ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО 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 «Объединенные медиасистемы»

Выполнили:

студенты 3 курса, 34 группы очной формы обучения

Масолова Валерия Викторовна

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

Сорокопуд Валерия Олеговна

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

Осенняя Виктория Романовна

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

##### Руководитель от ТвГУ

Доцент

Воробьева Анна Сергеевна

##### Руководитель от предприятия

Коммерческий директор

Мурашко Андрей Михайлович

#### Тверь, 2017

#### Содержание:

1. Введение ……………………………………………………………………………..3
	1. Цели и задачи практики…………………………………….............................3
	2. Основные направления деятельности на предприятии……………………………………………………...............................3
2. Теоретические основы деятельности, осуществляемой на предприятии…………………………………………………………………….............4
3. Анализ деятельности и описание структуры ООО «Объединенные медиасистемы»……………………………………………………………….................5
4. Практические задачи………………………………………………………………...7
5. Заключение…………………………………………………………………………...8
6. Список литературы…………………………………………………………...……...9

#### Введение

Ознакомительная практика с элементами научно-практической деятельности проходила в 5-ом семестре в течение 4 недель в ООО «Объединенные медиасистемы»

#### 1.1 Цели и задачи

Целью настоящей практики являлось:

более глубокое усвоение студентами практических знаний в рекламном подразделении организации на основе теоретических знаний, полученных при изучении общепрофессиональных дисциплин.

Задачами настоящей практики являлись:

* Составление индивидуального плана-графика прохождения практики и согласование его с руководителем практики;
* Закрепление знаний по дисциплинам, которые изучаются в рамках учебного плана;
* Проверка умения использовать полученные знания, умения и навыки, работать в публичной сфере;
* Составление представления о механизмах работы рекламных подразделений и отделов по связям с общественностью;
* Повышение информационно-коммуникативного уровня.

#### 1.2. Основные направления деятельности на предприятии:

Работа в сфере SMM и брендинга. Разработка проектов по продвижению сайтов tvtver.ru и tverigrad.ru

**Теоретические основы деятельности, осуществляемой на предприятии**

В ходе практической деятельности мы занимались преимущественно разработкой проектов для продвижения организации в социальных сетях.

SMM — процесс использования социальных платформ как каналов для продвижения бренда и решения других бизнес-задач. У SMM в центре внимания находятся сами социальные платформы.

Этот вид маркетинга подразумевает работу с подписчиками на корпоративных аккаунтах, расширение базы фолловеров и т. д. Основной упор здесь — на создании контента с максимальным вирусным потенциалом. То есть, SMM-продвижение в социальных сетях подразумевает генерацию интересных и полезных материалов, которые пользователи будут распространять самостоятельно, повышая осведомленность о бренде, его имидж и количество читателей аккаунта.

Продвижение в социальных сетях позволяет точечно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней, при этом в наименьшей степени затрагивая незаинтересованных в этой рекламе людей.

**Анализ деятельности и описание структуры ООО «Объединенные медиасистемы»**

Общество с ограниченной ответственностью «Объединенные медиасистемы» было создано 27 июля 2007 г. и действует в соответствии с Гражданским Кодексом РФ и Федеральным законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью». Общество является юридическим лицом и строит свою деятельность на основании Устава общества и действующего законодательства РФ. Сроки деятельности общества не ограничены.

ОМС – крупнейшее в Твери рекламное агентство. Основными направлениями работы компании являются:

* разработка и реализация рекламных кампаний;
* маркетинговые исследования;
* размещение рекламы на “Пилот” радио в Твери, “Юмор FM”;
* реклама на телеканале “РЕН ТВ – Пилот Тверь”;
* реклама на информационном портале Tverigrad.ru (Твериград);
* размещение рекламы в газете “Московский Комсомолец в Твери”;
* проведение BTL акций и Event мероприятий;
* разработка фирменного стиля (брендинга) компании;
* создание и сопровождение сайтов, реклама в Интернете;
* создание аудио роликов;
* запись дикторского текста;
* создание видео роликов.

