

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования

«Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

**ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ**

**Производственная практика** **(практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль: Реклама и связи с общественностью**

|  |
| --- |
| (фамилия, имя, отчество студента) |
| Место прохождения практики: |
|  |
| (полное наименование организации) |
| Руководители практики: |
| от Университета: |
| (фамилия, имя, отчество) |
|  |
| (ученая степень, ученое звание, должность) |
| от Организации: |
| (фамилия, имя, отчество) |
|  |
| (должность) |

Содержание

Введение…………………………………………………………...………………3

1. Общая характеристика предприятия ООО ПК «Венткомплекс»……….4
2. Организационная структура предприятия ООО ПК «Венткомплекс»…7
3. Маркетинговые мероприятия, применяемые на предприятии ООО «ПК «Венткомплекс»…………………………………………..………………10
4. Мероприятия по улучшению рекламной деятельности предприятия……………………………………………….………………16

Заключение……………………………………………………………………….18

Список литературы………………………………………………………………20

Введение

Целью производственной практики является систематизация теоретических знаний и расширение круга практических умений по профилю подготовки путем сбора и анализа фактического материала для подготовки и написания выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), проверки на практике ее основных положений и рекомендаций.

Задачами производственной практики являются:

- закрепление, углубление и расширение теоретических знаний, умений и навыков, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения;

- поиск информации в соответствии с индивидуальным планом, сборе и анализе данных, необходимых для проведения исследования по выбранной теме ВКР;

- проведение расчетов необходимых показателей деятельности организации;

- развитие профессионального мышления в условиях трудового коллектива;

- подготовке отчета о производственной практике, содержащего исходную информацию для подготовки выпускной квалификационной работы.

- обобщение, обработка и анализ исходной информации для выполнения выпускной квалификационной работы;

- анализа практического материала для подготовки доклада и выступления на защите выпускной квалификационной работы.

Практика проходила в ООО «ПК ВентКомплекс».

1. Общая характеристика предприятия ООО ПК «Венткомплекс»

Компания является официальным лицензированным представителем крупных производственных предприятий Удмуртской Республики, Пермского края и Свердловской области.

Юридический адрес: город 427629, республика Удмуртская, город Глазов, улица Куйбышева, дом 77 строение 1, кабинет 111.

**Миссия компании** — это комплексное оснащение вентиляционно-отопительным оборудованием строящихся зданий и сооружений, промышленных, социальных, спортивных, сельскохозяйственных объектов на территории Российской Федерации и стран СНГ.

На все виды работ имеются соответствующие допуски и лицензии.

Основные виды деятельности, услуги, товары приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные виды деятельности, услуги, товары **ООО «ПК ВентКомплекс»**

|  |  |
| --- | --- |
| Товары | Описание |
| Услуги по проектированию систем | Холодоснабжения,  Кондиционирования,  Вентиляции,  Противодымной вентиляции,  Отопления,  Теплоснабжения,  Водоснабжения,  Водоотведения,  Канализационные насосные станции  Автоматизации,  Диспетчеризации. |
| Поставка | Компания является официальным партнером ведущих европейских и российских производителей климатического оборудования. Мы готовы подобрать сложнейшее оборудование, способное решать любые технические задачи и в кратчайшие сроки поставить его прямо на объект нашего заказчика. Кроме того, компания имеет собственное производство вентиляционного оборудования из импортных комплектующих, что позволяют вести гибкую ценовую политику. |
| Монтаж | Монтажные работы производят высококвалифицированные специалисты, которые имеют опыт успешной реализации сложнейших проектных решений. Все они прошли обучение у фирм-производителей и являются истинными профессионалами своего дела. В настоящий момент можно говорить о том, что все новейшие технологии в области обеспечения зданий инженерными системами были реализованы специалистами нашей компании. Технические специалисты постоянно повышают свою квалификацию и шагают в ногу со временем в области своей профессиональной компетенции. |
| Пуско-наладочные работы | Специалисты компании имеют бесценный опыт по запуску и отладке сложнейших инженерных систем. Благодаря огромнейшей теоретической и практической базе, специалисты способны в кратчайшие сроки запускать и доводить рабочие параметры системы до требуемых. Современнейшее техническое оснащение позволяет достигать высочайшего качества при проведении пуско-наладочных работ. |
| Гарантийное и сервисное обслуживание | Сервисная служба обладает всеми необходимыми ресурсами (техническое оснащение, информационное обеспечение, квалифицированный персонал) как для своевременного планового обслуживания систем, так и для оперативного устранения непредвиденных неполадок. |

