

VZDĚLÁVACÍ PROGRAM VYŠŠÍHO ODBORNÉHO VZDĚLÁVÁNÍ

82-43-N/06 MULTIMEDIÁLNÍ TVORBA V REKLAMĚ

Profil absolventa

Absolvent vzdělávacího programu Multimediální tvorba v reklamě je svým odborným a všeobecným vzděláním připraven pro kvalifikovaný výkon náročných odborných činností ve všech sférách multimediální tvorby. Je připraven především k výkonu kvalifikovaných činností v oblastech reklamního trhu, médií, fotografické tvorby, audiovizuální tvorby, filmové tvorby, televizní grafiky, animace a tvorby videoher, herního designu, počítačové grafiky, grafického designu, webové grafiky, designu interiéru, produkce, scenáristiky a v oblasti zaměřené na motion design. Absolvent je schopný kriticky hodnotit, třídit a využívat informace, které jsou významné pro vytváření názorů, postojů a přesvědčení v rozličných oblastech jeho budoucí profese.

Absolvent se uplatní v reklamních odděleních podniků, firem a institucí, v DTP studiích, ve fotoateliérech, ve filmových a produkčních studiích, v návrhových studiích, v postprodukčních studiích, v redakcích novin a časopisů a v reklamních agenturách jako výtvarník, pracovník audiovize, fotograf, designér, počítačový grafik, animátor nebo v rámci vlastní podnikatelské činnosti zaměřené na design, tvorbu grafiky, fotografii, natáčení filmů či reklam.

Vyšší odborné vzdělání, získané ve vzdělávacím programu Multimediální tvorba v reklamě, rozvíjí osobnost absolventa tím, že cíleně prohlubuje profesně významné znalosti a dovednosti. Jednotlivá zaměření programu Multimediální tvorba v reklamě rozvíjejí samostatné tvůrčí myšlení, prohlubují vztah a profesionální odpovědnost k práci a zdokonalují komunikační a tvůrčí kompetence absolventa, a tím i jeho uplatnění a fundovanou orientaci v budoucí zamýšlené profesi.

Všeobecně vzdělávací složka profilu absolventa výrazně rozšiřuje dosažené středoškolské vzdělání studentů v oblasti estetiky, etiky, kreativní tvorby, kultivované komunikace a stylistiky, v oblasti psychologie člověka, rozšiřuje aktivní znalost cizího jazyka a výrazně doplňuje slovní zásobu z oblasti odborné terminologie, prohlubuje představivost, která je nezbytně nutná při řešení praktických úkolů v jeho budoucí specializaci, a dále tato složka poskytuje širší vzdělání v oblasti informačních a digitálních technologií, především pak v jejím praktickém využívání.

Odborná složka profilu absolventa je charakterizována schopností aplikovat získané odborné vědomosti a dovednosti na konkrétních praktických zadáních, které absolventovi umožní kvalifikovaně se uplatnit při výkonu kreativních a estetických činností, technických, technologických a dalších činností. Absolvent se orientuje v současném kulturním světě, má utvořen samostatný názor na multimediální charakter současné doby, je schopen přijímat nejnovější poznatky v oboru a umí je aplikovat při své tvorbě, umí pružně reagovat na měnící se požadavky společenské praxe, na reklamu a na mediální oblast. Absolvent dosahuje teoretických a praktických znalostí marketingových, kulturních, výtvarných a právních.

K nejvýraznějším rysům absolventa patří tyto schopnosti a dovednosti:

