ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Филологический факультет

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

# «Реклама и связи с общественностью»

#### ОТЧЕТ

по учебной практике

##### Место практики

ООО «Добрый Доктор»

(наименование организации, предприятия)

Выполнила студентка

Кудрявцева Галина Сергеевна

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

(подпись)

##### Руководитель от ТвГУ

Доцент, Воробьёва Анна Сергеевна

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

(должность, Ф.И.О.)

##### Руководитель от предприятия

Маркетолог, Кудрявцева Анна Сергеевна

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

(должность, Ф.И.О.)

#### Тверь, 2017

**Содержание**

Введение3

Глава 1. Описание структуры организации 4

1.1. История, организационная структура и миссия организации. 4

1.2. Исследование организационной формы отдела маркетинга и рекламы. Ознакомление с работой отдела маркетинга и рекламы. 5

Глава 2. Решение практических задач. 6

Заключение 8

Приложение 1

**Введение**

На практику меня направили в семейный медицинский центр «Добрый Доктор» в отдел рекламы и маркетинга на должность SMM-специалиста.

Практика актуальна, так как помогает развивать профессиональные навыки в современной, активно развивающейся области рекламы. В наше время любому предприятию, малому и большому бизнесу необходим социальный медиа маркетинг(SMM).

Для успешного выполнения программы учебной практики необходимо изучить на месте следующие моменты деятельности организаций:

· организационно-управленческую структуру организации;

· общие принципы работы с клиентами;

· взаимоотношение с другими аналогичными организациями в системе рыночных отношений;

· методику работы над рекламным сообщением;

· технические, практические принципы организации деятельности рекламного предприятия;

· рекламное законодательство и саморегулирование в организации.

***Целью*** данной практики является – более глубокое усвоение практических знаний в рекламном подразделении организации на основе теоретических знаний, полученных при изучении общепрофессиональных дисциплин.

Для прохождения практики были поставлены следующие ***задачи***:

1. Закрепить знания по дисциплинам, которые изучаются в рамках учебного плана;
2. Применить полученные знания, умения и навыки на практике, работая в публичной сфере.
3. Приобрести опыт в анализе информационной среды, в работе со СМИ, а также навыки в подготовке, написании и рассылке статей, пресс-релизов и других материалов.

**Глава 1. Описание структуры организации**

* 1. **История, организационная структура и миссия организации.**

Рынок медицинских услуг для взрослых в Твери представлен достаточно широко, а вот выбор в сфере детской медицины был совсем не велик. Тогда основатель центра, врач А.И. Овштейн решил, что нужно создать единый детский медицинский центр, в котором были бы объединены лучшие детские доктора и новейшее оборудование. При этом, одной из главных задач было создать добрую, спокойную и уютную атмосферу, такое место, где ребенку не будет страшно, а каждый поход в клинику будет ассоциироваться с чем-то веселым и беззаботным. Так появился детский медицинский центр «Добрый Доктор».

3 февраля 2013 года центр открыл свои двери для первых маленьких пациентов.

Спустя три года плодотворной работы сотрудники пришли к мнению, что хотели бы предоставлять в клинике больше уникальных услуг - потребовалось еще больше квалифицированных специалистов и, конечно, больше места. Поэтому 31 октября 2016 года открыл свои двери обновлённый и уникальный многопрофильный семейный медицинский центр. «Добрый Доктор» в 5 раз увеличил свою площадь и в 6 раз увеличил количество посадочных мест для ожидания. Время, проведенное в стенах клиники, является комфортным и приятным, как для родителей, так и для их детей. Каждый этаж оборудован детским уголком, поэтому  маленькие гости обязательно найдут себе занятие по душе! Не могли не позаботиться о самых маленьких гостях и их мамах, поэтому в новом Добром Докторе появилась комната матери и ребенка**.**

Расположена клиника на улице Брагина в доме № 18. Сейчас клиника насчитывает в штате около 80 человек, из них 50 человек - это высококвалифицированные специалисты-врачи. О каждом специалисте подробнее можно узнать на удобном и современном сайте клиники.

Партнёрами клиники являются и другие организации города Твери: «Центр молекулярной диагностики», «Клиника доктора Фомина», «Лабораторная служба Хеликс», «Лаборатория Пастера», «medical genomics».

* 1. **Исследование организационной формы отдела маркетинга и рекламы. Изучение должностных обязанностей. Ознакомление с работой отдела маркетинга и рекламы.**

В клинике «Добрый Доктор» за рекламу и маркетинговые задачи отвечает один человек, но при этом он часто сотрудничает с дизайнерами, фотографами, программистами и другими специалистами для более качественного рекламного продукта на выходе. Атмосфера среди персонала дружеская и приветливая. Любые вопросы и задачи по поводу продвижения быстро согласуются, обсуждаются и решаются вместе с руководителями клиники.

Рекламный отдел занимается разработкой и ведением сайта, обновлением новостей. В социальных сетях клиники ежедневно выкладывается расписание свободных мест для записи к врачам, ежемесячно проводятся конкурсы и акции с вручением подарков.

Отдельным сектором является таргетированная реклама в социальных сетях: Instagram, VK и YouTube, а также директная реклама в поисковых системах Yandex и Google.

