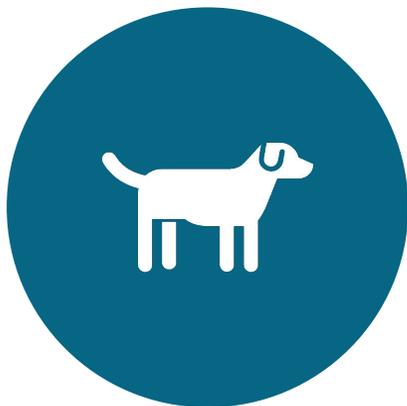


ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
«КУЗНЕЦКИЙ ТЕХНИКУМ СЕРВИСА И ДИЗАЙНА» ИМ. ВОЛКОВА В.А.



Целью данной работы является-разработка социальной рекламы приюта для бездомных животных «Шанс н жизнь».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:



- Определение социальной рекламы, её преимуществ и недостатков, а также отличительных черт по сравнению с коммерческой и политической рекламой;



- Анализ взаимоотношений государства и некоммерческих организаций по вопросам создания и размещения социальной рекламы



- Разработка рекомендаций, направленных на повышение эффективности социальной рекламы как инструмента вовлечения граждан в процесс решения социальных проблем.

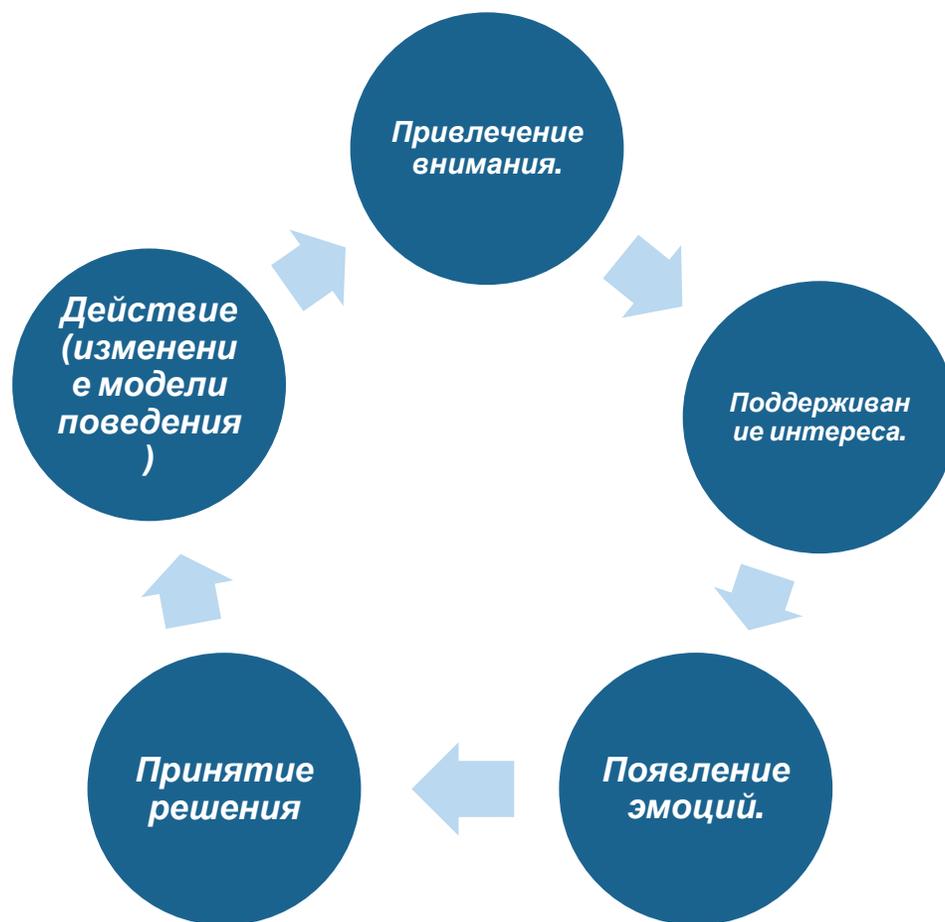
Способом решения задач являются сравнительный метод, методы анализа и синтеза полученной информации, системного подхода и обобщения, метод SWOT-анализа, метод анкетирования.
SWOT-анализ



Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none">1. Постоянное совершенствование.2. Стабильная помощь волонтеров.3. Поддержка администрации города Ноокунца.4. Оказание помощи от спонсоров.	<ol style="list-style-type: none">1. Постоянное пополнение бездомных животных.2. Нехватка корма.3. Малая посещаемость.4. Нехватка финансовых средств.5. Место нахождение, далеко от города.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none">1. Расширение бюджета.2. Увеличение площади.3. Расширение состава волонтеров.	<ol style="list-style-type: none">1. Отсутствие волонтерской помощи.2. Полное равнодушие со стороны населения.3. Отсутствие помощи со стороны администрации.

