

Okruhy ke státní zkoušce z vedlejší specializace 4MK

1. Komunikace a komunikační procesy. Komunikační modely (vysvětlíte a nakreslete schémata.). Druhy komunikace (médiá, řeč, zaujměte postoj k funkci veřejnoprávních médií). Význam komunikace a především vizuální komunikace.
2. Vizuální komunikace - historie, osobnosti a principy. Historický vývoj vizuálně vnímatelných sdělení. Osobnosti historie vizuální komunikace. Ikony, indexy, symboly a arbitrální znaky.
3. Kreativní expozice. Jaké jsou? Jejich význam z pohledu záměru formy sdělení (vyjádření „iluze“ prostoru a pohybu). Technické a kompoziční zásady jednotlivých řešení.
4. Multimediální technologie – nástroje, možnosti, uplatnění. Cyklus tvorby multimediálního projektu. Hlavní cíle vizuální komunikace. Multidisciplinarita prezentace informací.
5. Cíle, nástroje, zásady a realizace jednotného firemního stylu. Základní prvky firemního stylu a jejich tvorba
6. Nástroje, zásady, možnosti pořizování audiovizuálních prvků budoucích multimediálních prezentací.
7. Porovnejte: Bitmapová grafika (výhody, nevýhody, aplikační možnosti). Vektorová grafika (výhody, nevýhody, aplikační možnosti).
8. Vlastnosti světla a práce se světlem při fotografování nebo filmování. Ovládání a nastavení techniky když je světla moc nebo málo...
9. Firemní kultura, identita a image. Odvozené prvky firemního stylu. Obsah a význam grafického manuálu.
10. Význam, typy a kategorie firemních značek. Etapy a zásady tvorby firemních značek. Základní funkce vektorových programů.
11. Design vizitek a dopisních papírů. Obrazové prvky v sazbě (pořízení a zásady umístění).
12. Postup výroby filmu. Zásady komunikace a chování na place. Postprodukce – etapy.
13. Hlavní profese ve filmovém štábu. Zásady komunikace mezi profesemi při tvorbě filmu.

14. Fotografování: vyvážení bílé (princip, použití), co je a k čemu je clona, jaké jsou režimy měření expozice, zaostřování a hloubka ostrosti - velká / malá hloubka hloubka (jak nastavit a k čemu využít)
15. Redesign loga a celého firemního stylu. Důvody, princip, postup a zásady redesignu. Vektorová grafika (výhody, nevýhody, aplikační možnosti).
16. Pravidlo filmové osy, možnosti porušení pravidla. Smysl a princip storyboardu.
17. Velikosti záběru (emoce a informace, využití). Film a světlo, směr světla. Produkce filmu.
18. Fotografický vs. filmový obraz. Parametry záběru a předpoklady pro střih (co z nich se musí při střihu změnit). Nakreslete příklad formou storyboardu.
19. Pohyby kamery (vnitřní a vnější, pojmy: rakurz, švenk, dorovnáání, nájezd, změna ohniskové vzdálenosti...).
20. Kompoziční pravidla při fotografování. Proč se používají? Jaké jsou? Charakterizujte každé z nich, jak je to s porušováním kompozičních pravidel? Význam barev ve fotografii
21. Filmování: perzistence zrakového vjemu, triáda, „předsnímací jednoty“, Kulešovovův efekt, techniky střihu
22. Technické aspekty pořízení fotografie (technika, ostření, hloubka ostrosti, volba ohniskové vzdálenosti, EV, nastavení bílé)
23. Filmová řeč – nástroje (kamera, zvuk, střihová skladba, scéna).
24. Expoziční trojúhelník. Co to je? K čemu slouží? Definujte každou jeho součást (účel, typické použití, rizika krajních hodnot). K čemu je kompenzace expozice
25. Workflow editace fotografií. Faktory správné expozice a jejich vliv výslednou fotografií.
26. Ovládání fotoaparátů – řešení situace, když je málo / hodně světla. Nastavování citlivosti a šum. Vliv ohniskové vzdálenosti a clony na výsledný obraz
27. Barvy a tvary. Parametry a dělení barev. Barevné modely. Vnímání a vlastnosti barev. Gamut. Základní tvary, jejich působení a využití.
28. Základní principy designu: Kompoziční prvky, jejich působení a využití v kompozicích (+ příklady)

29. Základní principy designu: Kompoziční pravidla, jejich využití v praxi k naplnění záměru komunikace (+ příklady)
30. Produkční řetězec: brief, debrief, kreativní brief, mediasplit a mediální plánování
31. Strategie v multimediální komunikaci. Situační analýza, insight, charakteristika cílové skupiny, produktu / služby, konkurence, vnějších vlivů, pozice značky
32. Projektový management v oblasti multimédií. Popis projektu, účastníci a role, cíle projektu, metriky, výstupy, zdroje, časové hledisko, fáze.
33. Teoretická východiska multimediální komunikace. Teorie komunikace, modely komunikace, interaktivita, kognitivní procesy, multimédia, informace a znalosti
34. Jak lze v designu (grafika, fotka) vyjádřit prostor? Psychologický význam „tvrdých hran a ostrých úhlů“ a vhodné využití v designu
35. Jak lze v designu (grafika, fotka) vyjádřit pohyb? Psychologický význam „měkce zakřivených“ tvarů a vhodné využití v designu
36. Práce a povinnosti producenta a produkčního. Pravidlo „jednoty směru pohybu“