

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра історії журналістики

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему:

**«Розробка концепції мультимедійної платформи з
комунікації футбольних клубів»**

Терміни реалізації проєкту:

початок 01 листопада 2021 р.
закінчення 12 вересня 2022 р.

Виконала

студентка магістратури
денної форми навчання
спеціальності 061 – журналістика
освітньо-професійної програми
«Спортивна журналістика»
Христина ГУРО

Керівник

доцент Юрій БОНДАР

ЗМІСТ

1. Загальні відомості	3
2. Характеристики проекту	4
2.1. Ключові слова	4
2.2. Реферат проекту	5
2.3. Масштаб проекту	10
2.4. Спрямованість проекту	10
2.5. Ступінь новизни	10
3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва	11
3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення	11
3.2. Календарний план виконання робіт за проектом	11
3.3. Організація заходів	12
4. Очікувана ефективність проекту	13
4.1. Економічна ефективність проекту	13
4.2. Соціальна ефективність проекту	13
4.3. Інші види ефектів	13
5. Аналіз потенційних ризиків проекту	14
5.1. Основні фактори ризику проекту	14
5.2. Управління ризиками	14
6. Загальні висновки	15
6.1 Джерела	15
7. Презентація проекту	16
8. Додаток	16

1. Загальні відомості

Проект передбачає створення мультимедійної платформи «BSC» (Business Sport Club) для ефективної взаємодії професіоналів в області спорту. Платформа максимально орієнтована на нетворкінг і розвиток ефективної комунікації між професійним спортивним товариством і бізнесом.

Комунікаційний менеджмент є одним з інструментів який забезпечує комплексне вивчення і практичну діяльність, спрямовану на досягнення ефективної комунікації як у середині спортивних організацій, так і між організацією та її зовнішнім середовищем. Об'єктами комунікаційного менеджменту є клієнти і споживачі, персонал спортивної організації, інвестори та акціонери, органи влади і структури місцевого самоврядування.

Головною метою даної платформи є всемасштабна допомога бізнесменам, глобальним брендам, виробникам спеціалізованих товарів і послуг, розробникам нових технологій напряму звертатися до один одного щодо вирішення різних галузевих питань.

Для реалізації проекту необхідно створити спеціальний мобільний додаток для комунікацій усіх сторін, в якому будуть впроваджені різноманітні функції з допомоги користувачам організовувати спортивні події, спонсорувати спортивні заходи, шукати кошти для розвитку інфраструктури в індустрії спорту тощо набагато зручніше. Платформа ставить перед собою мету розширити її вплив до глобального рівня протягом 5 років, залучити якомога більше представників міжнародної спільноти та заснувати власні офіси в містах-мільйонниках.

Перед комунікаційним проектом стоятиме завдання створення не лише майданчику для налагодження співпраці усіх працівників, а й створення спеціальної платформи для обміну думок та вирішення нагальних проблем організації.

2. Характеристики проекту

2.1. Ключові слова.

Проект щодо ефективної взаємодії професіоналів в області спорту має апелювати до продуктивності та мобільності з огляду застосування комунікаційного сервісу платформи.

Виходячи з цього, можна виокремити такі поняття:

Соціальна комунікація, комунікаційна платформа, нетворкінг, інтранет, комунікаційна діяльність, комунікаційна стратегія.

- Соціальна комунікація - система суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого — організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії.
- Комунікаційна платформа - універсальний інструмент для топ-менеджменту, який виконує функції налагодження кращої взаємодії з клієнтами і партнерами.
- Нетворкінг - соціальна і професійна діяльність, спрямована на те, щоб за допомогою кола друзів і знайомих максимально швидко і ефективно вирішувати складні життєві завдання і бізнес-питання.
- Інтранет - приватна Інтернет-мережа для суспільного діалогу всередині компанії. Цей канал мовлення містить закритий доступ лише для працівників компанії та керівництва, яке транслює певні завдання та висновки веб-інтерфейс для доступу співробітника до корпоративних даних і додатків.
- Комунікаційна діяльність - діяльність, спрямована на обмін інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо), спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання

інформації в комунікативному просторі.

- Комунікаційна стратегія - план на певний відрізок часу, який націлений на формування бажаного сприйняття, створення певного іміджу, підтримку та посилення лояльності аудиторій до продукції чи бренду.

