ІНДИВІДУАЛЬНЕ ДОСЛІДНИЦЬКЕ ЗАВДАННЯ № 13

ЦИФРОВИЙ ОБРАЗ СПОРТИВНО-МАСОВОГО ЗАХОДУ ЯК ЧИННИК ЙОГО СОЦІАЛЬНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ, РЕПУТАЦІЇ ТА ПОВТОРНОГО ЗАЛУЧЕННЯ УЧАСНИКІВ

Мета

Дослідити роль цифрового образу спортивно-масового заходу у формуванні його соціальної привабливості, репутації та готовності учасників повторно долучатися до подібних заходів; сформувати вміння аналізувати цифрову комунікацію як складову організації спортивно-масової роботи та розробляти обґрунтовані пропозиції щодо її вдосконалення.

Теоретичне завдання

На основі опрацювання наукової літератури та матеріалів лекції:

1. Розкрити сутність поняття «цифровий образ спортивно-масового заходу» та визначити його основні складові.
2. Проаналізувати роль соціальних мереж, візуального контенту, мобільних застосунків та онлайн-платформ у формуванні цифрового образу заходу.
3. Обґрунтувати взаємозв’язок між цифровим образом заходу, його соціальною привабливістю, репутацією та повторним залученням учасників.
4. Визначити, які характеристики цифрового контенту можуть формувати позитивне уявлення потенційного учасника про майбутню подію.
5. Проаналізувати перехід від односторонньої інформаційної комунікації до цифрової взаємодії, у якій учасник стає активним суб’єктом створення контенту та поширення інформації про захід.
6. Сформулювати критерії оцінювання ефективності цифрового образу спортивно-масового заходу.

Практичний кейс

Ситуація.

Територіальна громада планує щорічний спортивно-оздоровчий фестиваль для молоді, дорослих і сімей. Попередній захід зібрав достатню кількість учасників, однак після його завершення організатори не змогли сформувати стійку цифрову спільноту. Інформація про фестиваль поширювалася переважно у формі коротких текстових оголошень. Після завершення події було опубліковано декілька фотографій та результати змагань. Аналіз активності показав низьку кількість повторних реєстрацій на наступні заходи.

Завдання:

Вам необхідно виступити в ролі фахівця з цифрового супроводу спортивно-масової роботи та розробити концепцію цифрового образу наступного фестивалю.

У роботі необхідно:

1. Визначити цільову аудиторію цифрової комунікації та її основні мотиваційні характеристики.
2. Сформулювати позиціонування спортивного фестивалю – яким його має сприймати потенційний учасник.
3. Розробити структуру цифрової комунікації за трьома етапами:
   - до заходу – формування очікування та мотивації;
   - під час заходу – створення ефекту присутності та залучення;
   - після заходу – підтримання контакту та стимулювання повторної участі.
4. Запропонувати 5–7 видів цифрового контенту, які демонструватимуть не лише спортивні результати, а й атмосферу, емоції, соціальну взаємодію та різноманітність форм участі. Такий підхід відповідає людиноцентричній логіці цифрової популяризації, орієнтованій на розширення кола учасників.
5. Розробити механізм залучення учасників до створення та поширення цифрового контенту.
6. Запропонувати не менше 5 показників для оцінювання ефективності цифрової стратегії, зокрема показники охоплення, залучення, конверсії, повторної участі та взаємодії аудиторії.
7. Розробити 3 конкретні заходи для підвищення повторного залучення учасників після завершення фестивалю.
8. Визначити можливі репутаційні ризики цифрової комунікації та запропонувати способи їхнього попередження.

Висновки

У висновках необхідно:

- узагальнити результати теоретичного аналізу;
- визначити роль цифрового образу у формуванні соціальної привабливості спортивно-масового заходу;
- обґрунтувати зв’язок між якістю цифрової комунікації та повторним залученням учасників;
- оцінити запропоновану цифрову стратегію з позицій її практичної реалізованості;
- сформулювати 3–5 конкретних рекомендацій для організаторів спортивно-масових заходів.

Форма виконання

Аналітично-проєктна робота обсягом 8–10 сторінок, що містить:

1. титульний аркуш;
2. вступ із визначенням актуальності та мети;
3. теоретичний аналіз проблеми;
4. результати практичного кейсу;
5. розроблену концепцію цифрового образу заходу;
6. таблицю цифрового контенту та каналів його поширення;
7. систему критеріїв оцінювання ефективності;
8. висновки;
9. список використаних джерел.

Обов’язковий елемент: представити розроблену цифрову стратегію у вигляді схеми або таблиці «До заходу → Під час заходу → Після заходу → Повторне залучення». Це дає змогу продемонструвати не опис цифрових інструментів, а розуміння їхньої ролі як взаємопов’язаної системи. Цифрове середовище у спортивно-масовій роботі саме і розглядається як простір взаємодії, що має залучати, мотивувати, утримувати увагу та формувати спільноту.