

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие

Введение

Тема 1. Понятие социальной рекламы

Тема 2. История возникновения и развития

Тема 3. Социальная реклама в России: основные участники, технологии производства и размещения

Тема 4. Социальная реклама и социальный PR

Тема 5. Современная законодательная база

Тема 6. Роль в органах государственной власти

Тема 7. Взаимодействие с политическими технологиями

Тема 8. Социальная реклама и бизнес

Тема 9. Место в деятельности некоммерческих и общественных организаций (третьего сектора)

Тема 10. Психологические аспекты воздействия

Тема 11. Эффективность кампаний

Заключение

КЕЙСЫ

Кейс 1. Комплексный социальный проект «Остановим наркоманию вместе»

Кейс 2. Рекламный совет США как пример эффективно функционирующей саморегулируемой организации в области социальной рекламы

Кейс 3. Социальная реклама и пропаганда

Кейс 4. Социальный PR: кампания «За чистый воздух в Атланте»

Кейс 5. Место социальной рекламы в органах государственной власти США

Кейс 6. Место социальной рекламы в органах государственной власти России (на примере социальной рекламы МЧС)

Кейс 7. Взаимодействие социальной рекламы и политических технологий (на примере политической кампании 2002 г. в Республике Карелия)

Кейс 8. Социальная реклама и бизнес (на примере кампаний против курения среди несовершеннолетних в России)

Кейс 9. Социальная реклама и третий сектор (на примере кампании против СПИДа «Эта мелочь защитит нас обоих»)

Кейс 10. Оценка эффективности социальной рекламы (на примере результатов кампании «ВИЧ. Узнай больше!»)

Кейс 11. Разработка эффективной социальной рекламы (на примере антинаркотической рекламы)

Кейс 12. Социальная реклама в странах Востока (Японии, Китае, ОАЭ, Индии и др.)

Контрольные тесты

Библиографический список