**ООО** ПК **«ВентКомплекс»** имеет огромный опыт работы в области вентиляции и выполняет весь комплекс работ по проектированию, поставке, монтажу и гарантийному обслуживанию систем вентиляции и кондиционирования воздуха в бытовых, офисных и промышленных помещениях.

Коллектив состоит более чем из ста пятидесяти специалистов, многолетний опыт которых передается из поколения в поколение.

Наличие современного оборудования позволяет выполнять проекты в кратчайшие сроки и на уровне мировых стандартов.

ООО ПК **«ВентКомплекс»** осуществляет прямые поставки климатического оборудования от ведущих европейских и российских производителей, а также имеет собственное производство вентиляционного оборудования из импортных комплектующих, что позволяет вести гибкую ценовую политику.

Монтаж проводят высококвалифицированные специалисты, прошедшие обучение у фирм-производителей, имеющие большой опыт работы и профессиональное монтажное оборудование.

За время своего развития компания превратилась в организацию, способную решать не только задачи отопления зданий, вентиляции и кондиционирования воздуха, но также закрывать полный спектр задач, связанных с обеспечением зданий комплексом полноценно функционирующих инженерных систем.

1. Организационная структура предприятия ООО ПК «Венткомплекс»

Организационная структура ООО «ПК ВентКомплекс» линейно - функциональная.

Линейно-функциональная структура реализует принцип единоначалия, линейного построения структурных подразделений и распределения функций управления между ними и рационального сочетания централизации и децентрализации. При такой структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 - Организационная структура ООО «ПК ВентКомплекс»

Руководитель компании – генеральный директор - осуществляет общее руководство производственным процессом и принятием решений по всем вопросам, связанным с его обеспечением, заключает договоры, принимает решения о приеме новых сотрудников.

Функциональные обязанности генерального директора ООО «ПК ВентКомплекс»:

- обеспечение соблюдения законности в деятельности Общества;

- осуществление руководства финансовой и хозяйственной деятельностью Общества в соответствии с Уставом Общества;

- организация работы Общества с целью достижения эффективного взаимодействия всех структурных подразделений Общества.

Во главе планово-экономического отдела стоит начальник отдела.

Экономический отдел осуществляет работу по экономическому планированию, направленному на организацию рациональной хозяйственной деятельности предприятия в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых товаров, по выявлению и использованию резервов с целью достижения наибольшей эффективности работы предприятия.

Функции ПЭО:

- осуществляет подготовку проектов текущих планов предприятия по всем видам деятельности и заключенным договорам, а также обоснований и расчетов по ним;

- разрабатывает стратегию предприятия с целью адаптации его хозяйственной деятельности и системы управления к изменяющимся в условиях рынка внешним и внутренним экономическим условиям;

-  составляет среднесрочные и долгосрочные комплексные планы деятельности предприятия.

Отдел по работе с клиентами состоит из менеджеров по работе с клиентами.

Основные функциональные обязанности менеджера о работе с клиентами:

- выявляет потенциальных клиентов, осуществляет анализ потребностей клиентов, их уровень и направленность;

- проводит переговоры с клиентами, знакомит покупателей с продукцией и её потребительскими свойствами, ценами, скидками, условиями продажи, порядке проведения расчётов, выдачи и погрузки товара;

- поддерживает постоянный контакт с существующими клиентами, организует работу с ними.

