

СТРАТЕГУВАННЯ ТА РИЗИКИ МЕДІАПРОДЮСИНГУ

Мета курсу – вивчення теорії системи медіапродюсування, формування практичних навичок розробки та впровадження медіапродюсингу. Навчання студентів впроваджувати вивчені методи та алгоритми створення медіапродукту відповідно до поставлених задач.

Міжпредметні зв'язки. Курс «Стратегування та ризики медіапродюсингу» має безпосередній зв'язок з такими дисциплінами, як «Комунікативні маніпуляції в кіно і на телебаченні», «Прикладні соціально-комунікаційні технології», «Теорія режисури кіно і телебачення» тощо.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетентностей: здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях; знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність до адаптації та дії в новій ситуації; здатність працювати в команді; здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями; здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність виявляти ініціативу та підприємливість; здатність створювати медіапродукт;

Програмні результати навчання:

знати: знати предмет дисципліни, основні поняття і терміни медіа-планування; знати складові процесу комунікації; знати критерії вибору каналів розповсюдження реклами; знати особливості медіа-впливу на соціум; знати основні параметри, що відображаються у медіа-плані; знати види та засоби розповсюдження рекламної інформації; знати види медіа-планів у зв'язках з громадськістю;

вміти: вміти аналізувати головні оціночні показники GRP/TRP при плануванні комунікацій;

вміти виділяти основні фактори, від яких залежить величина ефективної частотності; вміти визначати цілі та обирати відповідні стратегії медіа-плану із урахуванням зовнішніх та внутрішніх факторів;

вміти порівнювати ефективність реклами на різних носіях;

володіти: навичками розробляти бюджет рекламної кампанії на основі планування витрат; організувати і контролювати командну професійну діяльність; ефективно просувати створений медійний продукт; збирати та аналізувати вихідні дані у рамках процесу медіапродюсування; класифікувати та обирати медіазасоби відповідно до цільової аудиторії.

Змістове наповнення навчальної дисципліни:

Ризики медіапродюсування. Сфери продюсерства. Формування та розвиток аудіовізуальної та екранної сфери. Правове поле продюсера. Продюсерство як підприємницька діяльність. Організація та управління телевиробництвом. Етапи виробництва аудіовізуальної продукції. Економіка та менеджмент аудіовізуального виробництва. Організація творчої діяльності у телевиробництві. Творчий аспект продюсерства та його мистецьке і ідейно-культурне значення. Маркетинг аудіовізуального виробництва. Авторське право, суміжне право, маркетинг, менеджмент, просування, технологія просування, концепція. Створення незалежної студії-продакшн як організація

власного бізнесу. Бізнес-план та інші аспекти у процесі розробки та створення сучасного аудіовізуального продукту.

Стратегування медіапродюсування. Підготовчий етап проекту, «девелопмент», етапи роботи продюсера з ідеєю, сценарієм, вибір теми, статус автора, оплата праці. Документальний проект – особливості, жанрова палітра. Фандрайзинг. Product placement. Технології, види та жанри сучасної аудіовізуальної продукції. Виробничо-технічна база для реалізації продюсерського проекту. Технології створення сучасного аудіовізуального продукту. Виробництво окремих видів аудіовізуальної продукції – рекламні фільми, серіали, ситкоми, реаліті-шоу, інші популярні жанри на телебаченні. Продюсерський пошук ідеї, теми, жанру. Види та жанри сучасного екранного мистецтва. Фінансові умови, етапи оплати. Рекламні комунікації та інтернет-технології в кіно-, телеіндустрії. Місце реклами в телебізнесі.

Обсяг вивчення навчальної дисципліни: 3,5 кредити ЄКТС, загальний обсяг 105 годин, у тому числі 36 годин аудиторних навчальних занять і 69 години самостійної та індивідуальної роботи.

Форма семестрового контролю: 1 семестр – залік.