Привлечение внимания - это первый этап в механизме воздействия рекламы на зрителя. Внимание запускает процесс восприятия рекламной информации, а также направляет сознание на рекламируемый объект.

Механизм воздействия социальной рекламы:



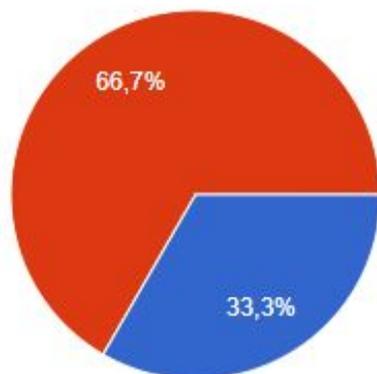
Приют для бездомных животных «Шанс на жизнь» находится в с. Сосновка Новокузнецкого района. Первый частный приют для бездомных животных в городе Новокузнецке, рассчитан на содержание порядка 100 собак и 30 кошек.



Анкета для опроса респондентов

1. Нужна ли по вашему мнению социальная реклама?

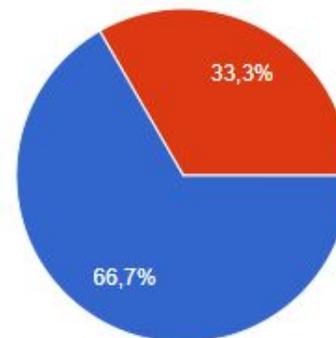
3 ответа



● 1. Да
● 2. Нет
● 3. Не знаю

2. Обращаете ли вы внимание на социальную рекламу?

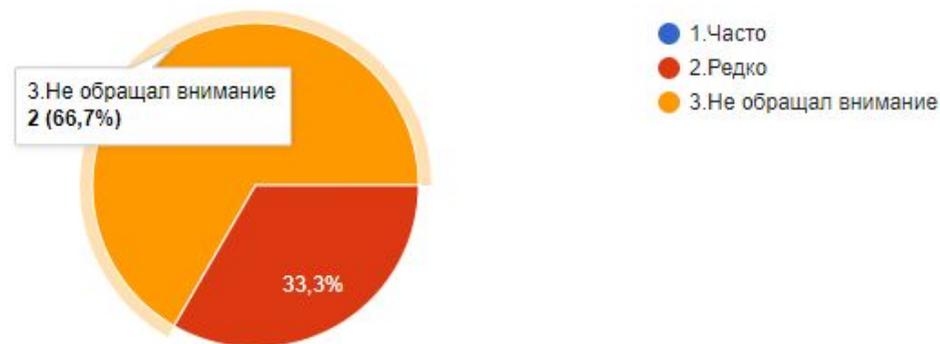
3 ответа



● 1. Да
● 2. Нет
● 3. Иногда

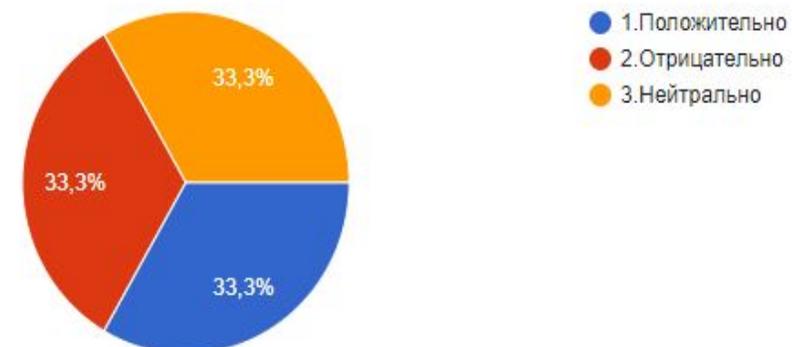
3. Часто ли вы встречаете социальную рекламу в повседневной жизни?

3 ответа



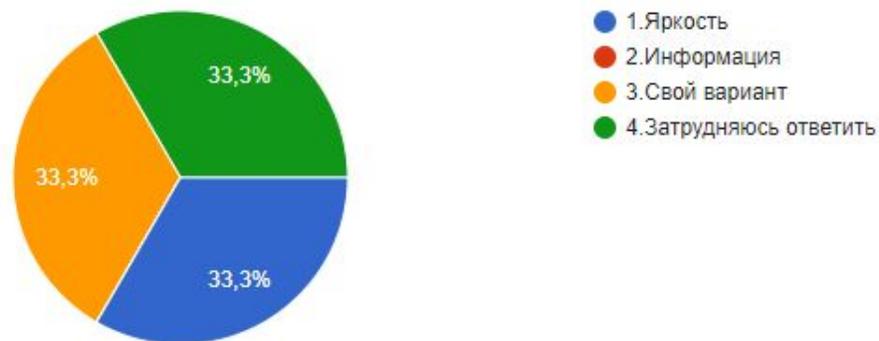
4. Как вы относитесь к социальной рекламе?

