ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Кафедра “Аудіовізуального мистецтва”
ОПП “Продюсерство та арткураторство”

АЛФЬОРОВА ОЛЕНА ВОЛОДИМИРІВНА

ПРОДЮСЕРСЬКА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СТУДЕНТСЬКИХ МЕДІА НА ПРИКЛАДІ СТУДЕНТСЬКОГО ПОДКАСТУ “MONDAY MORNING”

Керівник: Блінкова Олександра Євгеніївна
викладачка кафедри АВМ

Харків 2026

KHARKIV STATE ACADEMY OF DESIGN AND ARTS
Department of "Audiovisual Art"
EPP "Producing and art curating"

ALFOROVA OLENA VOLODYMYRIVNA

PRODUCER STRATEGY OF DEVELOPMENT OF STUDENT MEDIA ON THE EXAMPLE OF THE STUDENT PODCAST "MONDAY MORNING"

Supervisor: Blinkova Oleksandra Yevheniivna
lecturer of the AVM department

Kharkiv 2026

АКТУАЛЬНІСТЬ

1. Подкасти стали частиною сучасної цифрової комунікації.

2. Студентські медіа активно переходять у digital-середовище.

3. Для стабільного розвитку медіапроєктам потрібна стратегія.

ACTUALITY

1. Podcasts became part of modern youth communication.

2. Student media actively transition into the digital environment.

3. For stable development media projects need a strategy.

МЕТА

Розробити продюсерську стратегію розвитку подкасту “Monday Morning”, яка дозволить трансформувати його у відеоформат, покращити його структуру, підвищити зацікавленість аудиторії і стабільний розвиток проєкту.

GOAL

Develop a producer strategy for the development of the podcast “Monday Morning”, which will allow to transform it into a video format, improve its structure, increase audience engagement and stable development of the project.

СТАН АУДІОПОДКАСТУ «MONDAY MORNING» ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ

- Вихідний формат — внутрішній аудіоподкаст у Telegram-каналі кафедри Аудіовізуального мистецтва «Helper AVA»
- Первинна місія аудіоподкасту — подолання межі між викладачами і студентами в період навчання онлайн, а також підтримка академічної спільноти у Харкові.
- Наповнення випусків — неформальні інтерв'ю з викладачами, новини факультету, пропозиції активностей для всебічного розвитку студентів.
- Головна проблема — відсутність реакцій та інструментів для відстеження активності й залученості слухачів.

STATE OF THE AUDIO PODCAST "MONDAY MORNING" BEFORE IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY

- The initial format is an internal audio podcast in the Telegram channel of the Department of Audiovisual Art "Helper AVA"
- The primary mission is overcoming the boundary between teachers and students during the period of online learning, as well as supporting the academic community in Kharkiv.
- The content of the episodes is informal interviews with teachers, faculty news, suggestions of activities for the comprehensive development of students.
- The main problem is the lack of reactions and tools for tracking the activity and engagement of listeners.

МЕТОДИ АНАЛІЗУ ПОЧАТКОВОЇ ВЕРСІЇ ПОДКАСТУ

- SWOT- та PEST-аналізи підтвердили наявність доступної технічної бази та регулярного графіка виходу аудіовипусків, також виявили обмежене використання аналітики та залежність від одного Telegram - каналу.

- Первинне опитування аудиторії чітко сформувало технічне завдання: запит на перехід на YouTube, формат відео, хронометраж у 10–20 хвилин та контент про практичний досвід, кар'єру та можливості.

- Головний вектор розвитку — системна digital-стратегія з урахуванням зовнішніх соціальних, економічних та безпекових факторів міста Харкова.

METHODS OF ANALYSIS OF THE INITIAL VERSION OF THE PODCAST

- SWOT and PEST analyses confirmed the presence of an available technical base and a regular schedule of audio episode releases, also revealed the limited use of analytics and critical dependence on a single Telegram channel.

- The primary audience survey clearly formed the technical task: a request for transition to YouTube, video format, timing of 10–20 minutes and content about career and creative industries.

- The main vector of development is a systemic digital strategy taking into account external social, economic and safety factors of the city of Kharkiv.

РЕЗУЛЬТАТИ З ПЕРВИННОГО ОПИТУВАННЯ



Додаток 4. На яких платформах найчастіше дивитесь/слухаєте подкасті?



