

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

«Формування рекламного продукту редакції радіомовлення»
(за матеріалами РЕДАКЦІЯ РАДІОМОВЛЕННЯ ЧОРНОБАЇВСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ РАДИ
ТА СМТ. ЧОРНОБАЙ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛ.)

Студентки 4 курсу, 7 групи,
спеціальності 061«Журналіс-
тика»
спеціалізації «Реклама і
зв'язки з громадськістю»

Чуб Анна Русланівна

Науковий керівник
д.е.н.
доцент кафедри
журналістики та реклами

Файвішенко
Діана Сергіївна

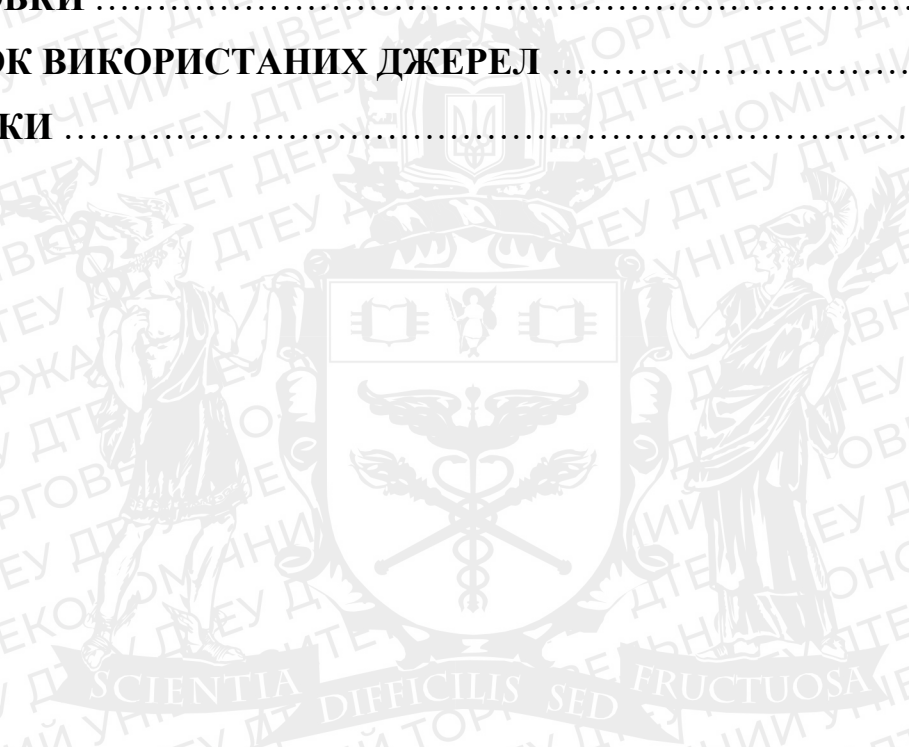
Гарант освітньої-професійної
програми
д. е. н.,
доцент кафедри журналістики
та реклами

Файвішенко
Діана Сергіївна

Київ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Аналітична записка	5
РОЗДІЛ 2. Творче проєктування	16
ВИСНОВКИ	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25
ДОДАТКИ	26



ВСТУП

В умовах сьогодення, під впливом факторів економічної кризи та чинників воєнного часу, українські підприємства потребують впровадження та застосування сучасних підходів й методів формування рекламного продукту. Так, актуальним стає аналіз діяльності редакції радіомовлення, обґрунтування концепції розробки рекламного продукту, просування та застосування інноваційних інструментів у соціальних мережах, що підвищують імідж редакції, пізнаванність, формують лояльність споживачів, викликають довіру до сформованого рекламного продукту.

Розробка рекламного продукту редакції радіомовлення та візуальна подача саме у соціальних мережах стає досить актуальним напрямом особливо сьогодні в умовах воєнного стану країни, представляє візуальну та смислову єдність послуг редакції радіомовлення, охоплює всі її напрями роботи.

Формування рекламного продукту та просування його інструментами соціальних мереж та в мережі Інтернет є основою формування та підтримки іміджу редакції та країни загалом, зміцнення позицій на ринку радіомовлення та підтримка бойового духу країни.

На сьогодні науковці активно займаються вивченням цього питання: Д. Барлоу [2], К. Веркман [3], Н. Добробабенко [4], Д. Ейрі, О. Мельникович, П. Стюарт [2] Є. Туемлоу [7], Файвішенко Д.С. [6] однак формування рекламного продукту залишається актуальним питанням.

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є процес формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області.

Предметом дослідження є методичні та теоретичні основи формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області.

Метою дослідження є формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської

області.

Для досягнення поставленої мети було визначено основні завдання у межах основних розділів, аналітичної записки та творчого проєктування:

- охарактеризувати діяльність формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області.;
- проаналізувати рекламну діяльність редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області.;
- сформувати рекламний продукт редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області та презентувати макети рекламного продукту.

Формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області. можливе лише при досягненні цілей та виконанні завдань, зазначених у роботі.

У процесі дослідження використовувались загальнонаукові методи: синтезу, аналізу, описовий метод, методи узагальнення та інтерпретації, методи візуальної подачі.

Інформаційною базою дослідження є аналітичні дані, аналіз конкурентного середовища редакції, візуальна подача сформованого рекламного продукту редакції радіомовлення.

Практична цінність отриманих результатів полягає у формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області. створенні візуальний контенту та популяризації рекламного продукту, розробки макетів рекламних носіїв та візуалізації запропонованого рекламного продукту.

Структура випускної кваліфікаційної роботи складається з 2-х розділів, 13 таблиць, 4 рисунків, висновків, 15 використаних джерел та 8 додатків загальним обсягом 30 сторінок.

РОЗДІЛ 1. Аналітична записка

Редакція радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, засновниками якої є Чорнобаївська селищна рада, зареєстрована 02.11.1998 році.

Вид діяльності (КВЕД): 60.10 - діяльність у сфері радіомовлення.

Редакція радіомовлення є платником податків, стан редакції зображено на рис.1.

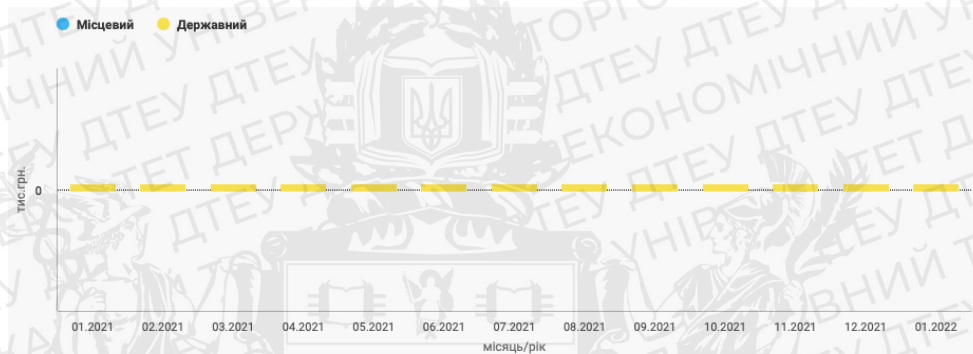


Рис. 1.1. Фінансовий стан редакції радіомовлення станом на 01.05.22 за даними https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/25660527/

На сьогодні редакція радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт Чорнобай Черкаської області, представляє єдиний електронний засіб масової інформації у територіальній громаді. Редакція має ліцензію на використання каналів мовлення до жовтня 2024 року.

