

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

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему:

Створення концепції інноваційного проекту
«Школа з інтернет-журналістики для підлітків «Сяйво»

Терміни реалізації проекту:

початок 01 вересня 2023 р.
закінчення 30 липня 2024 р.

Виконала

студентка магістратури
заочної форми навчання
спеціальності 061 – журналістика
освітньо-професійної програми
«Журналістика та медіакомунікації»
Ольга ДЕНИСЕНКО

Керівник

доцент Юрій БОНДАР

Київ 2022

ЗМІСТ

1. Загальні відомості	3
2. Характеристики проєкту	3
2.1. Ключові слова.....	3
2.2. Реферат проєкту.....	3
2.3. Масштаб проєкту.....	28
2.4. Спрямованість проєкту.	28
2.5. Ступінь новизни.	30
3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва ..	32
3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення.....	32
3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.	32
3.3. Організація заходів.....	33
4. Очікувана ефективність проєкту.....	39
4.1. Економічна ефективність проєкту.....	39
4.2. Соціальна ефективність проєкту.	40
5. Аналіз потенційних ризиків проєкту.....	41
5.1. Основні фактори ризику проєкту.	41
5.2. Управління ризиками.	41
6. Загальні висновки	42
6.1. Джерела, на основі яких сформовано проєкт	43

1. Загальні відомості

Проєкт розробляється з метою створення школи з інтернет-журналістики для підлітків, спрямованої на розвиток їхнього творчого потенціалу, що зумовлено інформаційним прогресом в цифровій формі (діджиталізацією), а також зацікавленістю молоді у журналістиці, як потенційній професії. Важливим є також аспект воєнної агресії Росії проти України, що спричинило звуження і переформатування ринку праці та, відповідно, спонукало до опанування нових інтернет-професій.

Школа «Сяйво» також прагнутиме розвивати культуру цінностей різноманітності та інклюзивності. Різноманітність – у всіх її формах – рушійна сила нових ідей, творчості та академічних успіхів. Проєкт спрямований також на створення нових робочих місць, лідерського колективу, (адміністраторів, викладачів, співробітників та студентів), атмосфери гідності і взаємоповаги.

2. Характеристики проєкту

2.1. Ключові слова.

Журналістика, інтернет, онлайн, професії, підлітки, школа.

2.2. Реферат проєкту.

- назва проєкту;

«Сяйво» – назва майбутньої школи підходить, на наш погляд, найліпше, адже саме слово ніби створює ілюстрацію в уяві про підлітка, який закінчить навчання і почне сяяти у новій професії. Також «сяйво» перегукується з публічністю, з людиною, шанованою публікою. Варто зазначити, що сяйво асоціюється з теплим і світлим, а це буде позитивно сприйматися батьками й дітьми.

- опис проєкту;

Метою проєкту є створення школи саме з інтернет-журналістики для підлітків, адже діти розвиваються, журналістика не стоїть на місці, а

адаптується у цифрових умовах в різних форматах. Школа зацікавить, сподіваємося, тих підлітків, хто або ще вагається з вибором майбутньої діяльності, або вже, можливо, обрав роботу в медіа. «Сяйво» стане цікавим, пізнавальним і важливим досвідом у житті дитини, надасть визначеності, впевненості в собі і потрібних фахових знань та навичок.

У рамках реалізації проєкту учням школи буде запропоновано ряд курсів:

1. Фріланс та написання статей.

Цей курс є відправною точкою та охоплює всю сферу сучасної позаштатної підготовки журналістських матеріалів. Гнучкий у своєму підході він орієнтований на конкретні зацікавлення кожного окремого учня.

Понад 50% опублікованого контенту створюється, за публічними відомостями, журналістами-фрілансерами. Куратор курсу зосередиться на тих предметах і темах, які найбільше цікавлять учнів, адже багато журналістів починають з того, що роблять хобі своєю спеціалізацією.

Таблиця 2.1 Навчальна програма курсу «Фріланс та написання статей»

Номер уроку	Тема	Зміст
Урок 1	Основи	Що вирізняє хорошого журналіста? Вивчення реального світу журналістики, а також обов'язків та етики професії. Короткий огляд того, як розвивалася українська преса, та аналіз різних категорій газет та журналів. Десять ключових елементів, які можуть вплинути на здатність журналіста опублікувати свою роботу.

		<p>Оціночні завдання включають: визначення особистих цілей, навичок та досвіду; дослідження потенційних ринків та цільової аудиторії.</p>
Урок 2	Читачі та ринки	<p>Вивчення того, чого хочуть читачі та редактори, оцінка можливості публікації матеріалів та знання того, як дослідити потенційні ринки. Як фахово представляти рукописи, уникаючи поширених граматичних, орфографічних та пунктуаційних помилок.</p> <p>Оціночні завдання включають: переписування погано написаного тексту; вивчення та аналіз детального профілю читацької аудиторії.</p>
Урок 3	Що таке новини?	<p>Вивчення практичного процесу збору новин, встановлення контактів, виявлення та відстеження сюжетних ліній. Можливості для позаштатного співробітництва у сфері журналістики.</p> <p>Оціночні завдання включають: написання репортажу про реальні новини.</p>
Урок 4	Особливості написання	<p>Зосередження уваги на важливості інтерв'ю під час написання статей. Робота із актуальними новинами.</p> <p>Оціночні завдання включають: Порівняння переваг опублікованих новин та особистих профілів.</p>
Урок 5	Успішне інтерв'ю	<p>Як провести успішне інтерв'ю. Використання «першої позиції» та введення різних функцій, щоб обіграти сильну думку новин або максимізувати</p>

		<p>людський інтерес до історії. Вивчення свідчень очевидців та незвичайних підходів.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>написання інтерв'ю обсягом 600–800 слів.</p>
Урок 6	Спеціалізація	<p>Особливі навички, необхідні для спеціалізованих газетних оглядачів – від політичних оглядачів до критиків, спортивних оглядачів та фотожурналістів.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>написання огляду книги, фільму чи телепередачі; робота над спеціальною колонкою чи репортажем.</p>
Урок 7	Комерція	<p>Поглиблений погляд на способи втілення ідей у комерційній статті та деякі теми, які надають найбільші можливості для позаштатних авторів. Вивчення основних засад підготовки статей для публікації.</p> <p>Оціночні завдання включають: порівняння різних газет та журналів.</p>
Урок 8	Журналісти та закон	<p>Юридичні обмеження та як журналістам уникнути судових позовів. Небезпеки дифамації та інші пастки. Закон про державну таємницю, права преси та короткий огляд авторського права.</p> <p>Оціночні завдання включають: перевірка уривків щодо клепницького змісту; складання безпечного, чесного та точного звіту про злочин.</p>
Урок 9	Комерційні ідеї	<p>Як розробляти комерційні ідеї з найнесподіваніших джерел та як дослідити готові статті. Як «запакувати» інтригуючі та привабливі</p>