2.2. Реферат проекту.

Назва проекту. Комунікаційна платформа «BSC» (Business Sport Club).

Стислий опис проекту. Мета проекту полягатиме у налагодженні зв'язків між власниками бізнесу та спортивними діячами, спортсменами. Доступ до платформи матимуть лише офіційні представники. Платформа при реєстрації включатиме запит на офіційні документи з місця роботи для того, щоб спортивна індустрія діяла чисто і запобігала шахрайству. Кожен користувач матиме на такому порталі доступ до усієї необхідної робочої та контактної інформації, яку можна буде відшукати у пошуковій системі платформи. Це дозволить не суттєво зекономити час для з'ясування окремих організаційних питань. Основною ж частиною платформи буде своєрідна новинна стрічка, в якій адміністратори методично публікуватимуть найважливіші події у формі інтерактивних текстових та аудіовізуальних матеріалів. Така подача зможе надати найбільш повне та доступне уявлення про події, які плануються і проблеми, які потребують уваги. Передбачаються на порталі відео та текстові звернення усіх зареєстрованих користувачів стосовно бізнес-питань.

Завданням даної платформи є всемасштабна допомога бізнесменам, глобальним брендам, виробникам спеціалізованих товарів і послуг, розробникам нових технологій напряду звертатися до один одного щодо вирішення різних галузевих питань.

Вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня.

Проект має на меті охопити загальнодержавний та галузевий рівні вирішення проблем. Оскільки в Україні спортивна індустрія не налагоджена і не існує жодної цілісної структури, яка б займалась комунікацією між бізнесом та спортом. Питання з менеджменту в спортивній сфері здебільшого повинні вирішуватися набагато простіше і відповідати вимогам нинішнього часу.

Система комунікацій у вигляді мобільного додатку «Business Sport Club»

допоможе кожному представнику спортивної індустрії вирішувати різні питання з організації спортивних подій, спонсорування спортивних заходів, пошуку коштів для розвитку інфраструктури в індустрії спорту тощо. Наприклад, для топ-менеджера або фахівця професійного клубу буде запропонована функція швидкого пошуку спонсорів.

Основні техніко-економічні показники проекту.

Комунікаційний проект планується бути розробленим у вигляді мобільного додатку для користувачів операційної системи Android та iOS. Розробкою обох платформ займатимуться дві різні компанії, які спеціалізуються на створенні таких порталів відповідної системи. Вибір компанії здійснюватиметься на тендерній основі. Обидві системи покриватиме антивірусний та антихакерський захист, заради збереження конфіденційності усіх даних.

Наповнення порталів здійснюватиметься шляхом застосування спеціальної програми, яка завантажуватиме усю необхідну аудіо- та відеоінформацію. Впровадження інноваційних технологій всередину платформ здійснюватиметься поступово. Вирішенням усіх нагальних проблем функціонування та технічною підтримкою сайту займатиметься IT-відділ.

Запуск та активізація масштабного комунікаційного проекту здійснюватиметься за рахунок основного бюджету «BSC», тобто членських внесків та благодійних інвестицій, з урахуванням справедливого розподілу фінансування усіх структурних підрозділів організації. Залучення третіх сторін для створення контенту онлайн-платформ здійснюватиметься на благодійній основі.

Планується комерційна співпраця із проектом Дія.Бізнес, який запустив всеукраїнський проект «Спортивна індустрія: від спортсмена-аматора до власника бізнесу». Програма включає в себе знання зі спортивного менеджменту, спортивного маркетингу, фандрейзингу, програму для спортивних агентів, спортивне право, роботу з бренд-амбасадорами.

Таким чином, ми маємо спільну цільову аудиторію, до якої належать:

- спеціалісти у сфері комунікації чи продажів на стороні бренду;
- підприємці та менеджери у спортивному проекті;

- представники спортивної федерації;
- професійні спортсмени чи спортсмени-аматори;
- керівники спортивної установи.

Тому, планується запропонувати даному проекту співпрацю, щоб усім користувачам Дія.Бізнес була запропонована платформа BSC, яка допоможе знаходити корисні контакти та спільних виконавців для реалізації різних бізнес-задач.

Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу.