3 ответа



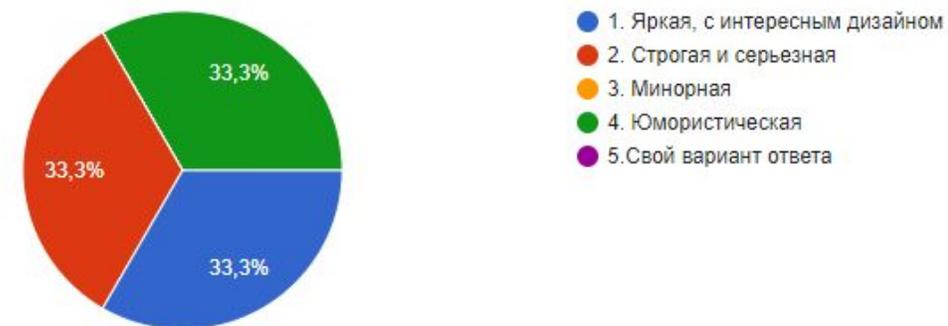
5. Какой из критериев больше всего Вас привлекает в социальной рекламе?

3 ответа



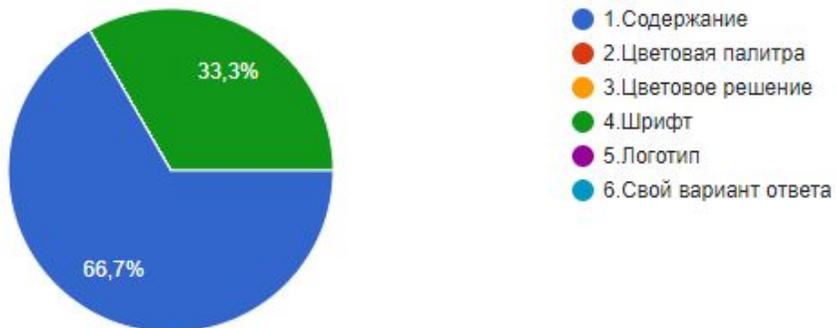
6. Какой по вашему мнению должна быть социальная реклама приюта для бездомных животных «Шанс на жизнь»?

3 ответа



7. Что бы вы изменили в социальной рекламе «Шанс на жизнь»?

3 ответа

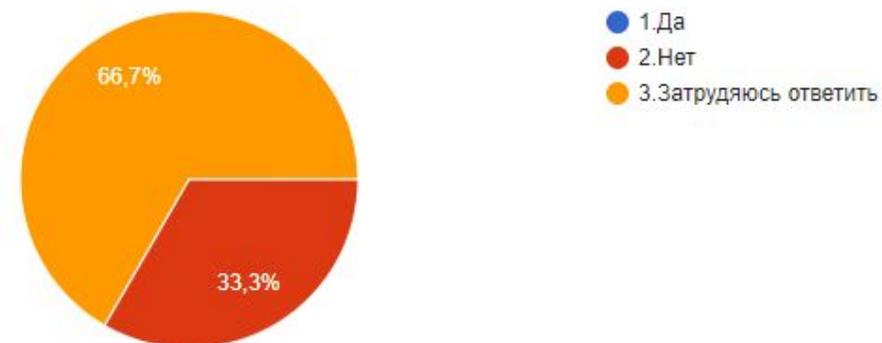


По результатам исследования можно говорить о том, что большинство респондентов не знают о социальной рекламе. Многие люди считают, что социальная реклама мотивирует их к улучшению своей жизни. Большинство людей считает, что социальная реклама в Новокузнецке недостаточно развита.

Эффективность социальной рекламы выражается в изучении знакомства целевой аудитории с информацией о социальной проблеме в обществе, а также о том, что именно об этой проблеме известно, какой образ формируется и каково отношение к данной теме.

8. Устраивает ли вас социальная реклама приюта «Шанс на жизнь»?