		<p>ідеї для газет та журналів, а також основні правила успішної взаємодії з редакторами.</p> <p>Оціночні завдання включають: визначення ідей для статей, які можна продати; написання статті чи новини обсягом 800 слів.</p>
Урок 10	Докладніше про ринки	<p>Аналіз того, як створювати та «продавати» статті, орієнтовані на різні ринки, від регіональної та національної преси до масових та спеціалізованих журналів, а також торгових та технічних видань.</p> <p>Оціночні завдання включають: написання матеріалів для різних ринків.</p>
Урок 11	Телебачення та радіо	<p>Відмінності у підходах між радіомовною та друкованою журналістикою. Вивчення вимог до письма різних радіо- та телевізійних каналів. Ринки докладно вивчаються, даються поради щодо розробки обробок та остаточних сценаріїв для трансляції.</p> <p>Оціночні завдання включають: написання короткого сценарію для радіо; виклад трактування телевізійного документального чи художнього фільму.</p>
Урок 12	Самотужки	<p>Останній урок дає важливу підготовку, необхідну для початку кар'єри позаштатного журналіста на неповний чи повний робочий день. Ділові поради щодо ведення записів та адміністрування забезпечують міцну основу для професійного підходу до майбутніх письмових завдань.</p>

		Оціночні завдання включають: складання особистого 12-місячного плану дій із чіткими цілями досягнення.
--	--	---

Таблиця 2.2 Деталі курсу та вартість

Кількість уроків:	12
Кількість вправ:	30
Середня тривалість:	3 місяці
Щомісячний платіж:	1500 грн
Кількість платежів:	3
Загальна вартість:	4500грн

Ціна за курс також включає:

- первинну консультацію з учнем (і його опікуном, батьками);
- індивідуальний план уроків, що відповідають конкретним освітнім вимогам;
- надання ресурсів та відео;
- уроки та тести;
- підбиття підсумків та індивідуальний план дій;
- сертифікат про закінчення навчання.

Як тільки учень придбає обраний клас, йому буде надано доступ до облікового запису на майбутньому порталі.

2. Новинна журналістика.

Цей курс навчить навичок, необхідних для успішної кар'єри штатного журналіста. Учасники навчатимуться техніці проведення інтерв'ю та репортажів через практичний досвід виконання завдань, а також написання тематичних і редакційних статей, профілів і роздаткових матеріалів.

Учні курсу будуть працювати з актуальною тематикою, зрозуміють важливість власного стилю, базового «почерку», заголовків, а також

презентації тексту. Курс також дає основу теорії та практики організації роботи редакції, а також детально висвітлює необхідні правові та етичні аспекти журналістської діяльності.

Таблиця 2.3 Навчальна програма курсу «Новинна журналістика»

Номер уроку	Тема	Зміст
Урок 1	Початок роботи в журналістиці	Міфи та реальність, відповідальність та етика професії. Як розвивалася українська преса та яку спадщину вона дала пресі світу. Оціночні завдання включають: написання звіту про подію.
Урок 2	Що таке новини?	Як розвинути відчуття новин і розпізнати різні фактори, які визначають вплив та популярність опублікованих історій. Визначення професійних навичок та особистих якостей, необхідних репортеру новин. Як налагоджувати контакти, визначати і стежити за провідними історіями. Оціночні завдання включають: переписування погано написаного тексту; подання новини на 250 слів.
Урок 3	Юний репортер	У ролі молодшого репортера учасник курсу навчиться основним навичкам збору новин. Оціночні завдання включають: написання короткої новини; створення та редагування прес-релізу.
Урок 4	Старший репортер	Проникливість, точне тлумачення складних фактів і їхніх наслідків. Основні правила

		<p>проведення інтерв'ю, як очного, так і телефонного. Необхідні навички та підводні камені, яких слід уникати.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>Проведення інтерв'ю та його написання.</p>
Урок 5	Вечірні газети	<p>Життя в насиченій вечірній газеті. Її структура та штатна ієрархія, важливість термінів виконання та використання окремих видань.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>Висвітлення актуальної історії; написання двох матеріалів для колонки пліток.</p>
Урок 6	Загальнодержавні газети	<p>Чим загальнодержавна газета відрізняється від провінційної. Важливість політики та ексклюзиву; що мається на увазі під «національним світоглядом». Як журналісти визначають свою цільову читацьку аудиторію та як це формує їхній контент.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>порівняння стилів новин у ранкових щоденних газетах; написання тематичної статті на основі важливої новини.</p>
Урок 7	Журналісти і закон	<p>Юридичні обмеження та те, як журналісти можуть уникнути судових позовів. Небезпека дифамації та інші підводні камені. Закон про державну таємницю, права преси та короткий огляд авторського права.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>розгляд спеціалізованої колонки.</p>

Урок 8	Стиль	<p>Як оцінити правильний підхід, зосередитися на важливості інтерв'ю в написанні репортажів, як адаптувати тон і стиль до теми.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>робота з актуальними новинами.</p>
Урок 9	Докладніше про функції	<p>Що маєтсья на увазі під «стандартом»; що необхідно для того, щоб максимізувати людський інтерес до історії. Вивчення нестандартних підходів.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>подача новини.</p>
Урок 10	Спеціалізація	<p>Спеціальні навички, необхідні для спеціалізованих авторів газет – від іноземних кореспондентів і політичних оглядачів до критиків, спортивних журналістів і фотожурналістів.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>виконання завдання в ролі іноземного кореспондента.</p>
Урок 11	Кваліфікований журналіст	<p>У рамках всебічного огляду навчання на поточний день, учасники курсу дізнаються, як журналісти-стажери можуть просуватися кар'єрно. Використання навичок редагування, з метою вироблення стилю письма.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>складання особистого 12-місячного плану дій з визначенням цілей.</p>

Урок 12	Телебачення і радіо	<p>Відмінності в підходах між телевізійною та друкованою журналістикою. Вивчення вимог до подачі новин в ефірі та відповідних технічних термінів. Як сценарій дикторського тексту та попередньо записані елементи об'єднуються, щоб сформувати випуск новин. Техніки «закадровий голос» і «відео на камеру»; майстерність радіо- та телекоментатора.</p> <p>Оціночні завдання включають: Підготовка новин для радіо- та телепередачі; об'єднання зображень, звуку та інтерв'ю.</p>
Урок 13	Крісло редактора	<p>Напружений світ редактора: роль і обов'язки, необхідні навички та особисті якості, значення тиражів і доходів від реклами у вирішенні долі різних видань.</p> <p>Оціночні завдання включають: розв'язання низки дилем, з якими стикається редактор, до прикладу, вечірньої газети.</p>

Таблиця 2.4 Деталі курсу та вартість

Кількість уроків:	13
Кількість вправ:	32
Середня тривалість:	3,5 місяці
Щомісячний платіж:	1650 грн
Кількість платежів:	3
Загальна вартість:	4950грн

Ціна за курс також включає:

- первинну консультацію з учнем (і його опікуном, батьками);
- індивідуальний план уроків, що відповідають конкретним освітнім вимогам;

- надання ресурсів та відео;
- уроки та тести;
- підбиття підсумків та індивідуальний план дій;
- сертифікат про закінчення навчання.

3. Інтернет-журналістика.

Цей курс із 11 уроків призначений для базисного розуміння того, як створювати веб-контент.

Курс починається зі вступу з інтернет-журналістики, а потім розглядає основи написання позаштатних текстів.