Отдел консалтинга профессиональный и многолетний опыт сотрудников в создании программных комплексов в таких областях как муниципальные финансы и собственность, таможенное оформление, торговля и бухучет, автоматизация технологических процессов позволяет предложить разработку программ в любой прикладной области для клиентов.

Сервисный отделзанимается почти всем, что связанно с компьютерной и офисной техникой, её поставкой и обслуживанием офисов, установкой программного обеспечения и подключением к сети Интернет, прокладкой сетей и установкой серверов.

1. Маркетинговые мероприятия, применяемые на предприятии ООО «ПК «Венткомплекс»

Поскольку PR-деятельность в компании только набирает свои обороты, в организации отсутствует отдел Рекламы и PR. Все обязанности по этому направлению выполняют сотрудники отдела маркетинга.

Для эффективного достижения целей и решения своих задач отдел маркетинга осуществляет следующие функции:

- разработка плана маркетинга и его реализация, осуществление контроля реализации стратегии и тактики маркетинга и полученных результатов;

- организация и проведение мероприятий по изучению и анализу общего состояния рынка и его участников, состояния спроса и предложений;

- изучение, анализ и прогнозирование деловой активности конкурентов, их долей и позиций на рынке;

- разработка долгосрочных и текущих планов общества в целом и отдельных направлений деятельности, координация деятельности структурных подразделений по их реализации;

- участие в (или их разработка, разработка рекомендаций) создании коммерческих проектов и их реализации;

- ведение информационной базы данных, полученных и обработанных в ходе проведения маркетинговых исследований и по результатам деятельности отдела маркетинга.

- участие в разработке организационно-распорядительных документов, форм и бланков общества по вопросам, входящим в компетенцию Отдела маркетинга.

В целях изучения рекламной политики была проведена беседа с руководителем организации, в ходе которой я выявила какие рекламные средства, использует компания в своей деятельности.

В ходе анализа, были выделены основные виды и каналы рекламной деятельности:

1. Интернет

Основой Интернет-маркетинга в настоящее время является Web–сайт, как корпоративный, так и сайт сторонних посреднических организаций (поисковые системы, каталоги, порталы, открытые и закрытые торговые площадки и т.п.).

У предприятия ООО ПК «Венткомплекс» есть свой сайт - <https://the-vent.ru/> (рисунок 2).