Останнім часом спостерігається тенденція скорочення кількості радіоточок. Цьому слугує і низка чинників, основними з яких є зміна технічного забезпечення мовлення оператором ПАТ «Укртелеком». Окрім цього, внаслідок пошкодження радіомережі абоненти втратили можливість слухати радіо, а разом з цим своє законне право на отримання інформації. На сьогодні, редакція звернулась до Національної ради України з питань телебачення та радіомовлення із заявою про прорахунок FM-частоти, отримала покрокову інструкцію для подальшого ліцензування та мовлення в іншому форматі, охопивши широку аудиторію слухачів. Національна рада виступає за впровадження в діапазоні 87,5-108 МГц малопотужних передавачів, що сприятиме підвищенню інформування населення

та його оповіщення. Саме на покращення якості поінформованості населення Чорнобаївської територіальної громади спрямована Програма розвитку редакції радіомовлення на період 2021-2025 роки.

На сьогодні запропоновано програму підтримки редакції радіомовлення, дані наведені у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Програма підтримки та розвитку редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт Чорнобай

Роки	2021	2022	2023	2024	2025
Кількість годин мовлення	8760	8760	8760	8760	8760
Заробітна плата	156550	156550	172000	189000	208000
Нарахування на заробітну плату	34441	34441	37800	41500	45700
Ліцензійний збір, придбання обладнання	15000	10000	10000	10000	10000
Доходи від реклами, оголошень, вітань	80000	90000	100000	110000	120000
Витрати на енергоносії	10000	10000	11000	12000	13000
Всього за рахунок співзасновників	140000	145000	150000	160000	170000
При зміні цін та підвищенні інфляції суми підлягають корегуванню					

У свою чергу, концепція 4P (Product, Price, Promotion, Place) дає можливість характеризувати найважливіші аспекти діяльності редакції. Основні конкуренти редакції радіомовлення наведено у табл. 1.2

Таблиця 1.2

**Основні конкуренти редакція радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт Чорнобай Черкаської області, станом на 01.05.2022 р.
[<https://www.ua-region.com.ua/kved/60.10>]**

Назва підприємства	Розміщення	Логотип
1	2	3

Продовження табл. 1.2

1	2	3
Редакція радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт Чорнобай Черкаської області,	19900, Черкаська обл., Чорнобаївський р-н, смт. Чорнобай, вул. Центральна, 211	
Радіо Лаунж ФМ	04080, м. Київ, вул. Кирилівська, 104а https://loungefm.com.ua/ Спокійна музика у форматі: - Lounge; - Chill-Out; - Downtempo. Формат Радіо Лаунж ФМ заснований на принципі Easy Listening, що має на увазі атмосферний і легкий для сприйняття зміст пісень.	
Наше радіо	01135, м. Київ, вул. Хвойки, 15, к. 15 https://www.nasheradio.ua/ актуальні новини; - сучасні хіти; - розміщення реклами; - різноманітні акції, розіграші; - та інше.	
Рівне вечірне	33028, м. Рівне, вул. Бандери, 16 https://rivnepost.rv.ua/ новини, рекламу та інші інформаційні продукти через різноманітні канали. Новини на різні теми: - місто та область; - Україна; - культура; - спорт; - кримінал; - бізнес; - життя; - здоров'я; - мультимедіа; - наука; - техніка; - та інше.	
Європа Плюс	03150, м. Київ, вул. Предславинська, 35, корпус 21 Формат радіомовлення станції – CHR.	

Продовження табл. 1.2

1	2	3
Русское радіо Україна	01135, м. Київ, вул. Вікентія Хвойки, 15, к. 15 Ефір заповнений популярною російсько- та україномовною музикою, а також відомими передачами, такими як: - "Золотой Граммофон"; - "Будильники"; - #ПораДомойШоу; - Червона Рута; - Червона Рута. Наживо; - Стол заказов; - Открытая студия; - Якісно Українське.	
Львів ФМ	01135, м. Львів, вул. Героїв УПА, 73 корп. 10, оф. 133 Послуги з розміщення реклами на радіостанціях міста Львова, а також з виготовлення рекламних аудіороликів. Рекламна інформація повна: ТОВ "Львів ФМ" надає послуги з розміщення реклами на радіостанціях	-
І Українська медіа студія	01021, м. Київ, вул. Грушевського, 28/2, прим. 43 Діяльність у сфері радіомовлення	-
Азовська хвиля, телерадіокомпанія	71108, Запорізька обл., м. Бердянськ, шосе Мелітопольське, 20	-

Слід зосередити увагу на зменшення показників рекламної активності на початку 2020 року: вплив факторів епідемії коронавірусної хвороби та карантину. А вже з початку 2021 року рекламні бюджети почали зростати. Так, у першому півріччі вони збільшилися на 20% порівняно з аналогічним періодом минулого року, а за три квартали на 43% за даними <https://detector.media/rinok/article/179249/2020-08-03-rynok-radio-v-pershomu-pivrichchi-pershe-padinnya-za-ostanni-roky/>, су 2022 році спостерігається зниження рекламної активності на радіо через вплив факторів воєнного часу.

Загальна картина за даними моніторингу радіостанцій за оціночними рекламними доходами займає «Люкс ФМ» (група «Люкс») зі 129,64 млн грн, друге – «Хіт ФМ» (група «ТАВР медіа») зі 126,79 млн грн, третє – «Русское радио Укра-

ина» («ТАВР медіа») із 67,40 млн грн, на четверту сходинку вийшло радіо «П'ятниця» (радіогрупа УМХ) з 56,70 млн грн, а на п'ятій сходинці утрималося радіо легкої музики Relax («ТАВР медіа») із 56,46 млн грн.

