

УДК 659:304
ББК 76.006.5:74
Р-36

Авторы:

А. Л. Абаев — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы РГГУ;

Г. Г. Вельская — председатель правления Центра социальных проектов «МИР», старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы РГГУ;

А. Г. Жилиев — доктор медицинских наук, профессор, Первый МГМУ им. И. М. Сеченова;

Н. Б. Сафронова — кандидат технических наук, доцент кафедры организации строительства и управления недвижимостью МГСУ;

Р. И. Погодина — старший преподаватель Департамента интегрированных коммуникаций НИУ «Высшая школа экономики».

Рецензенты:

А. Д. Бородай — доктор исторических наук, профессор, Московский гуманитарный университет (МосГУ);

Д. В. Федюнин — доктор экономических наук, профессор, РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Р-36 **Реклама социальных проектов** : методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилиев и др. ; под общ. ред. Г. Г. Вельской. — 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 94 с.

ISBN 978-5-394-05245-3

В пособии изложены методы и инструменты создания и продвижения социальных проектов. Предложены система организации проектной работы с молодежью при помощи интерактивных методик, способы оценки эффективности социальной рекламы. Описана социальная реклама как средство коммуникации, представлены методики ее создания. Приведены примеры инновационных социальных проектов, успешно реализованных АНО «Центр социальных проектов «Молодежный интеллектуальный ресурс».

Для сотрудников НКО, а также студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

© Коллектив авторов, 2019

© Коллектив авторов, 2020, с изменениями

ISBN 978-5-394-05245-3

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2020,

с изменениями

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ НКО:	
ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ (<i>Г. Г. Вельская, Н. Б. Сафронова</i>)	7
1.1. Роль НКО в создании гражданского общества	7
1.2. Этапы разработки социальных проектов.....	11
1.3. Примеры реализации социальных проектов НКО	16
Глава 2. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ	
(<i>Г. Г. Вельская, А. Г. Жиляев, Р. И. Погодина</i>)	28
2.1. Пять ступеней восприятия рекламных сообщений	28
2.2. Социальная реклама как средство коммуникации	34
2.3. Выявление инсайтов, разработка основных сообщений, создание образных решений	37
2.4. Примеры работы с ЦА	45
Глава 3. МЕТОДИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ НКО (ОПЫТ ЦЕНТРА СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ “МИР”)	
(<i>Г. Г. Вельская, А. Л. Абаев</i>).....	54
3.1. Организация проектной работы с молодежью	54
3.2. Интерактивные методики проектной работы	56
3.3. Примеры креативных инновационных проектов.....	67
3.4. Оценка эффективности социальной рекламы.....	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	88
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	92