Додаток 5. Яка на вашу думку найоптимальніша тривалість випуску подкасту?

Детальніше про результати первинного опитування:)

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНЦЕПТУ ТА ПЕРЕХІД У ВІДЕОФОРМАТ

- Повний технічний перехід у формат відеоподкасту та перенесення релізів на платформу YouTube
- Відновлення повноцінної візуальної комунікації та забезпечення ефекту живої присутності глядачів у кадрі.
- Адаптація медіапродукту під актуальні звички аудиторії щодо споживання відео.
- Зміна концепції з неформальних бесід про життя на вирішення конкретних практично-орієнтовних запитів цільової аудиторії.
- Піар стратегія для створення впізнаваності контенту.

TRANSFORMATION OF THE CONCEPT AND TRANSITION INTO A VIDEO FORMAT

- Full technical transition into the video podcast format and moving the releases to the YouTube platform
- Restoration of full-fledged visual communication and ensuring the effect of live presence of viewers in the frame.
- Adaptation of the media product to the current video consumption habits of the audience.
- Change of the concept from informal conversations about life to solving specific practice-oriented requests of the target audience.
- PR strategy for creating content recognition.

ПЛАТФОРМА ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Серія з трьох випусків була опублікована на YouTube - каналі кафедри Аудіовізуального мистецтва.

Промоція подкастів з відео анонсами і відрізками у форматі Reels публікувалась на платформі Instagram на кафедральній сторінці аудіовізуального мистецтва, а також на особистих сторінках збобувача і гостей у форматі співавторства.

PLATFORM OF THE PROJECT IMPLEMENTATION

A series of three episodes was published on the YouTube channel of the Department of Audiovisual Art.

Promotion of podcasts with video announcements and clips in Reels format was published on the Instagram platform on the department page of audiovisual art, as well as on the personal pages of the applicant and guests in the co-authorship format.

