

УДК 316.42:659(075)  
ББК 60.55:85.15я7  
С59

*Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Казанского национального исследовательского технологического университета*

*Рецензенты:*  
д-р экон. наук, проф. М. Н. Максимова  
д-р пед. наук, проф. И. И. Галимзянова

**Соколова М. М.**

**С59** Технологии формирования имиджа, PR и реклама в социальной сфере : учебное пособие / М. М. Соколова; Минобрнауки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. – Казань : Изд-во КНИТУ, 2022. – 88 с.

ISBN 978-5-7882-3291-1

Рассмотрены основные технологии создания внешнего и внутреннего имиджа, рекламная деятельность и основные проблемы PR для организаций, работающих в социальной сфере.

Предназначено для студентов второго курса магистратуры направления 39.04.02 «Социальная работа», обучающихся по программе «Экономика, право, организация и управление в социальной сфере».

Подготовлено на кафедре социальной работы, педагогики и психологии.

**УДК 316.42:659(075)**  
**ББК 60.55:85.15я7**

ISBN 978-5-7882-3291-1

© Соколова М. М., 2022  
© Казанский национальный исследовательский  
технологический университет, 2022

# СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	5
1. Социальная сфера как сфера услуг и ее специфика.....	6
1.1. Специфика услуг .....	7
1.2. Основные концепции маркетинга услуг .....	8
<i>Практические задания</i> .....	14
2. Имидж организации: понятие, виды и факторы, его составляющие.....	20
2.1. Понятие имиджа .....	20
2.2. Элементы имиджа: внутренний и внешний.....	23
<i>Практические задания</i> .....	29
3. ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА .....	31
3.1. Цели и задачи формирования имиджа .....	32
3.2. Функции корпоративного имиджа в современных условиях .....	34
3.3. Формирование позитивного внутреннего имиджа организации .....	36
3.4. Процесс создания внешнего имиджа .....	38
<i>Практические задания</i> .....	42
4. Фирменный стиль.....	43
4.1. Понятие фирменного стиля.....	43
4.2. Элементы фирменного стиля.....	44
<i>Практические задания</i> .....	49
5. PR: понятие, инструменты, технологии.....	50
5.1 Понятие PR .....	50
5.2. Мероприятия PR .....	52
5.3. Технологии PR.....	53
5.4. Разработка PR-технологий .....	56
5.5. Инструменты и тактика PR.....	58
<i>Практические задания</i> .....	60

6. РЕКЛАМА: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ВИДЫ, ФУНКЦИИ.....	61
6.1. Понятие и функции рекламы.....	61
6.2. Виды рекламы.....	63
<i>Практические задания</i> .....	68
7. Рекламная кампания: понятие и этапы проведения.....	70
7.1. Виды рекламных кампаний.....	70
7.2. Этапы рекламной кампании.....	71
<i>Практические задания</i> .....	73
8. Выставки и ярмарки.....	75
8.1. Классификация выставок.....	75
8.2. Организация и проведение выставки.....	77
<i>Практические задания</i> .....	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	85
ЛИТЕРАТУРА .....	86