

УДК 334.012.46:339.138  
ББК 65.292.5-32я73  
Ш37

Рецензент:

*В. А. Евстафьев*, д-р. филол. наук, профессор кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью  
(Российский государственный гуманитарный университет)

**Шевченко, Д. А.**

Ш37 Коммуникационная политика в некоммерческой сфере : учебник для магистров / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 204 с.

ISBN 978-5-4499-3049-1

В учебнике представлена оригинальная трактовка коммуникационной политики некоммерческих организаций. Особое внимание автор уделяет процессу разработки, реализации социальных проектов и программ некоммерческими организациями. Рассматриваются направления проведения маркетинговых исследований, использования инструментов комплекса медиариелейшнз, процесса разработки и размещения социальной рекламы, поддержки и развития волонтерского движения. Рассматриваются вопросы финансовых источников НКО. Особый акцент сделан в адрес образовательных учреждений. Особое место в учебнике отводится работе некоммерческих организаций в цифровой среде. Представлены современные тренды развития цифровых коммуникаций, оригинальные методики, кейсы.

Для магистров по направлению 42.00.00, студентов, бакалавров, изучающих специфику коммуникационной политики НКО в современных условиях пандемии, преподавателей вузов, широкого круга читателей, интересующихся вопросами цифрового продвижения товаров и услуг некоммерческими организациями на конкурентный рынок.

УДК 334.012.46:339.138  
ББК 65.292.5-32я73

ISBN 978-5-4499-3049-1

© Шевченко Д. А., текст, 2022

© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2022

# Оглавление

Глава 1. Основы коммуникационной стратегии организаций некоммерческой сферы.....	3
1.1. Планирование и реализация коммуникационной стратегии для некоммерческой организации.....	3
1.2. Планирование и реализация коммуникационной стратегии НКО .....	5
1.3. Разработка коммуникационной политики на основе цифрового маркетинга-микс.....	18
1.4. Разработка маркетинговой онлайн-кампании НКО .....	26
1.5. Проблемы НКО в новых условиях.....	30
Контрольные вопросы .....	33
Практические задания .....	34
Глава 2. Основные источники финансирования НКО.....	35
2.1. Система финансирования НКО .....	35
2.2. Особенности финансирования НКО: политические партии.....	36
2.3. Особенности финансирования НКО: образовательные организации.....	37
2.3.1. Фандрайзинг образовательной организации .....	38
2.3.2. Корпоративная благотворительность образовательной организации .....	39
2.3.4. Спонсорство образовательной организации.....	40
2.3.5. Меценатство образовательной организации .....	42
2.3.6. Филантропия образовательной организации .....	45
2.3.7. Принципы благотворительности.....	47
Контрольные вопросы .....	48
Практические задания .....	48
Глава 3. Социальные проекты НКО .....	49
3.1. Что такое социальный проект? .....	49
3.2. Аудитория проекта НКО .....	51
3.3. Планирование проекта. Бизнес-план НКО.....	52
3.3.1. Базовый формат бизнес-плана .....	53
3.3.2. Стоимость проекта.....	54

Контрольные вопросы .....	58
Практические задания .....	58
Глава 4. Маркетинговые исследования НКО .....	59
4.1. Кабинетные исследования .....	60
4.2. Количественные, полевые (первичные) исследования .....	62
4.3. Качественное исследование .....	63
4.4. Инструменты и методы сбора информации в маркетинговых исследованиях.....	64
4.4.1. Личное интервью.....	64
4.4.2. Анкета.....	65
4.4.3. Метод фокус-групп: методика и организация .....	66
Контрольные вопросы .....	66
Практические задания .....	67
Глава 5. Коммуникационная политика НКО .....	68
5.1. Планирование и реализация коммуникационных кампаний НКО.....	68
5.2. Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций профессора Д. А. Шевченко .....	71
5.2.1. ATL .....	75
5.2.2. BTL .....	75
5.2.3. PR — связи с общественностью .....	76
5.2.4. Личная (персональная) продажа.....	76
5.2.5. Прямой маркетинг .....	76
5.2.6. Digital- и Интернет-коммуникации .....	77
5.2.7. Продвижение в социальных сетях.....	98
5.2.8. Цифровой PR.....	101
5.2.9. Партизанская реклама (guerrilla campaign).....	102
5.2.10. Реклама в приложениях .....	104
5.2.11. СМС-рассылка.....	106
Контрольные вопросы .....	107
Практические задания .....	108
Глава 6. Комплекс медиарилейшнз НКО .....	109
6.1. Что такое медиарилейшнз НКО? .....	109
6.2. Связи с общественностью НКО.....	111

6.3. Кризисный и антикризисный PR .....	117
6.4. Инструменты работа со СМИ, прессой .....	121
6.5. Технологии PR-деятельности .....	124
6.6. Эффективность PR НКО.....	129
Контрольные вопросы .....	133
Практические задания .....	134
Глава 7. Волонтерство в НКО .....	135
7.1. Принципы волонтерского движения.....	135
7.2. Волонтерская деятельность образовательных организаций .....	139
Контрольные вопросы .....	146
Практические задания .....	146
Глава 8. Цифровая среда НКО .....	147
8.1. Цифровые тренды НКО.....	147
8.2. Сайт НКО .....	151
8.3. SMM НКО .....	157
8.4. Контент-маркетинг НКО .....	160
8.5. Инструменты онлайн продвижения НКО.....	162
Контрольные вопросы .....	167
Практические задания .....	169
Глава 9. Социальная реклама НКО .....	170
9.1. Социальная реклама НКО .....	170
9.2. Практика продвижения социальных проектов .....	175
9.3. Работа с сайтом — главный показатель имиджа НКО.....	183
Контрольные вопросы .....	193
Практические задания .....	194
Список литературы и источников .....	195
Об авторе.....	197