

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/286395>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Реклама и PR

Оглавление

Введение 11

1.Краткая характеристика организации 12

2.PR и реклама: общее и различия 15

3.PR-технологии и их значение в компании 21

4.Планирование PR-кампании 27

5.Разработка концепции новой телепередачи 30

Заключение 35

Список литературы 37

Введение

Производственная практика (профессионально- творческая практика) проходила в г. Москва, название компании ООО Зефир Медиа Регион Период прохождения с 12.07. 2021 по 22.08.2021

.Основными целями производственной (преддипломной) практики являются:

- закрепление и углубление теоретических знаний обучающегося
- приобретение им практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности, ознакомление с реалиями теле-, кино-, видеопроизводства, функционирования структурных подразделений телерадиовещания, киноvideопрокатных и кинозрелищных организаций,
- ознакомление с производственным процессом в аудиовизуальной сфере, знакомство со спецификой смежных профессий.

Одновременно с этим в процессе прохождения практики студент ведет сбор материалов для написания дипломного проекта,

Предметом рассмотрения должна стать производственно-творческая и финансово-хозяйственная деятельность предприятия или организации – места проведения практики или конкретный проект создания аудиовизуального произведения. Таким образом, преддипломная практика студентов проводится с целью закрепления и углубления теоретических знаний, полученных студентами во время обучения, и приобретения ими практических навыков и опыта работы по специальности.

1.Краткая характеристика организации

Компания ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ЗЕФИР МЕДИА РЕГИОН" зарегистрирована 17.06.2014 г. Краткое наименование: ЗЕФИР МЕДИА РЕГИОН. При регистрации организации присвоен ОГРН 1147746685844, ИНН 7726749113 и КПП 770301001. Юридический адрес: Г.Москва МУНИЦИПАЛЬНЫЙ ОКРУГ ПРЕСНЕНСКИЙ РАЙОН НАБ ПРЕСНЕНСКАЯ 12 ЭТАЖ 45, КОМ./ОФИС 11/ЗД..

В соответствии с данными ЕГРЮЛ, основной вид деятельности компании ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ЗЕФИР МЕДИА РЕГИОН" по ОКВЭД: 59.11 Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ. Общее количество направлений деятельности — 8.. Размер уставного капитала ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ЗЕФИР МЕДИА РЕГИОН" — 100000000 ₽. Выручка на начало 2022 года составила 130000000 ₽, на конец — 40 041 000 ₽. Себестоимость продаж за 2022 год — 19 791 000 ₽.

На 11 октября 2022 организация действует.

Юридический адрес ЗЕФИР МЕДИА РЕГИОН, выписка ЕГРЮЛ, аналитические данные и бухгалтерская

отчетность организации доступны в системе.

Сегодня «ЗЕФИР МЕДИА РЕГИОН» предлагает рекламодателям любую из следующих услуг:

- Разработка рекламной стратегии
- Разработка и проведение рекламных компаний, PR-кампаний, акций
- Медиа - планирование
- Производство рекламного продукта (аудио и видеоролика, ТВ-заставки, представительского фильма, сценарии рекламных акций)
- Размещение рекламного продукта на всех телеканалах и радиостанциях города, в газетах, и на рекламных щитах.
- Информационное сопровождение рекламных акций
- Оформление рекламных площадей/

В компании работают специалисты, которые прошли школу работы на телевидение операторы, режиссёры, редакторы, монтажёры. Причём, стоит отметить, что каждый занят своим делом, и общая работа от этого только творчески выигрывает. Такое разделение труда сейчас встретить можно довольно - таки редко. Обычно, автор, режиссёр и монтажёр выступают в одном лице, что не всегда сказывается на качестве работы.

Если есть желающие запечатлеть на киноленту юбилей, праздник, корпоратив, конференцию, открытие магазина или другое событие, должны быть люди, умеющие это делать. Услуги по киносъемке становятся все популярнее, так как фотосъемка уже несколько устарела.

С февраля 2021 года по август 2021 года (январь месяц не исп. в расчетах) студия -продакшн «Губерния» произвела и выпустила приблизительно 400 единиц рекламной продукции различных видов- от видео-объявлений телепередач и других фильмов и роликов.

Рисунок 1 Соотношение (в процентах) в производстве различных видов продукции

На графике рисунка 1 видно примерное соотношение (в процентах) в производстве различных видов продукции. Значительную долю в производстве (порядка 40%) занимают передачи и циклы передач, затем треть продукции составляют видеосюжеты.

Виден «европейский» уровень рентабельности. Он находится на высоком уровне прибыльности и показывает высокую прибыльность от деятельности продакшн. Самую большую долю (почти 30%) составляет заработная плата работников, что соответствует высококлассному производству, требует знаний, опыта и профессионализма сотрудников. Без человеческого труда и умственного потенциала создавать продукцию такого уровня невозможно.

Список литературы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
2. О средствах массовой информации: федер. закон РФ № 2124-1 [принят 27 декабря 1991 г.; в ред. от 25 нояб. 2017 г.]. – URL: <http://www.advesti.ru> (дата обращения: 17.12.17) 3. Аги, У.К.
3. Аверс Бернс «Современная реклама» М.: Издательство "Довгань", 2015.-957с.
4. Асланов, Т.А. PR-тексты. Как зацепить читателя / Т. А. Асланов. – СПб.: Питер, 2017 – 31с. 5. Айрис, А. Управление медиа-компанией / А. Айрис, Ж. Бюген. – М.: Университетская книга: АНО "ШКИМБ", 2010. – 286 с
5. Аги, Г.Т. PR / У.К. Кемерон, Ф. Г. Олт, Д.Л. Уилкоккс. – СПб.: Питер, 2004. – 560 с.
6. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебное пособие / Г.Л. Багиев. – СПб.: Питер, 2015. – 534 с.
7. Григорьева, Н.Н. Работа учреждения с общественностью: Учебное пособие / Н.Н. Григорьева. – СПб.: СПбГУП, 1999. – 220с.
8. Гуревич, С.М. Экономика средств массовой информации / С.М. Гуревич. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 181с.
9. Дил, Г.В. Революция бренда / Г.В. Дил, А.М. Миранда. – М.: ЛитРес: Самиздат, 2017. – 160 с
10. Феоктистова, А. А. PR и реклама: общее и различия / А. А. Феоктистова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 18 (152). — С. 381-383. — URL: <https://moluch.ru/archive/152/43037/> (дата обращения: 11.10.2022).

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/286395>