



Проекти участници в PR приз 2016 и победители в категория ”Специална конкурсна категория „PR на студентски проект”

Участници в категория “Специална конкурсна категория „PR на студентски проект”

1. ВТУ ”Св. Св. Кирил и Методий”, проект “Практикът говори”
2. Here2Help, проект “Here2Help”
3. НБУ, проект “Кажки здравей”
4. ВТУ ”Св. Св. Кирил и Методий”, проект “Балове на студентите по връзки с обществеността и журналистика”
5. ВТУ ”Св. Св. Кирил и Методий”, проект “Помощ за българите от Украйна”
6. ЮЗУ ”Неофит Рилски”, проект “The new art life”
7. Виляна Батинова, проект “Вземи усмивка, дари живот!”
8. LoveTheater, проект “Популяризиране на сайта за театър LoveTheater.bg”

Победители в категория “Специална конкурсна категория „PR на студентски проект”

1-во място - Вземи усмивка, дари живот! – Виляна Батинова, Цветелина Иванова, ЮЗУ, реализиран за Васил Вълчанов

2-ро място - Популяризиране на сайта за театър LoveTheater.bg – Мирена Керезова, реализиран за LoveTheater.bg

3-то място - Here2Help – Група студенти от Нов български университет за курс “Тактики за връзки с обществеността”, реализиран за Here2Help

Категория “PR на студентски проект”
3-то място, проект “Here2Help”

Here2Help е студентска организация, която инициира, подкрепя и осъществява социални каузи в полза на обществото. Целта на организацията е да провокира мисленето на хората в екологична насока като по този начин допринесе за опазването и съхранението на заобикалящата ни среда. Целта на нашия екип се реализира чрез събирането и преработването на рециклируеми материали, като всички приходи се даряват на обществени каузи. Мисията ни е да покажем на хората, че и с най-малкия жест може да промениш света и да подариш щастие.

В момента организираме на благотворителна кампания чрез събиране на пластмасови капачки. Текущата кампания е насочена към дома за деца лишени от родителска грижа „Мария- Луиза“ гр. Пловдив. Целта е да се изгради „Зеленчукова биоградина“. Чрез създаването на това учебно опитно поле децата от дома ще имат възможност да придобият теоретически и практически умения и навици за обработването на земята. По този начин те ще могат да се запознаят с пътя на храната – от земята до масата, като в резултат на това ще имат възможността да се насладят на труда и

усилията, които са положили за храната, която консумират. Това ще възпита у тях уважение към труда на другите, но и към храната. За реализирането на проекта са необходими 897лв., което обърнато в количество пластмаса е 2242,5 кг.

Към момента официално на територията на страната се провеждат две подобни кампании. Едната е на фондация „Идея в действие“, която е в национален мащаб. Те закупуват електрически уреди за конкретни домове.



Продължава на следващата страница



При тях обратната връзка с дарителите липсва. Другата инициатива е на Владислав Николов от Варна „Аз вярвам и помагам“, който събира суровина за закупуването на оборудване за неонатологичното отделение на СБГАЛ „Д-р Димитър Стаматов - Варна“. Таргетираните публики са предимно родители с малки деца, които посещават детска градина. Както и заведения, ресторанти и хотели тъй като те също са големи дистрибутори на желаната суровина. Спечелването на най-активната група 18-34 години е от изключително значение, тъй като по този начин децата от ранна детска възраст ще бъдат обучавани в екологично направление и ще им бъде дават един добър пример как да се

грижат за околната среда. Чрез непрекъснато показване на аудиторията на постигнатите резултати. Давайки обратна връзка по процеса по реализиране на проектите. По този начин с откритостта си, организацията ще спечели доверието на хората, ще ги направи съпричастни и ще ги накара да се чувстват част от реализирането му. Това ще се случва с помощта на социалните медии чрез генерирането на интересно съдържание като видео клипове, снимков материал и блог на организацията. Най-подходящи са Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, Youtube.

Задачите пред Here2Help са следните: до 13 Април да бъдат разпространени информационни материали относно кампанията на ключови места като общински структури, учебни заведения, кино салони, търговски центрове и други; присъствие на две спортни събития – състезание по модерни танци и „Маратон Пловдив“ – това се прави с цел да се установи пряк контакт и да се даде допълнителна информация на дарителите и поддръжниците на кампанията.