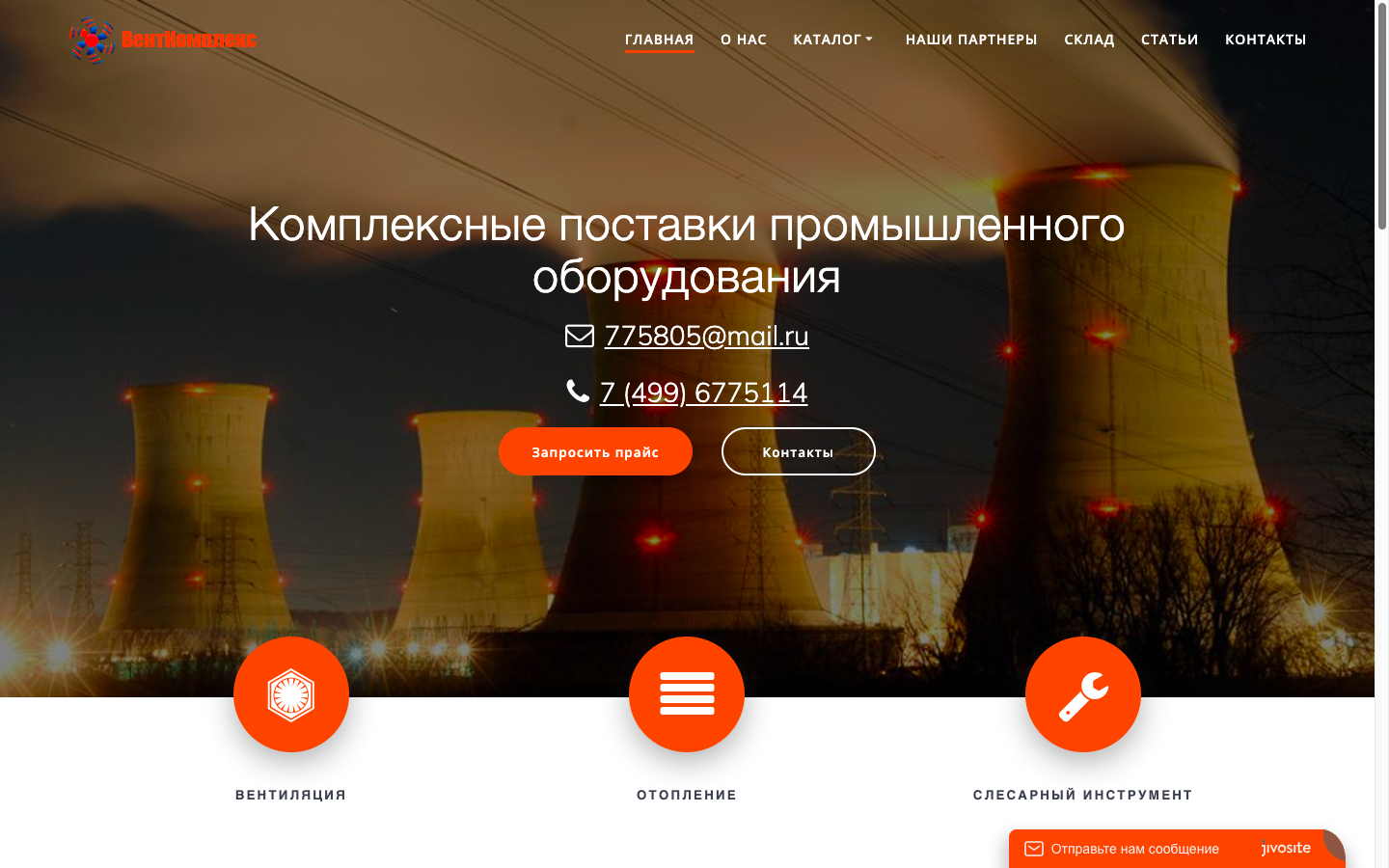


Рисунок 2 – Интерфейс сайта ООО ПК «Венткомплекс»

В отличие от пассивной, нисходящей на потребителя модели маркетинга, Интернет позволяет осуществить взаимодействие поставщиков и потребителей, при котором последние сами становятся поставщиками (в частности, поставщиками информации о своих потребностях).

Среда Интернета, согласно — это совокупность факторов Интернет-пространства, которые оказывают воздействие на предприятие, внедряющее Интернет-технологии в свою хозяйственную деятельность, которая включает в себя:

- аудиторию Интернета и ее характеристики (активная, недельная, и максимальная аудитории, географическое расположение, сфера интересов, возраст, пол, социальный статус, профессиональная деятельность, цели использования и т.д.).

**-** инфраструктуру среды(насыщенность информационными ресурсами, предоставляемые виды сервиса — услуги, применяемые технологии, структура коммерческих участников Интернет-рынка и т.д.).

- уровень возможности осуществления трансакций (в том числе качество применяемых платежных систем).

- уровень развития телекоммуникационной инфраструктуры (в том числе возможность доступа к Интернету, качество линий связи и скорость передачи данных, стоимость провайдерских услуг).

- уровень развития правовой базыфункционирования бизнеса в Интернете.