Принципы работы рекламного агентства:

* индивидуальный подход к каждому клиенту;
* разработка специальных предложений в зависимости от бизнес-задач клиента;
* постоянный контроль за ходом рекламной кампании, поэтапный анализ ее эффективности;
* оперативность в представлении информации и отчетности;
* обеспечение высококачественного клиентского сервиса.

Организация ООО "ОМС" являлась поставщиком в 76 государственных контрактах. На мой взгляд, этой организации не хватает более четкой и хорошо отрегулированной работы в социальных сетях. Им необходимо найти хорошего SMM-менеджера, который мог бы заниматься раскруткой сообществ в социальных сетях, таргетированной рекламой и проведением конкурсов/розыгрышей для привлечения аудитории в Интернете.

**Практические задачи**

04.12.17

Ознакомление с предприятием, рабочим местом. Вводный инструктаж.

Оформление дневника практики.

05.12.17

Ознакомление с сайтами tverigrad,TB-Тверь. Статистика активности посетителей. Знакомство с сайтами конкурентов.

06.12.17-09.12.17

Разработка плана по улучшению внешнего вида сайта ТВ-Тверь. Поиск возможных рекламодателей.

10.12.17

Обсуждение выполненных заданий. Исправление недочетов. Получение теоретических знаний на тему: Продвижение в социальных сетях. Получение индивидуального задания.

11.12.17-14.12.17

Разработка проекта по продвижению сайта ТВ-Тверь в социальных сетях: Инстаграмм, Телеграмм, twitter.

15.12.17

Обсуждение выполненных заданий. Исправление недочетов. Получение индивидуального задания.

16.12.17-19.12.17

Разработка проекта по продвижению сайта ТВ-Тверь в социальных сетях: Вконтакте, Одноклассники, Facebook.

20.12.17.

Обсуждение выполненных заданий. Исправление недочетов. Получение теоретических знаний на тему: SMM и брендинг. Получение индивидуального задания.

21.12.17-26.12.17

Выявление плюсов и минусов портала. Поиск различных социальных площадок для дальнейшего продвижения.

27.12.17-29.12.17

Обсуждение выполненных заданий. Выявление и исправление недочетов. Подведение итогов практики.

**Заключение**

 Мы работали в коммерческом отделе ООО «Объединенные медиасистемы». В первый день мы ознакомились со структурой ООО «ОМС». Наша работа заключалась в сфере SMM и брендинга. Мы изучали сайты, помогали в разработке проектов по продвижению сайтов tvtver.ru и tverigrad.ru . Нами были созданы рекламные предложения для привлечения внимания подписчиков в социальных сетях.

Мы считаем, что прохождение такого рода практики необходимо студенту для осознания роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике, изучения нормативно-правовой базы, для подготовки к выполнению поставленных задач и формированию общего представления о своей будущей профессии.

Цель прохождения практики считаем достигнутой. По результатам прохождения практики заполнен дневник, написан отчет и составлена характеристика деятельности, подписанная коммерческим директором А. М. Мурашко.

Данная практика помогла нам расширить знания в области связей с общественностью, стать более ответственными и коммуникабельными. На наш взгляд, проделанная за время практики работа поможет нам в освоении будущей профессии.

**Список литературы**

1. Дамир Халилов. Маркетинг в социальных сетях. – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2017. – 240 с.
2. Шама Кабани. SMM в стиле дзен. – СПб.: Питер, 2012. – 240 с.
3. Сенаторов А.А. Битва за подписчика в «Вконтакте»: SMM – руководство. – М.: «Альпина Паблишер», 2016. - 168 с.
4. Дж. Гитомер. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать. – СПб.: Питер, 2012. - 192 с.
5. Дмитрий Румянцев. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Быстро и с минимальными затратами. // URL: <http://www.rulit.me/books/prodvizhenie-biznesa-v-vkontakte-bystro-i-s-minimalnymi-zatratami-read-351455-1.html> [Дата обращения: 15.12.17]