З метою реалізації даного комунікаційного проекту на базі організації, планується безперервне залучення передових наукових розробок, провідних українських стартапів та унікальних ідей. Вітчизняний науково-технічний потенціал поповниться додатковою розробленою системою комунікацій і надасть змогу популяризувати його у світі, доповнювати та розвивати його заради ефективного досягнення результатів, а також збагатиться ще однією інноваційною розробкою, яка включатиме в себе квінтесенцію сучасних досягнень українських розробників та винахідників.

Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери.

Центральними рішенням для поліпшення якості виробництва та соціальної сфери є: звітування про активність організації у вільному доступі для споживачів та можливість реагування на цей процес через надсилання відповідного запиту або коментарів, налагодження взаємозв'язку у колективі, між департаментами та керівництвом, сприяння ініціативності та працездатності робітників організації, чие покликання слугуватиме загальнолюдському добробуту, проведення опитувань та регулярна публікація інтерактивних матеріалів, проведення відкритих зустрічей з аудиторією, різноманітних фестивалей та конкурсів задля широкого просування та презентації екологічних ініціатив та можливостей до співпраці з міжнародними

експертами у сфері спорту, з'ясування інших питань та пропозицій щодо покращення іміджу, статусу та продуктивності спортивної індустрії.

Термін реалізації проекту. На виконання проекту планується виділити 10 календарних місяців.

Витрати на реалізацію проекту і строк його окупності. Загальні витрати на реалізацію проекту в зазначений термін складатимуть близько 500 тис грн. Строк окупності: приблизно 6 календарних місяців.

Фінансово-економічні показники:

- проведення наукових досліджень. 1-2 місяці, витрати — 40 тис. грн (аналіз, експертиза, технічні вирішення та вказівки);
- проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. Науково-дослідні роботи. 1-2 місяці, витрати — 40-60 тис. грн (аналіз, експерименти та фокус-групи). Дослідницько-конструкторські роботи. 2-3 місяці, витрати — 50-80 тис. грн (експертиза, технічне впровадження, тестова версія, презентація, послідовне використання). Дизайнер мобільного додатку та ІТ-спеціаліст — 100-150 тис. грн. Зйомки відео- та фотоконтенту для інтернет реклами на локаціях України та поза її межами — 60 тис. грн (витрати на моделі, фотографів, бензин, дорогу, розміщення). Тестування – 3 місяці, 20-30 тис. грн.
- обладнання. комп'ютерна наявна та придбана апаратура, додатковий реквізит та деталі для впровадження проекту.

Джерела і умови фінансування проекту. Фінансування проекту здійснюватиметься шляхом залучення спонсорської підтримки, інвесторів та членських внесків. Ймовірно також надходження коштів з неурядових фондів, спортивних асоціацій тощо.

Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування.

Таблиця 1. Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування.

№ п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування, тис. гривень
1	Обговорення та розробка стартової форми проекту, технічні тестування	20 тис. грн
2	Вивчення початкової форми проекту, перевірка наявних та майбутніх перспектив та проблем	25 тис. грн
3	Закупівля додаткового необхідного обладнання	100 тис. грн
4	Організація та зйомка блогів, репортажів та інтерв'ю задля тематичного наповнення проекту	15 тис. грн
7	Обговорення та проведення додаткових зйомок кліпів, інтерв'ю із лідерами думок спортивної індустрії	40 тис. грн
8	Оформлення кінцевого вигляду проекту, фінальне графічне доповнення	70 тис. грн
9	Пошук та робота IT-спеціаліста	150 тис. грн
10	Перші тестування проекту, залучення фокус-груп та випробувань	20 грн
11	Презентація готового продукту, додаткові впровадження та важливі технічні особливості	25 тис. грн
	Разом	465 тис. грн

Оцінка ефективності проекту:

- *економічний ефект.* Прогнозований термін окупності проекту – 6 місяців
- *соціальний ефект.* Проект створений для ефективної взаємодії професіоналів в області спорту. Кількість задіяних робочих місць - 20

людей, у тому числі у подальшому передбачено розширення місць задля виявлення робочих додаткових можливостей.

2.3. Масштаб проекту.

Для реалізації проекту необхідно створити спеціальний мобільний додаток для комунікацій усіх сторін, в якому будуть впроваджені різноманітні функції з допомоги користувачам організовувати спортивні події, спонсорувати спортивні заходи, шукати кошти для розвитку інфраструктури в індустрії спорту тощо набагато зручніше. Платформа ставить перед собою мету розширити свій вплив до глобального рівня протягом 5 років, залучити якомога більше представників міжнародної спільноти та заснувати власні офіси в містах-мільйонниках.

