МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОУ ВПО НГЛУ им. Н.А. ДОБРОЛЮБОВА

КАФЕДРА ФИЛОСОФИИ И ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Отчет о прохождении

производственной практики

Выполнил:

Студент 411а группы

Кузьминова Елена

Научный руководитель:

Самсонов А.И.

Г.Н.НОВГОРОД

2009 ГОД

Сведения об организации

Практика была пройдена в ООО «Агентство Промо Пресс» под руководством издателей Анисимовой И.Л. и Чибисова В.С. Издательство было образовано в 1996 году и осуществляет свою деятельность на основании устава от 13.04.1996 г. С момента создания издательство ставит своей целью освещение деятельности предприятий города Нижнего Новгорода. Одним из наиболее удачных проектов организации стал запуск журнала «Господин» Эдуарда Фиякселя.

Издательская деятельность фирмы

Журнал «Господин» Журнал зарегистрирован в Управлении федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 18-3514 от 12.09.2007 года. Журнал выходит один раз в два месяца.

Разработка и выпуск журнала-каталога сети фирменных магазинов LEONARDO

Разработка рекламных макетов для сети стоматологий «Садко»

Разработка и выпуск полноцветных каталогов продукции предприятий Нижегородской области, предпечатная подготовка и организация изготовления тиража книжно-журнальной продукции по заказу юридических и физических лиц.

Компания всегда принимает в свой дружный коллектив профессионалов высокого уровня и молодых специалистов‚ умеющих работать на результат и совершенствовать свои знания.

Роль специалистов рекламы и PR в деятельности организации. Оценка эффективности рекламной и PR деятельности организации

«Агентство Промо Пресс» тесно сотрудничает и принимает на практику специалистов в области рекламы и связей с общественностью. На практике студенты специальности «Реклама» принимали участие в деятельности организации по разработке рекламных макетов для журналов и каталогов, по созданию каталога и базы данных рекламных статей. Необходимо отметить, что деятельность издательства невозможно осуществлять без работы специалистов в области рекламы и связей с общественностью, прежде всего по причине необходимости создания паблисити организации – широкой положительной известности и поддержания ее имиджа в процессе функционирования. Контроль за осуществлением работы в области рекламы и PR в ООО «Агентство Промо Пресс» непрерывно ведет руководитель В.С. Чибисов.

Оценка внутрикорпоративной культуры организации

ООО «Агентство Промо Пресс» характеризуется наличием внутрикорпоративного стиля организации, логотипа, фирменных цветов, устава.

Анализ информационной деятельности предприятия. Оценка имиджа организации во внешней среде

Информационная деятельность организации находится на очень высоком уровне, так как работники предприятия постоянно ведут мониторинг нижегородского рынка печатной продукции. Мониторинг включает в себя ознакомление с глянцевыми журналами Нижнего Новгорода, городскими журналами, изданиями рекламного характера, каталогами, печатной продукцией определенного интересующего редакцию профиля. ООО «Агентство Промо Пресс» имеет положительную известность в круге издательств города, а также среди своих заказчиков. В качестве недоработки можно отметить недостаточное позиционирование компании. Практически отсутствует информация о компании в справочниках города, нет сайта компании в сети Интернет. Также немногочисленно упоминание об организации в Интернет поисковиках.

Оценка взаимодействия с целевыми аудиториями

ООО «Агентство Промо Пресс» имеет базу данных наработанных клиентов, с которыми ведется сотрудничество на протяжении нескольких лет. В обязанности секретаря организации входит расширение клиентской базы, которое проводится путем рассылки электронной почты, организацией телефонных переговоров, а также личных встреч с потенциальными клиентами организации. Для приглашения к сотрудничеству разработан специальный пакет документов, состоящий из коммерческого предложения и других документов.

Деятельность студентов во время прохождения практики

За время прохождения практики мной было принято участие в двух проектах:

Создание каталога и базы данных статей

Создание нижегородской общевузовской газеты

Выполнение каждого из проектов закончено и сдано руководителю практики Чибисову В.С.

