ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филологический факультет

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

42.03.01«Реклама и связи с общественностью»

**ОТЧЕТ**

по учебной практике

***Место практики***

 ГАУ РИА «Верхневолжье»

 (наименование организации, предприятия)

Выполнил студент

Козлова Полина Сергеевна

 (Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись)

***Руководитель от ТвГУ***

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Доцент кафедры журналистики, рекламы и СО Воробьёва А.С.

***Руководитель от предприятия***

Главный эксперт ГАУ РИА «Верхневолжье»

Лаврикова Дарья Валентиновна

(должность, Ф.И.О.)

**Тверь,2020**

**Содержание**

1. Введение……………………………………………………………3
2. Общая характеристика организации……………………………..4
3. Специфика организации…………………………………………..6
4. Характеристика рекламно-информационного поля

организации………………………………………………………..7

1. Издание Московский комсомолец. МК в Твери………………...9
2. Рекламные кампании организации……………………………...13
3. Заключение……………………………………………………….14

**Введение**

Учебная практика является одной из наиболее важных частей подготовки квалифицированных специалистов различных направлений. Во время прохождения практики происходит закрепление результатов теоретического обучения, приобретение студентами умения и навыков практической работы по избранной специальности.

Основной целью практики является практическое закрепление теоретических знаний, полученных в ходе обучения. Основным результатом данной работы является отчет о прохождении практики, в котором собраны все результаты деятельности за период прохождения практики.

Задачи учебной практики:

- Изучение специфики организации.

-Изучение деятельности организации.

-Ознакомление с делопроизводством в рекламной деятельности.

- Изучение особенностей разработки рекламной кампании организации.

**-**Дать характеристику рекламно-информационного поля организации**.**

Для прохождения практики был выбрано Государственное Автономное Учреждение Региональное Информационное Агентство «Верхневолжье».

**Общая характеристика организации**

Для прохождения практики был выбран медиахолдинг ГАУ РИА «Верхневолжье». ГАУ РИА «Верхневолжье»: государственное автономное учреждение региональное информационное агентство. РИА «Верхневолжье» было образовано в 2015 году на базе редакций двух печатных изданий: газеты «Тверская жизнь» и газеты «Тверские ведомости». Учредителем ГАУ РИА «Верхневолжье» стало Правительство Тверской области. РИА «Верхневолжье» является одним из крупнейших медиахолдингов Тверской области, аккумулируя ряд известных в регионе печатных средств массовой информации и интернет-ресурсов:

- Тверская жизнь

- Тверские ведомости

- Московский комсомолец. МК в Твери

- Tverlife.ru/

- Vedtver.ru/

- Tver.MK.ru/

- Радиостудия

- Телестудия

Кроме этого, РИА «Верхневолжье» занимается производством видеопродукции, имеет свою собственную телестудию и радиостудию, активно развивает SMM-сегмент.

РИА «Верхневолжье» является крупным холдингом в Тверской области. Занимается освещением жизнь региона, деятельности Губернатора Тверской области, Правительства Тверской области, Законодательного собрания Тверской области, иных государственных органов Тверской области, органов местного самоуправления муниципальных образований Тверской области.

**Специфика организации**

Каждое издание, как печатное, так и интернет-ресурс, медиахолдинга РИА «Верхневолжье» имеет свою редакцию и своих редакторов. Соответственно в каждом издании есть свои рекламные площадки, что позволяет увеличить охват. Охват— это численность представителей целевой аудитории, в рамках кампании имевших контакт с рекламой заданное число раз. При расчете охвата тем или иным средством массовой информации обычно оперируют понятием рейтинга. Рейтинг — это выраженное в процентах количество представителей целевой аудитории, имевших возможность контакта с рекламным сообщением на том или ином носителе. Таким образом, возможность размещения рекламы на различных площадках является большим преимуществом для заказчиков рекламы.