АПРОБАЦІЯ СТРАТЕГІЇ



2 ВИПУСК



3 ВИПУСК



4 ВИПУСК

APPROBATION OF THE STRATEGY



EPISODE 2



EPISODE 3



EPISODE 4

ПОСИЛАННЯ НА ВИПУСКИ

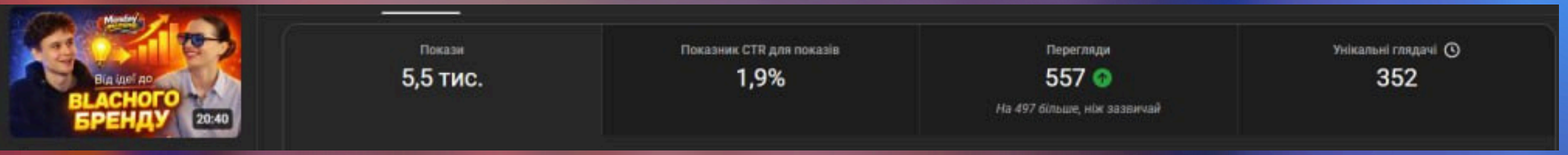
2 ВИПУСК

3 ВИПУСК

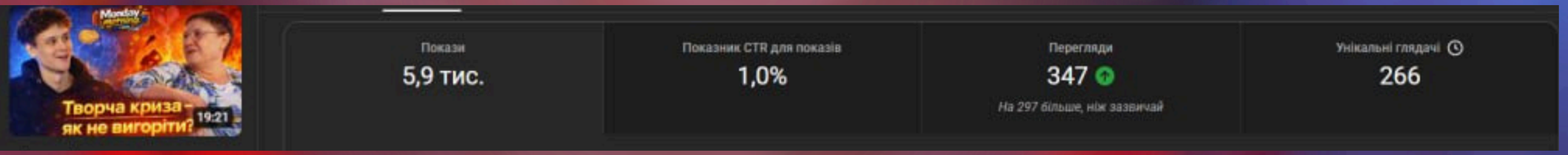
4 ВИПУСК

РЕЗУЛЬТАТ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ

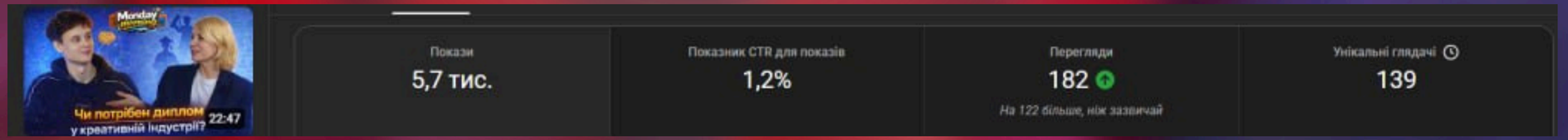
2 випуск



3 випуск



4 випуск



THE RESULT OF THE EFFECTIVENESS OF THE STRATEGY

Episode 2



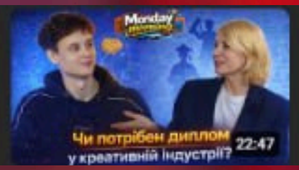
Покази	Показник CTR для показів	Перегляди	Унікальні глядачі
5,5 тис.	1,9%	557 ↑ На 497 більше, ніж зазвичай	352

Episode 3



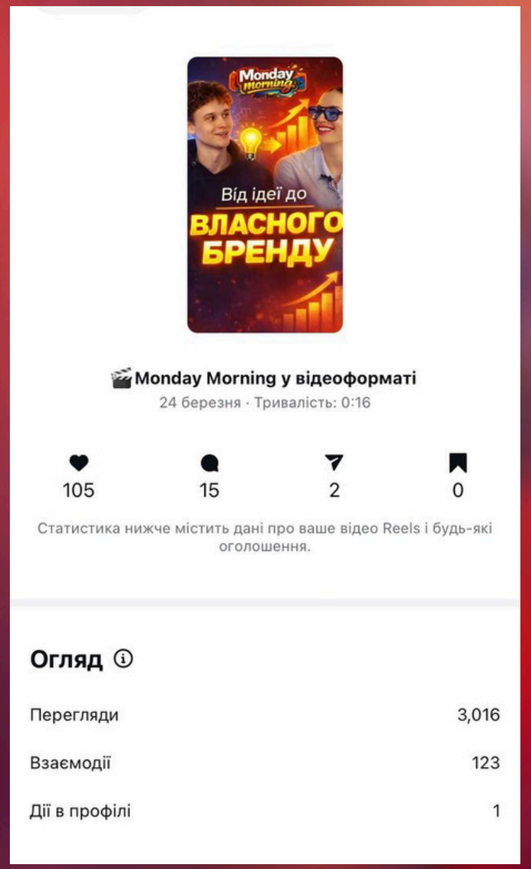
Покази	Показник CTR для показів	Перегляди	Унікальні глядачі
5,9 тис.	1,0%	347 ↑ На 297 більше, ніж зазвичай	266

Episode 4



Покази	Показник CTR для показів	Перегляди	Унікальні глядачі
5,7 тис.	1,2%	182 ↑ На 122 більше, ніж зазвичай	139

РЕЗУЛЬТАТ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІАР СТРАТЕГІЇ



🎬Monday Morning у відеоформаті

24 березня · Тривалість: 0:16

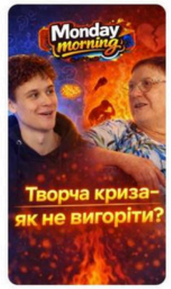
105 15 2 0

Статистика нижче містить дані про ваше відео Reels і будь-які оголошення.

Огляд

Перегляди	3,016
Взаємодії	123
Дії в профілі	1

2 випуск



🎬Monday Morning «Творча криза - як не вигоріти?»

1 квітня · Тривалість: 0:27

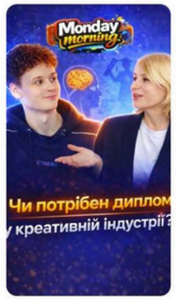
31 2 8 1

Статистика нижче містить дані про ваше відео Reels і будь-які оголошення.

