

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/282410>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Социология коммуникаций

Вопрос 1 3

Вопрос 2 4

Вопрос 3 4

Вопрос 4 5

Вопрос 5 7

Вопрос 6 7

Вопрос 7 7

Вопрос 8 8

Список литературы 10

Дайте общую характеристику организации (организационно-правовая форма, вид деятельности, организационная структура управления, ассортимент производимых товаров, рынок реализации товаров)

Ответ:

ООО «Лента» - сеть российских гипермаркетов под названием «Лента». Управляется компанией «Lenta Ltd».

Штаб-квартира находится в Санкт-Петербурге по адресу: улица Савушкина, дом 112.

2021 года включены 123 гипермаркета и 27 супермаркетов в 62 городах РФ.

Организационная структура ООО «Лента» представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 - Организационная структура ООО «Лента»

Компания «Лента» характеризуется диверсифицированными форматами, современными магазинами, достаточно широким ассортиментом товаров и гарантированно высоким качественным их уровнем, достойным уровнем обслуживания покупателей, удобным расположением всех магазинов в городах, уровнем цен оптимального характера, работой магазинов сети каждый день, разными дисконтными программами для покупателей, взаимодействием налаженным с поставщиками, применением передовых IT технологий в организации процесса обслуживания покупателей.

Вопрос 2

Назовите особенности и виды рекламной коммуникации

Ответ:

Компанией применяются такие формы рекламной коммуникации:

- товарная (информируются потребители о позитивных чертах товаров и услуг, пробуждает интерес и способствует его реализации);
- реклама возможностей (информируются целевые аудитории по поводу реальных возможностей торговой компании);
- информативно-напоминающая (с 1 стороны, доносит до потребителей сведения о торговой компании, ее товарах и услугах, с иной - поддерживается осведомление потребителей о существовании товаров);
- рациональная (обращена к разуму потенциального потребителя, приводит доводы – часто всего словесно «Поработал – отдохни»);
- региональная (охватывает некоторую часть страны, к примеру, Московская область);
- печатная реклама, реклама в СМИ, рекламные подарки, прямую и почтовую рекламу, наружная реклама, компьютеризованная (сумки с логотипом, Интернет - сайт, футболка с логотипом и т.д.).

Вопрос 3

Определите, какой вид рекламной коммуникации предпочтителен в рекламной кампании для данной организации. Обоснуйте свой ответ.

Ответ: В качестве предпочтительного вида реклам

1. ВЦИОМ. Эпоха цифровых медиа: бумага против экрана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/news/7866-epocha-tsifrovyyh-media-bumaga-protiv-ekrana.html>.
2. Минаева Н.В. Маркетинговые коммуникации торговой сети «Лента» // Инновации. Наука. Образование. – 2022. – №50. – С.845-851.
3. Морозов М.А. Роль цифровых коммуникаций в современном бизнесе // Возможности и угрозы цифрового общества: материалы конференции. – Ярославль: Цифровая типография, 2021. – С.176-179.
4. Официальный сайт компании «Лента» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.com>.
5. Рубас А.К., Тлеппаев А.М. Совершенствование системы коммуникационного менеджмента в организации // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – №5-3. – С.28-33.

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/282410>