

ВЫСШАЯ ШКОЛА УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра креативно-инновационного управления и права

Шаваева Фатимат Кубадиевна

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ
PR-КОММУНИКАЦИЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК
НАПРАВЛЕНИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ СОЦИАЛЬНО
ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
НА ПРИМЕРЕ БФ «АНГЕЛ»**

Выпускная квалификационная работа

Направление подготовки
39.03.02.«Социальная работа»
Профиль: общий

Научный руководитель:
канд. ист. наук, доцент кафедры
креативно-инновационного управления и права
Чекменев Д.С.

РЕФЕРАТ

Сведения об организации-заказчике: Благотворительный фонд «Ангел».

Актуальность темы исследования. PR - Public Relations - или связи с общественностью - сфера деятельности, которая в настоящее время становится неотъемлемой частью в работе некоммерческих организаций (НКО). Public relations - это спланированные и осуществляемые в течение длительного времени действия, направленные на установление и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организациями и общественностью».

Существует множество определений PR, но все они сходятся в главном: это деятельность, направленная на формирование общественного мнения в пользу организации, что в случае с НКО необходимо для получения поддержки их программ со стороны местного сообщества, привлечения добровольцев, получения новых источников финансирования. Другими словами, приобретение известности - первый шаг к стабильной работе и

открытию реальных возможностей для решения проблем, как самой организации, так и ее клиентов.

Теоретическая и практическая значимость работы. Результаты данного исследования позволяют расширить теоретические представления PR-коммуникации в сети Интернет как способа продвижения информации в социально ориентированных некоммерческих организациях.

Положения, выводы, а также методические рекомендации данного исследования могут быть использованы некоммерческими организациями и педагогами для повышения эффективности своей работы, а также в процессе осуществления PR-коммуникации, преподавания курсов по социологии, рекламе и связей с общественностью.

Результаты исследования. По итогам анализа корпоративных веб-сайтов отечественных и зарубежных социально ориентированных некоммерческих организаций, были выявлены параметры, позволяющие организации посредством сайта отразить специфику своей деятельности, достижения, привлечь меценатов и волонтеров. Выведенные критерии успешности и эффективности веб-сайта СО НКО: внешний вид; структура сайта и навигация; наполнение или контент; доступность.

Результаты анализа зарубежных и отечественных организаций подтверждают тезис о том, что эффективное продвижение социально ориентированной некоммерческой организации в современных условиях невозможно без комплексного подхода. На основе данного тезиса нами были разработаны уроки по SMM для социально ориентированных некоммерческих организаций на примере Благотворительного фонда «Ангел». Курс включает в себя 8 уроков по темам: контент; виды постов; текст в SMM; изображения и оформление; конкурсные активности; особенности контента в Вконтакте и Инстаграме; рубрикатор и контентная сетка; план действий по информационному сопровождению мероприятий.

Рекомендации:

В качестве мер по улучшению нами разработаны два продукта: макет нового сайта Благотворительного фонда «Ангел» и курс «SMM для НКО».

Макет сайта изготовлен исходя из технических, функциональных и внешних характеристик, присущих для сайта социально ориентированной некоммерческой организации и готов к техническому воплощению.

Курс «SMM для НКО» содержит в себе все нюансы информационной работы социально ориентированных некоммерческих организаций на площадке социальной сети Вконтакте и рассматривает как теорию, так и практику работы. Также в курсе присутствуют чек-листы и таблицы по организации публикаций рубрик, контента на неделю и план информационной работы для больших мероприятий.

В результате будет создан необходимый источник по теории и практике PR-коммукации в сети Интернет для Благотворительного фонда «Ангел».