Таблиця 2.5 Навчальна програма курсу «Інтернет-журналістика»

Номер уроку	Тема	Зміст
Урок 1	Вступ до веб-письма	Загальний огляд інтернету, його структура, конкретні послуги, до яких має доступ громадськість, а також те, як виникла та розвивалася Всесвітня павутина. Отримані знання допоможуть зрозуміти техніку веб-письма та роль редакторів в інтернеті, а також технічні та журналістські терміни.
Урок 2	Інтернет-журналістика	Аналіз сучасної веб-журналістики, що допоможе зрозуміти те, як технологія змінила форму та зміст медіа, і чим веб-історії відрізняються від друкованих. Обговорюються виклики, з якими стикаються засоби масової інформації, коли справа доходить до

		отримання прибутку в епоху інтернету, і виклики, які постають перед інтернет-журналістами та журналістськими розслідуваннями зокрема.
Урок 3	Підготовка контенту для інтернет-видань	Цей урок присвячений тому, як писати для інтернет-видань.
Урок 4	Читачі та ринки	Цей урок пропонує вступ до сучасної журналістської практики і допоможе зрозуміти чим журналістське письмо відрізняється від інших, роль незалежних авторів і доступні можливості для них.
Урок 5	Концентрація	Цей урок повинен допомогти учасникам курсу сконцентрувати роботу задля того, щоб мати чіткіше уявлення про те, як знайти відповідні ринки, зрозуміти пріоритети редакторів і розробити ідеї, які можна «продати».
Урок 6	Фріланс в інтернеті	Цей урок допоможе зрозуміти законні права, обмеження та підводні камені, з якими стикаються онлайн-журналісти. Учасники курсу також дізнаються, які обмеження накладаються Законами про державну таємницю, як захищаються авторські права свобода вираження поглядів, як карається порушення конфіденційності та ін.
Урок 7	Громадянська журналістика, блоги, відео-	Урок має допомогти зрозуміти масштаби та діапазон громадянської інтернет-журналістики та оцінити, наскільки вебсайт може бути

	блоги та подкасти	корисним для журналіста-початківця (і як його створити). Це також допоможе зрозуміти обмеження блогів, відео-блогів і подкастів і те, як їх налаштувати.
Урок 8	Google і соціальні мережі	Цей урок повинен допомогти сформуванню повнішого уявлення про світ соціальних медіа, про те, як найкраще використовувати їх в журналістиці. Перш ніж розглядати інтерактивні соціальні медіа, куратор курсу аналізує Google і Wikipedia, а потім дає ескізи різних соціальних медіа, пропонуючи, як найкраще їх використовувати (включаючи Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn і TikTok).
Урок 9	Редагування онлайн	Цей урок повинен допомогти зрозуміти роль онлайн-допоміжного редактора та чим він відрізняється від друкованого допоміжного редактора. Дозволить оцінити процеси, пов'язані з редагуванням і проєктуванням матеріалів. Визначить як писати помітні заголовки, які є зручними для інтернету (оптимізація для пошукових систем – SEO).
Урок 10	Онлайн-верстка та дизайн	Цей урок повинен допомогти зрозуміти структуру сучасних газет і те, як їхні веб-версії співвідносяться з їх друкованими версіями, а також зрозуміти різні вимоги до онлайн-версії та макета для друку, зокрема те, як вибрати шрифт, відповідний тон і

		повідомлення, зображення, відео та графіки, що використовуються в інтернеті.
Урок 11	Успішні веб-пакети	Цей урок присвячений тому, як створити веб-портфоліо, що допоможе визначити сильні та слабкі сторони позаштатного веб-автора та створити успішне портфоліо для авторів. Він також повертається до теми, як розпізнати основні юридичні підводні камені, пов'язані з написанням для інтернету.

Таблиця 2.6 Деталі курсу та вартість

Кількість уроків:	11
Кількість вправ:	32
Середня тривалість:	3 місяці
Щомісячний платіж:	2000 грн
Кількість платежів:	3
Загальна вартість:	6000 грн

Ціна за курс також включає:

- первинну консультацію з учнем (і його опікуном, батьками);
- індивідуальний план уроків, що відповідають конкретним освітнім вимогам;
- надання ресурсів та відео;
- уроки та тести;
- підбиття підсумків та індивідуальний план дій;
- сертифікат про закінчення навчання.

4. Написання особистої історії.

Автобіографія, мемуари, життєпис, – усі ці поняття є основою «Особистої історії». Викладачі курсу запропонують методи організації ведення життєпису та допоможуть навчитися «живого» письма.

Таблиця 2.7 Навчальна програма курсу «Написання особистої історії»

Номер уроку	Тема	Зміст
Урок 1	Про що йдеться?	Отримання задоволення від написання особистої історії. Ціле життя чи просто визначний період? Персонажі. Важливість того, хто, що, як, чому, коли і де?
Урок 2	Початок	З чого почнеться ваша історія. Важливість контексту та думки. Чи потрібно писати план?
Урок 3	Ваше місце в історії	Важливість першоджерел і що це таке?
Урок 4	Повторне відкриття	Створення та організація пам'ятних моментів. Створення сімейного дерева. Чужі спогади. Розваги.
Урок 5	Дім	Розширення та впорядкування думок. «Найщасливіші дні твого життя» – шкільні друзі (та інші).
Урок 6	Досягнення та звершення	Ваші ідеї. Сімейні традиції
Урок 7	Публікація	Електронне видання, самвидав, блог або вебсайт.

Таблиця 2.8 Деталі курсу та вартість

Кількість уроків:	7
Кількість вправ:	26

Середня тривалість:	2 місяці
Щомісячний платіж:	1500 грн
Кількість платежів:	2
Загальна вартість:	3000 грн

Ціна за курс також включає:

- первинну консультацію з учнем (і його опікуном, батьками);
- індивідуальний план уроків, що відповідають конкретним освітнім вимогам;

- надання ресурсів та відео;
- уроки та тести;
- підбиття підсумків та індивідуальний план дій;
- сертифікат про закінчення навчання.

5. Написання віршів.

За останні роки поезія набула нового дихання, її пишуть і читають більше людей. Якщо учень хоче розвиватися в цьому напрямі, розроблений курс є йому помічним.

Викладачі курсу нададуть поради щодо форми та конструкції, яка найкраще підійде для створення вірша у рамках індивідуального стилю учасника курсу. Учасникам допоможуть удосконалити свій стиль і вибір теми, поглибити знання.

Цей курс додасть упевненості, необхідної для досягнення світу поезії.

Таблиця 2.9 Навчальна програма курсу «Написання віршів»

Номер уроку	Тема	Зміст
Урок 1	Натхнення чи дисципліна?	Можливості поезії. Хоча немає суворих правил написання вірша, це не означає, що все підходить. На цьому уроці розглядається те, чим є вірш, а чим він не є.

Урок 2	Рима	Рима є одним із найвідоміших аспектів поезії, але не обов'язково найпростішим у виконанні. Цей урок проведе через різноманітні варіації рим.
Урок 3	Форма	Захоплюючий вступ до багатьох і різноманітних варіантів.
Урок 4	Образи та метафора	На цьому уроці розглядається, як образи можуть покращити вірш; як символи можуть прикрасити ідею.
Урок 5	Поетичний словник	Чому саме обране автором слово має значення та як цей вибір може змінити все.
Урок 6	Гумор	Введення в використання гумору в поезії та форми, з якими він добре працює.
Урок 7	Публікація	Орієнтування на публікацію та прийнятний спосіб подати свою поезію для можливої публікації.

