

## План информационной кампании по вакцинации от гриппа

### I. Цели кампании:

1. Увеличение уровня информированности населения о необходимости вакцинации от гриппа.
2. Повышение охвата вакцинацией различных групп населения, особенно уязвимых категорий (дети, пожилые люди, лица с хроническими заболеваниями).
3. Противодействие распространению мифов и дезинформации о вакцинации.

### II. Целевая аудитория:

1. Родители детей дошкольного и школьного возраста.
2. Пожилые люди.
3. Люди с хроническими заболеваниями.
4. Медицинские работники.
5. Молодежь.

### IV. Каналы коммуникации:

1. Теле- и радиореклама
  - Разработка и размещение роликов с участием медицинских экспертов.
  - Включение информационных блоков в популярные ТВ-шоу и радиопередачи.
2. Социальные сети и Интернет
  - Создание и продвижение контента в соцсетях (включая введение еженедельных рубрик «вопрос-ответ», «мифы о гриппе»)
  - Создание и размещение обучающих видео и интервью с врачами
  - Создание и размещение агитационных видео с известными людьми
3. Печатные материалы
  - Разработка информационных брошюр, плакатов, листовок и их распространение в поликлиниках, школах, аптеках и общественных местах.
  - Публикации в местных газетах и журналах.
4. Мероприятия и акции
  - Проведение акций в поликлиниках и больницах с вакцинацией и консультациями.
  - Организация информационных сессий в школах, университетах, рабочих коллективах и общественных организациях.
  - Флешмобы и массовые мероприятия с участием известных личностей.
5. Медицинские учреждения
  - Обучение медицинского персонала для повышения их компетентности в вопросах вакцинации.
  - Размещение информационных стендов и видеороликов в зонах ожидания поликлиник и больниц.
  - Привлечение врачей и медсестер в информационных сессиях и разъяснительной работе с пациентами.

### V. Партнерство и сотрудничество:

1. Взаимодействие с Министерством здравоохранения, сетью медицинских учреждений и с Министерством образования и учебными заведениями.
2. Партнерство с местными НКО и общественными организациями.
3. Сотрудничество с лидерами мнений, блогерами и известными личностями.
4. Сотрудничество с профсоюзными организациями.

### VI. Оценка и анализ эффективности:

1. Мониторинг показателей охвата вакцинации до и после проведения кампании.
2. Анализ охвата и вовлеченности в социальных сетях и Интернете.
3. Сбор отзывов от медицинских учреждений и населения через опросы и анкеты.
4. Корректировка стратегии на основе полученной обратной связи и аналитики.

### Заключение

Настоящий план направлен на всестороннее охват информационной кампании и максимальное вовлечение различных групп населения в процесс вакцинации.

Интегрированный подход и использование различных каналов коммуникации помогут достигнуть поставленных целей и снизить распространение гриппа среди населения.