Также следует отметить, что сотрудники организации, помимо сбора и обработки информации, занимаются как внешней, так и внутренней коммуникацией. Хорошо налаженные коммуникации содействуют обеспечению организационной эффективности. Хорошая внутренняя коммуникация позволяет установить ролевые взаимодействия и распределить ответственность работников. Задача внешних коммуникаций — удовлетворить информационные потребности организации, наладить связи с государственными органами, общественностью, поставщика­ми, клиентами. С помощью внешних коммуникаций формируется и поддерживается имидж компании.

**Характеристика рекламно-информационного поля организации**

Актуальность рекламно-информационного пространства обусловлена тем, что различные рекламные коммуникации представляют собой не просто инструменты маркетинга, а специфическую информацию, которая производит определенное воздействие на массовое сознание.

Помимо своих площадок РИА «Верхневольжье» занимается созданием информационного поля вокруг организации. Делается большой упор на внешнюю коммуникацию и брендирование самого инфоагенства. В широком понимании, брендирование определяется как способ проявления индивидуальности, привлечение внимания к предмету конкретной деятельности (объекту продвижения). Оно считается наиболее приоритетным форматом рекламы, в котором заинтересованы предприятия, организации, компании и фирмы, ориентированные на повышение известности своей торговой марки, рост финансовой прибыли, высокий имидж продукции (услуг).

РИА «Верхневолжье» занимается проведением различных мероприятий, как самостоятельно, так и с привлечением различных партнеров. Примером является поздравления в конце года редакцией многодетных семей тверской области. Коммерческие организации предоставили подарки, одной из этих организаций была компания «Волжский пекарь», которая является самым крупным в регионе предприятием хлебопекарной и кондитерской отраслей, чья продукция прославляет Верхневолжье. Делаются соответствующие репортажи и размещаются на различных площадках РИА «Верхневолжья».

Другое крупное мероприятие, в котором участвует РИА «Верхневолжье», это образовательный форум «Медиасмыслы». На площадке Тверского государственного технического университета собрались десятки амбициозных молодых людей и девушек, которым интересна журналистика, PR и работа в социальных сетях. Были организованы 3 крупные площадки, на которых федеральные и региональные эксперты провели 16 увлекательных лекций. Постоянный спикер «Медиасмыслов», сотрудник РИА «Верхневолжье», арт-директор журнала «Тверьлайф» София Шереметкер. Организаторы мероприятия - тверское отделение Российского движения школьников, Тверской государственный технический университет, Тверской государственный университет, студенческий журнал МГИМО «Международник»" и Ассоциация победителей олимпиад. А основным информационным партнером выступил медиахолдинг РИА «Верхневолжье».

Также РИА «Верхневолжье» приняло участие в организации итоговой пресс-конференции губернатора Тверской области Игоря Рудени, которая прошла 11декабря 2019 года.Кроме проведения мероприятий, медиахолдинг занимается рекламой самих изданий. Была запущена таргетинговая реклама по социальным сетям («МК в Твери» Одноклассники, «Тверьлайф» ВКонтакте). Все брендирование направлено на привлечение максимального количества регулярных читателей, формирование лояльности целевой аудитории, для того чтобы увеличить конверсию продаваемой рекламы.

**Издание Московский комсомолец. МК в Твери**

На время прохождения практики мною было получено индивидуальное задание, в которое входила ежедневная публикация сообщений информационного и рекламного характера, фото и видеоматериалов в сообществах «МК в Твери» в социальных сетях.

«МК В Твери» - это региональное представительство российской ежедневной общественно-политическойгазеты «Московский комсомолец», которая распространяется во всех субъектах РФ, странах СНГ, а также на ближнем и дальнем зарубежье.

«МК в Твери» появилась в Тверской области еще в 90-е годы, сменила несколько учредителей и с января 2017 года вошла в состав РИА «Верхневолжье». По итогам 2017 года сайт «МК в Твери» показал наивысший рост посещаемости среди всех региональных сайтов, работающих под брендом «МК».

