

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/176418>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Реклама и PR

Введение 3

Раздел 1. Общее. Анализ деятельности предприятия 5

1.1. Анализ основных направлений деятельности предприятия 5

1.2. Составление схемы организационной структуры предприятия 6

1.3. Анализ распределения обязанностей и полномочий между основными структурными подразделениями 7

1.4. Изучение документооборота предприятия 8

1.5. Анализ рекламной деятельности 9

1.6. Анализ PR-деятельности 10

1.7. Анализ брендинговой политики предприятия 11

1.8. Выводы 11

Раздел 2. Индивидуальное задание 12

2.1. Конкурентная среда 12

2.1. Цели, задачи, инструменты коммуникативной политики 13

2.3. Проектные решения 14

2.4. Тезисы 15

Заключение 18

Список литературы 19

Введение

Осуществление рекламной деятельности и связями с общественностью сегодня является одним из важнейших направлений продвижения и обеспечения правильного позиционирования каждой компании, негосударственной организации и благотворительных фондов, ориентированных на долговременное и устойчивое присутствие и развитие на рынке. В связи с этим особый интерес представляют методы организации этой деятельности и методы повышения эффективности такой работы.

Целью преддипломной практики является применение знаний и навыков, полученных в процессе обучения для анализа маркетинговой и рекламной деятельности организации и выявления потенциала его совершенствования.

Задачи исследования:

- изучить деятельность благотворительного фонда социальной поддержки «Содействие - детям»,
- представить анализ организационной структуры,
- представить анализ маркетинговой и рекламной деятельности,
- рассмотреть особенности деятельности по связям с общественностью,
- исследовать коммуникационную политику и представить рекомендации по ее совершенствованию.

Предмет исследования – рекламная и PR-деятельность организации.

Место прохождения практики - благотворительный фонд социальной поддержки «Содействие - детям»

Методы исследования:

- анализа и синтеза,
- дедукции и индукции,
- сравнительного и исторического анализа,
- комплексного анализа,
- контент-анализа,
- методы социологических исследований,
- метод аналогии.

Раздел 1. Общее. Анализ деятельности предприятия

1.1. Анализ основных направлений деятельности предприятия

Благотворительный фонд социальной поддержки «Содействие-детям» - это объединение сильных и неравнодушных людей. Весь коллектив фонда объединяет общее чувство – любовь к детям и общее стремление творить добро. Девиз фонда: «Мы работаем, чтобы каждый ребенок имел право на счастливое будущее!»

Благотворительный фонд социальной поддержки «Содействие-детям» был создан в сентябре 2014 года. Уже тогда было принято решение, что приоритетным направлением в деятельности Фонда будет помощь детям-сиротам, детям, оставшимся без попечения родителей, и детям с ограниченными возможностями, моральная и материальная поддержка тех, кому в самом начале жизненного пути уже пришлось преодолеть недетские испытания.

Основные направления деятельности фонда:

- содействие организации и проведению срочных оперативных вмешательств, курсов реабилитаций и абилитаций;
- приобретение дорогостоящего медицинского оборудования и лекарственных препаратов;
- оснащение и оборудование учреждений здравоохранения, детских подшефных учреждений необходимым техническим оборудованием, инвентарем, материально-технической базой (пособия, книги, игрушки и др.);
- организация и проведение культурных, праздничных и спортивных мероприятий, направленных на социализацию детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей;
- оказание психологической поддержки родителям в тяжелых жизненных ситуациях.

1.2. Составление схемы организационной структуры предприятия

Организационная структура управления Фонда представлена на рис.1.1:

Рисунок 1.1 – Организационная структура фонда социальной поддержки «Содействие - детям»

Согласно рисунку 1.1 организационная структура Фонда относится к линейно-функциональному типу с элементами дивизиональной структуры, так как в организации есть филиалы.

Президент Фонда решает все основные вопросы относительно управления и развития, принимает решения о найме персонала, реализации новых проектов.

Продвижение Фонда занимается менеджер по продвижению, который определяет и согласовывает с Президентом коммуникационную стратегию.

Управляющие филиалов достаточно самостоятельно занимаются комплексным управлением развитием Фонда на подотчетной территории и обеспечивают интересы Фонда, а также являются инициаторами и реализаторами местных программ и проектов.

