usluge koju nude (kadar 43 do 47 u trajanju od 2 do 5s). Za odjavnu špicu odabran je šaren kadar cvijeća u odzumu iz bližeg u srednji plan (kadar 48 u trajanju od 2s).

Rimskim brojevima označavaju se odrednice scene, a običnim, odnosno arapskim brojevima, obilježavaju se pojedini kadrovi označene scene. A onda kreću oznake INT (ako je riječ o interijeru) ili EXT (eksterijeru). PAN označava da se snima panorama, tj. da se kamera okreće. Pokret kamere (u bilo kojem smjeru) zove se panorama (švenk). VO Označava vožnju kamere. GD i DR označavaju gornji rakurs (pogled odozdo). [5]

Oznakama kadra u knjizi snimanja:

K - krupni plan u kojem imamo samo glavu u kadru

B - bliži ili bliski plan, gdje imamo u kadru lik od poprsja ili nadlaktica.

PB- polubliži plan od pojasa do tjemena






A - američki plan, od koljena do tjemena





S - srednji plan, što bi se reklo od glave do pete






T - total ili opći plan u kojem se vidi cijeli ambijent

DET - detalj, odnosno u kadru se vide predmeti, dijelovi manji od čovjekove glave

OFF - je oznaka za zvuk koji nema izvor u kadru





<p>1. Kadar</p>		<p>EXT- ulaz poduzeća, S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 4s</p>
<p>2. Kadar</p>		<p>EXT- cvijet, dvorište DET, T</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 7s</p> <p>Grafički element „VRTLARIJA“, „PAVETIĆ“</p>
<p>3. Kadar</p>		<p>EXT- staklenik, T</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 2s</p>
<p>4. Kadar</p>		<p>INT- kupac, S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 3s</p>
<p>5. Kadar</p>		<p>INT- prodavač, S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 3s</p>






6. Kadar		<p>EXT- dvorište, T</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
7. Kadar		<p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p> <p>Grafički element „1946 OSNIVANJE VRTLARIJE“</p>
8. Kadar		<p>INT- cvijeće, S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
9. Kadar		<p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p> <p>Grafički element „1946 OSNIVANJE VRTLARIJE“</p>
10. Kadar		<p>INT- cvijeće, S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>

11. Kadar		<p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p> <p>Grafički element „1946 OSNIVANJE VRTLARIJE“</p>
12. Kadar		<p>EXT- borovi, S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
13. Kadar		<p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p> <p>Grafički element „1997 UREĐENJE KRAJOBRAZA“</p>
14. Kadar		<p>EXT - dvorište, T</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
15. Kadar		<p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p> <p>Grafički element „2004 KROVNI VRTOVI“</p>






16. Kadar		<p>EXT- cvijeće, S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:1s</p>
17. Kadar		<p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p> <p>Grafički element „2012. VERTIKALNI VRTOVI“</p>
18. Kadar		<p>INT- cvijeće, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:3s</p>
19. Kadar		<p>INT- zemlja, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:5s</p>
20. Kadar		<p>INT- intervju, B</p> <p>Sara Konjić, voditelj prodaje</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 5s</p> <p>Grafički elementn – ime voditelja prodaje</p>



21. Kadar		<p>INT-zalijevanje gredice, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:4s</p>
22. Kadar		<p>INT-sadnja gredice, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:3s</p>
23. Kadar		<p>INT-cvijeće, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:4s</p>
24. Kadar		<p>INT – zemlja, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:4s</p>
25. Kadar		<p>INT-rad na stroju, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 4s</p>





26. Kadar		<p>INT-punjenje teglica, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 3s</p> <p>Inverse efekt</p>
27. Kadar		<p>INT-izbacivanje teglica,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:2s</p>
28. Kadar		<p>INT-slaganje teglica,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:3s</p>
29. Kadar		<p>INT- sortiranje teglica,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:5s</p> <p>Inverse efekt</p>
30. Kadar		<p>INT- intervju, B</p> <p>Sara Konjić, voditelj prodaje</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 4s</p> <p>Grafički elemetn – ime voditelja prodaje</p>