- je dobře připraven k pokračování ve studiu příbuzných oborů na vysokých školách v ČR i v zahraničí, systém výuky se podobá vysokoškolskému, proto má absolvent studijní a pracovní návyky, které vysokoškolské vzdělávání vyžaduje a zprostředkovává;
- díky velkému rozsahu praktické výuky v rámci vzdělávání a rozmanitosti pracovišť, jimiž student během pravidelných blokových praxí prochází, je schopen se po absolutoriu zapojit do práce ihned, nebo po velmi krátkém zapracování;
- během vzdělávání získá návyky a dovednosti, které jsou potřebné pro další profesní růst, schopnost sebereflexe i týmové práce, důslednost, schopnost pracovat s různými zdroji informací a prezentovat své výsledky práce;
- během studia získá vědomosti, dovednosti a návyky potřebné i pro další celoživotní vzdělávání, dovednosti uplatnitelné na aktuálním trhu práce jak v ČR, tak i v rámci celé Evropské unie;
- získá dovednosti a schopnosti, jež mu umožní pružně reagovat na nové úkoly a dosahovat profesních a osobních úspěchů;
- je schopen a zvyklý kriticky myslet, jednat flexibilně, jistě, odpovědně a pohotově, je si vědom své spoluodpovědnosti za svět, ve kterém žije, a možnosti měnit svět k lepšímu, je si vědom důležitosti respektovat práva druhých;
- je schopen na profesionální úrovni spolupracovat s obchodními partnery;
- má široký kulturní rozhled, ovládá kultivovaný jazyk a estetické vyjadřování;
- pracuje s odbornou literaturou českou i cizojazyčnou;

- je schopen samostatně vytvořit multimediální projekt se všemi náležitostmi, je schopen jeho realizace s využitím běžných i nejnovějších digitálních technických prostředků a médií;
- je schopen uvažovat v širších souvislostech, dokáže vytvářet souvislosti mezi historií, dějinami umění, vývojem designu, estetikou a soudobými trendy ve výtvarném umění;
- ovládá základy klasických výtvarných technik i pokročilé nástroje pro tvorbu digitální;
- komunikuje v cizím jazyce v obecných i profesních situacích, je schopen pracovat i na mezinárodních projektech;
- je jazykově vybaven ke studiu i na zahraničních školách;
- má rozvinuté kreativní myšlení, orientuje se v současném kulturním světě, je schopen reagovat na nové trendy v oblasti umění, designu a médií;
- ovládá technologie v dané oblasti, sleduje jejich vývoj, je schopen přijímat a aplikovat ve své práci nejnovější poznatky v multimediální tvorbě;
- na základě teoretických znalostí je schopen provést fundovanou analýzu původního díla a takto nabyté znalosti aplikovat ve vlastní tvůrčí činnosti;
- je připraven spolupracovat na tvorbě reklamních spotů a televizních upoutávek, umí řešit komplexní zakázky v oblasti prezentace firem prostřednictvím webových stránek i jiných forem digitální prezentace;
- zná autorské právo a dokáže se v něm obecně orientovat;
- vyznačuje se odbornými vědomostmi a dovednostmi v oblasti výtvarného umění a jeho vazby na média a marketing;
- zná dějiny reklamy, reklamní zákonitosti a jejich využití v současné reklamě;
- zná principy marketingového procesu, faktorů ovlivňujících chování spotřebitele;
- zná metody spolupráce mezi jednotlivými odborníky v reklamě;
- zná výtvarné techniky a technologie, jejich využití a aplikace v konkrétních oblastech.

Absolvent běžně používá a ovládá pro svoji práci následující výčet softwarů, které jsou vyučovány v rámci odborných předmětů a aplikovány při kreativní práci v Ateliérech dle zaměření (předměty: Ateliér filmové tvorby, Ateliér produkce, Ateliér scenáristiky, Ateliér animace

a videoher, Ateliér fotografické tvorby, Ateliér grafického designu a Ateliér designu interiéru). Softwarové vybavení je pravidelně aktualizováno.

Programové vybavení školy v r. 2022:

- Adobe CC, Adobe Reader, MS Office 365, 7Zip, VLC, Avid Media Composer, program na color grading Da Vinci Resolve, QuickTime, Pro Tools (Avid), pluginy Air, Focusrite, Fairchild, Pultec, Izotope, softwarové synthezátory, Rhinoceros 6, SketchUp 2021, Lumion, Autodesk Maya, ArchiCAD, V-Ray, Dragon Frame, Unity, Unrealengine, GameMaker Studio 2

