

3. Стратегії подолання викликів.

Щоб підвищити ефективність пітчінгу соціальних проєктів, доцільно застосовувати такі стратегії:

- **Фокус на соціальному впливі.** Демонстрація того, як проєкт реально змінює життя людей.
- **Партнерство з бізнесом.** Залучення корпоративного сектору через програми соціальної відповідальності.
- **Креативний підхід до презентації.** Використання візуальних матеріалів, відео, інтерактивних елементів для підвищення залученості аудиторії.
- **Підготовка альтернативних варіантів фінансування.** Поєднання грантів, краудфандингу, благодійних внесків та держпідтримки.

Таким чином, пітчінг соціальних проєктів відіграє ключову роль у залученні фінансування та підтримки для вирішення актуальних суспільних проблем. Оскільки соціальні ініціативи часто не є комерційно прибутковими, їхня успішна реалізація значною мірою залежить від здатності авторів переконати інвесторів, донорів чи грантодавців у важливості та ефективності своїх ідей.

Успішний пітчінг ґрунтується на чіткому визначенні проблеми, яку проєкт має вирішити, та демонстрації його реального соціального впливу. Інвестори й благодійні фонди звертають увагу не лише на ідею, а й на конкретні механізми її реалізації, перспективи довгострокового впливу та прозорість використання коштів. Важливим фактором є здатність автора проєкту ефективно комунікувати, доступно і переконливо доносити головну ідею, використовуючи чітку аргументацію, емоційні складові та візуальну підтримку презентації.

Попри те, що пітчінг соціальних творчих проєктів має низку викликів, зокрема високу конкуренцію за гранти, складність у вимірюванні соціального ефекту й обмеженість фінансових ресурсів, грамотний підхід до підготовки презентації своєї ідеї дозволяє значно підвищити шанси на успіх. Ретельна адаптація виступу під конкретну аудиторію, використання інноваційних форматів подачі інформації є запорукою ефективного залучення ресурсів для реалізації суспільно важливих проєктів.

Таким чином, творчий пітчінг у сфері соціальних проєктів — це не просто презентація, а потужний комплекс впливових засобів, які можуть значно підвищити шанси на успішну реалізацію проєкту.

Ю. Великий

ВИРОБНИЦТВО ВІДЕОРЕКЛАМИ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ ЗА ДОПОМОГОЮ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Yu. Velykyi

PRODUCTION OF VIDEO ADVERTISEMENTS FOR UKRAINIAN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES

Відеореклама є невід’ємним елементом сучасної стратегії просування закладів вищої освіти України. На сьогодні формат реклами зазнав значних змін завдяки новітнім цифровим технологіям та швидкому розвитку медіаплатформ. Значний вплив на засіб створення й сприйняття відеореклами ЗВО є інноваційні технології, такі як штучний інтелект (ШІ), доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR), великий дані (big data) та інтерактивні елементи.

Нині для персоналізації відеореклами III та машинне навчання стали основними інструментами. Завдяки аналізу великих обсягів даних про поведінку користувачів в інтернеті, III може створювати персоналізовані рекламні ролики, які відповідають інтересам конкретної аудиторії. Це дозволяє значно підвищити ефективність реклами ЗВО та поліпшити логістику при її створенні.

Алгоритми машинного навчання можуть передбачити, який саме продукт або послуга буде найбільш цікавою для певного користувача, і на основі цього створювати персоналізовані рекламні повідомлення. Подібні технології використовуються в таких сервісах, як YouTube, Facebook, TikTok та Instagram, де відеореклама показується на основі попередніх пошукових запитів, переглядів та інтересів користувачів.

Доповнена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR) відкривають нові можливості для інтерактивного досвіду з відеорекламою. AR дозволяє додавати цифрові елементи до реального світу, що створює захоплюючий та інтерактивний досвід для користувачів.

Використання великих даних (big data) і аналітики в рекламі стало важливим інструментом для відстеження ефективності відеореклами ЗВО. Завдяки таким технологіям можна не тільки виміряти кількість переглядів відео, але й оцінити рівень взаємодії з контентом, настроїв споживачів та їхню готовність до вступу у заклад вищої освіти.

Інноваційні методи збору даних дозволяють вимірювати вплив реклами в реальному часі, що надає можливість миттєво коригувати кампанії для досягнення найкращих результатів.

Сучасні відеореклами часто містять інтерактивні елементи, що дозволяють глядачам безпосередньо взаємодіяти з контентом. Інтерактивні відеореклами можуть використовуватися в різних формах, що дозволяє глядачам вибирати елементи, які вони хочуть побачити. Це значно підвищує рівень залученості й ефективності реклами ЗВО.

Попри численні переваги, впровадження інноваційних технологій у відеорекламу також має низку викликів. Одним із найбільших є етичні питання, пов'язані з використанням великих даних для персоналізації реклами. Приватність користувачів і захист їхніх даних стають важливими аспектами, які потрібно враховувати при впровадженні нових технологій.

Крім того, необхідність постійної адаптації до нових технологій вимагає від ЗВО великих інвестицій у дослідження та розробку нових форм реклами. Технології змінюються швидко, і те, що є інноваційним сьогодні, може стати стандартом завтра.

Інноваційні технології кардинально змінюють ландшафт відеореклами, відкриваючи нові можливості для брендів і рекламодавців. III, AR і VR, великі дані та інтерактивні елементи дозволяють створювати більш персоналізовані та захоплюючі рекламні кампанії, які мають великий потенціал для підвищення ефективності реклами. Однак для досягнення успіху в цій сфері важливо враховувати не лише технологічні можливості, а й етичні та правові аспекти використання новітніх інструментів.