Огляд

Перегляди	2,010
Взаємодії	43
Дії в профілі	0

3 випуск



🌟Новий випуск «Monday morning"

7 квітня · Тривалість: 0:25

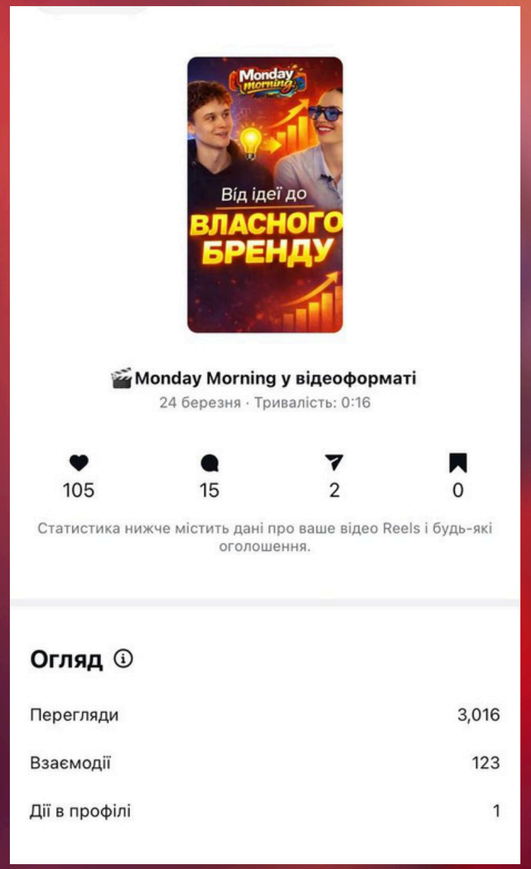
61 5 2 2 2

Огляд

Перегляди	1,178
Час перегляду	1 год 57 хв 58 с
Взаємодії	72
Дії в профілі	1

4 випуск

THE RESULT OF THE EFFECTIVENESS OF THE PR STRATEGY



🎬Monday Morning у відеоформаті

24 березня · Тривалість: 0:16

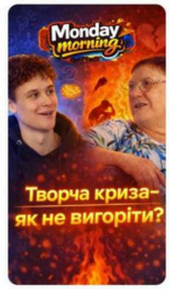
105 15 2 0

Статистика нижче містить дані про ваше відео Reels і будь-які оголошення.

Огляд

Перегляди	3,016
Взаємодії	123
Дії в профілі	1

Episode 2



🎬Monday Morning «Творча криза - як не вигоріти?»

1 квітня · Тривалість: 0:27

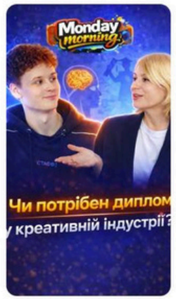
31 2 8 1

Статистика нижче містить дані про ваше відео Reels і будь-які оголошення.

Огляд

Перегляди	2,010
Взаємодії	43
Дії в профілі	0

Episode 3



💥Новий випуск «Monday morning"

7 квітня · Тривалість: 0:25

61 5 2 2 2

Огляд

Перегляди	1,178
Час перегляду	1 год 57 хв 58 с
Взаємодії	72
Дії в профілі	1

Episode 4

НА ЩО СПИРАЛАСЬ ДЛЯ ТОГО ЩОБ ДОСЯГТИ МЕТИ?

- Порівняльний аналіз медіамоделей США, Європи та Канади.
- SWOT-аналіз та PEST-аналіз проєкту.
- Двоетапне опитування цільової аудиторії до і після впровадження стратегії

WHAT LEANED ON IN ORDER TO ACHIEVE THE GOAL?

- Comparative analysis of media models of the USA, Europe, and Canada.
- SWOT analysis and PEST analysis of the project.
- Two-stage survey of the target audience before and after the implementation of the strategy.

ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ

Запропонована стратегія може використовуватись для розвитку студентських і власних медіапроєктів. Практична цінність роботи полягає у створенні та трансформації форматів контенту, комунікації з аудиторією та розвитком проєктів.

PRACTICAL SIGNIFICANCE

The proposed strategy can be used for the development of student and own media projects. The practical value of the work consists in the creation and transformation of content formats, communication with the audience and development of projects.