31. Kadar		<p>INT-proizvod,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
32. Kadar		<p>EXT-proizvod,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
33. Kadar		<p>EXT-proizvod,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
34. Kadar		<p>INT-proizvod,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 4s</p>
35. Kadar		<p>EXT- cvijeće, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 4s</p>

36. Kadar		<p>INT-cvijeće,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:5s</p>
37. Kadar		<p>INT-lončanice,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:1s</p>
37. Kadar		<p>INT-ventilator, S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
38. Kadar		<p>INT-prskalica, K</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>
39. Kadar		<p>EXT-razvrstavanje cvijeća,S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 1s</p>



40. Kadar		<p>EXT-razvrstavanje cvijeća,S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:2s</p>
41. Kadar		<p>EXT-razvrstavanje cvijeća,S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:2s</p>
42. Kadar		<p>INT- intervju, B</p> <p>Sara Konjić, voditelj prodaje</p> <p>Vrijeme trajanja kadra: 8s</p> <p>Grafički element – ime voditelja prodaje</p>
43. Kadar		<p>INT-ploča,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:5s</p>
44. Kadar		<p>EXT-vertikalni zid,K</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:2s</p>

45. Kadar		<p>EXT-vertikalni zid,S</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:2s</p>
46. Kadar		<p>EXT-vertikalni zid,B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:1s</p>
47. Kadar		<p>INT-cvijeće, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:1s</p>
48. Kadar		<p>INT-cvijeće, B</p> <p>Vrijeme trajanja kadra:2s</p>

## 8. Produkcija promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o.

Produkcija promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o. snimala se u interijeru i eksterijeru vrtlarije Pavetić d.o.o. Za snimanje u interijeru odabrana je službena kancelarija poduzeća te pojedini staklenici. Za snimanje eksterijera odabrano se dvorište vrtlarije i otvoreni nasadi. Vrijeme snimanja raspoređeno je na 3 dana, točnije 3 posjete u točno dogovoreno vrijeme. Intervju je sniman u službenoj kancelariji poduzeća.

### Snimanje dvorišta vrtlarije

Vidljivo u kadrovima 1,2,3,6,12,14,16,35,39,40. Ulaz u dvorište i sami eksterijer dvorišta vrlo je prostran. Snimke su snimane pomoću stabilizatora zbog boljeg efekta i manje trešnje kamere prilikom hoda. Ambijentalni ton je snimljen no kasnije nije korišten. Snimanje se odvijalo u jutarnjim satima zbog boljeg efekta dnevnog svjetla i zraka sunca.

### Snimanje unutrašnjosti staklenika i proizvodnje

Vidljivo u kadrovima 4,5,10,24,25,26,27,37,38,48. Svi staklenici su prostrani i svijetli. Jedan od staklenika nije obložen najlonom već je od stakla. Razlike između jačine dnevnog svjetla u eksterijeru i u staklenom stakleniku nije bilo. Za rasvjetu je korišteno samo dnevno svjetlo. Snimke su snimane uz pomoć stabilizatora i iz ruke. Ambijentalni ton je snimljen no nije korišten. Buka strojeva učinila je zvuk neupotrebljivim.

### Kancelarija poduzeća

Vidljivo u kadrovima 20,30,42. Kancelarija je veličine 3,5 m x 3,5m. Sadrži glavni uredski stol sa dodatnom opremom, policama s dokumentima te dvosjedom za odmor. Na glavnom zidu iza uredskog stola moguće je vidjeti povijest vrtlarije i osobne slike zaposlenika. Cijeli zid odjekuje ugodnom atmosferom zaposlenika te prikazuje razvoj poduzeća kroz povijest.

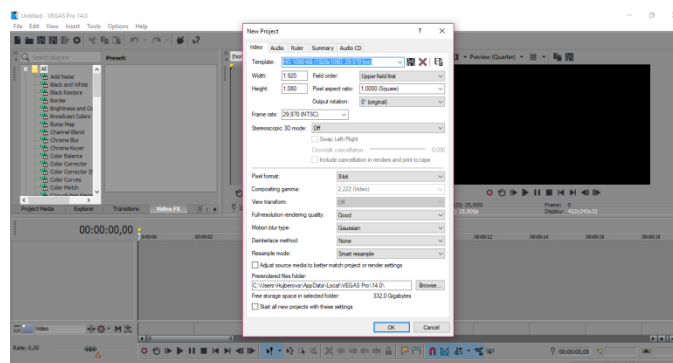
## 9. Postprodukcija promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o.