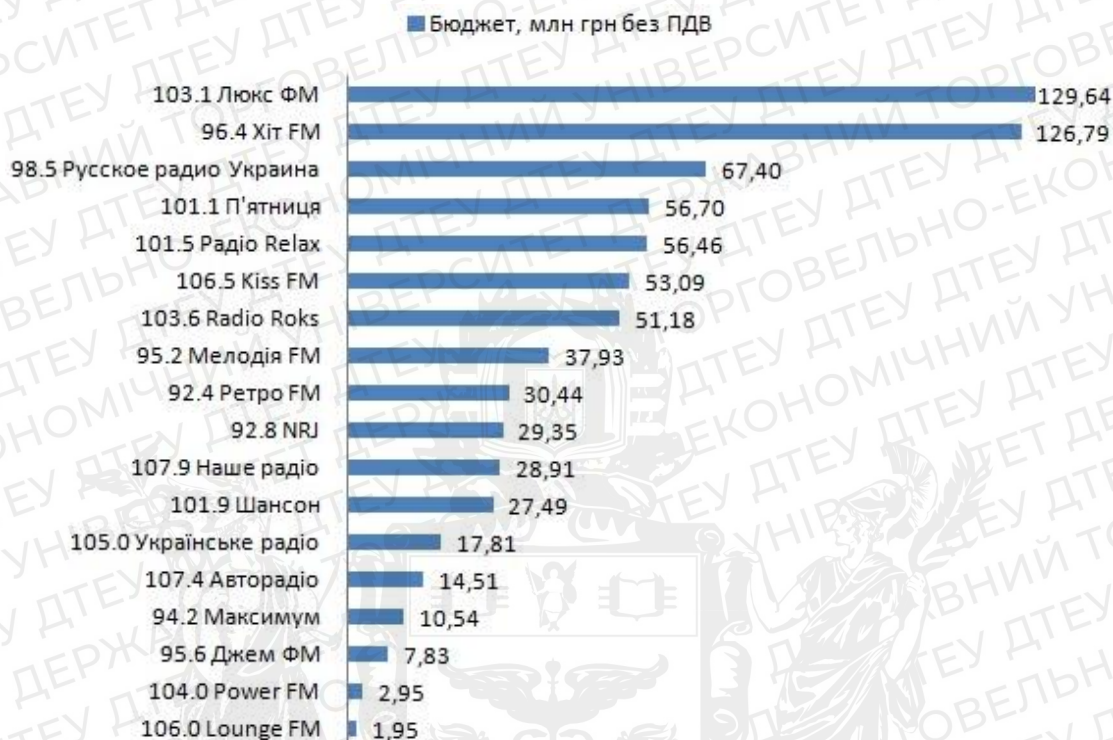


Рис. 1.2. Радіостанції з найбільшими рекламними надходженнями, млн. грн., станом на 15.05.22 року за даними <https://detector.media/rinok/article/179249/2020-08-03-rynok-radio-v-pershomu-pivrichchi-pershe-padinnya-za-ostanni-roky/>

За даними компанії «Комунікаційний Альянс» основними спонсорами радіо на сьогодні залишається алкогольна група компаній «Баядера», друге місце посідає виробник продуктів харчування «Віктор і К», на третьому місці – виноробна компанія «Алеф-віналь», так найбільші спонсори радіопродукту представлено на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Основні спонсори радіопродукту на радіо станом на 15.05.22 року за даними <https://detector.media/rinok/article/179249/2020-08-03-rynok-radio-v-pershomu-pivrichchi-pershe-padinnya-za-ostanni-roky/>

Очевидним стає напрям зусиль на співпрацю зі вказаною сферою, яка зазначена найбільш прибутковою для формування радіопродукту в умовах сьогодення.

Редакція радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області представлена у соціальних мережах Instagram та Facebook, відсутні інші месенджери та офіційний сайт у мережі Інтернет, табл. 1.3.

Таблиця 1.3

**Огляд соціальних мереж редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області
«Чорнобаївська хвиля»**

Назва підприємства	Розміщення	Елементи ФС
	https://www.facebook.com/chornobai.radio	Логотип, фірмові кольори
	/ https://www.instagram.com/chornobai.radio	Логотип, Фірмові кольори

Згідно досліджень TNS [30], можна побачити, що на сьогодні радіо залишається медіа каналом із середнім охопленням, його продовжують слухати в ФМ - діапазоні, простежується середній показник онлайн-слухання.

Згідно дослідження «Radio Research» проводиться зріз аудиторії слухання за вчорашній день Day after recall CATI (DAR CATI) методом комп'ютеризованого телефонного опитування серед населення міст України чисельністю 50 тисяч і більше, у віці 12-65 років, наведено наочно дані можна представити на рис. 1.4.

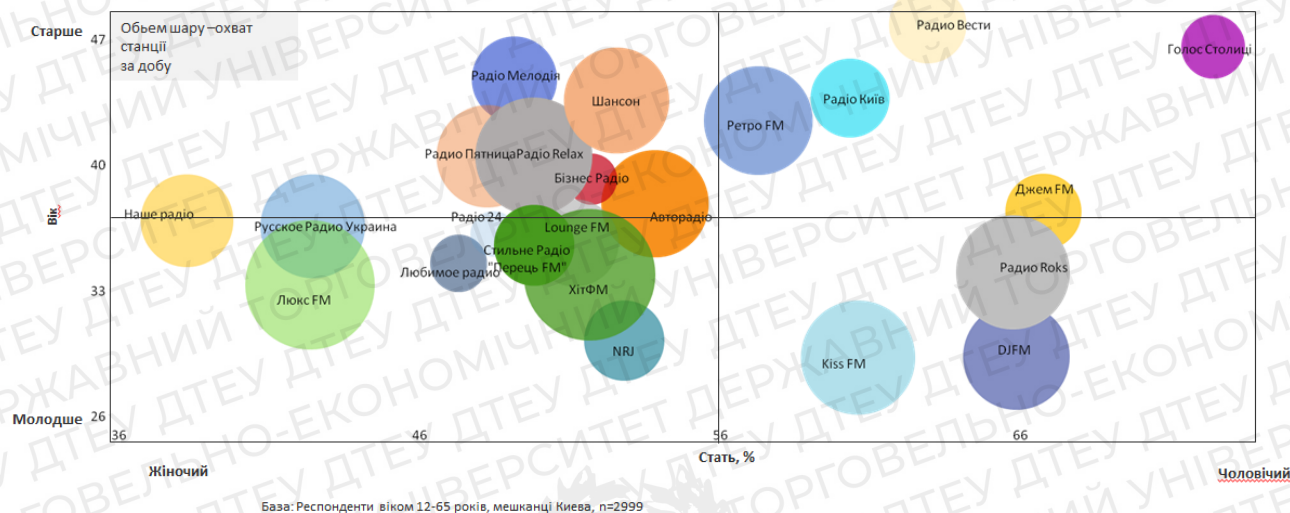


Рис. 1.4. Структура добової аудиторії слухання радіостанцій Черкаської обл. за статтю та віком станом на 05.05.22 року

За даними структури добової аудиторії слухання радіостанцій Черкаської області можна побачити що основна частина конкуруючих радіостанцій припадає на сегмент слухачів від 33 до 45 років, в більшій мірі жіночої аудиторії, в інших сегментах, таких як, чоловіки від 26 до 40., табл.1.4