Постоянно разрабатываются листовки, купоны и другие печатные материалы с учётом фирменного стиля для раздачи в клинике пациентам, врачам в других мед. учреждениях, на мероприятиях( городские праздники, мед. выставки, конференции и т.д.).

Разработка материалов для наружной рекламы, радио и электронных СМИ. Практикуется реклама в региональных печатных СМИ( “Телесемь”, “Караван”, “Комсомольская правда” и др.).

И ещё одним из направлений деятельности отдела является проведение мероприятий. Одним из масштабных мероприятий было открытие обновлённой клиники на Брагина. Устроены день открытых дверей, знакомство с врачами и с новым современным оборудованием. Всем гостям были вручены подарки и после всего мероприятия был выложен фото отчёт. Помимо публичных мероприятий, также устраиваются и внутрикорпоративные мероприятия с подарками для персонала на Новый Год, 8 марта и 23 февраля, а также на День Медика.

**Глава 2. Решение практических заданий.**

Впервые дни практики происходило знакомство с персоналом и со спецификой деятельности всего медицинского центра. Я была рада, что мне провели экскурсию по клинике, показали кабинеты и оборудование, рассказали о центре и его особенностях. Весь персонал очень дружелюбный, поэтому контакт я нашла довольно быстро с сотрудниками.

Первым моим заданием стало - просмотреть публикации и отзывы о мед. центре «Добрый Доктор» в сети Интернет. В первую очередь я просмотрела отзывы на собственном сайте клиники и её страницах в социальных сетях, а далее пошла по первым ссылкам, это были следующие сайты: prodoctorov.ru, irecommend.ru и otzovik.com, а также отзывы на Yandex и Google. Мнения посетителей весьма разные, но в целом 80% отзывов являются положительными, а 20% с негативным посылом “не рекомендую” ссылаются на очень высокие цены и неполадки с сервисом. Руководство клиники тщательно отслеживает неблагоприятные случаи и всегда стремится к улучшению сервиса, часто проводит контроль качества работы сотрудников.

Далее мне поручили изучить тверской рынок медицинских услуг, выявить конкурентов в г.Тверь и по возможности их рекламные компании(наружная реклама, в СМИ, в Интернете). Детских и семейных медицинских центров в городе Тверь я нашла пять: “Добрый Доктор”, “Педиатр”, “Вита-Мед”, “Витамин” и “Здоровый малыш”, есть также узкопрофильные детские клиники, например, “Галадент” - детский стоматологический центр, но такой формат я не решила не учитывать. Кроме их сайтов, я ничего больше не смогла найти. У мед. центра “Педиатр” заведена своя страничка в VK, она активна, но ведётся не самым лучшим образом. Сравнив всю информацию, я пришла к выводу, что сайт “Доброго Доктора” самый удобный и понятный, и при этом скоро должны запустить новый, который будет ещё лучше! И “Добрый Доктор” очень выделяется своим товарным знаком и фирменным стилем, руководители и рекламщики везде стараются его соблюдать, начиная с вывесок, листовок и оформления клиники, заканчивая ежедневными постами в социальных сетях! Всё это, безусловно, повышает узнаваемость клиники, говорит об имидже и бренде.

После различных мониторингов и анализов я занималась составлением текстов различного плана. Были предложены пару постов для соц.сетей с полезными советами и рекомендациями, общение с клиентами - ответы на их вопросы и составление писем и текстов для небольшой рассылки с актуальными новостями( открытие второго стоматологического кабинета, появление новой услуги - изготовление индивидуальных стелек).

Ещё мне посчастливилось принять участие в подготовке и проведении мероприятия «День Улыбки». Для наших маленьких гостей была подготовлена специальная программа: просмотр увлекательного мультфильма “Добрый Доктор Стоматолог”, который поведал им о том, как важно ухаживать за полостью рта. Каждый ребёнок смог попробовать себя в роли стоматолога, надев специальную форму и вооружившись инструментами игры Play Doh “Мистер Зубастик”. И не обошлось без обзорной экскурсии по стоматологическому кабинету. В конце мероприятия каждого участника ждали приятные и полезные подарки. А родителям в это время провели обзорную экскурсию и рассказали об услугах клиники и её докторах. После был подготовлен фото отчёт с данного мероприятия и сделана отдельная новостная статья на сайте, где все могли посмотреть фотографии, поделиться ими у себя на странице в соц. сетях и вновь вспомнить как было здорово!

**Заключение**

Во время прохождения практики в семейном медицинском центре “Добрый Доктор” я смогла закрепить и применить, полученные мной ранее, теоретические знания и приобрести более подробные и уже наглядные умения и навыки в области SMM рекламы.

Я разобралась в таких вопросах, как таргетированная реклама в социальных сетях, а также директная реклама в поисковых системах Yandex и Google. Приняла участие в проведении мероприятия на базе клиники, которое благоприятно сказалось на имидже организации и получило множество восторженных отзывов.

Изучила методику работы над рекламными сообщениями, общие принципы работы с клиентами и в целом принципы организации деятельности отдела рекламы на конкретном примере.

Таким образом, в ходе данной практики я смогла продемонстрировать свои знания в области рекламы, а также набраться опыта у квалифицированных специалистов и расширить свои навыки в практической составляющей знаний.