

Самофалова А.А.

студентка

Безуглая Н.С., к.э.н.

Преподаватель кафедры «социально-культурной деятельности»

Краснодарский государственный институт культуры

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ МОЛОДЕЖНОГО СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТА В ОНЛАЙН СРЕДЕ

Аннотация: В нашей статье мы поднимаем вопрос интернет-продвижения молодежного социально-культурного проекта и особенности его реализации в онлайн среде. Данный вопрос привлекает внимание специалистов в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью. В последние годы появляется множество литературы, статей и научных работ, посвящённых теме маркетинга и различным инструментом продвижения социально-культурных проектов в онлайн среде.

Ключевые слова: проект, проектная деятельность, социально-культурный проект, продвижение проекта, онлайн, офлайн.

Samofalova A.A.

student,

Bezuglaya N.S., Ph.D.

in Economics, Lecturer of the Department of "Socio-cultural activity"

Krasnodar State Institute of Culture

FEATURES OF THE IMPLEMENTATION AND PROMOTION OF A YOUTH SOCIO-CULTURAL PROJECT IN AN ONLINE ENVIRONMENT

Abstract: In our article we raise the issue of Internet promotion of a youth socio-cultural project and the specifics of its implementation in an online environment.

This issue attracts the attention of specialists in the field of marketing, advertising and public relations. In recent years, there has been a lot of literature, articles and scientific papers devoted to the topic of marketing and various tools for promoting socio-cultural projects in the online environment.

Keywords: project, project activity, socio-cultural project, project promotion, online, offline.

В эпоху цифровизации мы все чаще сталкиваемся с актуальностью проектов в онлайн среде. Внедрение цифровых технологий в разные сферы жизни становится обычным явлением.

Для начала стоит отметить что именно мы понимаем под онлайн средой. Существует несколько общепринятых терминов, «онлайн» и «офлайн», которые употребляются в компьютерных технологиях и телекоммуникациях и означают подключённость и отключённость от сети интернет. Тогда под онлайн средой стоит понимать всю работу в виртуальном пространстве. На сегодняшний день наиболее актуальным является вопрос продвижения в онлайн среде, успешность любого проекта зависит от того как его руководство использует методы продвижения в интернете и общается с внешним миром. В виртуальном пространстве существует такой термин как «СММ».

«СММ» — это один из каналов маркетинга, а именно маркетинг в социальных сетях. Иными словами, это- продвижение посредством социальных сетей, форумов, блогов, которое позволяет наладить живой диалог с пользователями.

В Положении об организации проектной деятельности в Правительстве РФ нормативно закреплены следующие термины:

- «проект» – комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение уникальных результатов в условиях временных и ресурсных ограничений;

- «проектная деятельность» – деятельность, связанная с инициированием, подготовкой, реализацией и завершением проектов (программ).

Проектирование – это процесс создания окончательного описания проекта, достаточного для его реализации в заданных условиях.

В общем виде процесс проектирования включает в себя проведение предварительного проектного исследования, формирование документа, технического задания.

«Социокультурное проектирование» - это специфическая технология, представляющая собой конструктивную, творческую деятельность, сущность которой заключается в анализе проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и задач, характеризующих желаемое состояние объекта (или сферы проектной деятельности), разработке путей и средств достижения поставленных целей.

Продвижение социального проекта в различных социальных сетях помогает успешной реализации проекта, увеличивает его узнаваемость и количество участников. Особенно важно при этом подходить к выбору специалистов в команду проекта. Важно понимать, что от их уровня знаний на данную тему, будет зависеть качество и успешность социально-культурного проекта.

К особенностям реализации молодежного социально-культурного проекта в онлайн среде можно отнести: создание аккаунтов в молодежных социальных сетях, составление контент плана, создание большого объема уникального контента, своевременная и регулярная публикация постов.

К особенностям продвижения молодежного проекта в онлайн пространстве можно отнести: верное определение портрета целевой аудитории проекта, анализ вовлеченности аудитории в социальных сетях (лайки, репосты, комментарии, переходы по ссылкам), настройка интернет рекламы, участие в рекламных кампаниях лидеров мнений, которые авторитетно повлияют на предпочтения целевой аудитории, реклама в

популярных группах, посвященных тематике, которая интересна вашей целевой аудитории.

На основании этих действий у пользователей формируется положительное мнение о проекте. Налаживается быстрая обратная связь, отклик пользователей. Такие методы работы способны сформировать положительный образ проекта, что приведет к успешной его реализации.

Мы раскрыли вопрос особенности интернет-продвижения молодежного социально-культурного проекта и его реализации в онлайн среде. На основе данных можно сделать вывод, что продвижение данного рода проектов напрямую зависит от успешного определения целевой группы проекта, выбора команды проекта и ее эффективной работы в социальных сетях, в разработке и регулярности исполнения контент плана и настройки интернет рекламы. Обозначили ряд необходимых терминов, для осведомленности по данной теме, среди них: проект, проектная деятельность, СММ, онлайн и офлайн среда.

Использованные источники:

1. Брюхова Жанна Владимировна Оценка качества социального проекта // Проблемы Науки. 2017. №23 (105).
2. Васильковская М.И. Социально-культурное проектирование как форма культурно-досуговой деятельности молодежи // Учёные записки (АГАКИ). 2017. №2 (12).
3. Овчинникова А. П. Онлайн продвижение социального проекта в социальных сетях // Актуальные исследования. 2020. №16 (19). С. 49-53.
4. Семин Дмитрий Анатольевич Особенности интернет-продвижения социального проекта // Медиасреда. 2019. №2.
5. Качалов, С. О. Изучение эффективности воздействия социальной рекламы на молодежь [Текст] / С. О. Качалов // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В. Г. Шухова / БГТУ им. В.Г. Шухова. - Белгород, 2017. -С. 689-695.
6. Ежова Елена Николаевна Студенческий фестиваль социальной рекламы как ресурс медиаобразования Российской молодежи // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. №4 (34).
7. Жарков Анатолий Дмитриевич, Жаркова Любовь Сергеевна Подготовка профессиональных и научных кадров на кафедре культурно-досуговой деятельности // Вестник МГУКИ. 2015. №5 (67).
8. Леньков Роман Викторович Социальное проектирование как предмет социолого-управленческого дискурса // Научный результат. Социология и управление. 2018. №4.
9. Россошанская О.В., Журавлева Н.В. «Проект» и «проектирование» как базовые категории компетентностного подхода в социокультурной деятельности // Управление проектами и развитие производства. 2009. №3 (31).