

Федеральное Государственное АВТОНОМНОЕ образовательное учреждение Высшего профессионального образования  
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(НИУ «БелГУ»)

СОЦИАЛЬНО-ТЕОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

# Презентация проекта: Создание студенческого рекламного сообщества «Social advertisement» в социальных сетях



SA

*Social advertisement*



Выполнила:  
студентка 2 курса  
группы 87001402  
Ильченко Милена

Белгород 2015

# Актуальность

В настоящее время, в связи с глобализацией сети Интернет, большую популярность получили социальные сети. С введением таких новых функций как распространение музыки, видео, фото и документов, социальные сети окончательно закрепились в пятерке самых посещаемых страниц в сети Интернет. Большинство сообществ в социальных сетях не несут какой-либо смысловой значимости, они созданы с целью развлечения. Мой проект направлен на то, чтобы распространять социально-значимую информацию, рекламу в сообществах социальных сетей, формировать нравственные и духовные устои у молодежи, в том числе у студентов НИУ «БелГУ».



# Целевая аудитория

Проект направлен на широкую аудиторию пользователей социальных сетей «ВКонтакте», «Instagram», «Facebook», «You tube», в приоритете - возрастная категория от 16 лет и выше.



Цель проекта - формирование у молодежи серьезного отношения к проблемам в обществе, создание морально-нравственной базы для пользователей сети, а так же мотивация молодежи на создание благополучного общества.



# Поставленные задачи:

1. Формирование у молодежи нравственных устоев и моральных принципов;
2. Осознание молодежью серьезности общественно важных проблем;
3. Организация творческого досуга молодежи



# Результат

Ожидаемым результатом будет являться:

- более 1000 подписчиков на созданное сообщество;
- Трансляция реклам сообщества на университетском телевидении;
- популяризация социальной рекламы среди молодежи.



# План- график проекта

<b>МЕРОПРИЯТИЕ</b>	<b>ДАТА</b>
<b>1.Подготовка инициативной группы студентов (администратор группы, PR-менеджеры, редакторы)</b>	01.02.2016 – 14.02.2016
<b>2. Разработка стиля и символики сообщества</b>	15.02.2016
<b>3. Написание положения о создании добровольного студенческого рекламного сообщества «Social advertisement»</b>	15.02.2016-19.02.2016
<b>4. Создание сообщества в социальной сети «Вконтакте», аккаунта в социальной сети «Instagram», страницы в «Facebook», канала на «You tube»</b>	20.02.2016- 22.02.2016
<b>5. Публикация первых работ</b>	22.02.2016-9.03.2016
<b>6. Публикация положения о сообществе «Social advertisement» в социальных сетях, на сайте университета и факультета</b>	10.03.2016
<b>7. Рекламирование и раскрутка сообщества в социальных сетях</b>	10.03.2016

# Обоснование жизнеспособности проекта

Риски проекта:

1. Недостаточная популярность;

2. Нестабильная работа  
инициативной группы;

3. Незаинтересованность  
пользователей



# Обоснование жизнеспособности проекта

Если проект будет успешно реализован, то пользователи социальных сетей смогут получать общественно-значимую информацию. Благодаря социальным опросам, проводимым в этой группе, удастся выявить новые проблемы в молодежной среде. Это позволит определить основные направления социальной работы для устранения проблем среди молодежи. Выявив слабые стороны, можно установить способы для повышения уровня нравственности молодого поколения.



Спасибо за внимание!