2.4. Спрямованість проекту.

Описаний проект націлений на професійні спортивні товариства і бізнес. Комунікаційний менеджмент є одним з інструментів який забезпечує комплексне вивчення і практичну діяльність, спрямовану на досягнення ефективної комунікації як у середині спортивних організацій, так і між організацією та її зовнішнім середовищем. Об'єктами комунікаційного менеджменту є клієнти і споживачі, персонал спортивної організації, інвестори та акціонери, органи влади і структури місцевого самоврядування.

2.5. Ступінь новизни.

Комунікаційна стратегія платформи «BSC» не має аналогів в Україні, це перший проект, спрямований на вирішення актуальних теоретичних і практичних завдань в спортивній індустрії. Частини комунікаційної стратегії значно розширюють, доповняють й суттєво перетворюють вже існуючі вітчизняні відомості в сфері спорту.

3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення.

- досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	50%
- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	82%
- проведено теоретичні та експериментальні дослідження	70%
- розроблено технологію, ескізний і технічний проект	40%
- розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	30%
- проведено соціальні дослідження	80%
- наявність матеріально-технічної бази	75%
- наявність необхідного персоналу	60%
- визначено та узгоджено фінансування проекту	60%
- визначено та узгоджено місце виконання проекту	60 %
- досліджені та виявлені ключові та спеціальні ознаки проекту	95%
- проведений додатковий аналіз потреб аудиторії та морального значення	75%

3.2. Календарний план виконання робіт за проектом.

Таблиця 2. План виконання робіт за проектом.

№ п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. гривень
1	Обговорення та розробка стартової форми проекту, технічні тестування	менеджер з комунікацій	2 місяці	20-25 тис. грн
2	Вивчення початкової форми проекту, перевірка наявних та майбутніх перспектив та проблем	спеціалісти з технологічних галузей	1-2 місяці	20-25 тис. грн

3	Закупівля додаткової необхідної апаратури	організаційний департамент	3 тижні	50-80 тис. грн
4	Організація та зйомка блогів, репортажів, відеороликів та інтерв'ю задля тематичного наповнення проекту	технічний та організаційний департаменти	1 місяць	80 тис. грн
5	Оформлення кінцевого вигляду проекту, фінальне графічне доповнення	технічний та організаційний цехи	2 тижні	80 тис. грн
6	Перші тестування проекту, залучення фокус-груп та випробувань	технічний та організаційний цехи	4 тижні	20-30 тис. грн
7	Презентація готового продукту, додаткові впровадження та важливі технічні особливості	технічний та організаційний цехи	1 місяць	20-25 тис. грн

3.3. Організація заходів.

- Стислий перелік технологічних процесів. 1) Обговорення та розробка стартової форми проекту, технічні тестування; 2) зйомка блогів, відеороликів, кліпів репортажів, виїзних майстер-класів; 3) монтаж відзнятих матеріалів; 4) дизайнерська структуризація та детальне художнє оформлення; 5) прикінцеве технічне тестування; 6) кінцеве оформлення проекту, додаткові важливі впровадження; 7) фінальний користувацький тест.
- Опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень. Необхідна техніка: комп'ютерне забезпечення студій з технологічного департаменту організації, комп'ютерна наявна та придбана апаратура, додатковий реквізит та деталі для впровадження проекту.
- Кількість і кваліфікація виробничого персоналу. Сукупна кількість працівників — 20 людей. Задля виявлення робочих можливостей передбачено виконання тестового завдання та співбесіди із кандидатами.

4. Очікувана ефективність проекту

4.1. Економічна ефективність проекту.

- Економічна доцільність реалізації проекту. Згідно із фінансових показників, пропонований запуск проекту виконує усі підраховані норми та непередбачувані ситуації щодо витрат та окупності. Поступова реалізація буде відбуватись при доречному матеріальному забезпеченні та поточній ситуації на ринку, враховуючи потрібні економічні закупівлі та надійний прибуток. Інвестиційні та членські внески до організації допоможуть проекту реалізуватися у потрібні строки та з відповідною якістю.
- Термін окупності проекту. 6 міс
- Прибутковість проекту. Прибутковість проекту планується через платне використання додатку, його продаж у Play Market та Apple Store.

