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/369686

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Реклама и PR

ВВЕДЕНИЕ 2
1. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА И ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ «CONSTANTA» 3
1.1. Ключевая характеристика организации. Цели, задачи и стратегия развития 3
1.2. Анализ макроэкономического и отраслевого окружения организации 5
1.3. Организационная структура предприятия 9
2. АНАЛИЗ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «CONSTANTA» 12
2.1. Основная характеристика объема и структуры рынка 12
2.2. Анализ целевой аудитории 13
2.3. Характеристика организационной структуры маркетинга 14
3.ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ «CONSTANTA» 17
3.1. Анализ основной проблематики компании и выбор наиболее эффективных инструментов продвижения 17
3.2. Методические рекомендации по совершенствованию маркетинговой и PR-деятельности компании 18
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 22
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ 23

Рекламный рынок Рузаевки аналогичен рекламным рынкам любого небольшого города. Большинство заказчиков — крупные федеральные компании, желающие разместить рекламу в регионах или открыть новую торговую точку в нашем городе, а также костромские заказчики — владельцы малого или среднего бизнеса. На рекламном рынке Костромы представлено более сотни рекламных агентств и различных креативных площадок. Давайте подробнее рассмотрим деятельность рекламных агентств, а также проанализируем их ценовую политику и возможные направления развития. Для анализа рекламного рынка Рузаевки разделим рекламные агентства на подгруппы по их основному профилю.
Рекламные конструкции в настоящее время являются одним из самых популярных видов рекламы, так как на них можно разместить практически все товары и услуги. Размещение на рекламных площадках, как правило, входит в комплекс рекламных услуг, прописанных в рекламной концепции или компании. Этот вид рекламы удобен для рекламодателей, так как достигает большой аудитории, благодаря своим размерам и наглядности.
Они также предоставляют рекламные площади в Рузаевке. Анализируя деятельность рекламных агентств, занимающихся размещением на рекламных конструкциях, приходим к выводу, что данный аспект рекламы в городе Рузаевка достаточно насыщен, необходимость в дополнительных агентствах данного профиля отсутствует. Развитие рынка рекламных конструкций возможно только в направлении светодиодных экранов, так как в Рузаевке эта ниша еще не занята и отдельно стоящих рекламных экранов в городе нет.
Рекламные агентства, занимающиеся полиграфической деятельностью. Существует достаточно большое количество разнообразной полиграфической продукции, которая отличается не только материалами, на которые наносятся изображения, но и качеством получаемого изображения. Основные принципы печати остаются неизменными уже много лет, а вот методы нанесения меняются в лучшую сторону и совершенствуются с каждым годом. Существует два вида печати: широкоформатная и интерьерная. Первый используется при печати на баннерной ткани и самоклеящейся пленке больших форматов.
Для полиграфии используется интерьерная печать. Существует два типа качества печати для интерьерной печати: 720 dpi и 1440 dpi (фотопечать). Если рассматривать варианты печати, то можно выделить:
- печать визиток (односторонняя и двусторонняя на различных материалах, от резаной бумаги различной плотности, до картона и пластика, обычно размером 50x90 мм);
- печать листовок (бумажный лист с односторонней или двусторонней заклейкой нескольких цветов, разных форматов А6, А5, А4 на мелованной бумаге разной толщины, рекламного или информационного содержания);
- печать буклетов (листовое издание в виде одного листа, сложенного в два и более раза);
- печать брошюр (книжные издания объемом более 4-х страниц, соединенные между собой различными

