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/296580>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Реклама и PR

Введение 6

2. Анализ торговой деятельности ООО «Мария» 8

2.1 Общая характеристика организации 8

2.2 Анализ рекламной (коммуникативной) деятельности организации 14

2.2 Оценка рекламной (коммуникативной) деятельности организации, проблему и новые вызовы 17

3. Разработка коммуникационной кампании торгового предприятия 25

3.1 Рекомендации к построению системы управления коммуникационной кампанией торгового предприятия 25

3.2. Оценка предлагаемых мероприятий по улучшению коммуникационной кампании торгового предприятия 28

Заключение 34

Список литературы 36

Введение

Актуальность данной темы проявляется потому что, человеческая жизнь в обществе немыслима без коммуникаций межличностных и социальных. Давно установленный факт, что успех как личностный, так и профессиональный приходит к тому, кто умеет правильно выстраивать отношения со своим окружением. Выбор коммуникаций и их каналов осуществляется в зависимости от возраста человека, его личного и профессионального уровня развития. Точность в выборе значимых людей, коммуникаций и каналов их передачи приводит именно к тем результатам, которые человек изначально планировал.

Разработка эффективных форм и методов коммуникационной политики обеспечивает достижение коммерческих целей организации. В связи с этим становятся своевременными вопросы организации маркетинговой деятельности и разработки эффективной коммуникационной политики организации в комплексе со стратегией ее развития.

Коммуникации пронизывают жизнь и деятельность организации постоянно и непрерывно: коммуникационный поток прерывается только вместе с прекращением деятельности организации. В настоящее время информационное поле становится все более и более плотным, пробиться к группам влияния, целевым аудиториям становится все сложнее. Кроме того, развитие коммуникационных средств, создание новых каналов затрудняют и снижают эффективность коммуникаций.

Возросшая роль коммуникативных взаимодействий в функционировании и развитии современных организаций выдвигает на первый план проблему управления коммуникациями как внутри организации, так и между организацией и ее средой, с целью проведения оптимально благоприятных для организации коммуникационных процессов. Эффективные коммуникации на практике являются основным необходимым условием успешного достижения стоящих перед организацией целей. Вместе с тем, именно коммуникации представляют собой один из наиболее дискуссионных процессов в области управления, по отношению к которому четкости и ясности в понимании пока не достигнуто.

Цель исследования состоит в том разработке коммуникационной кампании торгового предприятия.

Объект исследования ООО «Мария»

Предмет исследования - коммуникационной кампании торгового предприятия.

Задачи исследования

- Понятие, значение, сущность коммуникаций
- Управление как процесс коммуникации
- Коммуникационная компания предприятия торговли и ее роль в достижении результатов
- Краткая характеристика объекта исследования
- Анализ рекламной (коммуникативной) деятельности организации
- Оценка рекламной (коммуникативной) деятельности организации : проблемы и новые вызовы
- Предложение по улучшению коммуникационной кампании торгового предприятия

• Оценка предлагаемых мероприятий по улучшению коммуникационной кампании торгового предприятия
Теоретическую основу исследования составили труды известных российских и зарубежных ученых Абрамов, Р. Н. Бударинной Голубкова, Е. Н. Голодухина, Я. Г. Евстратов, А. В. Золотарева Л.Г., Лашковой Е.Г. Катлип, С. М.

2. Анализ торговой деятельности ООО «Мария»

2.1 Общая характеристика организации

Наименование организации: ООО «Мария»

Организационно - правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью (ООО)

Компания ООО «Мария» была зарегистрирована 8 января 2015 г. регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 9 по Республике Крым.

Руководитель организации ООО «Мария»: директор Гаев Хетаг Аликович. Юридический адрес ООО «Мария»: 297323, Республика Крым, Кировский район, село Первомайское, Курортная улица, дом 5, квартира 60.

Виды деятельности организации ООО «Мария», прописанные в Уставе компании. Основным видом деятельности ООО «Мария» является торговля розничная напитками в специализированных магазинах, зарегистрированы 21 дополнительный вид деятельности компании, представленные в таблице 1.

ООО «Мария» создана в целях получения прибыли в соответствии со ст.ст.87-94 Гражданского кодекса РФ, Федеральным Законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» , и другими нормативными актами, и осуществляет свою деятельность согла

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015)
2. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 02.07.2021, с изм. 25.02.2022) "Об обществах с ограниченной ответственностью" http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
4. Буряк М.А. Роль коммуникационных агентств в современном Медиапространстве, учебное пособие/ М.А.Буряк – Москва , 2013.
Вирин Ф.Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов,/ Ф.Ю.Вирин – Эксмо Москва, 2010.
5. Зайцева Е.В., Бушланова О.В. Теоретические основы развития кадрового потенциала образовательных организаций // История науки и техники в современной системе знаний: шестая ежегодная конференция кафедры Истории науки и техники. Екатеринбург. 2017. С. 58-62. URL : http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/39826/1/init_2016_13.pdf (дата обращения: 27.01.2022)
6. Каблашова И.В., И.В. Логунова Инновационное развитие системы управления предприятием в условиях цифровой трансформации ОРГАНИЗАТОР ПРОИЗВОДСТВА. 2019. Т. 27. № 2
7. Кулёва О. В., Средства электронной коммуникации 2012 БИБЛИОСФЕРА, 2012, № 3, с. 36–41
8. Масленников В. В, Ляндау Ю. В., Калинина И. А. Формирование систем цифрового управления организацией . Теория и практика управления . <http://dx.doi.org/10.21686/2413-2829-2019-6-116-123>
9. Пирогова Е. В.. Управление бизнес-процессами предприятия : учебное пособие / сост. Е. В. Пирогова. – Ульяновск : УлГТУ, 2017. –107 с
10. Стелзнер М., Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / Манн, Иванов и Фербер, 2012. - 288 с.
11. Севостьянов И., Фионов Ф. Продвижение порталов и интернет-магазинов / Питер, 2012.
12. Одегов, Ю.Г. Кадровая политика и кадровое планирование / Ю.Г. Одегов. - М.: Юрайт, 2017. - 305 с
13. Электронный ресурс <https://checko.ru/company/mariya-1159102015775>

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/296580>