

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/291462>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Реклама и PR

## СОДЕРЖАНИЕ

### ВВЕДЕНИЕ 3

#### 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ 4

#### 2. ОПИСАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТДЕЛА ПРОДАКШН 6

#### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ 9

#### ЗАКЛЮЧЕНИЕ 12

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 13

## ВВЕДЕНИЕ

Цель учебной практики – формирование и развитие практических навыков, закрепление знаний, полученных в процессе обучения и освоение трудовых функций в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики:

- 1) изучение деятельности организации, в которой проходила практика (ООО «Зефир Медиа Регион»);
- 2) освоение должностных обязанностей и трудовых функций специалиста отдела по разработке и производству видеоматериалов (отдел продакшн);
- 3) сбор и анализ нормативных и регламентирующих документов в работе отдела продакшн;
- 4) расширение круга делового общения, освоение навыков работы с клиентами, коллегами, деловыми партнерами;
- 5) систематизация полученного опыта работы в виде отчета по практике.

Местом практики является коммерческая организация: общество с ограниченной ответственностью ООО «Зефир Медиа Регион». Компания занимается производством видеоконтента широкого назначения: коммерческого (рекламного и корпоративного), просветительского, научно-популярного, документального, сотрудничает с представителями органов власти, образовательными учреждениями. Офис компании расположен по адресу: г. Москва, наб. Пресненская, д. 12, эт. 45 ком./оф. 11/3Д.

Период практики: с 29 июня по 25 июля 2020 года.

## 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ

ООО «Зефир Медиа Регион» – это коммерческая организация, работающая в сфере производства видеоконтента, в том числе, рекламного и социального назначения. Компания была образована в 2014 году и долгое время занималась производством и размещением рекламы. С августа 2020 года основным видом деятельности компании является производство видеоконтента: кинофильмов, видеофильмов, телевизионных программ. (ОКВЭД 59.11). Дополнительные услуги компании включают: копирование записанных носителей информации, звукозапись, организация радио и телевизионного вещания и разработка и проведение социально-значимых массовых, культурных мероприятий.

Филиалов и представительств компания не имеет.

Ввиду специфики деятельности в ООО «Зефир Медиа Регион» используется проектная организационная

структура, позволяющая оптимально использовать трудовые ресурсы организации и реализовывать одновременно несколько проектов (рис 1).

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 14.07.2022) [Электронный ресурс]. // Консультант плюс – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/), (дата обращения 20.07.2020)
2. Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс] // Консультант плюс – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/), (дата обращения 20.07.2020)
3. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» [Электронный ресурс] // Консультант плюс. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61801/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/), (дата обращения 20.07.2020)
4. Общероссийский классификатор занятий. Специалисты по связям с общественностью. ОК 010-2014 (МСКЗ-08) /Принят и введен в действие Приказом Росстандарта от 12.12.2014 N 2020-ст. (ред. от 18.02.2021). – [Электронный ресурс]. // Консультант плюс –URL:[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_177953/87bff415b0f20f0f6e0b91be719e11f223ad5a48/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_177953/87bff415b0f20f0f6e0b91be719e11f223ad5a48/), (дата обращения 20.07.2020)
5. Вылегжанин Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз / Д.А. Вылегжанин. – М.: Литагент Флинта, 2019. – 371 с.
6. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью / С.М. Емельянов. – М.: Юрайт, 2020. – 197 с.
7. Жильцова О.Н. Связи с общественностью / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2020. – 337 с.
8. Коноваленко В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность / В.А. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М. Юрайт, 2020. – 383 с.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2019. – 486 с.
10. Малинина Ю.В. Направления и формы PR-деятельности компании в СМИ // Мировая наука. – 2020. – № 1 (34).– С. 314-317.
11. Маслов А.С. Феномен снижения уровня доверия к СМИ: тенденции и минимизация угроз / А.С. Маслов // Ученые записки Новгородского государственного университета. – 2020.– № 7 (32).– С. 3.
12. Назайкин А.Н. Использование интернет-ресурсов в современных медиарилейшнз / А.Н. Назайкин //Вопросы теории и практики журналистики. – 2020.– Т. 9. – № 4. – С. 660-672.
13. Назайкин А.Н. Медиарилейшнз на 100% или искусство управления отношениями с прессой и социальными сетями / А.Н. Назайкин. – М.: Солон-пресс, 2020. – 380 с.
14. Осипова Е.А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / Е.А. Осипова. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 381 с.
15. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. – М.: Юрайт, 2020.– 351 с.
16. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью / Е.Н. Фадеева. – М.: Юрайт, 2020. – 263 с.

*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/291462>*