Jednotlivá zaměření využívají zejména:

zaměření Filmová tvorba, Scenáristika, Produkce: Adobe CC, Adobe Reader, MS Office 365, 7Zip, VLC, Avid Media Composer, program na color grading Da Vinci Resolve, QuickTime, Pro Tools (Avid), pluginy Air, Focusrite, Fairchild, Pultec, Izotope, softwarové synthezátory, Dragon Frame,

zaměření Animace a videohry: Adobe CC, Adobe Reader, MS Office 365, 7Zip, Autodesk Maya, VLC, Avid Media Composer, program na color grading Da Vinci Resolve, QuickTime, Pro Tools (Avid), pluginy Air, Focusrite, Fairchild, Pultec, Izotope, softwarové synthezátory, Dragon Frame, Unity, Unrealengine, GameMaker Studio 2, V-Ray, Lumion,

zaměření Fotografická tvorba: Adobe CC, Adobe Reader, MS Office 365, 7Zip, VLC, QuickTime, Dragon Frame,

zaměření Grafický design: Adobe CC, Adobe Reader, MS Office 365, 7Zip, VLC, QuickTime, Dragon Frame,

zaměření Design interiéru: Adobe CC, Adobe Reader, MS Office 365, 7Zip, VLC, Rhinoceros 6, SketchUp 2021, Lumion, Autodesk Maya, ArchiCAD, V-Ray

Možnosti uplatnění absolventa

Student získá v průběhu vzdělávání potřebné všeobecné i profesní kompetence pro budoucí povolání, jedná se zejména o umělecké multimediální kreativní profese.

Absolvent vzdělávacího programu Multimediální tvorba v reklamě nabývá znalostí v oblasti reklamy, autorského práva, marketingu a získává odborné kompetence v rámci svého zaměření s interdisciplinárními přesahy. Uplatní se ve všech sférách multimediální tvorby a reklamy, což

mu umožňuje širší a lepší uplatnění na trhu práce. Absolvent může pracovat jako OSVČ nebo jako plnohodnotný člen kreativního týmu.

Absolvent získává kvalifikační stupeň 6 podle Národní soustavy povolání/kvalifikací, která uvádí typové pozice pracovníka v multimediální tvorbě, například:

grafik 2D a 3D, pracovník v audiovizi, produkční kulturních projektů, scenárista a dramaturg audiovizuálního díla, vedoucí výroby audiovizuálního díla, asistent režie, producent v audiovizi, výkonný producent, výstavář.

Na základě požadavků z praxe a přímé spolupráce se zaměstnavateli se absolventi mohou uplatnit v reklamních agenturách, mohou pracovat jako členové televizních a filmových štábů, jako asistenti kamery, produkce, střihu, zvuku i režie nebo v hlavních štábových pozicích při výrobě děl menšího rozsahu (reklama, TV pořad, dokumentární pořad apod.). Mohou pracovat ve firmách a studiích zabývajících se grafickým designem, reklamou animací nebo tvorbou videoher, v kreativních týmech designových či architektonických studiích, visual merchandiser pro obchodní značky nebo výstavní expozice, stylisté pro realitní trh – home staging, členové výrobních filmových štábů – game staging a film staging, animátoři ve 3D, renderisté developerských projektů. Mohou se uplatnit v redakcích periodik ve fotografických, televizních a filmových ateliérech, rozhlasových studiích, postprodukčních studiích. Uplatní se rovněž v oblasti médií a kulturní správy (např. muzeí, galerií, divadel atd.), nakladatelství, redakcí nebo zaměstnanci produkčních společností, dále v pomocné činnosti pedagogické, ve společnostech využívajících animační postupy (např. televizní a filmové ateliéry) nebo ve vzdělávacích institucích. Uplatní se jako členové větších týmů při produkci nejrůznějších multimediálních formátů jako jsou filmové klipy, animované prvky webových stránek, videohry nebo multimediální výukové prezentace.

Absolventi Multimediální tvorby v reklamě podle svých zaměření mohou navíc zastávat například tyto pracovní pozice:

- **zaměření Filmová tvorba** – kreativní pracovník v reklamní agentuře, režisér děl malých forem (TV dokumenty, pořady, malé reklamy, atp.), scenárista malých forem (malé reklamy, TV pořady), švenkr, kameraman dokumentů a reklam, 1. nebo 2. asistent kamery, mikrofoniista, sound designer menších projektů – on-line reklamy, TV zpravodajství atp., asistent střihu, technický střihač, koordinátor produkce, pomocný režisér, asistent režie, člen štábu u velkých projektů,
- **zaměření Produkce** – kreativní pracovník v reklamní agentuře, asistent produkce či produkční koordinátor v reklamních agenturách, v televizi nebo u filmu,

výkonný producent, vedoucí produkce, account manager v reklamní agentuře, asistent producenta,

