

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/72230>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Реклама и PR

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.Анализ PR деятельности благотворительных организаций	3
2.Благотворительный фонд К. Хабенского	9
3.Нормативно-правовые основы социальной рекламы	10
4.Стратегия социальной рекламы для Благотворительного фонда К.Хабенского	11
5. Проект PR обращения	11
Список литературы	13

1.АНАЛИЗ PR ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Благотворительный фонд помощи нуждающимся детям Санкт-Петербурга "Солнце" – это общественная организация, которая окружает теплом, заботой, вниманием и поддержкой тех детей, которые оказались в беде:

- новорожденных больных малышей, чьи мамы одиноки или не могут справиться с болезнью и реабилитацией ребенка,
- малышей-сирот, которых воспитывают бабушки,
- детей, которые находятся на длительном лечении в больнице,
- детей и подростков, чьи семьи оказались в трудной жизненной ситуации,
- детей-сирот, которые растут в государственных детских учреждениях,
- детей, которые подверглись насилию,
- детей, которые стали "социальными сиротами".

Девиз Фонда: «Мы меняем жизнь этих детей и даем им надежду на лучшее будущее! Мы хотим, чтобы вы присоединились к нам и помогли этим детям вместе с нами!»

Данная организация является продолжателем лучших мировых традиций помощи попавшим в беду детей. В этом – ее главная особенность и общественная ценность.

3

В начале девяностых, когда Россия переживала период социальных и экономических трудностей, многие дети оставались без должного надзора родителей, часть из них просто оказались на улице, вынужденные самостоятельно бороться за выживание. Именно в этот период в 1992 году Шведский благотворительный Фонд памяти Сюзанны Вестерберг начал свою работу по поддержке уличных детей и подростков в Санкт-Петербурге.

В настоящее время в состав правления Шведского фонда входит семь человек, которые работают на добровольных началах. Правление организует мероприятия по сбору средств для финансирования проектов в России. Спонсорами выступают представители шведского бизнеса, частные лица и организации. Каждый год Фонд предоставляет отчет шведским властям, а несколько раз в год представители Фонда посещают социальные проекты в России. Партнер Фонда в Санкт-Петербурге - СПб РОО "Центр "Инновации" .

Благотворительный Фонд «Солнце» был организован в 2007 году по инициативе Шведского фонда и Правительства Санкт-Петербурга. Его основателями стали: граф Стефан Толстой, господин Олег Жеребцов, Биргитта Вестерберг.

2.БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД К. ХАБЕНСКОГО

Благотворительный Фонд Константина Хабенского с апреля 2008 года делает всё возможное, чтобы дети с онкологическими и другими тяжёлыми заболеваниями головного мозга вовремя получали всю необходимую медицинскую помощь и скорее возвращались к полноценной жизни. Фонд оплачивает диагностику и лечение детей, проводит информационную работу с родителями, с помощью курсов и тренингов повышает квалификацию врачей, помогает оснащать профильные отделения российских медицинских учреждений, а также организует реабилитационные программы.

Опухоли головного мозга составляют примерно 96% всех опухолей центральной нервной

системы у детей, и занимают второе место после лейкозов по частоте онкологических заболеваний у детей. Каждый год около 1200 детей в России сталкиваются с диагнозом опухоль головного мозга. Болезнь редко удается победить в первый год, поэтому количество нуждающихся в помощи с каждым годом растет.

3.НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

К нормативно-правовым основам осуществления деятельности благотворительных фондов относятся:

1. Гражданский кодекс РФ
2. Федеральный закон № от 09.01.96 г. «О защите прав потребителей»
3. Федеральный закон № 38-ФЗ от 13.04.06 г. «О рекламе»
4. Федеральный закон «О некоммерческих организациях»

4

4.СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ ДЛЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ФОНДА К.ХАБЕНСКОГО

Стратегия привлечения внимания всех матерей к проблемам больных детей.

Точки контакта: рестораны, в которых возможен отдых с детьми.

Миссия: Мы хотим объединить мам, которые понимают как важно, чтобы малыш был здоров и как страшно остаться в беде одной.

5. ПРОЕКТ PR ОБРАЩЕНИЯ

Принять участие в проекте может каждая мама и каждый ребенок вне зависимости от возраста!

Слоган: «МОЯ МАМА ПОМОГАЕТ ДЕТЯМ»

Каждую неделю одна из знаменитых мам готовила блюдо, по своему семейному рецепту. Затем это блюдо можно было купить в лавке ресторана наряду с постоянно представленными там продуктами. Специальные джемы, шоколад, печенье и другие вкусности, приготовленные мамами-участницами, можно было приобрести в течение всего лета.

Все собранные средства, вырученные от продажи творений звездных мам будут направлены на реализацию проекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовые акты

5. Российская Федерация. Федеральный закон № от 25.05.95 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». СПб.: Питер, 2010.
6. Российская Федерация. Федеральный закон № от 09.01.96 г. «О защите прав потребителей» М.: Экзамен, 2013.
7. Российская Федерация. Федеральный закон № 38-ФЗ от 13.04.06 г. «О рекламе». М.: Гардарики, 2010.

Книги, монографии, статьи

8. Джилл Кикал, Томас Лайонс Социальное предпринимательство : миссия – сделать мир лучше – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 304 с.
9. Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой. М., 2009
10. Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 207 с.
11. Танеева И.Н. Общественный PR. / Саратов. Издательство «Научная книга». 2009.

5

12. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов.-М. :ИНФРА-М, 2013 .-329 с
13. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций. – М. :ИНФРА-М, 2012. – 329 с.

Электронные ресурсы

14. Официальный сайт Благотворительного фонда «Солнце» // <http://sunfond.ru/>
15. Официальный сайт благотворительного фонда К.Хабенского // <https://bfkh.ru/fund/>
16. Проблема освещения в российских СМИ тем благотворительности и социальной ответственности // <http://www.public.ru/social2>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://studservis.ru/otchet->