Postprodukcija promotivnog videospota kreće prebacivanjem materijala s fotoaparata na HDD putem USB 2.0 kabela. Sve snimke se pregledavaju i odabiru one koje će se koristiti u montiranju.

Glazba koja je korištena u promotivnom videospotu nije zaštićena autorskim pravima. Glazba je preuzeta s internet stranice „Free Music Archive“ (Bensound-funnysong).[15] Svi kadrovi izmjenjuju se prema taktu glazbe. Promotivni videospot montiran je u programu Sony Vegas Pro 14.0.

### 9.1. Montaža u programu Sony Vegas Pro 14.0

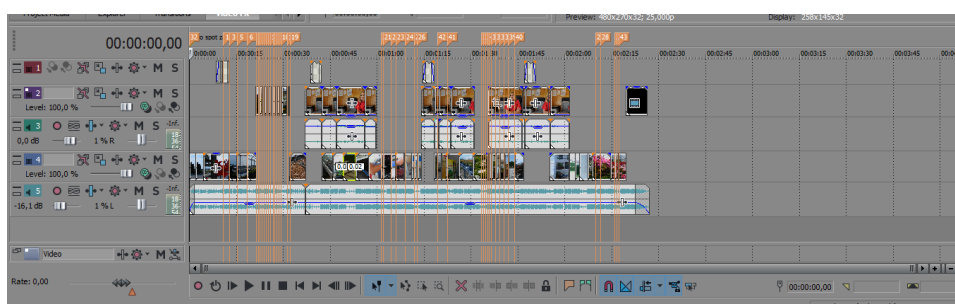
Prvi korak je otvaranje novog projekta pod nazivom: Promotivni videospot za poduzeće Pavetić d.o.o. Kod otvaranja novog projekta odabire se Template format za video (HD 1080-60i), rezolucije 1920x1080. Broj slika u sekundi je 25, dok je audio stereo 48Hz.



Slika 9.1. Otvaranje projekta



Kada se postavne početne postavke (HD 1080-60, rezolucija 1920x1080) ubacuju se odabrani kadrovi i glazbena podloga. Glazbena podloga stavlja se zasebno u Audio 4 traku te se po njoj prilagođavaju kadrovi koji se nalaze u Video 2 i Video 3 trakama te grafički elementi u Video 1 traci. Svi ambijentalni tonovi kadrova su ugašeni (osim kadrova intervjua). Prijelazi između kadrova se stapaju za 0,2s iz razloga da ne dolazi do grubog prijelaza. Videospot u sebi sadrži intervjua i uvodni tekst te je iz tog razloga dodana Video traka 1 u kojoj se nalaze grafički elementi s potpisom i naslovom. Videospot zahtijeva pretapanje tona glazbe i tona govora ( u intervjuu).



**Slika 9.2. Video i audio trake**

Glazbu je bilo potrebno stišati kako bi se zvuk govora iz intervjua nesmetano mogao razumjeti i doći do izražaja. Tu je također reduciran pozadinski šum prilikom govora. Svaki kadar se reže onoliko koliko je potrebno te treba paziti da nije predugačak jer će u protivnome gledatelju postati monotono. Prilikom slaganja kadrova određenim redosljedom, posebna pozornost posvećena je pozadinskoj glazbi koja dodatno naglašava svaku izmjenu kadra. Na početku i kraju videospota dodaje se uvodna i završna špica i stavlja postepen prijelaz između uvodne špice i prvog kadra, odnosno zadnjeg kadra i završne špice. Prije nego se videospot izveze, provjeravaju se rezovi između kadrova, prijelazi, potpisi, vrijednost tonskog zapisa glazbe. .Kada je videospot završen, sprema se na HDD. On se sprema tako da ga se izveze (eksportira) u određenom formatu. Format u kojem je spremljen promotivni videospot je H.264 /HD 1080p .