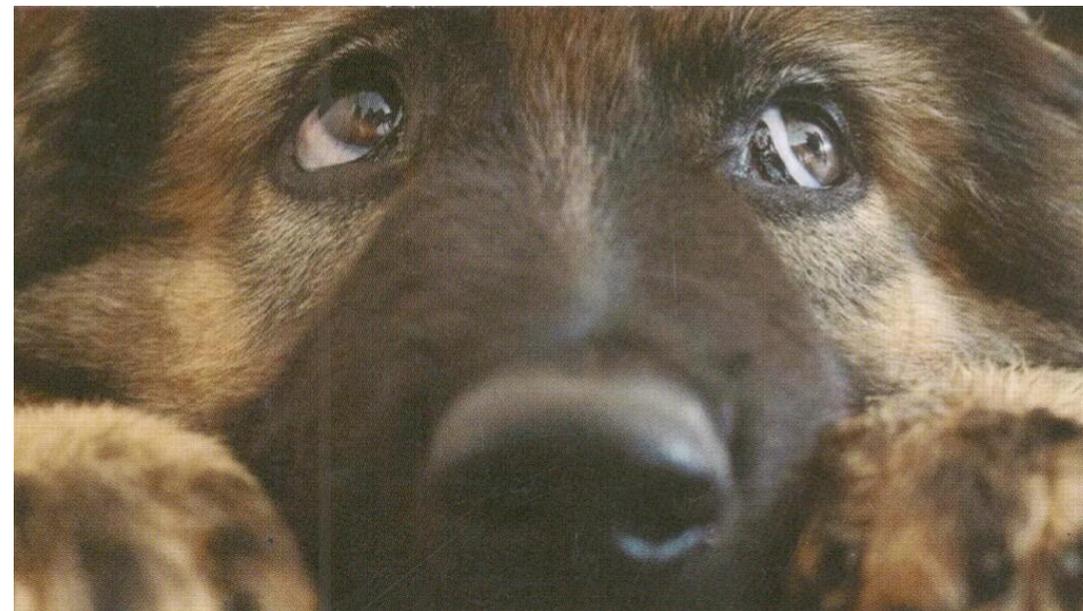
3 ответа



В связи с предыдущим неудачным дизайном визитки предприятия «Шанс на жизнь» было принято общее решение создания новой, актуальной визитки и листовки для предприятия. Визитки выполнены в двух вариантах: первый вариант идет с использованием фотографии и второй вариант с использованием компьютерной графики.

Вот что из этого вышло:

Визитка до разработки:



Была разработана двухсторонняя визитка. С одной стороны визитки были размещены данные приюта «Шанс на жизнь», с другой стороны была размещена индивидуальная реклама животных которые ищут дом.

Визитка №1 после разработки:

Шанс на жизнь
приют для животных

Люсе 3 года, ласковая,
разговорчивая.
Стерилизована,
вакцинирована.
Не пакостит.
Лоток на 5+,
без наполнителя.

89234844741



ЛЮСЯ

Шанс на жизнь

приют для животных

Не вина животного,
что его выкинули,
это вина людей.

СОСНОВКА - Новокузнецкий район 89832510666



Каждая визитка получается индивидуальная т.к с обратной стороны размещены разные представители приюта «Шанс на жизнь», а из этого можно сделать вывод что реклама индивидуальна и неповторима.

Визитка №2 после разработки:

Приют для бездомных
животных

ШАНС на ЖИЗНЬ

Сосновка,
Новокузнецкий р-н



Около 200
брошенных
судеб ждут
своих хозяев

Кирюша



Собака под именем «Кирюша» он является глухим представителем данного приюта.

Добрый, ласковый лабрадор ищет своего друга, помощи Кирюше, стань его другом.

*Звонить по номеру
+7(983)251-06-66*

Листовка довольно проста, а значит, легко запоминается. Она привлекательна и побуждает в человеке чувства обиды за животного, чего мы и добивались.

Листовка после разработки:



Шанс на жизнь

приют для животных

Кличка _____

Новая семья _____

Сосновка - Новокузнецкий район

89832510666

Таким образом, разработанные визитки и листовка социальной рекламы помогут донести до целевой аудитории важность социальной проблемы о защите животных. Данная социальная реклама разрабатывалась для раздачи на мероприятиях, посвященные животным (выставки, ярмарки, фестивали и прочее).

Таким образом, следуя из проделанной работы можно сказать, что поставленные цели и задачи выполнены. Были рассмотрены теоретические вопросы о социальной рекламе, выяснили, какие бывают проблемы и возможности социальной рекламы в России, а также рассмотрели психологические методы воздействия в социальной рекламе. В практической части провели опрос в городе Новокузнецке и анализировали его, создали собственную листовку и визитку для приюта «Шанс на жизнь». Таким образом наша цель была достигнута.



***БЛАГОДАРЮ
ЗА
ВНИМАНИЕ!***

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
«КУЗНЕЦКИЙ ТЕХНИКУМ СЕРВИСА И ДИЗАЙНА» ИМ. ВОЛКОВА В.А.