Таблиця 2.10 Деталі курсу та вартість

Кількість уроків:	7
Кількість вправ:	26
Середня тривалість:	2 місяці
Щомісячний платіж:	1500 грн
Кількість платежів:	2
Загальна вартість:	3000 грн

Ціна за курс також включає:

- первинну консультацію з учнем (і його опікуном, батьками);
- індивідуальний план уроків, що відповідають конкретним освітнім

вимогам;

- надання ресурсів та відео;
- уроки та тести;
- підбиття підсумків та індивідуальний план дій;
- сертифікат про закінчення навчання.

б. Написання оповідання.

Незалежно від того, чи є оповідання значущим, чи легкою розвагою, хороше оповідання є витвором мистецтва. Це коротка зустріч. Це «перепустка» в інше життя.

Найцікавіше в короткій історії те, що вона коротка. Вона не поглинає рік чи два вашого життя, як це може зробити роман; є одна частина історії, якою автор може керувати, а не кілька, і немає місця для натовпу персонажів.

Успішне написання художньої літератури зазвичай залежить від поєднання здібностей і техніки. Немає можливості «розвиватися» героям, «виникати» ситуаціям, як у романі. У межах кількох сотень слів історія має привернути увагу читача, розвиватися й закінчуватися – бажано з несподіваним поворотом.

Цей курс і особисте спілкування з викладачем нададуть учням те, що їм потрібно, щоб розвинути власний стиль і навички, а також підвищать шанси стати успішним публіцистом.

Таблиця 2.11 Навчальна програма курсу «Написання оповідання»

Номер уроку	Тема	Зміст
Урок 1	Чому ви пишете оповідання?	Огляд оповідань, кульмінація та розв'язка, центральні герої. Презентація, правопис і граматики.
Урок 2	Ідеї	Звідки ми беремо ідеї. Жанри і теми.
Урок 4	Сюжети	Складання та планування. Важливість структури. Що таке ідея, а що таке сюжет?

Урок 5	Ключові моменти	Як побудувати ключові моменти, коли вони важливі? Складання задовільних кінцівок.
Урок 6	Характеристика	Емоції та мотивація. Історія та біографія. Які ще впливи? Мова тіла.
Урок 7	Оживіть своїх персонажів	Нехай ваші персонажі створюють і показують сюжет, а не розповідають його.
Урок 8	Діалог	Те, ким є люди, можна зрозуміти з того, що вони говорять, і тому ефективний діалог посідає ключове місце.
Урок 9	Точка зору	Що це таке і чому це важливо? Перша, друга і третя особи. Оповідачі та герої.
Урок 10	Налаштування	Використовуючи власні знання та досвід. Досліджуйте без перевантаження інформацією.
Урок 11	Стиль	Ключові блоки, які роблять гарний текст. Сила і краса мови.
Урок 12	Драма і конфлікт	Типи конфліктів і як вони впливають на характер персонажів.
Урок 13	Ринки	Вивчайте ринок. Журнали, оповідання та серіали.

Таблиця 2.12 Деталі курсу та вартість

Кількість уроків:	13
Кількість вправ:	36
Середня тривалість:	3 місяці
Щомісячний платіж:	1500 грн
Кількість платежів:	2
Загальна вартість:	4500 грн

Ціна за курс також включає:

- первинну консультацію з учнем (і його опікуном, батьками);
- індивідуальний план уроків, що відповідають конкретним освітнім вимогам;

- надання ресурсів та відео;
- уроки та тести;
- підбиття підсумків та індивідуальний план дій;
- сертифікат про закінчення навчання.

7. Фріланс, музика та мистецтво.

Цей курс є відправною точкою та охоплює всю сферу сучасного фрілансерського написання. Гнучкий у своєму підході, він пристосований до конкретних потреб публіциста.

Таблиця 2.13 Навчальна програма курсу «Фріланс, музика та мистецтво»

Номер уроку	Тема	Зміст
Урок 1	Початок	<p>Що вирізняє вправного журналіста? Про реальний світ журналістики, про обов'язки та етику професії. Короткий огляд того, як розвивалася преса, і аналіз різних категорій газет і журналів. Десять ключових елементів, які можуть вплинути на вашу здатність опублікувати вашу роботу.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>визначення особистих цілей, навичок і досвіду; дослідження потенційних ринків і цільової аудиторії.</p>

Урок 2	Читачі та ринки	<p>Дізнатися, чого хочуть читачі та редактори, оцінити масштаби публікації матеріалу та знати, як досліджувати потенційні ринки. Як фахово презентувати рукописи, уникаючи поширених граматичних, орфографічних і пунктуаційних помилок і вивчаючи, що означає «домашній стиль».</p> <p>Оціночні завдання включають: переписування погано написаного тексту; проведення дослідження аудиторії.</p>
Урок 3	Що таке новини?	<p>Розвиток відчуття новин і розпізнавання того, що робить історію цікавою. Вивчення практичного процесу збирання новин, налагодження контактів, виявлення і слідування новинам. Можливості позаштатного внеску в галузі журналістики.</p> <p>Оціночні завдання включають: написання звіту про подію.</p>
Урок 4	Особливості письма	<p>Зосередження уваги на важливості інтерв'ю в написанні репортажів. Робота з актуальними новинами.</p> <p>Оціночні завдання включають: аналіз актуальних новин .</p>
Урок 5	Докладніше про функції	<p>Перехід до профілів поглиблених функцій; як провести успішні особисті співбесіди. Використання «стандартів» і представлення різних функцій, щоб відтворити зацікавленість до історії. Очевидці і неординарні підходи.</p>

		<p>Оціночні завдання включають:</p> <p>Розгляд профілю функцій.</p>
Урок 6	Спеціалізація	<p>Особливі навички, необхідні для спеціалізованих авторів – від автомобільних журналістів до мистецтвознавців, від політичних оглядачів до літературних критиків, від спортивних журналістів до фотожурналістів та ін.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>розгляд спеціалізованої колонки чи статті.</p>
Урок 7	Журналісти і закон	<p>Юридичні обмеження, як журналісти можуть уникнути судових позовів. Небезпека дифамації та інші підводні камені. Закон про державну таємницю, права преси та короткий огляд авторського права.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>перевірку текстів на наявність наклепницького вмісту;</p> <p>підготовку вивіреного звіту про злочин.</p>
Урок 8	Пошук ідей та їх об'єднання	<p>Як «здобувати» цікаві ідеї з найнеймовірніших джерел і як досліджувати публікації. Як «упакувати» інтригуючі та привабливі ідеї для видань. Основні правила успішної роботи з редакторами.</p> <p>Оціночні завдання включають:</p> <p>виявлення ідей для статей, які можна «продати»; написання статті чи новини на 800 слів.</p>

Урок 9	Музика та мистецтво	Огляд тематики музики та мистецтва. Як розпочати роботу та як уникнути очевидних помилок.
Урок 10	Музика та мистецтво – інтерв'ю	Відповідальність перед читачами та стосунки з колегами. Підготовка до розмови, збір матеріалів. Як спілкуватися з нудним/важким/нецікавим співбесідником.
Урок 11	Музика та мистецтво – особливості	Різниця між написанням тематичних матеріалів. Загальне знання галузі.
Урок 12	Інші ринки	Як створювати та «продавати» статті, орієнтовані на різні ринки, від регіональної та національної преси до масових і спеціалізованих журналів, а також торгових і технічних видань. Оціночні завдання включають: написання статей для різних ринків.
Урок 13	Телебачення і радіо	Розгляд специфіки підготовки матеріалів для радіо і ТБ, як розробити остаточний сценарій. Оціночні завдання включають: написання короткого сценарію для радіо; опис трактування телевізійного документального чи повнометражного фільму.
Урок 14	Підсумки	Останній урок підсумовує пройдені теми, дає змогу заповнити інформаційні «лакуни» отриманих знань. Оціночні завдання включають: складання особистого 12-місячного плану дій.