Место Интернет–маркетинга в деятельности ООО ПК «Венткомплекс» сводится к процессу управления маркетингом на электронном рынке, который отражает совокупность операций и процедур, выполняемых работниками маркетинговых служб компании в следующей последовательности:

- сбор и анализ информации о поведении рынка и конкурентов на нем посредством использования возможностей сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных;

- экспертизу стохастических и динамических процессов на данном сегменте рынка;

- моделирование психологических реакций поведения потребителя на электронном рынке с моделированием стратегий компаний в условиях риска и неопределенности,

- формулирование новых стратегий развития текущих рынков, проникновения на рынок, стратегических альянсов и консолидаций, стратегий диверсификации и др.

Касательно Web-сайта ООО ПК «Венткомплекс» необходимо отметить, что он находит себе эффективное применение в таких областях как:

- Продажа через Интернет;

- Реклама товаров и услуг в Сети;

- Сервис и послепродажное обслуживание.

Пользуясь Интернетом, сотрудники маркетинговых служб ООО ПК «Венткомплекс» имеют возможность:

- быстро менять ассортимент, описание продуктов и их цены;

- экономить на затратах (отсутствуют затраты на создание обеспечение функционирования магазина, на использование обычных методов почтовой рассылки, издание каталогов и т.п.);

- легче осуществлять контакты с потенциальными потребителями, посылая им информацию (например, разъяснительного или рекламного характера) и получая от них ответы;

- подсчитать число людей, посетивших сайт организации и отдельные его части.

2. Выставки

ООО ПК «Венткомплекс» часто учувствует в выставках, выставки прекрасно работают, когда клиентам необходима дополнительная информация о компании и ее деятельности.

Здесь присутствует личное общение, которое трудно заменить чем-либо другим. Очень часто сделки происходят прямо на выставках. К тому же выставки — это как показатель успешности компании: если ты на рынке, значит, у тебя все в порядке и тебе можно доверять.

На выставке свою информацию компания ООО ПК «Венткомплекс» представляет разными способами, самым распространенным способом является – презентация.

Презентация услуг, предоставляемых компанией, проходит эффективно при наличии грамотно составленных презентационных материалов.

Буклеты и видеоролики, содержащие специфические особенности данного предприятия, описание конкурентных преимуществ.

Так же, на таких выставках ООО ПК «Венткомплекс» используют детальное представление своей продукции. Выставки проходят не часто, поэтому такой вид рекламы эффективен, именно в эти дни.

3. Наружная реклама

На рынке предоставляемых услуг предприятием наружная реклама является так же эффективным способом информирования потенциальных клиентов.

# Промо-стойка расположенная вблизи ООО ПК «Венткомплекс» не остается незамеченной пешеходами, а также проезжающим транспортом. На этой стойке указан адрес, а также контактная информация. Наружная реклама служит эффективным средством информирования населения об услугах.

# 4.Газетная реклама

# Такой способ, по мнению руководителя предприятия ООО ПК «Венткомплекс», как газетная реклама, обладающий широким охватом рынка и высокой избирательность аудитории, мало используется организацией и представлен лишь баннером в одной газете.

# Таким образом, именно через эти каналы клиент получает информацию о всех объектах и услугах, предоставляемых компанией, узнает о ней больше и формирует свое мнение.

Менеджеры отдела маркетинга приносят большой доход вООО ПК «Венткомплекс», из чего можно сделать вывод,  что рекламная деятельность эффективна, но чтобы добиться высшего уровня развития рекламной деятельности нужно начать  использовать более дорогостоящие, новейшие  каналы распространения рекламных сообщений.

В следующем пункте были разработаны предложения и мероприятия по совершенствованию ООО ПК «Венткомплекс» рекламной деятельности,  которые повысят спрос на предлагаемые услуги и станут еще более эффективными.

1. Мероприятия по улучшению рекламной деятельности предприятия

В ходе анализа, были составлены некоторые мероприятия по усовершенствованию рекламной деятельности ООО ПК «Венткомплекс».