4.2. Соціальна ефективність проекту.

Проект спрямований на покращення комунікації між професійним спортивним товариством і бізнесом. Покликаний полегшити процес спілкування і обміну інформацією між усіма ланками виробництва. Шляхом ознайомлення споживачів з основними тенденціями спортивної індустрії планується загальне розширення спортивного фінансування та створення спортивного бізнесу. Масова залученість до цього комунікаційного проекту буде здійснена шляхом публікації актуальних відео, аудіо, текстових, інтерактивних матеріалів.

4.3. Інші види ефектів

Культурно-розважальний ефект. Культурно-розважальний ефект даного проекту нерозривно пов'язаний з новітніми технологіями та розробками. Саме завдяки їм буде створюватися контент-наповнення обох платформ комунікації, які в подальшому формуватимуть культуру самої організації, ставлення до системи цінностей спорту. Візуальні аудіо- та відеоматеріали з лідерами думок

та зірками привертатимуть увагу до галузі широкого кола осіб. Саме завдяки творчому та оригінальному підходу до цього питання вдасться не лише розважити відвідувачів обох платформ, а й докорінно змінити їх культуру ставлення до спортивної індустрії.

5. Аналіз потенційних ризиків проекту

5.1. Основні фактори ризику проекту.

- Ризики, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації. Нестабільна політична та економічна система всередині країни виробництва та закордоном, зміна політичних орієнтирів, коливання політичного курсу, слабкість та погіршення політичного керівництва, внутрішньо та зовнішньо політична та економічна потреба в розробці інших важливих проектів, фінансові коливання, нестабільність ринкової сфери, перспектива економічного розвитку, зміна соціального інтересу та потреби в необхідних для країни і зовнішнього світу речах, внутрішні та зовнішні конфлікти, соціальна неврівноваженість, соціальна невідповідність чи відсторонення, техногенні та екологічні катастрофи, показники смертності та здоров'я.
- Виробничі ризики. Підвищення поточних витрат, технічний збій та відключення системи, невідповідність та фізичне перевантаження персоналу, складнощі у проведенні та зйомці майстер-класів, репортажів, сюжетів, блогів, ризик в проведенні виїзних зйомок, складнощі в роботі з фокус-групами, перші тестування проекту, віддалення від термінів реалізації, невідповідність до показників окупності, ризик втримання та подальшого залучення аудиторії.

5.2. Управління ризиками.

Виробничі ризики, які стосуються грамотної функціональності проекту. Підвищення витрат на реалізацію, соціальна та професійна підготовка колективу, безперешкодне проведення технічних та організаторських робіт, стовідсоткове здійснення усіх поставлених робіт впливають на прояв втілення комунікаційного проекту.

Відповідний кваліфікаційний стаж працівників, технічне оснащення та гуманітарна позиція організації унеможливають раптові ризики або ж мінімізують їх, та підтримуватимуть цей статус впродовж усіх етапів проведення клопіткого виробництва.

б. Загальні висновки

Закладений в цю документацію структурний опис комунікаційного проекту — платформи «Business Sport Club» — призначений для успішного виконання у встановлені терміни з урахуванням усіх характеристик, плану розробки та організації виробництва, очікуваної ефективності та потенційних ризиків. Комунікаційна стратегія комунікаційної платформи передбачає допомогу бізнесменам, глобальним брендам, виробникам спеціалізованих товарів і послуг, розробникам нових технологій на пряму звертатися до один одного щодо вирішення різних галузевих питань.