## INTERVJU

Sara Konjić

Voditelj prodaje

Već dugi niz godina najprodavanije su sve vrste krizantema. Klasične velikocvjetne, najviše bijele boje, špine, margarete, te krizanteme multiflore u teglama. Tu je također i Geranienerde idealan za uzgoj pelargonija u visećim košarama i žardinjerama. Zbog dodatka Kokopora regulira vlagu u tlu što je vrlo bitno za uzgoj pelargonija.

Zastupnik smo također i Neudorff koja je patentirala Ferramol. Ferramol je organsko sredstvo za suzbijanje puževa. Ne sadrži kemijske spojeve, nije štetan za kućne ljubimce, a vrlo efikasno otklanja problem puževa u vašem vrtu.

Postupak projektiranja, uređenja i održavanja krajobraza temelji se prvenstveno na analizi terena te odabiru biljnog materijala sukladno željama klijenata te uvjetima na terenu.

Bavimo se također čišćenjem terena, održavanjem, stručnom rezidbom, uvođenjem sustava navodnjavanja takozvanim kap po kap i tako dalje.

Sustavom Groo-Wall moguće je ugraditi vrt u bilo koji dio doma ili poslovnog prostora.

## 10. Zaključak

Promotivni videospot za poduzeće Pavetić d.o.o. je spot koji će promovirati vrtlariju Pavetić potencijalnim kupcima proizvoda i usluga. Promotivni videospot rađen je kroz tri koraka; predprodukciju, produkciju i postprodukciju. Cijeli proces videospota zahtijevao je puno promišljanja i planiranja.

Proces predprodukcije započeo je zahtjevima poduzeća Pavetić d.o.o. Prije snimanja bilo je potrebno razgledati mjesto snimanja, dogovoriti vrijeme snimanja te odrediti potencijalne glumce. Kao plan snimanja koristila se knjiga snimanja u kojoj su se nalazili glavni zahtjevi postavljeni od strane poduzeća Pavetić d.o.o. (7. poglavlje).

Produkcija se odvijala na posjedu vrtlarije Pavetić d.o.o. (8. poglavlje). Proces snimanja bio je otežan jer je nedostajalo profesionalne opreme kao što je stativ i dodatna rasvjeta. Umjesto stativa korišten je stabilizator za pokretne snimke. Prilikom intervjua da bi se spriječila trešnja, uređaj je podbočen na pult nasuprot sugovornika. Taj čin rezultirao je mirnim kadrom, ali izazvao je malen šum u tonu (rad uređaja). Prilikom montaže šum je reduciran najbolje što je moguće no još je uvijek prisutan. U eksterijeru kao izvor rasvjete korišteno je dnevno svjetlo, dok je u interijeru korištena kombinacija dnevnog svjetla i uredske rasvjete (halogene lampe). Ostatak produkcije odvijao se nesmetano po planu.

Postprodukcija je zahtijevala znanje programa za montažu, sposobnost prepoznavanja efektivnih kadrova, sposobnost kreativne obrade početne ideje, te sposobnost manipulacije i korekcije tona te glazbene podloge (9. poglavlje). Program u kojem je videospot montiran je Sony Vegas Pro 14.0. (6. poglavlje). Sve snimke su prvobitno pohranjene na disk. Nakon pohrane bilo je potrebno odabrati što efektivnije kadrove. Montaža istih kadrova zahtijevala je veliku pažnju zbog brze izmjene kadrova koji prate glazbenu podlogu. Redosljed kadrova u nekim djelovima morali su pratiti tekst intervjua te je time i sama montaža bila otežana. U uvodnom dijelu videospota kadrovi se brzo izmjenju, kadar u tom dijelu vremenski traje od 1 do 2 sekunde, su ostali kadrovi u prosjeku od 3 do 5 sekundi.

Unatoč nedostatku dodatne opreme kao što je stativ koji bi pripomogao prilikom intervjua, ili rasvjete koja bi olakšala proces snimanja, videospot je uspješno montiran jer ispunjavanja početne zahtjeve poduzeća te u budućnosti može predstaviti isto. Kod snimanja je odabran prostran i svjetli prostor. Odabrani kadrovi su vizualno efektivni jer prikazuju srž povezanosti tematike obima posla. Primamljivi su, kratki i dinamični te odjekuju veselim i šarenim tonom.

U Varaždinu, 26. rujana 2017.