Таблиця 2.14 Деталі курсу та вартість

Кількість уроків:	14
Кількість вправ:	34
Середня тривалість:	4 місяці
Щомісячний платіж:	1650 грн
Кількість платежів:	3
Загальна вартість:	6600грн

Ціна за курс також включає:

- первинну консультацію з учнем (і його опікуном, батьками);
- індивідуальний план уроків, що відповідають конкретним освітнім вимогам;

- надання ресурсів та відео;
- уроки та тести;
- підбиття підсумків та індивідуальний план дій;
- сертифікат про закінчення навчання.

- основні техніко-економічні показники проєкту;

Школа функціонуватимете в ондайн форматі. Уроки будуть проводитися з допомогою відеодзвінків, а загальна інформація, власний кабінет учня, домашнє завдання, успішність, а також повторення матеріалу в відео та презентаціях будуть розміщуватися на інтернет-платформі, створення якої заплановане протягом втілення проєкту. В майбутній школі передбачені предмети, пов'язані з журналістикою в інтернеті, а саме, в соціальних мережах, месенджерах, на вебсайтах; будуть задіяні також інші тематичні предмети. Це потребує залучення веб-дизайнера, веб-програміста, розробників навчального плану, а отже, викладачів.

- організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери;

Є потреба в залученні працівників медіа задля кращої реалізації проєкту і обміну досвідом. Зокрема, пропонується залучити до роботи Наталію Гуменюк, Богдана Кутепова, Іванну Найдю та Романа Скрипіна, які мають необхідний досвід і є авторитетними у журналістиці.

- термін реалізації проєкту;

7 місяців – оптимальний термін для реалізації проєкту.

- витрати на реалізацію проєкту і строк його окупності;

Витрати на реалізацію проєкту сягатимуть 515 000 гривень, що включає розробку та підтримку вебсайту, розроблення навчального плану, дисциплін і збирання інформації на них, а також рекламні послуги. Проєкт окупиться за 6 місяців за умови наявності мінімум 100 учнів щомісяця.

- джерела і умови фінансування проєкту;

Реалізація проєкту може бути виконана за рахунок державних коштів або за гроші, отримані з гранту.

Таблиця 2.15 Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування

п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування, тис. гривень
1	Поглиблене дослідження можливостей проєкту і необхідних складників для його запуску	0
2	Розроблення фірмового стилю школи	5
3	Пошук викладачів, компанії по розробці сайтів, маркетологів	0
4	Розроблення сайту	150
5	Розроблення освітньої програми	200
6	Оформлення онлайн-літератури	10

7	Рекламні послуги	100
8	Послуги маркетолога	50
9	Створення сторінок школи в соціальних мережах	0
10	Ведення соціальних мереж	0
	Загальна сума	515

- оцінка ефективності проєкту:

Проєкт буде ефективним в соціальному плані, оскільки стане в нагоді дітям в опануванні професії, а також економічному (запланований строк окупності становить 6 місяців).

2.3. Масштаб проєкту.

Проєкт розрахований на широку аудиторію і матиме всеукраїнське охоплення.

2.4. Спрямованість проєкту.

Мета проєкту – розвиток освітніх послуг, національної журналістики, зокрема інтернет-журналістики, заохочення молоді до творчості, опанування професії журналіста.

Усі навчальні програми розроблені на принципах інклюзивності, терпимості, творчості та справедливого середовища навчання. Навчання в межах школи покликане розширити світогляд учнів, сформувати відчуття перспективи з широкого кола тем, а також навички критичного мислення та спілкування, які підготують до вступу до університету, кар'єри та життєвого успіху.

Незалежно від того, який курс буде обрано учнем школи («Фріланс та написання статей», «Новинна журналістика», «Інтернет-журналістика», «Написання особистої історії»), додатково для опрацювання будуть надані матеріали за наступними розділами:

- *Дослідження.* Цей розділ вчить мислити і вести дискусії, знайомлячи учнів із рядом навичок, галузей та кар'єрних можливостей. Кожне дослідження розділу використовує інтернет-джерела, щоб допомогти учням досліджувати події та актуальні питання, незалежно від місця проживання. Наведено вибірку з розділу:

- *Думка.* У час вільнодумства і вільного висвітлення подій, постають завдання до засобів масової інформації ширити правдиві новини, формувати чітку громадянську позицію, не порушувати законодавство. Все починається з думки.

Модулі розділу аналізують приклади упередженості в публікаціях медіа.

- *Книги.* Як з'являються книги, які ми знаємо і любимо, і всі пригоди, драми, таємниці та персонажі у них? З покоління в покоління різні видання є великими гравцями у цій галузі зі своїми оглядами книг та списками бестселерів. В рамках книжкового розділу учень отримує можливість здійснити дослідження видавничої екосистеми, водночас вдосконалити свої навички письма.

Модулі книжкової секції розглядають галузеві суперечки, такі як дискримінація в оплаті праці авторів, те, як технології змінили видавничу індустрію та ін.

- *Стиль.* Сучасні матеріали, технології виробництва, ланцюжки поставок та канали збуту створили атмосферу інновацій та творчості, не схожу на ту, що світ моди бачив раніше. Модуль стилю допоможе учням відкрити для себе захоплюючий світ, де краса та творчість зливаються з інноваціями та підприємництвом.

Модулі розділу «Стиль» можуть включати етично стійкі творчі та бізнес-стратегії в галузі моди, вплив технологій на відносини з одягом та аксесуарами, маркетинг культури вуличного одягу.

- *Спорт*. Вивчення спорту виходить за рамки звичайної тематики та поєднує історії на стижах бізнесу, науки, здоров'я, розваг, соціальної активності, етики та ін. Звісно, учні розглядатимуть також і поточні проблеми й зміни, з якими стикається спортивна галузь.

Модулі спортивної секції можуть включати і, скажімо, політичні, соціальні, теми, етичну проблематику тощо.

- *Політика*. Цей розділ вивчає діяльність, пов'язану з керуванням країною, регіоном та суперництвом між окремими особами чи партіями, які сподіваються досягти влади. Використовуючи поточний місцевий та національний політичний клімат України як тло, учні дізнаються про теми, з якими стикаємося: міжнародна політика, економічний розвиток, право, державна політика, демократія та ін.