б.1. Джерела

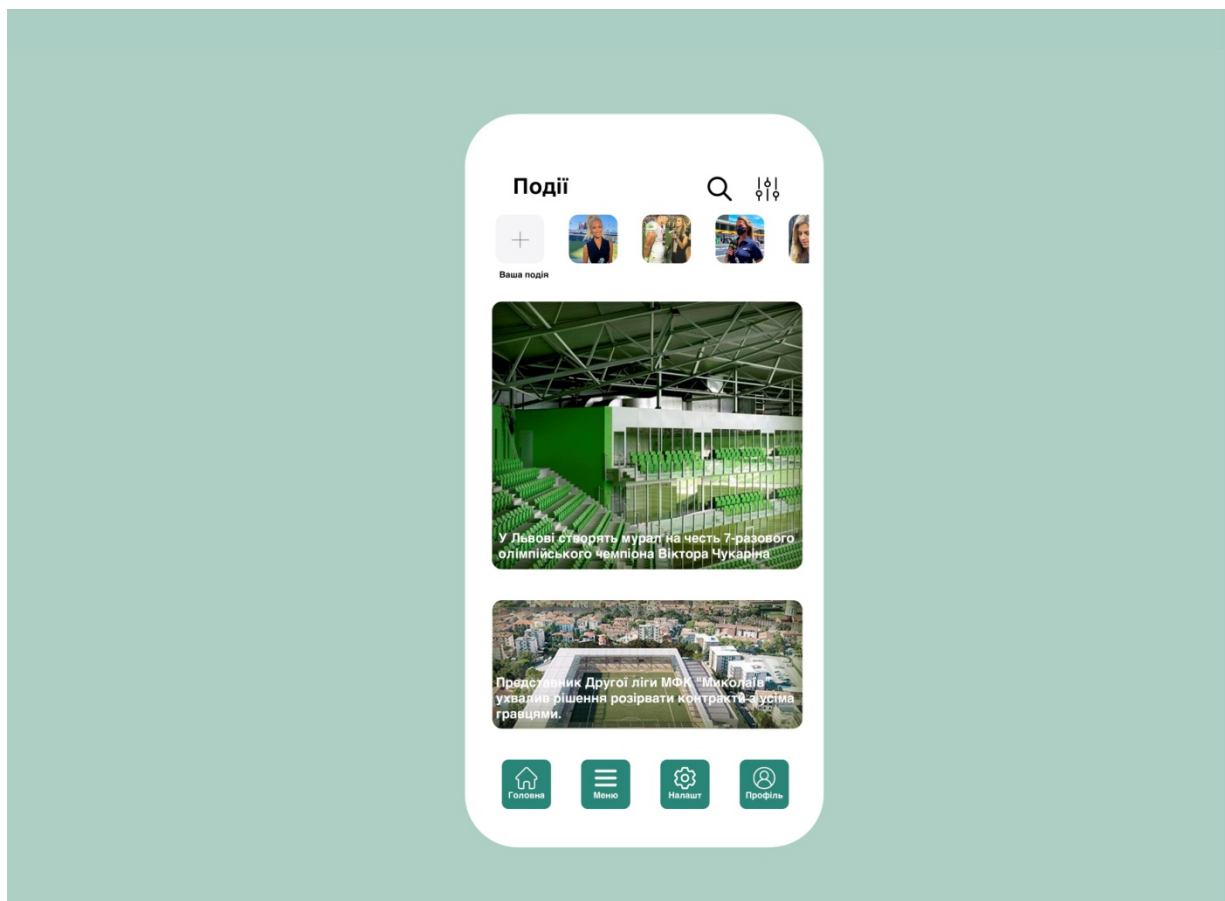
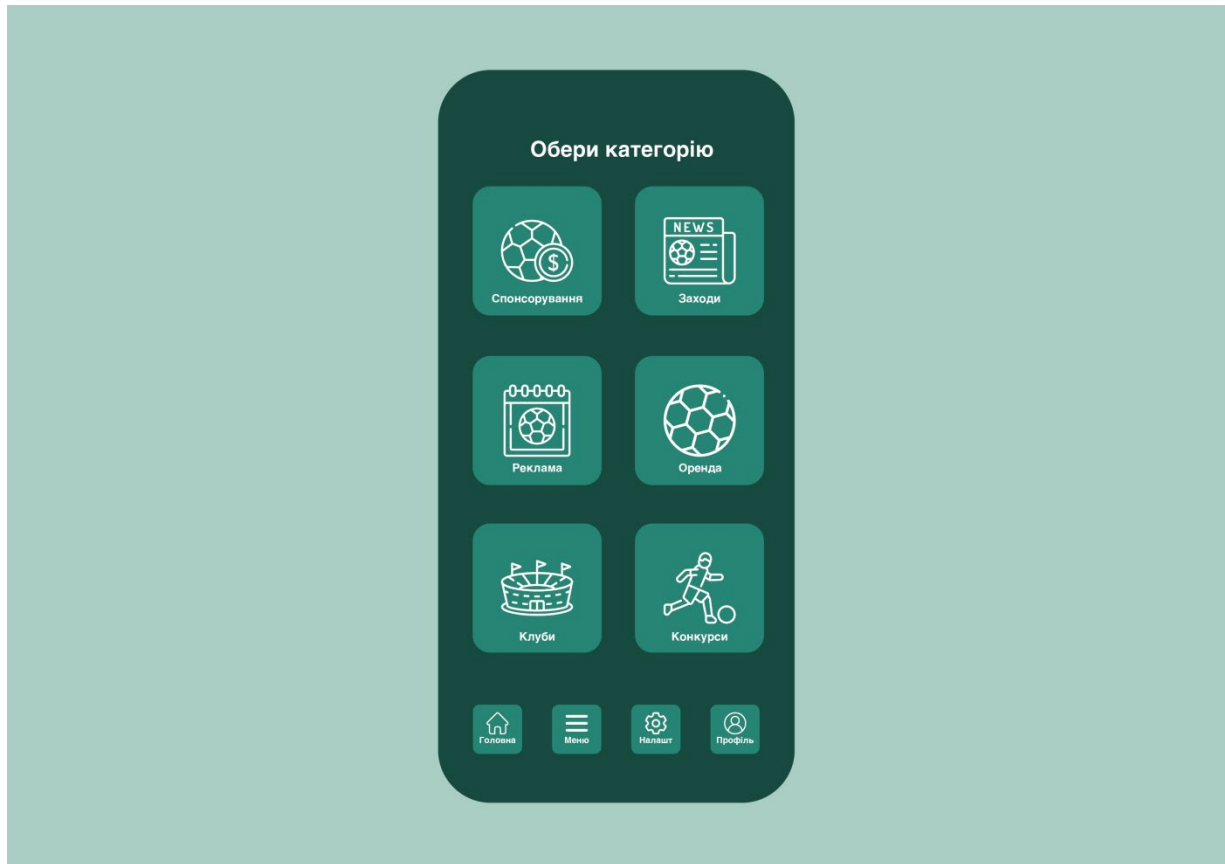
1. Гадайчук Д.Л. Результати досліджень з питань використання фінансових ресурсів організаційно- управлінськими структурами у спорті вищих досягнень/ Д.Л. Гадайчук // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. -2004.- №13. - С.29 -39.
2. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / В.В. Галкин. - М.: Кнорус, 2006. – 291 с.
3. Куделко В.Є. Організація і технологія управління фізичною культурою і спортом в системі районного територіально - адміністративного утворення. – Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук з фізичного виховання і спорту за спеціальністю 24.00.02. – Фізична культура, фізичне виховання різних груп населення. – ХДАФК, – Харків, 2005. – 22 с.
4. Кузьменко О.О. Реалізація державної програми у сфері фізичної культури і спорту/ О.О. Кузьменко // Науковий вісник молодих вчених. – 2010. – Вип. 1 (1). – С.225-229.

