



**АНОТАЦІЯ**  
**навчальної**  
**дисципліни**

**МЕНЕДЖМЕНТ**  
**І ПРОДЮСУВАННЯ**  
**МЕДІАПРОЄКТІВ**



Навчальна дисципліна «Менеджмент і продюсування медіапроектів» містить два взаємопов'язаних авторських курси: «Івент-менеджмент і PR» і «Продюсування рекламних проєктів», спрямованих на засвоєння студентами технологій реклами та PR, принципів і прийомів продюсування рекламних медіапроектів, особливостей івент-менеджменту. Дисципліна є вибірковою, викладається у першому семестрі, завершується екзаменом і підсумковим відкритим показом творчих робіт.

**Розділ 1**

**ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ**  
**і PR**

Керівниця курсу

**Олена ЗІНЕНКО**

Курс «Івент-менеджмент і PR» знайомить з концепціями івент-менеджменту у контексті дослідження засобів масової комунікації, основами «паблік рилейшнз» («зв'язки з громадськістю», PR), тенденціями та факторами розвитку PR у цифровому просторі. Завдання дисципліни: ознайомлення з концептуальними підходами та методами аналізу івентів, ефектів та реакцій, що народжує івент в інформаційному полі; опанування інструментарієм івент-менеджменту; аналіз ролі публіки в реалізації івенту. Заплановані результати навчання: вміння проводити дослідження впливу івенту на різні цільові аудиторії, у т. ч. на журналістів; отримання практичних навичок з організації івентів. Крім теоретичних основ, в курсі увага приділяється практичним інструментам роботи з цифровими медіа, вивченню громадського інтересу як підґрунтя для PR. Ключові практичні питання курсу: Як прорватись в мейнстрім й утриматись в порядку денному? Як формувати громадську думку за допомогою цифрових медіа? Як будувати зовнішній та внутрішній PR у цифровому просторі? Які стратегічні цілі переслідує політичний, соціальний, корпоративний PR у цифровому середовищі? Практичні завдання курсу: включене спостереження за розробкою та реалізацією проєкту у галузі івент-менеджменту, аналіз та розробка проєкту PR-кампанії у цифровому медіапросторі з використанням методології case study, мультимедійна презентація та захист проєкту.

**Media Topos**

Харківський національний  
університет імені В. Н. Каразіна  
Соціологічний факультет  
Катедра медіакомунікацій





**Розділ 2**  
**ПРОДЮСУВАННЯ**  
**РЕКЛАМНИХ**  
**ПРОЄКТІВ**

Керівниця курсу  
**Мер'ям ІОЛ**

Курс «Продюсування рекламних проєктів» знайомить з реаліями українського рекламного ринку та його основними гравцями, теорією і практикою розробки рекламних проєктів, напрямками роботи зі створення рекламного контенту (зйомками відео- і фотоконтенту), специфікою роботи рекламіста, принципами створення та продюсування рекламного проєкту на трьох етапах його виробництва (препродакшн, продакшн і постпродакшн). Серед ключових моментів курсу – поняття реклами та етапи процесу її створення, класифікації реклами, типи рекламних агентств, ключові посади фахівців на рекламному ринку, якісні та кількісні дослідження рекламного ринку, відмінності між торгівельною маркою та брендом, портрет цільової аудиторії, «драйвери» і «бар'єри» у рекламі, «велика ідея» та «інсайт» в професійній діяльності рекламіста, ключове повідомлення рекламного проєкту, «точки контакту» і канали поширення рекламного проєкту, креативні методики створення рекламного контенту, визначення ефективності рекламних кампаній, рекламна етика та правові основи рекламної діяльності. Ключові питання курсу – формулювання завдань, таймінг, кастинг, бюджет, ресурси, логістика, PPM, PPM-book, юридичні питання у створенні та продюсуванні рекламного проєкту. Практичні завдання курсу: створення та презентація авторського рекламного медіапроекту, розробка стратегії його продюсування (логістика, бюджет, таймінг знімального дня та ін.).

**Media Topos**

Харківський національний  
університет імені В. Н. Каразіна  
Соціологічний факультет  
Катедра медіакомунікацій

