**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Белоконь Вероника Евгеньевна**

 **«ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ»**

**Н. рук. – Гурушкин Павел Юрьевич, стар. преподаватель, канд. полит. наук,**

**Кафедра менеджмента массовых коммуникаций**

**Очная форма обучения**

**Актуальность** работы заключается в том, что реализацию социальных рекламных проектов на современном этапе развития общества невозможно представить без использования информационно-коммуникативных технологий. **Новизна** **исследования:** в работе раскрываются информационно-коммуникативные технологии в реализации социального рекламного проекта, направленного на формирование и развитие у подрастающего поколения культуры здорового образа жизни.

**Объектом** дипломной работы является социальный рекламный проект.

**Предмет** исследования: информационно-коммуникативные технологии в реализации социального рекламного проекта «Твой Город».

**Целью** является выявить специфику использования информационно-коммуникативных технологий в реализации социального рекламного проекта. **Задачи:** анализ теоретического материала в области информационно-коммуникативных технологий; определение ключевых дефиниций в рамках работы; определение и функциональный отбор необходимых информационно- коммуникативных технологий для реализации социального рекламного проекта; анализ специфики продвижения социальных рекламных проектов; работа с нормативной документацией, отчетами и социальными проектами общественной организации «Новая Жизнь».

**Теоретико-методологической базой** являются труды исследователей: Д. Белл, Ф. Уэбстер, Милюхин И.С., А.И. Ракитов, О. Ю. Голуб, В. А Луков, А. Н. Мудров, Г. Г. Николайшвили, О. О. Савельева, Ю. С Бернадская, В. В. Ученова, Н. В. Старых, О. Г. Филатова, Д. П. Гавра, Г. Г. Почепцов и Ф. И. Шарков..

**Эмпирической базой работы являются:** материалы, предоставленные общественной организацией «Новая Жизнь», публикации в СМИ, статьи в профильных журналах, данные экспертных интервью, государственные акты, положения и документы.

**Методологическую базу** работы составили общенаучные методы, экспертное интервью, анализ документов (анализ интернет публикаций, результатов мониторинга СМИ, анализ вторичных данных по исследованиям наркотической зависимости и ее профилактики).

**Структура работы представлена** введением, двумя главами, заключением, списком литературы и приложениями. В первой главе рассмотрены теоретико-методологические основы использования информационно-коммуникативных технологий в современном техногенном обществе, а также теоретические аспекты создания и реализации социальных проектов. Во второй главе дано описание разработанного автором социального рекламного проекта, раскрыто содержание используемых информационно-коммуникативные технологий.