Таблиця 1.4

**Опис цільової аудиторії редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області
«Чорнобаївська хвиля»**

№	Сегмент	Специфіка ринкової поведінки	Специфіка		Частка, %
			елемент	відмінності	
1	2	3		4	5

1	Доросла аудиторія (Чоловіча аудиторія)	Зацікавленість історією, новинами Черкаської області та регіонів	послуга, ціна, місце	Можуть поступатися якістю перед ціною. Запропоновано цикл історичних програм, огляд подій Черкаської області та регіонів, новини, актуальні інтерв'ю, рубрики "Безсмертні вислови видатних українців" та "Фундамент української нації", а також "Типові стобові новини" Подання інформацію про останні події в Україні і світі, регіоні та місцеві програми.	54
2	Доросла аудиторія (жіноча аудиторія)	Зацікавленість новинами законодавства, соціальні гарантії, захищеність та праві аспекти Новини сьогодення	послуга, просування	Запропоновано на радіо "Чорнобаївська хвиля тематика: про зміни в законодавстві на період військового стану, зокрема в трудовому законодавстві, та про соціальні гарантії для незахищених верств населення, розповіла Інна Копійка - завідувач сектору "Чорнобаївського бюро правової допомоги" Золотоніського місцевого центру з надання безоплатної вторинної правової допомоги.	36
4	Індивідуальні клієнти	Клієнти які оплачують рекламний продукт	ціна, місце	Співвідношення ціна-якість, інтенсивність та гнучкість надання послуг. Та формування рекламного контексту та радіопродукту.	10

Таким чином, за даними табл. 1.3 та аналіз відгуків у соціальних мережах, можна виокремити основні характеристики серед клієнтської аудиторії: співвідношення ціна/якість важлива, важлива професійна подача інформації, подача правдивої та перевіреної, своєчасно оформленої інформації. інформаційне наповнення сторінок соціальних мереж, наявність сайту, сучасність інноваційного

підходу. Застосовано SWOT-аналіз, що дає можливість проаналізувати внутрішні (сильні та слабкі сторони) і зовнішні (можливості та загрози), що впливають на редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля», табл. 1.5.

Таблиця 1.5

SWOT – аналіз редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля»

Сильні сторони - наявність ФМ-ліцензії; - має власне виробництво: стимулює продажі ефірного часу, виготовлена продукція транслюється на власних радіостанціях; - наявність трьох точок україномовного ефіру; - власні новини, інтерв'ю, можливість розміщувати рекламні сюжети; - досвідчені, професійні та цілеспрямовані співробітники з напрацьованим досвідом.	Слабкі сторони - сильне конкурентне середовище на ринку радіомовлення зі сторони: українських медіа виробників радіопродукту; - зменшилась увага "серйозних" рекламодавців; - малочисельність та відсутність є підготовлених кадрів для заміни у разі їх звільнення; - відсутність єдиного стилю та образу подання рекламного продукту.
Можливості - створення стратегічного плану розвитку редакції радіомовлення, з урахуванням стратегічних цілей управлінського обліку, який дозволить більш ефективно координувати дії, - використання успішних досягнень зарубіжних радіостанцій; - пошук партнерів та спонсорів; - орієнтація на більш широку аудиторію; - подання якісного контенту; - активна діяльність у мережі Інтернет та соціальних мережах - онлайн-транслявання.	Загрози - Вплив факторів воєнного часу, пандемії - Посилення конкурентної боротьби; - посилення інноваційної активності основних конкурентів; - обмеження місткості ринку; - специфіка подання інформації, вузьке охоплення аудиторії.

Проаналізувавши фактори, наведені у SWOT-аналізі, можна зробити наступні висновки: редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля», має слабкі сторони, основними із яких є відсутність єдиного образу та подання у соціальних мережах, недостатня активність та обізнаність у рекламній діяльності, що зменшує кількість клієнтів, специфічний контент. Основна загроза є втрата постійних слухачів через пандеміологічну ситуацію та воєнні події у країні. Для усунення негативного впливу факторів бажано перетворити свої слабкі сторони у сильні.

Актуальним стає вибір стратегії направленої на мінімізацію слабких сторін на основі використання зовнішніх можливостей: посилення рекламної діяльності та основних конкурентних позицій; внутрішнього менеджменту посилення рекламних комунікацій, підвищення активної позиції у мережі Інтернет та соціальних мережах, підтримка патріотичного духу та подача якісного та правдивого контенту.



РОЗДІЛ 2. Творче проєктування

Основні цілі формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля» полягають у формуванні чіткого образу редакції; конкурентних переваг та виокремлення ринкової позиції; фокусування уваги та нагадування про себе; пошук партнерів та спонсорів для збільшення обсягу замовлень для розміщення реклами. В основу оновленої концепції покладено креативний підхід та творчу ідею: візуальна концепція - концепція, що описує стиль і характер, включає айдентику і асоціативний ряд, визначення специфіки його візуальної (невербальної) складової, що розкривається саме через назву, слоган і фірмовий стиль, дизайн, «мови» спілкування з споживачем та рекламний контент; вербальна концепція - концепція, яка визначає аргументованість, правдивість та перевіреність поданої інформації, мовну стилістику, характер, тон і забарвлення мови – створення іміджу та асоцій у свідомості потенційних споживачів. На основі матриці Дж. Остроу подано ефективність контактів рекламного оголошення. Очевидно, показник частоти рекламного звернення складає 4 покази одного рекламного звернення на одного цільового клієнта. Цифрові канали дають можливість охопити максимальну цільову аудиторію та досягти зазначених цілей з виокремленням конкурентних позицій.

Цілі та завдання рекламної діяльності редакції подано у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Завдання та результати формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля»

Проблема	Завдання	Результат	Відповідальний за виконання
1	2	3	4

Продовження табл. 2.1

Замало нових запитів на розміщення рекламних оголошень на радіостанції	Звернути увагу на можливість розміщення реклами у якнайбільшій кількості потенційних клієнтів.	1. Підвищення бюджету радіостанції з рекламних надходжень 2. Збільшення бази лояльних рекламодавців	Відділ з управління рекламною
Комерційна привабливість радіостанції нижча ніж у конкурентів	Зробити радіостанцію конкурентоспроможною вдосконалювати рекламну діяльність	Попит зростає, виробництво розширюється	Менеджер з маркетингу та реклами

Формування та запуск рекламного продукту планується на період з 01 червня 2022 року до 1 вересня 2022 року, спостерігається здатність рекламодавців розміщувати рекламні матеріали.

Інтегрований план подано у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Інтегрований план застосування інструментів формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт.

Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля»

станом на 01.01.2022 р.