1. Газетная  реклама, реклама в журналах

Такой способ, по моему мнению, как газетная реклама, обладает широким охватом рынка и высокой избирательность аудитории. Такой вид рекламы используется организацией, но представлен лишь баннером в одной газете.

Самая престижная газета — это еще не залог успеха, выбор издания очень тесно связан с функциями, особенностями товара или услуги, а данные газета является что – то вроде каталога, куда размещаются новые поступления товара в определенные магазины и т.д., размещаются статьи о товарах и услугах.

Нужно выбирать журнал, который пользуется большим спросом у именно у тех клиентов, которые о большей части пользуются услугами предприятия.

Т.к. предприятие ООО ПК «Венткомплекс» является мобильной организацией, то для нее можно использовать газеты или журналы, не только в городе, где организация находится. Но и в других городах, например Москве и Московской области.

Так же, можно предусмотреть, чтобы газета или журнал был бесплатным, а это означает, что он попадает в большее количество рук, нежели платные журналы.

1. Реклама в СМИ

Основу рекламной активности составляет реклама на ТВ из-за наибольшего охвата. Выбор основных телеканалов для рекламы ООО ПК «Венткомплекс», по моему мнению, нужно в городе, где находится само предприятие, и области.

Запустить ролик, который будет состоять из нескольких секунд. В котором будет предоставлена вся необходимая информация, которая поможет потенциальным клиентам ознакомиться с продукцией и ее контактными данными.

Таким образом, в ходе анализа рекламной деятельностью были рассмотрены основные принципы эффективного формирования рекламной деятельностью ООО ПК «Венткомплекс». Вышеизложенный материал послужит    для создания истинно эффективной рекламной кампании, которая повысит спрос на продукцию ООО ПК «Венткомплекс».

Заключение

В ходе прохождения производственной практики были изучена характеристика предприятия, организационная структура предприятия, был собран материал, необходимый для написания отчета.

В первой главе даны краткая характеристика предприятия, основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации.

Вторая глава – проведен анализ рекламной деятельности предприятия, анализ экономической деятельности, а также мероприятия по усовершенствованию рекламной деятельности предприятия.

Можно сделать вывод, что рекламная деятельность на предприятии эффективна, она позволяет предприятию иметь постоянных клиентов и потребителей своей продукции, однако я выявила, что возможно улучшить рекламную деятельность с помощью некоторых действий.

Во время прохождения производственной практики, мною были выполнены все задачи, которые были поставлены. Достигнута цель производственной практики, а именно.

В ходе прохождения производственной практики, овладели следующими навыками:

- навыками организации и подготовки выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

- навыками основными техниками проведения маркетинговых исследований;

- узнала принципы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

- технологией организации и проведения социологические исследования.

Данная производственная практика является хорошим практическим опытом для дальнейшей самостоятельной деятельности. За время пройденной практики я познакомился с новыми интересными фактами. Закрепил свои теоретические знания, лучше ознакомился со своей профессией, а также данный опыт послужит хорошей ступенькой в моей дальнейшей карьерной лестнице.

Список литературы

1. Белоусова С.Н., Белоусов А.Г. Маркетинг. - 2-е изд., доп. и перераб. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011 г. - 256 с.
2. Беляевский И.К., Данченок Л.А., Романов А.А. Маркетинг: учебно-практическое пособие / Московская финансово-юридическая академия. - М.: МФЮА, 2010. - 178 с.
3. Березин И.С. Маркетинг и исследование рынков. - М.: Русская деловая литература, 2009. - 574 с.
4. Варакута, С.А.Связи собщественностью [Текст]: Учеб. пособие для вузов. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 207 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. СМИ. ББК 76.
5. Тюрин Д.В. Маркетинговое исследование. Организация и проведение компаний /Высшая школа экономики – Национальный исследовательский университет; Москва, «Юрайт» 2013 г. – 340 с.