Газета позиционирует себя как свободную площадку для дискуссий и высказывания самых разных мнений. Выходит тиражом 5000 экземпляров по городу Твери. Имеет обширную аудиторию также благодаря сайту https://tver.mk.ru/, который входит в пятерку самых посещаемых сайтов региона. Среднесуточная посещаемость сайта 8500 уникальных пользователей.

Также, помимо печатного издания и сайта «МК в Твери» имеет группы в социальных сетях ВКонтакте https://vk.com/mk\_v\_tveri, Одноклассники https://ok.ru/mkvtverin, Facebook https://www.facebook.com/groups/MKvTveri/.

Группа в социальной сети представляет собой некоторый аналог Интернет-форума по определённой тематике. Разница в том, что любой пользователь социальной сети обладает возможностью простого, быстрого и массового приглашения в группу сразу всех своих друзей.

На протяжении всей практики необходимо было ежедневно добавлять новости с сайта https://tver.mk.ru/ (копипаст) на страницы ВКонтакте, Одноклассники и Facebook со ссылкой на сайт, благодаря чему увеличивается количество посетителей на сайте. Возможности данных социальных сетей позволяют комментировать новости, видео, опросы, фотографии. Важной частью работы стало создание интересных заголовков к новостям для стимуляции читательского интереса, поддержание дискуссий, возникающих на «стене» группы, отслеживание некорректных высказываний, спама, флуда.

Каждая из этих сетей имеет под собой миллионы и даже миллиарды пользователей, которые каждый день смотрят видео, читают информацию и общаются. Данные ресурсы имеют свои виды рекламы, которые заслуживают особое внимание в интернете.

Преимущества рекламы в сообществах:

* Хороший отклик от целевых групп.
* Увеличение посещаемости ресурса заказчика рекламы.
* Возможность пользователя поделиться рекламным постом со своими друзьями дает дополнительную бесплатную рекламу.

Для привлечения рекламодателей необходимо предоставить статистику группы.

Ниже будут приведены некоторые статистические данные сообщества «МК в Твери» в социальной сети ВКонтакте.



Рис. 1. Охват аудитории в период.

 

Рис. 2. Возраст аудитории.



Рис. 3. Географические показатели.

 

Рис. 4. Охват устройств.

**Рекламные кампании организации**

Рекламная кампания — это целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединённых одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя, в установленные предварительным анализом период времени, область действия, рынок и целевую аудиторию.

В декабре 2019 года РИА «Верхневолжье» была предложена рекламная кампания полного цикла для ресторана «Кostėr». В самом центре Твери открылся ресторан международной франшизы Кostėr. Франшиза работает в четырех странах и десятках городов России.

Для ресторана была придумана интересная рекламная концепция, а также написана и размещена на всех площадках РИА «Верхневолжье» серия тематических постов, проведена фотосессия. Ниже будет представлен пример одного из рекламных постов.

Также в декабре была проведена рекламная компания продюсерского центра Гии Эрадзе «Королевский цирк», который подготовил специально для жителей и гостей Твери новый проект – Новогоднюю музыкальную цирковую сказку «Новогодние Приключения Принцессы». Для рекламы проекта были написаны рекламные тексты и размещены рекламные материалы с видеороликом на интернет-ресурсах «МК в Твери». Точнее на сайте https://tver.mk.ru/, сообществах Вконтакте https://vk.com/mk\_v\_tveri, Одноклассниках https://ok.ru/mkvtverin, Facebook https://www.facebook.com/groups/MKvTveri/.

**Заключение**

Учебная практика организовывалась и проводилась с целью закрепления полученных в ходе лекционных и семинарских занятий знаний и получения практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью.

Во время прохождения учебной практики были получены новые знания и умения по установлению и поддержанию связей со средствами массовой информации, целевой аудиторией, оптимизации сайта «МК в Твери» под социальные сети. Под оптимизацией понимают комплекс мер, направленных на привлечение на сайт посетителей из социальных сетей. Улучшен навык написания рекламных текстов. Изучена структура и специфика организации ГАУ РИА «Верхневолжье». Приобретены знания и умения по проведению рекламных кампаний.