Носії комунікації
Створення веб сайту, адаптація сайту під мобільні пристрої, адаптація контенту під екран, створення подкастів, онлайн - радіо наповнення актуальним та перевіреним контентом створення блогу та відеотаблойдів, форумів та чатів щодо обговорення, налаштування перепосилань на сайт, оптимізація ілюстрацій
Постійне наповнення актуальним контентом соціальних мереж, запуск реклами та відеороликів у соціальних мережах на сторінках «Instagram», «Facebook», «YouTube», налаштування зворотнього зв'язку
Реклама в соціальній мережі «LinkedIn», ведення та наповнення сторінки Створення подкастів
Постійний внутрішній аудит сторінок сайту та наповненого контенту, у динаміка, презентація інтерв'ю.

Продовження табл. 2.2

Наповнення авторським медіаконтентом в мережі «Twitter»

Розробка та реклама на сторінці «Instagram», Tik-Tok, Банерна реклама в пошуковій системі «Google+», активізація пошукових систем, контроль за контентом, Зовнішній аудит соціальних мереж, моніторинг посилань із зовнішньої реклами, зворотний зв'язок, цифрова реклама, візуал, активності через мобільний додаток «Viber» та месенджер «Telegram», розробка стікерів, мемів	
Мобільний зв'язок Партнерство та виставки, майстер-класи Мережа Інтернет Онлайн журнали	Розробка та розміщення зовнішньої реклами на вулицях міста Києва. Розроблено наступний макет для розміщення зовнішньої реклами (дод. Б).
	партнерство з медійними студіями, голосові повідомлення, QR-код
	Розміщення патріотичного рекламного аудіоролика із запрошенням потенційних рекламодавців до співпраці та партнерствами з брендами
	Внутрішня та зовнішня Е-mail-розсилка, створення медіаанонсів
	дайджест, медіазвіти, статті у спеціалізованих професійних журналах та виданнях
	Розсилка, запрошення підприємствам, контрагентам, потенційним партнерам з прайсами та пропозицією до співпрацю

Запропоновані заходи щодо рекламної активності дозволять охопити цільову аудиторію з поступової реалізації зазначених етапів.

План виходів e-mail розсилки редакції представлено у табл. 2.3:

Таблиця 2.3

План виходів постів редакції

Тип e-mail розсилки	Періодичність	Характеристика	Приклад листа
1	2	3	4
Тригерні	4-6 разів \ місяць	Відправляються автоматично;	Правдива інформацію про останні події в Україні і світі, регіоні та місцеві програми.
Акційні	2-5 рази \ місяць	Відправляються в період спеціальних акцій, пропозиції з оновленим контентом	Актуальні події сьогодні Підключайтесь... єдиний інформаційний простір!
Тематичні	4-5 разів \ місяць	Містять цікавий інформативний контент	Новий цикл інформаційно-історичних програм "Московські міфи і їх заперечення. Невідома Друга світова війна".

Таким чином, використання e-mail-розсилки постів за допомогою сервісу «Unisender» розширює аудиторію та формує довготривалі взаємовідносини. Бюджет реалізації заходів для формування рекламного продукту станом на 15.05.2022 р.

Таблиця 2.4

**Загальний бюджет формування рекламних заходів
лютий – липень 2022 р.**

Захід	Деталізація заходу	Вартість, грн.	Період
1	2	3	4
Створення с та розміщення рекламної інформації на сторінці офіційного сайту	Розробка макету та дизайну, розміщення інформації у соціальних мережах	2500	червень 2022
Розміщення рекламної інформації у соціальних мережах Facebook Instagram	Встановлення системи «Callback» на сайті, зворотний зв'язок у соціальних мережах		
	Сервіс «Unisender»	2000	червень - вересень 2022
Е-mail-розсилка	У контекстно-медійній пошуковій системі «Google»	1200	червень - вересень 2022
Банерна реклама	Розробка банерної реклами	1300	червень - вересень 2022
Формування радіо продукту	Сценарій, запис, обробка	2700	червень - вересень 2022
Розсилка в мобільному додатку Viber, Telegram Link	Участь у тренуваннях, корпоративних заходах офлайн/онлайн	5000	червень - вересень 2022
Участь у заходах та подача інформації у журналах	Інтерв'ю, зустрічі, висвітлення подій	2500	червень - вересень 2022
17200			

Подано макет розробленого сайту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля» у мережі Інтернет, Дод. А. Також було розроблено контент-план для соціальних мереж та подано тематичну сторінку у соціальній мережі Instagram, Дод. Б. Запропоновано макет та параметри розробки реклами у соціальній мережі Facebook, табл. 2.5, Дод. В.,Г., запропоновано макети fly-baner та roll-up banner

Дод.З., фірмовий одяг Дод.І. Макет mural-wall та Software bundle, Дод. К., Л., макети брендваної продукції М,Н,О.

Таблиця 2.5

Реклами в соціальній мережі Facebook редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля» станом на 01.01.2022 р.

Параметри	Значення
Ціль рекламування	Збільшення конверсії
Дія якою вимірюється	Охоплення слухачів
Країна	Україна
Аудиторія	Черкаської області
Вік	33-50
Охват за день	7 000
Покази в день на 1 користувача	4
Графік виходу	з 01.02.22 р. по 01.04.22 р.
Бюджет:	10000 (грн.)

Розроблено макет та запропоновано у контекстно-медійній мережі «Google+» макет банерної реклами, розміром 728x90 на 468x60, прямокутник 300x250, табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Реклами банерів в пошуковій системі Google станом на 15.05.2022 р.

Параметри	Значення
Цільова аудиторія	Визначення
Період показу	Весь день
Країна	Україна
Розмір	Банерна реклами 728x90
Вік та стать	33-250, ч та ж
Детальний таргетинг	Робітники державних та приватних підприємств; середня, неповна, вища освіта;
Показ в день на 1 користувача	4
CTR	1,4
Графік виходу	з 01.06.22 р. по 01.09.22р.
Прогнозний Бюджет	15000 (грн.) https://contecst.com.ua/medijnaya-reklama

Розроблено макет реклами мобільного додатку Viber, Telegram, LinkedIn, де основні характеристики, представлені в табл. 2.7 та макети сторінок подано у Дод.Е. Створення бота з синхронною трансляцією новин у публічних акаунтах,

по типу «карусель», через які взаємодіють з клієнтами через фото та відео контент. Створено QR код для соціальних мереж, Дод. Ж., Виступи та онлайн-інтерв'ю та публікація на онлайн-шпальтах. Розроблено сценарій та обрано тональність для запису (стиль діловий).

У радіорекламі прийнято вважати 16 машинописних знаків за одну секунду. Розроблено текст до 240-250 символів. Така кількість знаків, при середній швидкості читання, займає в ефірі 15 секунд, а це є оптимальною цифрою для нашого звернення.