5. Кузьменко О.О. Сучасний стан державного управління фізичною культурою й спортом в Україні та Європі/ О. О. Кузьменко// Приступа Є. «Спорт в Україні може консолідувати націю»/ Є. Приступа// [Електронний ресурс] режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_GumDtr_du2011_3files/DU311_07
6. Павелко А. Спорт як специфічний об'єкт державної політики (на прикладі футболу)/ А. Павелко // Актуальні проблеми державного управління. – 2007. – Вип.1 (27). – С.76-82.
7. Площинська А. Розвиток державної політики в галузі фізичної культури та спорту в сучасній Україні / А. Площинська // Молода спортивна наука України. – 2008. – Вип. 12, Т. 2. - С. 158 - 162.
8. Приступа Є. «Спорт в Україні може консолідувати націю» / Є. Приступа// [Електронний ресурс] режим доступу: <http://lufk.edu.ua/index.php/inPage27/articles/jevgen-pristupa-sport-v-ukrajini-mozhe-konsoliduvati-naciju.html>
9. Сериков Г.Н. Управление физкультурно-спортивной деятельностью: теоретический аспект. Уральский гос. ун-т физ. культуры / Г.Н. Сериков, С.Г. Сериков. – Челябинск: УралГУФК, 2011. – 151с.

7. Презентація проекту

Додаток А.

Додаток Б.



Додаток В.