способами);
- печать наклеек (односторонняя печать в несколько цветов на самоклеящейся пленке)
- печать на конвертах (обычно используется крупными компаниями в качестве товарного знака);
- печать плакатов (односторонняя печать в несколько цветов на плакатной бумаге);
-печатные календари (разные типы календарей
- из кармана в перекидной пружинный, а также домашний календари);
Полиграфией в Рузаевке занимается достаточно большое количество рекламных агентств. Выделим два основных агентства: Xerox и Standard Seal. Эти предприятия занимаются полиграфией практически всеми видами полиграфии и обеспечивают основных костромских заказчиков. Однако, проанализировав спектр предлагаемых услуг, мы обнаружили, что никто в Рузаевке не предлагает такой вид печати на бумаге, как термоконнектор, хотя этот способ сейчас очень популярен для дополнительного декорирования. Суть его заключается в нанесении на свежий отпечаток специального порошка, сцепляющегося с краской, и последующем сильном нагреве визитки, в результате чего порошок плавится и придает рельефность рисунку. Этот вид скученности требует тщательного изготовления и, соответственно, подготовленных специалистов. Возможно, именно по этой причине данная услуга не представлена на костромском рынке.
Рекламные агентства, занимающиеся изготовлением сувениров. Сувениры чаще всего используются в качестве подарков партнерам и клиентам, а также сотрудникам. Сейчас под сувенирной продукцией принято понимать продукцию разного характера с нанесенным на нее логотипом или названием компании. Эти товары распространяются бесплатно и являются памятным подарком и знаком внимания покупателям. В основном они используют продукты, которые могут быть полезны клиентам и партнерам. Сувенирная реклама – это своего рода имиджевая реклама. Сувениры можно разделить на три группы:
- акционные сувениры (используются во время различных акций, как правило, на таких мероприятиях есть недорогие подарки, такие как ручки, блокноты, бейджи и т.п.);
- деловые сувениры (используются сотрудниками компании для поддержания корпоративного имиджа, к таким сувенирам могут относиться ежедневники, кружки, футболки, кепки, ручки и т.п., также могут предоставляться клиентам в знак внимания);
- представительская продукция (используется для крупных деловых партнеров, в качестве сувениров используются наручные часы, дорогие ручки).
Все основные виды сувениров можно заказать в
В Рузаевке рекламное агентство «Центр рекламы» и агентство «Медиа Полис» занимаются оказанием комплексной услуги по размещению рекламы на телевидении и радио. На своих сайтах они рассказывают о том, как создается реклама, где ее можно разместить. Цены рассчитываются индивидуально для каждого заказчика. К сожалению, данная отрасль рекламы в Рузаевке практически не представлена, так как реклама на телевидении и радио в основном размещается через крупные рекламные агентства, расположенные в крупных городах. Они покупают эфирное время заранее и перепродают его позже.

1.3. Организационная структура предприятия

Рекламное агентство – это, как правило, многопрофильное предприятие, которое в рамках оказания рекламных услуг решает многоплановые задачи: проводит исследования проблем, определяющих стратегию, тактику и концепцию рекламных кампаний, осуществляет их обоснование, детализацию и финансовый расчет, разрабатывает рекламную идею, создает рекламную продукцию, размещает ее в рекламоносителях, контролирующих эффективность рекламы.

1. Дальдинова, Э. О. Г. Функции и цели рекламы / Э. О. Г. Дальдинова, Д. Ю. Зодьбинова // Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 13 мая 2020 года. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2020. – С. 97-99.
2. Дурович, А. П. Реклама в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 158 с.
3. Кадочникова, С. С. Психологические функции рекламы / С. С. Кадочникова // Современные наукоёмкие инновационные технологии: сборник статей Международной научно-практической конференции, Челябинск, 05 февраля 2019 года. – Челябинск: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2019. – С. 88-91.
4. Кармалова, Е. Ю. Теория и практика рекламы: Учебное пособие для студентов направления «Реклама и

связи с общественностью». Часть II / Е. Ю. Кармалова. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 30 с.
5. Карпова, Е. Г. Развитие PR-технологий, рекламы, маркетинговых коммуникаций на современном российском рынке / Е. Г. Карпова, Э. С. Карпов // Наука и инновации — современные концепции: Сборник научных статей по итогам работы Международного научного форума, Москва, 05 апреля 2019 года. – Москва: Инфинити, 2019. – С. 22-28.
6. Карпова, С. В. Международная реклама: Учебник и практикум / С. В. Карпова. – 3-е изд., пер. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 473 с.
7. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 431 с.
8. Ключищев, Д. А. Трансформация рекламы в условиях цифровой экономики / Д. А. Ключищев, Д. Матвеева // Актуальные проблемы развития отраслевых рынков: национальный и региональный уровень: Сборник статей IV Международной научно-практической конференции, Воронеж, 09 апреля 2020 года / Под редакцией Т.Н. Гоголевой. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2020. – С. 40-42.
9. Колтунова, Ю. И. Реклама как комплекс маркетинговых коммуникаций / Ю. И. Колтунова // Социально-экономические и правовые основы развития экономики: коллективная монография. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2019. – С. 4-29.
10. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 222 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/369686