



**Международно Висше Бизнес Училище**  
**International Business School**

*специалност Бизнес администрация*

# **КУРСОВА РАБОТА**

**НА ТЕМА:**

**КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ НА ФОНДАЦИЯ  
„Емолюшън”**

**Изготвил:**

**Проверил:**

**2017**

Кампанията на новата на фондация „Емолюшън” има за цел набиране на средства за ваксиниране на децата в различни домове в цялата страна. Кампанията включва различни участници и заинтересовани страни, от тези директно участващи до приоритетните групи за получаване на ваксината. Комуникационната кампания ще играе решаваща роля при информирането на тези различни заинтересовани страни за необходимостта от ваксиниране и ползи от това. Това обаче няма да бъде достатъчно, за да се гарантира успешното разпространение и приемане на ваксината сред приоритетните групи деца. За да могат хората да вземат информирани решения е необходим по-интегриран подход - съсредоточен върху постигането на поведенчески резултати. Ето защо стратегията на фондация „Емолюшън” ще включва елементи от комуникацията за риска и социална мобилизация (използвайки множество комуникационни канали).

Целта на комуникационните усилия на фондация „Емолюшън” е да се гарантира приемането на ваксината от целевите групи и да има общо приемане на програмата за ваксиниране от по-широкото население. Има и други важни аспекти на кампанията, но основният фокус е върху влиянието на човешкото поведение, така че хората да предприемат подходящи действия, за да се предпазят от заразявания и други, особено когато става въпрос за деца в рискови групи.

Информационната стратегия трябва да се съставява от информация за потенциалните опасности, последствия от липсата на ваксина, какво хората могат да направят, за да се предпазят.

Считам, че посочете по-горе цел на комуникационната кампания е ясна и резултатът ще бъде успешен т.е. ще се окаже въздействие върху хората и те ще бъдат склонни да дарят средства, а от друга страна всички деца в домовете, а така също и техните настойници по места ще осъзнаят ползите.

Могат да се включат следните 5 области спрямо които да бъдат насочени комуникационните усилия:

А) Мобилизиране на административни структури / застъпничество / средства за масова информация

Фондация „Емолюшън” може да привлече като партньор министерството на здравеопазването и други правителствени агенции, които да бъдат мобилизирани за подкрепа на ваксинационната кампания и да се застъпят за каузата. Необходимо е да се идентифицира подкрепа от областно и общинско управление, професионални