Основна заплаха за успешното реализиране на проекта може да е наличието на конкуренция и обвързаността на големи обекти с тях.

Продължава на следващата страница

Във фейсбук страницата на „Идея в действие“ виждаме, че са успяли да привлекат като свои дарители големи компании като банка ДСК. Наш плюс е липсата на реализирани кампании на територията на град Пловдив както и прозрачността на кампанията Here2Help. Смятаме не само, че можем да намерим нови партньори, но и да привлечем тези на конкуренцията, поради отслабения интерес към „Идея в Действие“.

Наличието на кампании, чрез които да се достига до по-голяма аудитория са от изключително значение за успеха и по нататъчното развитие на идеите на Here2Help. За целта тя трябва да е активна на всички подходящи събития, които потенциално биха допринесли за нейното популяризиране сред обществото. Такива събития са: „One Design week“, „Да изчистим България за един ден“, „Маратон Пловдив“, благотворителни концерти и състезания от всякакъв характер на територията на града. Също така трябва да умее да комуникира чрез различните канали за разпространение на информация и да говори на подходящ език на различните аудитории каквито са деца от градини и училища, студенти, управители и собственици на заведения.

В резултат от присъствието и промотирането на организацията по време на спортните танци, както и от участието на състезатели в „Маратон Пловдив“. Подкрепа от страна на авторитетни личности също ще допринесе за популяризирането на нашата дейност. Нашата цел е да привлечем поне 3-ма до 31 май. Очакванията са към 26 Април броя на лайковете на Фейсбук страницата да бъдат над 800.



Категория “PR на студентски проект”

Проект “КажИ Здравей”

Идеята за проекта **КажИ Здравей!** е инициирана от студенти на Нов български университет. В университета живеем в изолирана добра среда, но много често в ежедневието сме провокирани от некомфортната атмосфера, която се създава около нас поради липсата на достатъчно учтивост и внимателно отношение между хората. Това ни кара да поемем нещата в свои ръце и да се опитаме да вдъхновим хората около себе си да ни последват в нашата мисия.

Кампанията цели чрез силата на позитивния личен пример и предадените послания, да подобри обществения климат на своите целеви групи и тяхното обкръжение. Изграждането на нов начин на комуникация между българите ще доведе до позитивни промени в начина на общуване и обмен на информация между хората, ще предизвика положителни емоции и чувство на емпатия, което неминуемо води до подобряване на начина на живот и себеусещането на всеки един човек.

Директните целеви групи са ученици на възраст между 15 и 19 години, студенти от Нов български университет, работещи млади хора между 20 и 30

години в различни компании и заведения, както и техни познати. Недиректните целеви групи са хора, идентифициращи себе си като част от гражданското общество. Учители и преподаватели в университети и училища. Работодатели и служители, заемащи позиции, изискващи ежедневна комуникация и обслужване на клиенти.

Методите, чрез които разпространяваме нашите идеи сред целевите групи са директен и непряк. Недиректният е свързан с онлайн пространството. Основният канал на комуникация са социалните мрежи. Чрез страниците ни във Facebook и Instagram целим най-широко достигане до публиките, разпространение и споделяне на посланията на **КажИ Здравей!**



Продължава на следващата страница

Директният метод на популяризиране на кампанията е инициатива в района на бул. Витоша и в парка пред НДК. Цялото събитие ще бъде заснето и ще бъде направен видео клип, който да бъде мотото на **Кажки Здравей!**. Ще бъдат раздавани силиконови гривни с логото на кампанията на случайни минувачи, които ще им останат като подарък-сувенир и биха предизвикали интерес към идеята.

Резултатите от кампанията се очаква да бъдат много задоволителни, предвид представянето на **Кажки Здравей!** до този момента в интернет пространството. Визията и дизайнът на кампанията станаха разпознаваеми, отличаващи се и привличащи целевите ни групи – почитателите харесват и споделят снимки, интересна информация и постове на страницата.

Чрез нашия проект вярваме, че ще отчетем положителни промени в начина на общуване сред хората, до които са достигнали посланията ни. Вярваме, че по-добрите отношения водят до повече хубави емоции, по-позитивни и мотивирани хора. Вярваме, че следващия път, когато някой от нашите последователи попадне на непознато място, ще разчупи неловкото мълчание с приветлив поздрав или просто усмивка, подарена към хората около него.

Защото именно това е предизвикателството за един по-хубав ден.