Сценарій рекламного ролику зображено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Сценарій рекламного аудіоролика для редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля»

Джерело звуку	Текст рекламного послання
Голос ведучого (Андрій Купчин)	Вітаю слухаче! З вами як завжди Андрій Купчин! Запрошую стати частиною спільноти та бути на «Чорнобаївській хвилі». Запрошуємо рекламодавців до співпраці на взаємовигідних умовах. Деталі на сайті Медіа або за телефоном: + (04739) 22369

Отже, оптимальним рішенням буде виготовлення та впровадження короткого інформативного рекламного повідомлення, розміщення кожний будній день по 2 рази на добу у проміжок часу з 10:00 до 11:00 та з 17:00 до 18:00.

Приклад розробленого ролику представлено та подано у Дод.

Медіаплан просування рекламної програми представлено в табл.2.8.

В цілому слід зазначити, що формування рекламного продукту, подальша оцінка та аналіз рекламних інструментів, здійснення постійного моніторингу ринку радіо послуг, оцінки ефективності рекламної діяльності сьогодні набувають особливої актуальності, і дозволяють охопити більш широкую цільову аудиторію.

Таблиця 2.8

**Медіаплан розробленої рекламної кампанії редакції радіомовлення
Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля» на 15.05.22 р.**

Інструмент	Червень			Липень			Серпень		
	1-10	11-21	21-30	1-10	11-20	21-31	1-10	11-20	21-31
Розробка та пост у соц. мережі «Facebook», Instagram									
Банерна реклама «Google»									
Створення чат ботів, подкастів та онлайн радіо для месенджерів									
Розробка радіоролику									
Розсилка в мобільному додатку Viber, Telegram Line, Skype.									
Участь у заходах									
Створення постів та e-mail-розсилка									

Актуальним залишаються продуктивні та ситуативні пости в одному візуальному стилі. Рекомендовано дотримання єдиного стилю публікацій та створення контенту відповідно до візуальних стандартів редакції. З ціллю підвищення рівня залученості аудиторії, варто скорочувати текстову частину постів максимум до 2-3 рядків, посилити мультимедійний контент, відеовізуалізація послуг та активне висвітлення на соціальних сторінках у мережі. Формування радіороликів на основі якісного контенту та музичного супроводу. Загалом, формування рекламного продукту редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля» є потужним інструментом для розвитку редакції, підвищення лояльності серед споживачів та збільшення охоплення аудиторії слухачів.

ВИСНОВКИ

В умовах високої конкуренції, високої активності підприємств на ринку радіо, високих бюджетів, впливу факторів пандемії та воєнного часу формування рекламного продукту, подача контенту стає досить важким та потребує зваженості, перевіреності.

У випускній кваліфікаційній роботі було проаналізовано діяльність редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля», аналіз радіо та рекламної діяльності редакції, представлено оновлену концепцію формування рекламного продукту та розроблено інструкцію щодо розробки рекламних макетів.

В аналітичній записці випускної кваліфікаційної роботи представлено загальну інформацію редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, проаналізовано діяльність та подано основні показники та перспективи розвитку. Подано конкурентні переваги у порівнянні з іншими підприємствами та редакціями радіо ринку, подано SWOT-аналіз редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, визначено сильні сторони, виокремлено слабкі сторони та подано можливість розвитку редакції. Визначено портрет аудиторії у розрізі якої виокремлено напрями формування контенту та подачі його в ефірі..

У розділі творчого проектування проаналізовано існуючі інструменти рекламної діяльності підприємства, зроблено висновки щодо висвітлення правдивого та перевіреного контенту. Посилено позиції інструментів у мережі Інтернет та соціальних мережах. Запропоновано макети банерної реклами, створення офіційного сайту, сторінки у мережі Instagram, розроблено сценарій радіоролика. На оновленому офіційному сайті розміщена вся необхідна інформація про редакцію. Запропоновано контент-план для соціальної мережі Instagram подано характеристики постів (від інформаційного до розважального особливо в умовах онлайн та воєнних подій).

Відповідно до завдань випускної кваліфікаційної роботи було розроблено медіаплан, представлено медіабюджет, бюджет запропонованих інструментів та подано макети.

Загалом, редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області має провідну та суттєву роль у створенні та просуванні перевіреного та якісного продукту на ринку радіо, забезпечення реалізації конституційного права громадян на отримання інформації; забезпечення прозорості діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування; розширення інформаційного простору радіомовлення та поліпшення умов його функціонування; фінансове сприяння у зміцненні матеріальної бази редакції.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон про рекламу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>
2. Барлоу Д., Стюарт П. . Сервіс, орієнтований на бренд. Нове конкурентна перевага / Д. Барлоу, П. Стюарт - М.: Олімп Бізнес, 2007. - 271с.
3. Веркман К. Товарні знаки : створення, психологія, сприйняття / К. Веркман; пер. з англ. – М.: Прогрес, 1990. – 520 с.
4. Добробабенко Н.С. Фірмовий стиль : принципи розробки / Н.С. Добробабенко. – М.: Инфра-М., 1999. – 67 с.
5. Іттен Й. Мистецтво кольору / Й. Іттен.: Издатель Д. Аронов, 2010. – 96 с.
6. D. Fayvishenko / CORPORATE STYLE WITH MEDIA DESIGN TOOLS [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2021/7/?author=6281>
7. Туемлоу Є. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Є. Туемлоу. – М.: Астрель, 2006. – 298 с.
8. UMG [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.umg.ua/>
9. Carter D. E., Stephens S. MW The Big Book of Design Ideas 3 [Текст] : / David E. Carter, Suzanna MW Stephens / Harper Collins Publishers Inc., 2008. - 384 р.
10. Eirey D. Identity Designed : The Definitive Guide to Visual Branding [Текст] : / David A. – Rockport, 2019. – 288 р.
11. Gardner B. Logolounge [Текст] : / Bill Gardner. - К.: Rockport, 2005. - 191 р.
12. Прайс-лист друку [Електронний ресурс]: Друкарня Вольф. - Режим доступу: <https://wolf.ua/uk/offset-calc/>. – Назва з екрана.
13. Рекламний менеджмент: теорія та практика [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf

14. РРМ Чорнобаївська радіостанція [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.nrada.gov.ua/state-register/rrm-chornobayivskogo-r-nu/>
15. UA-REGION [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ua-region.com.ua/te-0/search-full.php/q-Редакція%20радіомовлення%20Чорнобаївської%20селищної%20ради%20та%20смт%20Чорнобай%20Черкаської%20області> - Назва з екрана
16. <https://www.behance.net/>



ДОДАТКИ

Додаток А

Макет розробленої сторінки офіційного сайту
редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай
Черкаської області,
станом на 01.01.2022 р.