Модулі розділу «Політика» можуть включати теми імміграційної політики, політичної активності та ін.

Після навчання в учнів буде сформоване глибше розуміння того, що рухає їх захопленнями та які питання мають для них значення. Будуть сформовані наступні важливі якості та навички:

- критичне мислення;
- медіаграмотність;
- навички особистого управління.

2.5. Ступінь новизни.

Проект, згідно з нашим аналізом, не має аналогів в Україні, адже загальна тема школи стосується онлайн-журналістики, а подібних шкіл ще не було в нашій країні. На наш погляд, реалізація проекту спонукатиме до усвідомленого вибору професій і стане приводом для досліджень різних підходів в освіті. Варто зазначити, що наявність подібних шкіл в світі досить значна. Для прикладу, школа інтернет-журналістики та кінематографу «The Rep Project».



Рис. 2.1 Школа інтернет-журналістики та кінематографу «The Rep Project» [13]

У рамках проходження курсів на платформі цієї школи її учням пропонується:

- проходити віртуальні курси у зручному темпі та ділитись своєю роботою з іншими творцями контенту для зворотного зв'язку;
- вивчати професійні навички кіновиробництва на експертних семінарах та модулях у студіях, включаючи написання сценаріїв, розкадрування, озвучування, освітлення, передові методи зйомок та пост-продакшену, монтаж;
- брати активну участь у публікації новин, створення оригінального контенту;
- дізнатися, як створювати нові медіафайли, включаючи короткометражні фільми, подкасти, GIF-файли і т.д.;
- навчатися у професіоналів у галузі засобів масової інформації та соціальної справедливості;
- обговорювати важливі соціальні проблеми з іншими мотивованими учнями;
- стати частиною спільноти інших активістів та творчої молоді з усього світу.

3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва

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

- досліджено та обґрунтовано наукові аспекти 30 %
- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти 30 %
- проведено теоретичні та експериментальні дослідження 40 %
- розроблено технологію, ескізний і технічний проєкт 20 %
- розроблено робочу документацію, створено дослідні 0 %

зразки

- наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної 0 %

власності

- проведено соціальні дослідження 60 %
- наявність матеріально-технічної бази 60 %
- наявність необхідного персоналу 0 %
- визначено та узгоджено фінансування проєкту 50 %
- визначено та узгоджено місце виконання проєкту 100 %
- інші види робіт 55 %

3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.

Таблиця 3.1 План виконання робіт за проєктом

п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. гривень
1	Поглиблене дослідження проєкту і необхідних складників для його запуску	Самостійно	2 місяці	0
2	Пошуки викладачів, компанії по розробці	Самостійно	2 місяці	0

	сайтів, маркетологів, графічних дизайнерів			
3	Розроблення фірмового стилю школи	En-design	2 тижні	5
4	Розроблення сайту	WEBCASE	2 тижні	150
5	Створення повноцінної освітньої програми	Разом зі знайденими викладачами	3 місяці	200
6	Оформлення онлайн-літератури	En-design	1 місяць	10
7	Рекламні послуги	WARTO Agency (PR-агентство “ВАРТО”)	2 місяці	100
8	Послуги маркетолога	WARTO Agency (PR-агентство “ВАРТО”)	2 місяці	50
9	Створення сторінок школи в соціальних мережах	Самостійно	1 тиждень	0
10	Ведення сторінок в соціальних мережах	Самостійно	Постійно	0

3.3. Організація заходів.

- стислий перелік технологічних процесів;
 1. Поглиблене дослідження нюансів проєкту.
 2. Пошуки усіх, хто має бути задіяний до проєкту.
 3. Розроблення фірмового стилю.
 4. Створення навчального плану.
 5. Створення сайту.

Заради ефективнішої співпраці усіх сторін проєкту та досягнення кінцевої мети є потреба у створенні окремого відділу з питань комунікації.

Саме цей відділ буде займатися всіма внутрішніми та зовнішніми комунікаціями: створенням системи зв'язку між відділами, керівництвом, власниками та зовнішніми стейкхолдерами. Перед комунікаційним відділом стоятимуть важливі завдання формування не лише майданчику для налагодження співпраці та взаєморозуміння відділів і працівників школи «Сяйво», а й створення спеціальної платформи для обміну думками та вирішення нагальних проблем організації і розширення бізнесу, проведення активної комунікаційної взаємодії з учнями на різних майданчиках (сайтах, соціальних мережах, тощо).

Таким чином, важливими векторами роботи є створення спеціального відділу з питань комунікації та просування проєкту з допомогою використання соціальних мереж, що є провідним сучасним каналом поширення інформації і її ефективною презентації для різних груп споживачів. Каналами комунікації були обрані Facebook, Instagram, YouTube та TikTok. Необхідним бачиться створення також офіційного сайту.

Слід зазначити, що розглянуті вище комунікаційні канали були обрані для різних груп цільової аудиторії з урахуванням розподілу користувачів цих соціальних мереж за віковими та соціальними критеріями.

Просування за допомогою Facebook. Facebook поширює і професійний, і розважальний контент, тут є можливість продати свій продукт. Сайт має два типи реклами. Найефективнішою є реклама через стрічку соцмережі. Або ж – реклама у бічній колонці.

Будуть застосовані такі стратегії:

- унікальність контенту, це вплине на покази публікацій;
- актуальність, акцент на тематику;
- якісне оформлення постів;
- публікація постів в період, коли аудиторія є максимально активною;
- спілкування з аудиторією.

Для прикладу розглянута вище школа інтернет-журналістики та кінематографу «The Rep Project» містить сторінку на цій платформі (Рис. 3.1). Її підписниками є понад 336 тис. користувачів, з яких 1 334 тис. поставило відмітку «подобається». Публікації виходять на щоденній основі та містять коментарі.

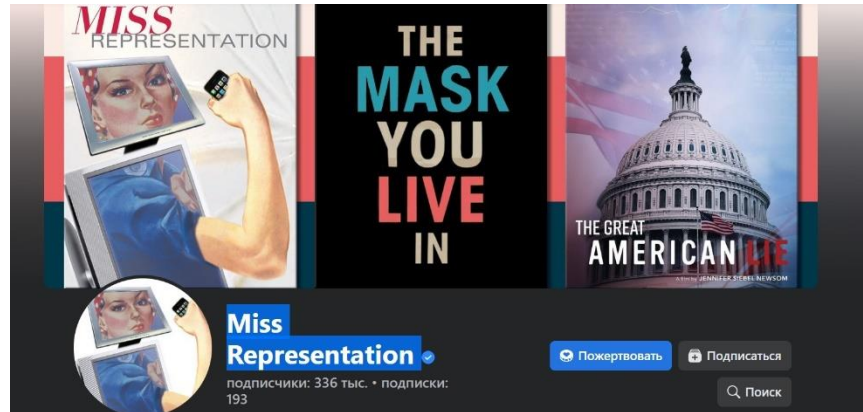


Рис. 3.1 Сторінка школи інтернет-журналістики та кінематографу «The Rep Project» на платформі Facebook [7]

Просування через Instagram. Найчастіше в Instagram публікують фото і відео, а текст – доповнення до них. Часто тут діляться історіями з життя. Найбільшу роль відіграє візуальний контент, тому слід спрямовувати увагу саме на нього. Публікації мають бути високої якості, а реклама цікава для користувачів. Аудиторія в інстаграмі молода, в основному, соцмережею користуються люди до 40 років. На цій платформі ефективно робити акцент саме на таку аудиторію.