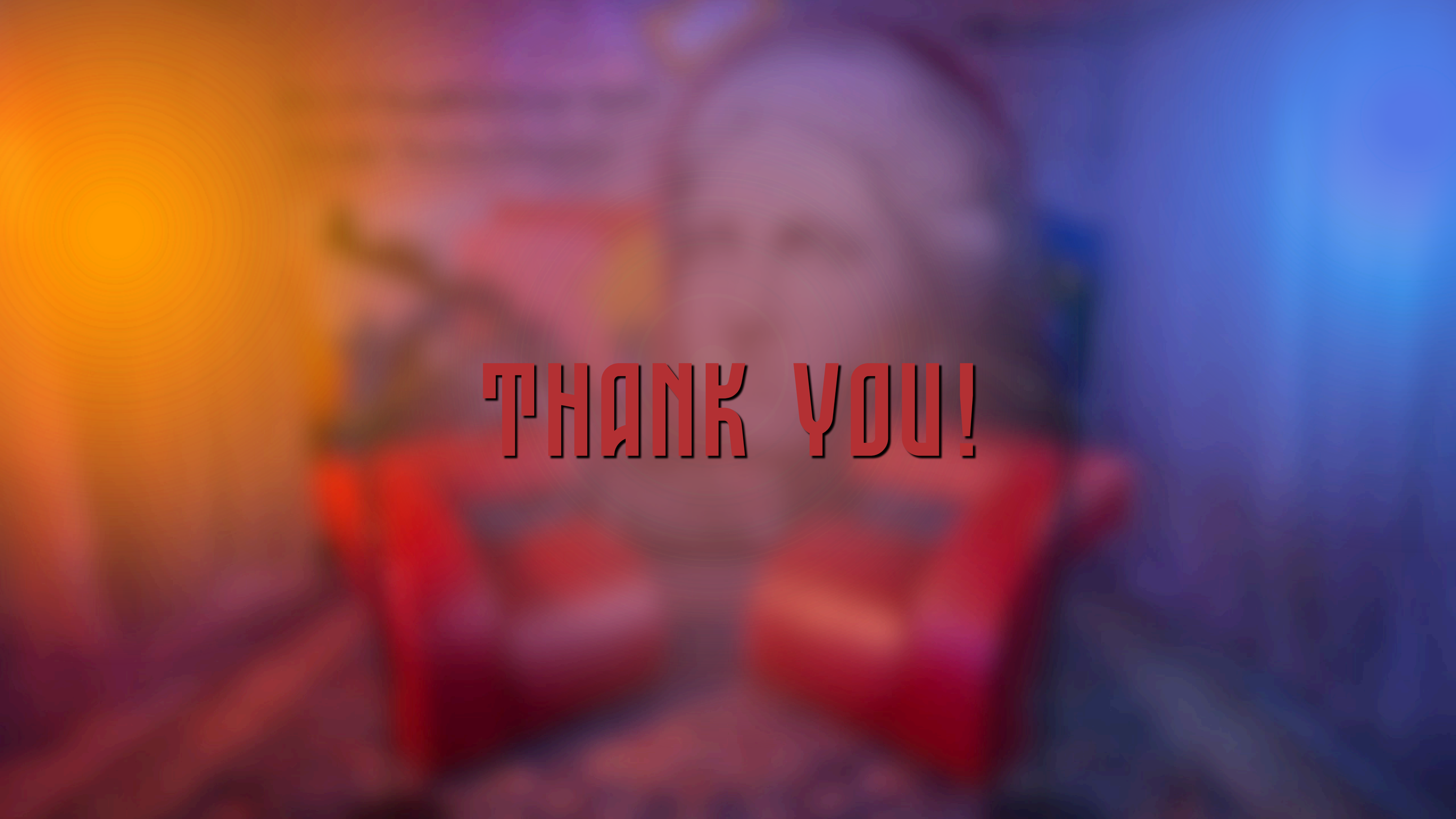
ВИСНОВОК

У результаті роботи було розроблено продюсерську стратегію розвитку подкасту “Monday Morning” та трансформовано проєкт у сучасний відеоформат. Подкаст отримав нові способи просування й можливість ефективніше взаємодіяти з аудиторією через digital-платформи.

CONCLUSION

As a result of the work, a producer strategy for the development of the podcast “Monday Morning” was developed and the project was transformed into a modern video format. The podcast received new methods of promotion and the opportunity to interact more effectively with the audience through digital platforms.

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!


THANK YOU!