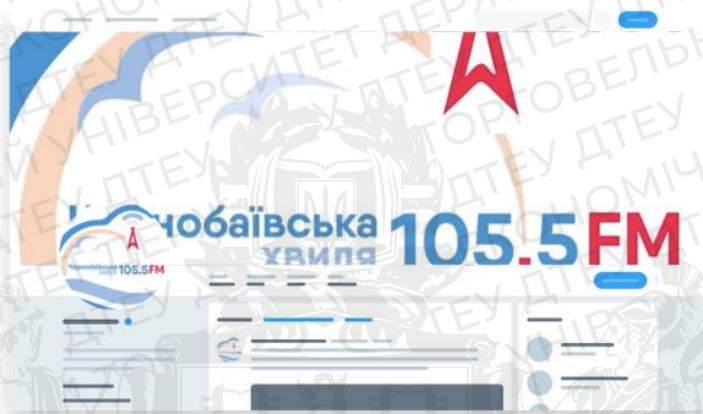
**Макет розробленої сторінки редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області,
«Чорнобаївська хвиля» у соціальній мережі Instagram
станом на 01.01.2022 р.**



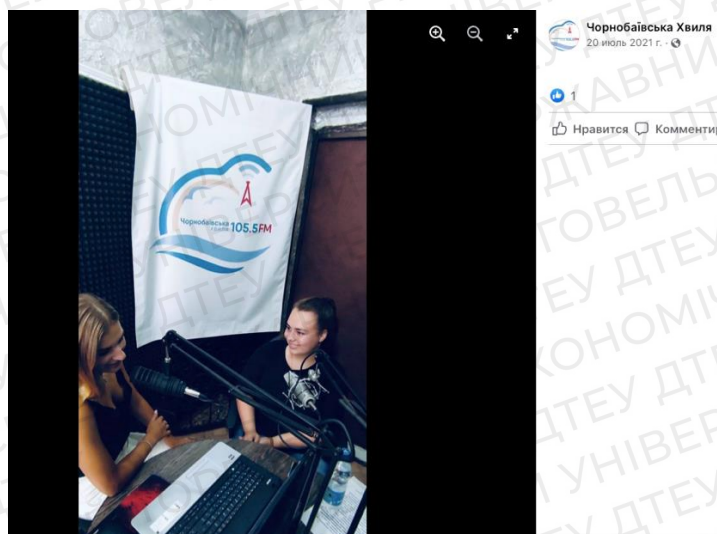
Макет розробленої сторінки у соціальній мережі Facebook <https://www.facebook.com/photo/?fbid=345480093899130&set=ecnf.100053114256773> редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля»
станом на 01.01.2022 р.



Макет розробленої сторінки у соціальній мережі Facebook <https://www.facebook.com/photo/?fbid=345480093899130&set=ecnf.100053114256773>
станом на 01.01.2022 р.



[Посмотрите другие публикации Чорнобаївська Хвиля на Facebook](#)



[Посмотрите другие публикации Чорнобаївська Хвиля на Facebook](#)

**Макет візуального контенту сторінки Landing page у мобільному додатку
редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай
Черкаської області,
«Чорнобаївська хвиля»**



**Контент-план редакції радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та
смт. Чорнобай Черкаської області,
«Чорнобаївська хвиля»
станом на 01.01.2022 р.**

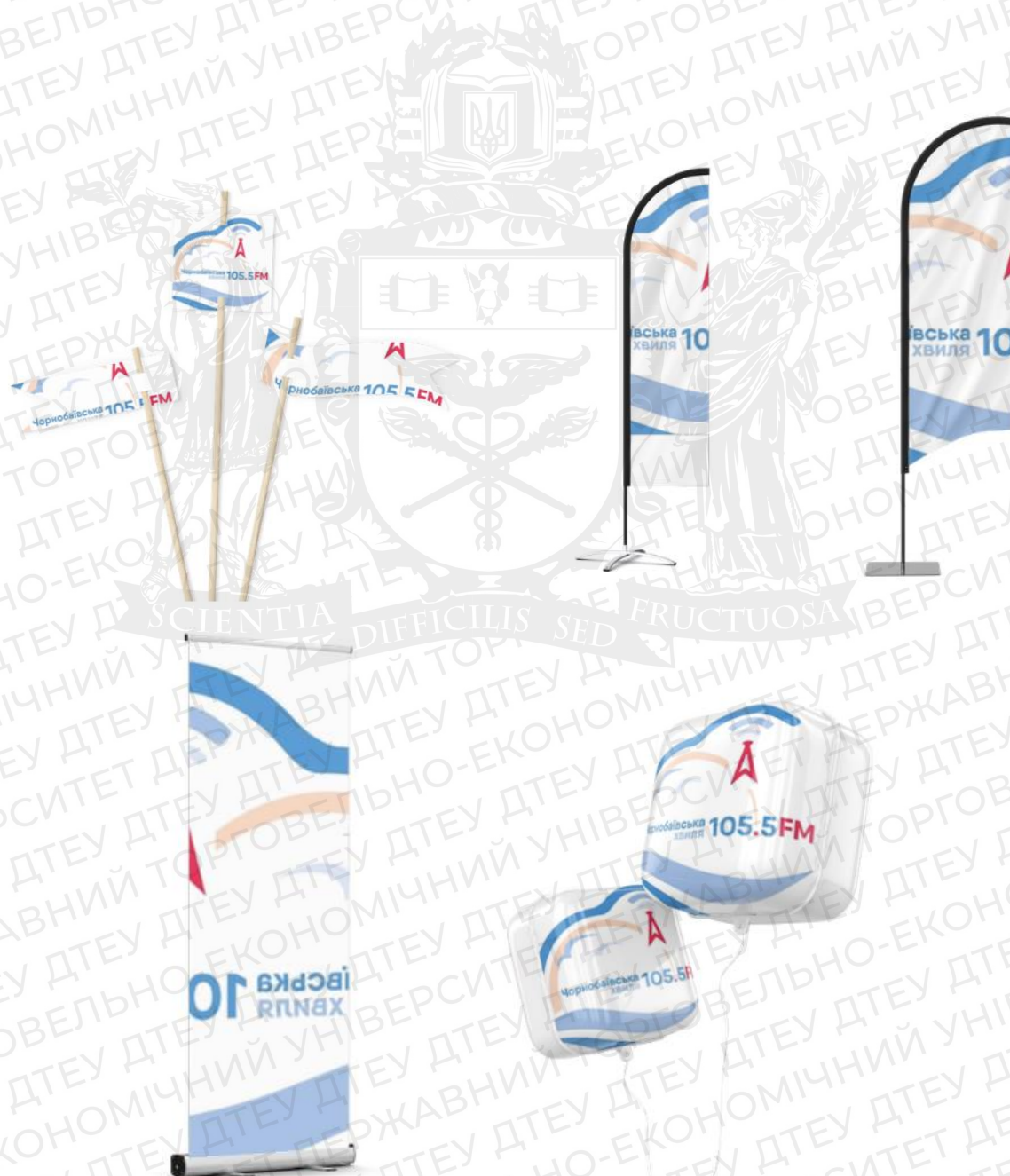
День	Час виходу поста	Тип посту	Опис посту
Понеділок	10.00	Комерційний	Хто ми. Що ми пропонуємо. Де знаходимося
Вівторок	13.00	Інформаційний	Наші новини
Середа	11.00	Інформаційний	Акційні пропозиції та рекламний продукті
Четвер	15.00	Інформаційний	Новини
П'ятниця	17.00	Інформаційний	Законодавча сфера
Субота	12.00	Розважальний	Радіопродукт рекламного характеру
Неділя	12.00	Розважальний	Кумедний радіоконтент

**QR код сторінки соціальних мереж редакції радіомовлення Чорнобаївської
селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області,
«Чорнобаївська хвиля»**

<https://me-qr.com> станом на 01.01.2022 р.