Будуть застосовані такі стратегії:

- створення бізнес-сторінки;
- наповнення стрічки простими, живими публікаціями (тут цінується «життєвість»);
- тільки якісні фото і відео;
- оригінальність, унікальність;
- взаємодія з аудиторією, трансляції, історії, коментарі;
- використання таргетованої реклами;

- хештеги під кожним постом.

YouTube. YouTube – сучасна платформа, її відносять до «нових медіа», яка протягом останніх десяти років є одним з найпопулярніших місць для публікації відео, і також входить до трійки найбільш відвідуваних ресурсів.

У процесі просування школи доцільним буде створення каналу YouTube. Це сприятиме довірі майбутніх клієнтів. На каналі є розділ «Про себе», в якому можна надати короткий опис своєї діяльності і посилання на свій вебсайт або контактні дані.

Також користувач може створювати «плейлисти» на своєму каналі YouTube, щоб систематизувати відео по темі або типу. Наприклад, може бути плейлист з відео по кожній з категорій представлених на каналі продуктів. YouTube включає функції, які дозволяють компаніям просувати контент, орієнтований на клієнтів за демографічними ознаками, темами або інтересами.

Будуть застосовані такі стратегії:

- наповнення каналу тематичним контентом;
- висока якість роликів;
- створення плейлистів за темами;
- анонсування роликів в інших соцмережах.

TikTok. TikTok – нова платформа, яка швидкими темпами зросла до лінійки найпопулярніших. Тут значно легше здобути прихильність і набрати аудиторію, особливо якщо публікуєш якісний, зрозумілий контент. В TikTok є люди різної вікової категорії, але більше дитячої та підліткової. В TikTok найбільшого поширення набирають ті ідеї роликів, які один користувач запозичує в іншого, і вони стають «трендовими».

Будуть застосовані такі стратегії:

- цікавий підлітковий контент;
- підтримка вже існуючих трендів, адаптація їх під власну тематику;
- постійний постинг;
- висока якість відео;

- хештеги під відео;
- колаборації з популярними користувачами мережі.

Логіка розвитку проєкту передбачає орієнтування на різні типи цільової аудиторії і розробку різних комунікаційних повідомлень. Обрана стратегія спонукає розробити кілька типів рекламних повідомлень з різними айденікою та змістовим наповненням.

Потреба розробити комунікаційну стратегію повинна стати частиною загальної стратегії розвитку школи, що спрямована на вибудовування зв'язків з цільовою аудиторією. Це не тільки кінцеві споживачі, а й бізнес-партнери, співробітники компанії, ЗМІ тощо.

В нашому випадку, основне завдання комунікаційної стратегії полягає в формуванні зрозумілої і логічної концепції мультиплатформного просування проєкту, тобто ефективної системи взаємодії школи з цільовою аудиторією. Розроблений проєкт орієнтований на кілька сегментів споживачів, і тому ми визначаємо правила вибудовування комунікацій з кожним із них. Відтак комунікаційна стратегія має бути мультिवаріантною і давати чіткість розуміння, кому, як, коли і з якою метою доносяться повідомлення бренду.

Структура комунікаційної стратегії

1. Мета комунікаційної активності. Метою є побудова ефективної системи взаємодії бренду школи з різними групами цільової аудиторії: споживачі, партнери, спонсори, громадські активісти тощо.
2. Орієнтування: ключові цільові групи і RTB для кожної цільової групи.
3. Ключова комунікаційна ідея. У нашому випадку ключовою ідеєю є побудова сприятливого позитивного іміджу бренду і його сприйняття усіма групами цільової аудиторії.
4. Brand actions – рекомендації з використання рекламних носіїв або механік (в офлайн / в онлайн), що доносять комунікаційну ідею і сприяють формуванню бажаного образу бренду.

5. Манера, стиль і тональність комунікації.
6. Пропозиції щодо потенційних каналів просування бренду і інтеграції каналів комунікації.

Комунікаційна матриця

1. Бажаний результат комунікації.
2. Основні драйвери (що допомагає досягти бажаного сприйняття бренду) – яскрава розгорнута інформація про діяльність школи на її майбутньому вебсайті та сторінках у соціальних мережах, її позитивні сторони і переваги, якісний інформативний контент, що відображає напрями діяльності школи.

3. Набір каналів комунікації:

- зовнішня реклама в метрополітені (бігборди, вивіски, транспорт). Цей метод буде відносно недорогим, але не дасть результат в короткі строки, тож можна використовувати на перспективу;

- роздача листівок. Ефективний спосіб, якщо на листівці буде знижка або бонус, щоб зацікавити клієнта.

- реклама через інтернет. Одна з найефективніших. Така реклама має багато переваг і зможе дати результат швидше, ніж традиційні канали. В інтернет-рекламі застосовуються алгоритми визначення цільової аудиторії. Оскільки наша цільова аудиторія використовує соціальні мережі, цей канал комунікації буде провідним. Основна вимога для обраних нами соцмереж – належна якість контенту, тому їй маємо приділити особливу увагу.

- реклама по електронній пошті. Після здобуття прихильності клієнтів до послуг школи буде напрацьована клієнтська база, а отже, можна збирати контакти клієнтів та їх згоду на розсилку їм інформації електронною поштою. У майбутньому пошту можна використовувати як засіб повторних продажів послуг компанії.

- залучення ігрових додатків. Ринок мобільних додатків динамічно розвивається. Застосування мобільних ігор може слугувати чудовим способом

реклами для школи, адже підлітки активно користуються розважальними додатками.

- опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень;

Наявність у викладачів особистих комп'ютера чи ноутбука. Школа працюватиме дистанційно, тож зайвих витрат на приміщення не потребує.

- кількість і кваліфікація виробничого персоналу (детальні відомості щодо прогнозованої потреби в кадрах);

Персонал складатиметься з 8 викладачів відповідної кваліфікації. Викладачі повинні мати досвід викладацької роботи мінімум 2-3 роки, бути обізнаними в сучасних інформаційних технологіях, а також мати досвід роботи у сфері журналістики. Кількість викладачів зумовлена кількістю предметів з урахуванням того, що деякі з них розумітимуться на декількох предметах.

4. Очікувана ефективність проекту

4.1. Економічна ефективність проекту.

- економічна доцільність реалізації проекту;

Проект буде прибутковим за добре розробленої і реалізованої рекламної стратегії. З урахуванням визначених у проекті заходів та обґрунтуванням витрат на реалізацію конкретних заходів і стратегії для розвитку школи, ми отримали загальну суму витрат, які потрібно здійснити протягом запуску школи. Поступова реалізація всіх зазначених заходів буде відбуватись за відповідного матеріального забезпечення школи за рахунок її власних поточних прибутків і підтримки інвесторів та за умови поточної позитивної ситуації на ринку, враховуючи постійний попит споживачів на послуги, а отже передбачатиме надійний прибуток. Інвестиційні внески допоможуть в реалізації проекту у потрібні строки та з відповідною очікуваною нормою прибутку.

