

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/143802>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Реклама и PR

Характеристика деятельности PR-агентства «MPR»	3
Характеристика PR-агентства «BBAgency»	3
Характеристика PR-агентства «PRPartner»	4
Характеристика PR-деятельности Мэрии Москвы	6
Характеристика PR-деятельности Московской городской Думы	7
Характеристика PR-деятельности ПАО «Ростелеком»	8
Характеристика PR-деятельности Михайловского театра	11
Характеристика организации Восточно-Европейский Институт	15
Характеристика PR-деятельности благотворительного фонда	18
Заключение	20
Приложение 1	21
Приложение 2	22
Приложение 3	23
Приложение 4	24
Приложение 5	25
Приложение 6	26
Приложение 7	27
Приложение 8	28
Приложение 9	29

Характеристика деятельности PR-агентства «MPR»

Работают в двух направлениях:

1. Традиционный PR – это систематическая, регулярная работа с бумажными и электронными СМИ,
2. Прямой PR – это регулярное обращение к целевой аудитории через корпоративные блоги и ролики в социальных сетях и на youtube.

На рынке PR-услуг 25 лет.

Работают с 600 изданиями. Среди которых, среди которых «Ведомости», «Коммерсант», РБК и Forbes. Более 100 публикаций в месяц.

Постоянные клиенты – более 15- ИТ-компаний.

Методы работы представлены в Приложении 1.

Агентство работает преимущественно с ИТ и теле-компаниями, применяя инструменты YouTube и электронные и печатные СМИ, в меньшей степени соц.сети.

Сайт мало информативен, не содержит портфолио.

Характеристика PR-агентства «BBAgency»

BBAgency — бутиковое бизнес-агентство — было основано в 2010 году. Основное преимущество в том, что основатели агентства смогли создать внутри агентства структуру, которая позволяет быстро реагировать на любые внешние и внутренние изменения — в интересах клиентов.

Владельцы - Екатерина Королева и Евгения Пруслина.

Каждый проект, с которым агентство начинает работать, интересен и уникален, поэтому клиенты рекомендуют агентство друг другу.

Активное продвижение через собственный сайт. Он насыщен информацией о направлениях деятельности, выполненных и текущих проектах (Приложение 2).

Направления работы:

- PRB2B
- PRB2C

- пресс-тур,
- личный бренд,
- диджитал,
- инфоповод,
- событийный PR.

Активное продвижение через FB.

Характеристика PR-агентства «PRPartner»

Коммуникационное агентство PR Partner оказывает услуги в области связей с общественностью и маркетинга с 2006 года. Специализируется на коммуникациях с четырьмя ключевыми аудиториями компании: СМИ, клиентами, сотрудниками и партнерами.

Работает с 2012 года и входит в международную сеть независимых PR-агентств IPRN, сотрудничает с агентствами Европы, Америки и Азии, являемся членом АККОС (ICCO), эксклюзивным партнером LEWIS+ в России и СНГ.

Оказывает полный спектр услуг классического коммуникационного агентства:

- строит отношения с журналистами,
- продвигает в социальных сетях, у блогеров,
- организует мероприятия,
- консультирует по вопросам маркетинга,
- разрабатывает фирменный стиль и промоматериалы.

Также оказывает услуги по медиапланированию и размещению рекламы (Приложение 3).

Руководитель – Инна Онисимова

Достижения агентства:

- Финалист конкурса PROBA ICCO Global PR Awards 2020 с проектом в номинации «Корпоративные коммуникации», 2020 г.
- Финалист премии Silver Mercury 2020 в номинациях «Лучшая реализация B2B или трейд-маркетинговой кампании» и «Культура, досуг и образование, спорт и туризм», 2020 г.
- Финалист Национальной премии в области связей с общественностью «Серебряный Лучник» в номинации «Лучший проект в области корпоративных коммуникаций», 2019 г.
- Победитель в номинации Video Project of the Year IPRN, 2018 г.
- Финалист конкурса PROBA ICCO Global PR Awards 2018 с двумя проектами в номинации «Media Relations», 2018 г.
- Дипломант премии АКМР Digital Communications Awards в номинации «DIGITAL-ПРОЕКТЫ И СТРАТЕГИИ/B2B-кампании», 2018 г.
- Лауреат премии «RuPoR» в двух номинациях: маркетинговые коммуникации и digital коммуникации, 2018 г.

Позиционирование:

Системный пиар помогает наладить контакт с клиентом, увеличить лояльность к бренду и сформировать правильный имидж компании. Поэтому мы рекомендуем работать комплексно, сразу в нескольких направлениях.

Комплексный подход в PR Partner:

PR-услуги. Мы сильны в media relations – строим долгосрочные взаимоотношения со СМИ и поможем донести ключевые сообщения вашей компании до целевой аудитории.

Подготовка фирменного стиля. Ваша компания станет заметной и узнаваемой.

Организация деловых и корпоративных мероприятий. Это повысит лояльность ваших сотрудников, клиентов и партнеров. Поможет привлечь инвесторов.

Разработка маркетинговой стратегии для повышения продаж, привлечения новых клиентов и поддержания отношений с теми, кто с вами давно.

SMM. Предложим SMM-стратегию и реализуем тактический план с четкими KPI, который определит ваше успешное развитие, и ваши группы в социальных сетях начнут приносить прибыль.

Проведение тренингов. Научим тому, что умеем сами с учетом вашего бизнеса и отрасли.

Характеристика PR-деятельности Мэрии Москвы

Мэрия Москвы – глава С.С. Собянин (Приложение 4)

Структура управления Мэрии Москвы

Рис. 1 – Структура управления Мэрии Москвы

Направления деятельности и новости освещаются на всех ресурсах:

VK, OK, FB Twitter, Instagram и других.

Сайт высокоинформативен и соответствует концепции Электронного Правительства.

Характеристика PR-деятельности Московской городской Думы

Московская городская Дума является постоянно действующим высшим и единственным законодательным (представительным) органом государственной власти города Москвы.

Дума состоит из 35 депутатов, избираемых жителями столицы на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании, сроком на четыре года.

Основными задачами Мосгордумы являются:

- принятие законодательных актов города Москвы;
- осуществление права законодательной инициативы в Государственной Думе Федерального Собрания РФ;
- утверждение столичного бюджета, отчёт о его исполнении и контроль над использованием средств внебюджетных фондов;
- утверждение генерального плана развития города Москвы, программ социально-экономического развития;
- контроль за деятельностью органов местного самоуправления;
- установление и отмена городских налогов и сборов и других обязательных платежей;
- установление штрафов и иных видов административной ответственности граждан, должностных лиц и предприятий за нарушение законодательства по вопросам, относящимся к ведению Москвы (Приложение 5).

Организационная структура (рис.2):

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/143802>