**Макет fly-baner та roll-up banner для редакції Чорнобаївської селищної
ради та смт. Чорнобай Черкаської області,
«Чорнобаївська хвиля» станом на 15.05.2022 року**



Макет фірмового одягу для редакції Чорнобаївської селищної ради та смт.

Чорнобай Черкаської області,

«Чорнобаївська хвиля» станом на 15.05.2022 року



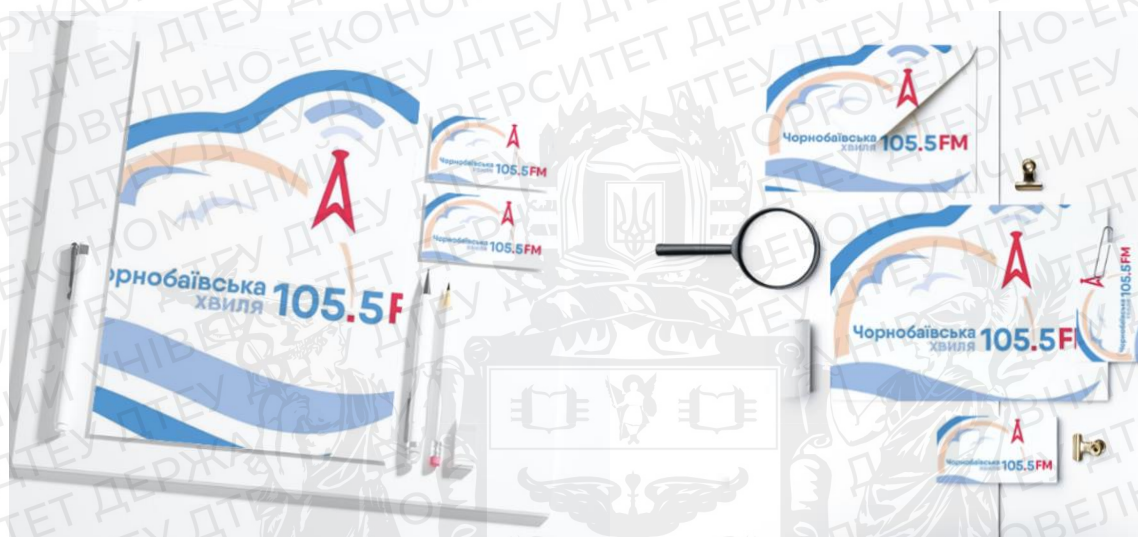
**Макет рекламних буклетів для редакції Чорнобаївської селищної ради та
смт. Чорнобай Черкаської області,
«Чорнобаївська хвиля» станом на 15.05.2022 року**



Макет mural-wall та Software bundle
для редакції Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської області, «Чорнобаївська хвиля» станом на 15.05.2022 року



**Макет брендваної продукції
для редакції Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської
області, «Чорнобаївська хвиля» станом на 15.05.2022 року**



**Макет брендваної рекламної продукції
для редакції Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської
області, «Чорнобаївська хвиля» станом на 15.05.2022 року**



**Макет брендваної продукції
для редакції Чорнобаївської селищної ради та смт. Чорнобай Черкаської
області, «Чорнобаївська хвиля» станом на 15.05.2022 року**



ПРОГРАМА
підтримки та розвитку редакції радіомовлення
Чорнобаївської селищної ради та смт Чорнобай Черкаської області на
2021-2025 роки

1. Загальні положення

Програма розроблена на виконання Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» та Указів Президента України від 9 грудня 2002 р. за №1323 «Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні» та від 1 серпня 2002 р. за №683 «Про додаткові заходи щодо забезпечення відкритості у діяльності органів державної влади», з метою реалізації державної інформаційної політики, спрямованої на утвердження свободи слова, розвитку і поліпшення інформаційної ситуації в територіальній громаді, у відповідності до Законів України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про телебачення і радіомовлення» та ін.

Редакція радіомовлення Чорнобаївської селищної ради та смт Чорнобай Черкаської області (далі Редакція), засновниками якої є Чорнобаївська селищна рада, представляє єдиний електронний засіб масової інформації у територіальній громаді. Редакція має ліцензію на використання каналів мовлення до жовтня 2024 року.

Останнім часом спостерігається тенденція скорочення кількості радіоточок. Цьому слугувала низка факторів, найголовнішим з яких є зміна технічного забезпечення мовлення оператором ПАТ «Укртелеком». Окрім цього, внаслідок пошкодження радіомережі буревієм, половина із двох тисяч наявних на червень 2017 року абонентів втратила можливість слухати радіо, а разом з цим своє законне право на отримання інформації. Враховуючи зазначене, з метою розвитку місцевого мовлення, редакція звернулась до Національної ради України з питань телебачення та радіомовлення із заявою про прорахунок FM-частоти, отримала покрокову інструкцію для подальшого ліцензування та мовлення в іншому форматі, охопивши широку аудиторію слухачів. Національна рада виступає за впровадження в діапазоні 87,5-108 МГц малопотужних передавачів, що сприятиме підвищенню інформування населення та його оповіщення. Саме на покращення якості поінформованості населення Чорнобаївської територіальної громади спрямована Програма розвитку редакції радіомовлення на період 2021-2025 роки.

2. Мета та основні завдання Програми

Метою Програми є реалізація на території громади державної політики в сфері інформації, фінансова підтримка та зміцнення матеріально-технічної бази

редакції радіомовлення, створення, відповідно до розробленої концепції, технічних умов для поліпшення якості радіопередач, зміни формату та розширення мережі мовлення.

Основні завдання:

- забезпечення реалізації конституційного права громадян на отримання інформації;
- забезпечення прозорості діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;
- розширення інформаційного простору радіомовлення та поліпшення умов його функціонування;
- фінансове сприяння у зміцненні матеріальної бази Редакції.

3. Фінансування Програми

Фінансова підтримка Редакції здійснюється у відповідності до Закону «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» на підставі цієї Програми за рахунок коштів селищного та місцевих бюджетів, а також інших джерел, не заборонених чинним законодавством (додаток 1).

4. Очікувані результати Програми

1. Зміцнення матеріально-технічної бази.
2. Збільшення обсягу мовлення.
3. Розширення слухацької аудиторії.
4. Обов'язкове інформування населення про надзвичайні ситуації.
5. Створення робочих місць.