Економічні ризики пов'язані із зниженням попиту на послуги школи в зв'язку із війною в країні спрогнозовані та враховані.

- прибутковість проєкту;

Прибутковість проєкту буде, сподіваємось, досягнута, якщо заплановані заходи з привернення уваги потенційних стейкхолдерів будуть здійснені у чіткій і логічній послідовності і відповідатимуть цілям проєкту, а також інформація про них буде поширена в перші місяці роботи школи серед широкого кола медійників, експертів та потенційних партнерів.

Вартість занять на місяць для учня відповідно до обраного курсу становитиме від 1500 тис. грн. Якщо сумарно в школі навчатиметься 100 учнів щомісячно, то за умови найнижчого платежу за курс, і з урахуванням виплат заробітної плати викладачам, з шостого місяця роботи школа компенсує вкладення і почне отримувати прибуток.

4.2. Соціальна ефективність проєкту.

Соціальна ефективність і значимість проєкту має два основні складники: локальний (створення робочих місць) та загальнодержавний (освітні програми для дітей). Проєкт покликаний допомогти дітям опанувати обрану професію, з якою вони можуть пов'язати життя. Школа сприятиме соціалізації учнів, стане майданчиком нових знайомств і дружніх стосунків.

В рамках проєкту передбачена фінансова допомога для здібних учнів. Фінансові обставини не повинні бути на заваді довузівської освіти. Стипендіальний фонд школи «Сяйво» прагне покращити доступність та рівність можливостей навчання для учнів з неблагополучних сімей, пропонуючи стипендії на повне навчання. вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня;

Школа вирішить проблему фахової самовизначеності; приверне увагу суспільства до важливості діджиталізації професій, аби бути мобільними в критичних умовах; продемонструє значення інтернет-журналістики.

5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

5.1. Основні фактори ризику проєкту.

Внутрішні фактори ризику:

- неналежна фахова підготовка викладачів;
- внутрішні конфлікти та неготовність до співпраці в колективі;
- збільшення поточних та операційних витрат.

Зовнішні фактори ризику:

- політичні ризики. Нестабільна ситуація всередині країни може серйозно впливати на здійснення проєкту відповідно до визначених завдань та принципів;
- економічні ризики. Нестабільна економічна ситуація, війна, підвищення цін і тарифів на енергоресурси, інфляція, нестабільний курс обміну валют, недовіра інвесторів і побоювання партнерів, зміни у законодавчій базі тощо. Все це безпосередньо може вплинути на фінансове забезпечення проєкту та його можливості щодо залучення інвесторів та спонсорів.

5.2. Управління ризиками.

Зробити точні підрахунки та мати кілька стратегій витрат коштів на випадок подорожчання послуг; провести з кожним з викладачів пробний урок та перевірити готовність до занять; пошуки кадрів здійснювати на всіх можливих платформах.

Визначені потенційні ризики можуть мати високий ступінь загрози для інноваційного проєкту та для окремих завдань під час його реалізації. Зазначені негативні фактори можна пом'якшити або взагалі уникнути їх впливу шляхом заздалегідь розробленого комплексу організаційних, управлінських, економічних заходів, які дадуть змогу досягти успішного кінцевого результату.

6. Загальні висновки

Реалізація проєкту дасть змогу учням навчитися професії інтернет-журналіста. Після закінчення школи слухачі отримають сертифікати про вивчення відповідних дисциплін.

Проєкт має свої ризики, але за сприятливих умов, здатен окупитися і приносити свій прибуток.

Вважаємо, що реалізація інноваційного проєкту є актуальною, відповідає вимогам часу та галузі.

Розроблення дизайн-концепції та стратегії просування проєкту для широкого кола споживачів є ґрунтовною частиною роботи над проєктом в цілому.

Втілення проєкту стане можливим за виконання поставлених завдань, зокрема:

- пошук інвесторів, партнерів, та інших стейкхолдерів, а також ефективних каналів реалізації проєкту;
- пошук необхідних фахівців;
- розроблення дизайн-концепції проєкту;
- підготовка та розроблення сайту з основною інформацією та сторінок у соціальних мережах;
- залучення різних груп цільової аудиторії до вебсайту та сторінок у соціальних мережах;
- впровадження активного інтегрування проєкту в соціальні мережі (зокрема, сторінка у Facebook та Instagram) для активного забезпечення комунікації з різними групами аудиторії та між учасниками проєкту;
- подальше оновлення та просування проєкту у соціальних мережах.

Робота над проєктом дає змогу зробити висновок, що він є інноваційним і не має аналогів в Україні, має потенціал для подальшого розвитку і розширення та соціальну значущість для багатьох стейкхолдерів.

Мультиплатформність проєкту буде досягнута через доступність на популярних цифрових платформах України, дасть змогу постійно комунікувати із різними групами цільової аудиторії, отримувати зворотний зв'язок і розуміння правильності обраного шляху та нових запитів.

Підсумок результатів та виконаних завдань інноваційного проєкту:

- здійснено вивчення стану та перспектив виведення на ринок, можливостей та загроз для існування проєкту;
- проаналізовано джерельну базу, яку можна використати на різних етапах для розширення знань, умінь, навичок та розуміння ситуації під час створення проєкту;
- проведено моніторинг та визначено різні групи цільової аудиторії проєкту з метою виявлення зацікавленості даним проєктом;
- виконано низку обов'язкових для реалізації задуму технічних завдань.

6.1. Джерела, на основі яких сформовано проєкт

1. Bilovodska, O., Kulik, D. (2020) Opinion leaders in influence marketing as innovative instrument of brand promotion and digitalization. *International Marketing and Management of Innovations*. Vol. 5. pp. 105-112
2. Виноградова О., Дрокіна Н. Маркетингові технології управління Інтернет-проєктами. Київ: ДУТ, 2019. 351 с.
3. Влодарчик Я. Маркетинг у видавничій справі: фантазія чи дійсність? Л.: Кальварія, 2002. 144 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг. К.: Лібра, 2002. 712 с.
5. Іванов В. Основні теорії масової комунікації журналістики: Навчальний посібник / за науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
6. Різун В. Теорія масової комунікації. К.: Видавничий центр Просвіта, 2008. 260 с.

7. Сторінка школи інтернет журналістики та кінематографу «The Rep Project» на платформі Facebook. . URL: <https://www.facebook.com/therepproject>
8. Управління інноваційними проєктами: навч. посібник / уклад.: Н.Н. Пойда-Носик, І.І. Черленяк. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2017. 360 с.
9. Фісенко Т. Соціальні інтернет-мережі як засіб задоволення інформаційних потреб. *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 41. Жовт.– груд. К., 2010.
10. Churchill Gilbert A. Jr., Peter J. Peter. Marketing. Illinois: Irwin, 1995, pp. 532-626.
11. Dormer P. The Meanings of Modern Design: Towards the Twenty-first Century. London : Thames and Hudson, 1990.
12. Schein E. Organisation Culture and Leadership . San Francisco, 1985. 324 p.
13. The Rep Project. URL: <https://therepproject.org/>