

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/368161>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Социология коммуникаций

Введение

1. Элементы коммуникаций и их виды
2. Методы преодоления барьеров коммуникации в условиях кризиса

Заключение

Список использованной литературы

Производственная практика (преддипломная) пройдена в ООО "Тур-Отель" (г.Казань). Это небольшое туристическое агентство (штат 6 человек).

Направление деятельности - туристические поездки (не самый большой процент от общей деятельности), в основном - организация поездок спортивных команд (волейбол), деловые поездки/командировки, организация мероприятий (в большей степени - покупка билетов, бронирование отелей, трансферы, страховки и т.п. и любые другие запросы, которые могут возникнуть у клиента).

Цель прохождения производственной практики состояла в закреплении теоретических знаний и практических умений, полученных при изучении профессиональных дисциплин, получение необходимого практического опыта в сфере рекламы и PR.

Для достижения данной цели потребовалось решить следующие задачи:

ПК-1.1 Использование технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта.

Знать: принципы онлайн и офлайн-коммуникаций при реализации коммуникационного продукта.

Уметь: создавать коммуникационный продукт и использовать технологии медиарилейшнз.

Владеть: навыком применения технологий PR в социальных сетях.

ПК-1.2 Использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью.

Знать: алгоритм создания медиапродукта, его вербальных и визуальных составляющих.

Уметь: создавать тексты для размещения в медиасреде.

Владеть: навыком создания рекламных и PR-текстов в аспекте реализации коммуникационной политики кампании; создания творческих пилотных проектов.

ПК-1.3 Применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.

Знать: специфику ивент-менеджмента в коммерческой сфере.

Уметь: планировать и организовывать мероприятия в соответствии с коммуникационной политикой компании.

Владеть: инструментами создания проекта и реализации специальных мероприятий.

ПК-1.4 Участие в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.

Знать: принципы, нормы и технологии формирования корпоративной культуры.

Уметь: создавать коммуникационный проект для совершенствования сферы корпоративных коммуникаций.

Владеть: навыком проведения мероприятий для решения задач в области корпоративной культуры.

ПК-1.5 Использование современных технических средства и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

Знать: актуальные инструменты и технологии создания коммуникационного продукта.

Уметь: создавать коммуникационный проект с использованием современных технических средств.

Владеть: навыком проведения специальных мероприятий с применением технологий цифровых коммуникаций и технических средств.

УК-7 Способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-8 Способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

1. ЭЛЕМЕНТЫ КОММУНИКАЦИЙ И ИХ ВИДЫ

Термин "общение» происходит от латинского слова "communicatio", что означает общение, общение. В широком смысле этого слова общение может иметь два значения: процесс социального взаимодействия и обмен информацией. Такое понимание коммуникации позволяет рассматривать ее как универсальный тип коммуникации.[5]

Специфика общения как формы социального взаимодействия заключается не столько в возможности передачи информации, сколько в обмене ею. Важно подчеркнуть, что социальное взаимодействие в принципе невозможно без этого непрерывного обмена, поскольку информация постоянно циркулирует в обществе и активно участвует в формировании общественного сознания. Следовательно, коммуникация отвечает за нормальное функционирование всей общественной системы.

1. Базаров Г.З., Беляев С.Г. Теория и практика антикризисного управления./ Г.З.Базаров, С.Г.Беляев. – М.: Энити, 2020. – 469с.
2. Балдин К.В., Быстров О.Ф. Антикризисное управление: макро и микроуровень./К.В.Балдин, О.Ф.Быстров. – М.: Дашков и К, 2004. – 316с.
3. Баринов В.А. Антикризисное управление./ В.А.Баринов. – М.: ФБК – Пресс, 2020. - 488с.
4. Богданова Т.А., Градов А.П. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой./ Т.А.Богданова, А.П.Градов. – СПб.: Специальная литература, 2021. - 511с.
5. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов./ Г.А.Бондаренко. – М.: Новое знание, 2018. – 365с.
6. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес./ Ю.Ф.Волков. – М.: Феникс, 2021. – 352с.
7. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристический бизнес./ Ю.Ф.Волков. – М.: Феникс, 2019. – 637с.

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/368161>