\_\_\_\_\_ *Hujba* \_\_\_\_\_



IZJAVA O AUTORSTVU  
I  
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Helena Hyber (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Radna promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o. (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Hyber  
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Helena Hyber (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Radna promotivnog videospota za poduzeće Pavetić d.o.o. (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Hyber  
(vlastoručni potpis)

## 11. Literatura

- [1] E. Midžić: Govor oko kamere, Zagreb, 2006.
- [2] N. Sviičić: Programiranje igranog filma 2, Zagreb, 2016.
- [3] J. Kallay: Napiši scenarij, Zagreb, 2016.
- [4] B. Brown: Cinematography: Theory and Practice, Focal Press, 2002.
- [5] <http://www.filmski.net/vijesti/kratki-film/1674> dostupno 03.08.2017.
- [6] <http://www.mirkobeovic.com/photoblog/2012/01/03/kompozicija-pravilo-trecina/> dostupno 10.08.2017.
- [7] <http://www.mirkobeovic.com/photoblog/2012/01/25/kompozicije-dijagonale/> dostupno 10.08.2017.
- [8] [http://www.filmski.net/vijesti/kratki-film/1915/rfp\\_kutovi\\_snimanja](http://www.filmski.net/vijesti/kratki-film/1915/rfp_kutovi_snimanja) dostupno 11.08.2017.
- [9] <http://projekti.unipu.hr/filmovi/osnovni%20elementi%20filma.pdf> dostupno 11.08.2017.
- [10] <https://moodle.vz.unin.hr/moodle/file.php/67/tvrasvjeta-BorisPopovic.pdf> dostupno 13.08.2017.
- [11] [https://moodle.vz.unin.hr/moodle/file.php/67/Practical\\_DV\\_Filmmaking\\_-\\_Russell\\_Evans.pdf](https://moodle.vz.unin.hr/moodle/file.php/67/Practical_DV_Filmmaking_-_Russell_Evans.pdf) dostupno 15.08.2017.
- [12] D. Farkaš: Izrada promotivnog filma kulturne manifestacije „Vratišinske vesele vuriće“, Završni rad, UNIN, Varaždin, 2015.
- [13] Kallay Jasmina: Napiši scenarij: osnove scenarističke teorije i prakse, Zagreb, 2015.
- [14] Katz Steven: Film directing shot by shot, California, 1991.
- [15] M. Jovan: Izrada promotivnog videospota za Srednju školu Ivanec, Završni rad, UNIN, Varaždin, 2016.
- [15] <http://freemusicarchive.org/> dostupno 21.09.2017.

## 12. Popis oznaka i kratica

OFF-TON – Pročitani tekst koji je glavni ton videospota  
INT – Interijer  
EXT – Eksterijer  
PAN – Snimanje panorame  
VO – Vožnja kamere  
GR – Gornji rakurs  
DR – Donji rakurs  
K – Krupni plan  
B – Blizi plan  
PB – Polublizi plan  
A – Američki plan  
S – Srednji plan  
T – Total plan  
DET – Detalj plan  
CD - Compact disc  
HDD – Hard disc drive  
DV – Digital video  
AVCHD - Advanced video codec high definition  
HDV – High definition video  
HD – High definition  
SD – Secure digital  
SDHC – Secure digital high capacity  
CH – Channel

## 13. Popis slika

Slika 4.1. Nikon Coolpix L840 .....	5
Slika 4.2. Stabilizator .....	6
Slika 5.1. Dijagonalna kompozicija 1 .....	8
Slika 5.2. Dijagonalna kompozicija 2 .....	8
Slika 5.3. Zlatni rez .....	9
Slika 5.4. Gornji rakurs .....	10
Slika 5.5. Donji rakurs .....	10
Slika 5.6. U ravnini očiju .....	10
Slika 6.1. Sony Vegas Pro 14.0. sučelje .....	13
Slika 9.1. Otvaranje projekta .....	28
Slika 9.2. Video i audio trake .....	29



## 14. Popis tablica

Tablica 4.1. Tehničke specifikacije za Nikon Coolpix L840 .....	6
---	---

## 15. Prilozi

DVD – Promotivni videospot za poduzeće Pavetić d.o.o.

Tekst završnog rada

Izjava o autorstvu