Создание каталога и базы данных статей

За время прохождения практики студентами была проведена работа по созданию каталога статей, необходимого для деятельности издательства. Статьи были систематизированы по рубрикам и занесены в базу данных. Каждой статье был присвоен порядковый номер, соответствующий номеру в базе данных. Таким образом, благодаря созданию систематизированного каталога, поиск статей на определенную тему заметно облегчен журналистам и издателям. Работа была проведена совместно более чем с 1600 статьями.

Нижегородская общевузовская газета

Для создания нижегородской общевузовской газеты практикантами было проведено маркетинговое исследование студенческой прессы г. Нижнего Новгорода . План данного исследования включал в себя :

1.Определение проблемы и целей исследования

2. Определение методов и разработка выборочного плана

3. Интерпретация полученных данных

4.Выводы по работе

5. Рекомендации

Целью данной работы является анализ состояния студенческой прессы г. Нижнего Новгорода. Данное исследование было проведено для ООО «Агентство Промо Пресс» с целью создания нижегородской общевузовской газеты. В данном исследовании мы использовали информацию следующего типа:

использование первичной информации (по итогам телефонного опроса).

использование вторичной информации (информация полученная при помощи Интернет-данных, и информации предоставленной компании-заказчиком).

В качестве методов проведения маркетингового исследования нами были выбраны следующие способы:

1. Сбор данных по методу опроса респондентов. ( Приложение №1)

2. Поиск информации в Интернете.

3. Анализ предоставленных данных компании ООО «Агентство Промо Пресс»

Так как данное исследование является первичным оно проводилось на территории Нижнего Новгорода (в котором находиться наша компания). Объем выборки составил 10 университетов.

Из всего списка нами было выявлено 4 лидера. ( Приложение №2 )

Разработка и реализация проекта по созданию нижегородской общевузовской газеты была временно приостановлена в связи с тяжелой экономической ситуацией и отсутствием необходимого для запуска проекта количества спонсоров.

Заключение

После прохождения практики в ООО «Агентство Промо Пресс» я окончательно убедилась в том, что я хочу быть именно специалистом по рекламе.

Что же такое реклама? Почему я хоту быть специалистом по рекламе? Мне кажется, многие люди недооценивают важность этих определений.

«Я ничего не продаю». Многие люди так считают, наверное, поэтому им не удается добиться своего и убеждать людей в правильности своей точки зрения, поэтому к их словам прислушиваются не так часто, как им бы хотелось. На самом деле, каждый человек пытается продать некие идеи, цели и убеждения, не так ли? Почему я хочу быть специалистом по рекламе? Потому что я хочу, достичь большего в личной жизни, хочу, чтобы люди больше ценили мои идеалы и убеждения, хочу больше радоваться общению с людьми, и я уверенна, что я могу это сделать.

Приложение №1

Анкета.

Дата заполнения .

I . Название ВУЗа и контактная информация:

1. Название ВУЗа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Номер телефона редакции\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Электронная почта (сайт газеты):\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Главный редактор (Ф.И.О.):\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Лицо предоставившее информацию (если не руководитель - укажите имя, должность,):\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

II. Общая информация:

Год основания (газеты, журнала).\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Каков тираж издания? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Какова полосность газеты/журнала? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Какова периодичность выхода газеты/журнала?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Каков месячный бюджет газеты/журнала?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Где осуществляется печать продукции?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Какова стоимость печати (одного выпуска)?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Количество штатных сотрудников:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наличие нештатных сотрудников (если да, то сколько человек)\_\_\_\_\_\_\_

Каким образом осуществляется продвижение продукции? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Размещаете ли Вы рекламу в своей газете/журнале? Если «Да», то какую именно?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Существуют ли дополнительные источники финансирования Вашей газеты/журнала?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Какая студенческая газета/журнал в городе (среди ВУЗов), на Ваш взгляд, является лучшей?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

14. Перспективы развития \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

15. Дополнительная информация о редакции, которая является важной по мнению респондента \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_