

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/376934>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Кино и телевидение

Введение 3

Основная часть 5

Деятельность медиагруппы «Красный квадрат» 5

Структура управления и основные бизнес-процессы 14

Создание новостей с использованием компьютерных технологий 21

Заключение 23

Список используемой литературы 24

Практика, проводимая студентами в сфере журналистики, является важным элементом их подготовки к высококвалифицированной профессии. Она представляет собой систематическую и направленную деятельность, направленную на освоение выбранной специальности, укрепление теоретических знаний и развитие профессиональных и творческих умений.

Возможность соединения теоретического обучения с практикой является важной частью учебного плана.

Практика позволяет понять особенности работы учреждений культуры и активно включиться в повседневную деятельность, что способствует формированию профессиональной карьеры. Материалы, полученные в ходе практики, могут быть использованы эмпирической основой для написания последующих курсовых.

Цель практики заключается в том, чтобы готовить студентов к независимой профессиональной деятельности в своей области. Это достигается путем укрепления теоретических знаний, полученных ими в процессе обучения, а также приобретения и совершенствования профессиональных навыков в процессе самостоятельной работы.

На основе можно выделить задачи практики.

Одной из главных задач является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в университете. Это подразумевает продолжение обучения и более глубокое изучение специальных дисциплин.

Важной задачей является развитие творческой инициативы что связано с улучшением планирования и эффективности деятельности теле- и радиовещательных организаций.

Решение в ходе практики познания конкретных связей сферы культуры с повседневной жизнью человека способствует более глубокому пониманию роли и влияния культуры на общество.

Направленность программы на развитие творческих способностей студентов способствует формированию творческой установки и полезно в долгосрочной карьере в области культуры.

Практика способствует получению практических навыков, которые впоследствии студенты смогут применять в работе в учреждениях теле-и радиовещания.

Практика способствует формированию способности студентов применять полученные знания на практике в учреждениях теле-и радиовещания.

Студенты также знакомятся с структурой и особенностями работы телевизионных бизнес-структур, что поможет им лучше понять эту сферу деятельности.

Основная часть

Деятельность медиагруппы «Красный квадрат»

Медиагруппа "Красный квадрат" представляет собой российский холдинг, специализирующийся на создании телевизионного и музыкального контента. Она включает в себя разработку и производство оригинальных форматов передач, управление авторскими правами, спонсорство и продакт-плейсмент. Кроме того, "Красный квадрат" занимается производством телепередач, сериалов, документальных и

художественных фильмов, а также проведением концертов. Среди наиболее известных проектов холдинга можно выделить такие программы, как "Минута славы", "Кто хочет стать миллионером?", "Контрольная закупка", "Модный приговор", "Давай поженимся", а также сериалы "Школа", "Попытка Веры", "Голоса", "Гаражи", "Побег" и други

ООО "Красный квадрат" было основано 24 июля 2007 года в Москве Ларисой Синельщиковой, предпринимательницей, которая также была председателем совета директоров телекомпании VID. Позднее "Красный квадрат" развился в группу компаний со следующей структурой:

Управляющая компания "Красный квадрат".

"Красная студия" является ответственной за организацию и проведение различных телевизионных проектов, включая такие событийные мероприятия, как прямые трансляции международного музыкального конкурса "Евровидение-2009" в Москве и международного музыкального фестиваля "Пять звезд. Интервидение" в Сочи.

"Оранжевая студия" - занималась дополнительным производством развлекательных программ, включая "Большие гонки" и "Прожекторперисхилтон".

"Зелёная студия" - производила ежедневные линейки ток-шоу, среди которых "Модный приговор", "Контрольная закупка" и "Давай поженимся".

"Синяя студия" - дополнительно производила ток-шоу "Закрытый показ", "Фабрика мысли" и другие.

"Белая студия" - специализировалась на документальных проектах.

Техностайл Технолоджи" предоставляла профессиональные технические и сервисные услуги по производству передач для всей группы компаний.

В 2007 году Роспатент зарегистрировал товарный знак "Красный квадрат", и правообладателем этого товарного знака стала офшорная компания Flexcor TV Holdings LTD, зарегистрированная на Кипре. Летом 2013 года управляющая компания "Красный квадрат" поглотила шесть других студий, интегрируя их в свою структуру.

На данный момент в составе холдинга находятся следующие компании: медиа-дом "Красный квадрат", студия "Красный Квадрат Кино", рекламное агентство "Мандарин" и компании "Изюм" и "Гранат".

1. Алешина И.В. «Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров.» - М.: Гном-пресс, 1997. - 256 с.
2. Антипов К.В., Баженов Ю.К. «Паблик рилейшнз для коммерсантов.» Учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2000. - 131с.
3. Блек С.«Паблик рилейшнз. Что это такое?». - М.: Центр, 1990.- 242с.
4. Борисов Б.Л. «Технология рекламы и PR.» - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. - 624 с.
5. Варакута С., Егоров Ю. «Связи с общественностью». - М.: Инфра, 2001.-248с.
6. Доти Д. «Паблицити и паблик рилейшнз.» - М.: Филинь, 1996. - 285 с.
7. Засурский И. «Масс-медиа второй республики». - М.: МГУ, 1999.- 272с.
8. Князев А. «Основы тележурналистики и телерепортажа»: Учеб. пособие / Кыргыз.-Рос. Слав. ун-т. - Бишкек: Изд-во КРСУ, 2001. - 160 с.: табл.
9. Королько В.Г. «Основы паблик рилейшнз.» - М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. - 528 с.
10. Почепцов Г.Г.» Паблик Рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением.» - М.: Центр, 1998. - 352 с.
11. Почепцов Г.Г. «Теория и практика коммуникации.» - М.: Центр, 1998. - 272 с.
12. Синяева И.М. «Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности.» - М.: ЮНИТИ, 1998. - 198 с.
13. Чумиков А. «Связи с общественностью». - М.: Дело, 2003.-496с.

Размещено на Allbest.ru

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://studservis.ru/otchet-po-praktike/376934>