1.3. Анализ распределения обязанностей и полномочий между основными структурными подразделениями

Распределение обязанностей в организации осуществляется по разработанным и согласованным стандартам. Все действия сотрудников и филиалов осуществляются под руководством Президента Фонда. Стратегическое управление организацией осуществляется на основе принятых стратегических планов на 5 лет и 1 год.

Планы разрабатываются не только для всей организации в целом, но и для каждого структурного подразделения.

Управление работой Фонда осуществляется следующими методами:

- планирование рабочего графика специалистов: совещания, планерки, плановые показатели, отчеты и совместные выездные проверки,
- оценка качества работы персонала,
- консультирование и обучение,
- формирование проектных групп при решении сложных вопросов.

К недостаткам данной организации управления можно отнести:

- высокий уровень концентрации власти в руках одного человека – Президента,
- полномочия по решению стратегических и оперативных вопросов также сконцентрированы в должности

руководителя, что снижает качество их реализации,

- управленческие решения принимаются единоначально,
- отсутствует возможность делегирования комплексных оперативных вопросов.

Руководство отдела осуществляют контроль за выполнением стратегических и оперативных планов, а также выполнением планов каждого сотрудника. Таким образом, контроль в организации имеет многоуровневую направленность (рис.1.2):

Рисунок 1.2 - Уровни контроля

1.4. Изучение документооборота предприятия

Деятельность Фонда регламентирована Уставом, Регламентами и должностными инструкциями.

В организации принят и разработан Регламент разработки и принятия управленческих решений, в котором определены все формы принятия решений, состав участников спец. комиссий, ответственность за принятие и реализацию.

Инициатором разработки управленческого решения может быть любой сотрудник, который сможет его обосновать и пройти процедуру защиты. Данный регламент включает в себя:

- описание проблемы,
- описание экспертного состава,
- определение процедуры принятия управленческого решения,
- ответственность и сроки реализации,
- определение показателей оценки эффективности реализации.

Офисное пространство сформировано по принципу «опен-офис», оборудовано следующим образом:

- офисная мебель,
- компьютерная техника,
- принтер и сканер,
- стационарных телефон,
- информационная доска,
- проектор,
- планерная доска.

Социально-психологический климат благоприятный. Отношения в коллективе стабильные и партнерские. Таким образом, процесс разработки и принятия управленческих решений и служебной этики строго регламентирован и демонстрирует высокий уровень организационной культуры.

1.5. Анализ рекламной деятельности

Фонд ведет активную исследовательскую и маркетинговую деятельность, результатом которой является продвижение в соц. сетях и профильных электронных СМИ. Для реализации своей целей Фонд «Солнце» использует широкий спектр программ помощи

Книги, монографии, статьи

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью. – М. :ИНФРА-М, 2012. – 207 с.
2. Вигдорчик Е.А., Липсиц И.В. Маркетинговые стратегии для российских компаний. Учебное пособие./ Е.А. Вигдорчик, И.В. Липсиц И.В.- М.: ГУ ВШЭ, 2009.
3. Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 207 с.
4. Мудров А.Н. Основы рекламы / А.Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2016.
5. Танеева И.Н. Общественный PR. / Саратов. Издательство «Научная книга». 2017.
6. Ушаков П. В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и Public Relations. - М., 2018
7. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов.-М. :ИНФРА-М, 2013 .-329 с
8. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций. – М. :ИНФРА-М, 2012. – 329 с.
9. Howe, Jeff. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business. New York : Crown Business, 2018.

Электронные ресурсы

10. Барлоу, В. Внутренний анализ эффективности PR деятельности. Критерии и методы [Электронный документ] // http://pr-club.com/PR_Lib/PRefficiency.doc
11. Официальный сайт Благотворительного фонда «Содействие - детям» // <http://www.sodeistvie-detyam.ru/o-fonde/>
12. Проблема освещения в российских СМИ тем благотворительности и социальной ответственности // <http://www.public.ru/social2>
13. Фелтон, Д. Основные принципы и стандарты оценки эффективности PR-технологии [Электронный документ] // [http://pr-club.com/PR_Lib/ evaluationprinciple.doc](http://pr-club.com/PR_Lib/evaluationprinciple.doc)

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/176418>