- **zaměření Scenáristika** – kreativní pracovník v reklamní agentuře, jako členové tvůrčích týmů v pozicích dramaturga, scenáristy, koordinátora programových pořadů i objednavatele audiovizuálních děl podle pokynů producentů společností, dle míry talentu i samostatně, pracovník tiskového odboru úřadů a firem, copywriter, správce sociálních sítí,
- **zaměření Animace a videohry** – kreativec v reklamní agentuře – tvůrce reklamních konceptů a reklamy pro videohry (advergaming), v agenturách, které se věnují zvláštním filmovým postupům a trikům, televizi, postprodukčních studiích, v médiích i vzdělávacích institucích, game designer, level designer, systém designer, tvůrce AI, grafik pro hry (charaktery, pozadí, assets), scénárista her, producent her,
- **zaměření Fotografická tvorba** – kreativní pracovník v reklamní agentuře, pracovník ve fotografických studiích, dokumentární fotograf, fotoreportér/editor v redakcích periodik, videoreportér/editor,
- **zaměření Grafický design** – kreativní pracovník v reklamní agentuře, grafik/designér v grafickém studiu, nakladatelství nebo vydavatelství, DTP operátor, webdesignér,
- **zaměření Design interiéru** – kreativní zaměstnanec v designovém studiu či architektonickém studiu nebo v reklamní agentuře – tvorba 3D animace, renderování, aktivně používá grafické nástroje, aktivně využívá fotografii, vytváří prezentace jak elektronické, tak tištěné, uplatňuje se v oblasti veřejné sféry a s ní spojené reklamy – návrh veřejných prostor, vizual merchandising (optimalizuje prezentaci produktů a služeb v prostoru pro lepší zvýraznění jejich vlastností a výhod, účelem vizuálního merchandisingu je přilákat, zaujmout a motivovat zákazníka k nákupu), kreativní pracovník (film, videohry) – návrh, úprava prostoru – game staging, film staging, designér pro realitní kanceláře – home staging (úprava prostoru pro následný prodej; zaměření na konkrétní cílovou skupinu, její psychologii, estetika apod.), interiérový poradce.

Posláním školy je rovněž příprava studentů na další profesionální růst v podobě studia na vysoké škole.

Vzdělávací program Multimediální tvorba v reklamě

Požadavek na multimediálního pracovníka ze strany zaměstnavatelů je v současné době velmi aktuální. Absolvent našeho vzdělávacího programu Multimediální tvorba v reklamě nabývá znalosti v oblasti reklamy, autorského práva, marketingu a získává odborné kompetence v rámci svého zaměření s interdisciplinárními přesahy, což mu umožňuje širší a lepší uplatnění na trhu práce. Může pracovat jako OSVČ nebo jako plnohodnotný člen kreativního týmu.

Velký rozvoj digitálních médií umožňuje nové multimediální komunikace a vizualizace a vytváří kontinuálně nová pracovní místa a pozice s vysokými požadavky na sebevzdělávání, ale i propojení uměleckých přístupů a používání různých technologií a zařízení. Multimediální tvorba v reklamě prolíná unikátním způsobem příbuzné tvůrčí zaměření, zahrnuje oblast grafiky, designu, audiovizuální tvorby, animované tvorby i interaktivní multimediální tvorbu.

V rámci vzdělávacího programu Multimediální tvorba v reklamě dochází k propojení všech nabízených zaměření zadáváním společných praktických úkolů a jejich řešení. Společný povinný předmět Multimediální tvorba je koncipován jako přesahový pro všechna zaměření, kde studenti spolupracují na společně zadávaných úkolech, vytváří tvůrčí mezioborové týmy a získávají odborné kompetence s přesahem do ostatních zaměření (např.: animační programy, zvuk, film, video, grafika, hry, renderování, produkce a další).

Multimedialita absolventa spočívá v odborných kompetencích vyplývajících z jeho zaměření (zejména využívání digitálních technologií) a z přesahu do ostatních nabízených zaměření.

Absolvent je schopen pracovat v reklamním týmu jako jeho člen i tvůrce kreativní stránky komunikační kampaně.