

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/162057>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: История Мировая

-

Специальное событие (PR-акция) является значимой формой PR- коммуникаций.

Исследователи делят специальные PR-мероприятия по ведущей целевой установке, что определяется специалистами в области PR на этапе анализа ситуации и напрямую зависит от ресурсов и проблем заказчика или инициатора события.

PR-акции реализуют цели, которые связаны с организацией положительного имиджа компании, формированием восприятия социально значимого характера деятельности предприятия, выстраиванием доверительных отношений с внешней и внутренней общественностью, достижением взаимопонимания и согласия организации и среды, публичной демонстрацией и продвижением своих идей, расширением влияния в обществе, формированием у персонала чувства корпоративной гордости; с разрушением ложных стереотипов и формированием положительного отношения (к фирме, личности, городу, стране) и др. Форма акций может быть любая, но их стратегическая цель – создать и донести до сознания целевых групп имя, репутацию субъекта (физического лица, организации, общественного объединения и т. д.)

Рекламные формы коммуникации. Их специфика также определяется целевой установкой, при этом спектр целей может быть весьма широким:

продвижение продукта или услуги на рынок, стабилизация сбыта и прибыли, создание круга надежных клиентов и увеличение вторичного спроса, расширение рынка сбыта за счет вытеснения конкурентов, расширение сегмента спроса путем привлечения новых потребителей, демонстрация преимуществ рекламируемого товара (услуги) в сравнении с аналогичными, привлечение партнеров и инвесторов, формирование лояльности клиента к фирме и ее продукции, продвижение новых стандартов потребления.

Ценностно-ориентационные мероприятия (воспитательного, идеологического характера). Их задача состоит в корректировке ценностных ориентаций тех или иных социальных групп, привлечении общественного мнения к проблемам, актуальным с точки зрения заказчика данного мероприятия.

Фандрайзинговые мероприятия направлены на привлечение и конвертирование ресурсов, необходимых для реализации социально значимых проектов и идей.

Зрелищно-развлекательные акции. На первый взгляд, они лишены проектно-обоснованной целенаправленности, однако нетрудно увидеть их рейтинговую природу – задача таких акций состоит в искусственном стимулировании интереса – к передаче, каналу, другой маркетинговой акции (выставке, празднику и т. д.)

Вид акции определяется в зависимости от проблем и ресурсов ее инициатора, которые формулируют цели и задачи акции.

По доминирующему виду деятельности акции могут быть следующими:

-Информационно-аналитические (пресс-клубы, телемосты, диспуты, дискуссии).

-Харизматические (вечера-встречи, посвященные личности недели, месяца, года в различных областях социально-культурной жизни, выступления популярных деятелей искусства, политики).

-Познавательные (конференции, семинары).

-Коммуникативные (ток-шоу, конгрессы, тематические круизы и т. д.).

Игровые (конкурсные программы, деловые игры, дискуссионные клубы и т. п.).

Спектр тематики PR-мероприятий, разрабатываемых PR-отделом вуза достаточно широк. Актуальными и уже привычными событиями, организуемыми для абитуриентов и их родителей являются дни открытых дверей, которые, как правило, посвящаются не только вузу в целом, но и проводятся отдельными структурными подразделениями (факультетами, кафедрами и др.) Информирования о проведении дней

открытых дверей происходит с помощью рекламных коммуникаций, и само мероприятие носит смежный характер.

Проведение научных конференций, открытых лекций, мастер-классов и семинаров в образовательной среде также позволяют продемонстрировать как материальную базу учебного заведения (состояние учебных аудиторий и конференц-залов, оборудование: мультимедийные проекторы, экраны, микрофоны и т.д.), так и уровень преподавания и квалификация преподавателей вуза.

Задание 3. Мониторинг актуальных научно-исследовательских, образовательных, культурно-просветительских программ

В наиболее массовых формах научных коммуникаций (книги, журналы) налицо конкуренция цифровых и традиционных форм, частичное их дублирование. Также активно осуществляется оцифровка библиотечных, архивных и музейных фондов. Электронные библиотеки стали одним из самых массовых по посещаемости ресурсов, значительно обогнав традиционные библиотеки. Параллельно возникли новые, полностью цифровые формы коммуникации (сайты, социальные сети, ресурсы коллективного творчества), для которых не установлены правила учета, мониторинга, нет официальной статистики.

В этих условиях императивом предлагаемого способа организации мониторинга является комплексный подход к анализу ресурсов: в сферу мониторинга должны быть включены как традиционные, так и новые, цифровые формы научных продуктов и средств коммуникации.

В качестве источников информации использовались:

- результаты опроса академических учреждений, подведомственных ФАНО России;
- данные информационных систем и каталогов, статистической отчетности;
- данные сайтов учреждений РАН и других сайтов.

Запрос о составе ИР был направлен в 160 академических учреждений (согласно списку, составленному с учетом критериев, описанных выше). Текст запроса приведен в приложении 1. Ответы были получены из 30 организаций.

Также были проанализированы сведения об ИР академических организаций, имеющиеся в следующих информационных системах:

- в информационной системе ФАНО России (индикативный рейтинг по критерию публикационной активности 2 См например, сайт С. А. Крылова. База данных «Квантитативно-реализационный грамматический словарь современного монгольского языка». 1[^]1.: <http://starling.rinet.ru/cgi-bin/main.cgi?root=mongqrs&encoding=utf-gus>

тивности исследователей научных организаций, подведомственных ФАНО России, за 2015 г.)3;

- научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU (НЭБ) (сведения о периодических изданиях, издаваемых учреждениями РАН/ФАНО согласно списку)4;

- единой государственной информационной системе учета научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ (ЕГИСУ НИОКТР)5 (сведения об отчетах, представленных учреждениями РАН/ФАНО согласно списку);

- информационной системе Российского гуманитарного научного фонда6 (сведения о грантах типа «в» - проекты создания информационного обеспечения, необходимого для выполнения научных проектов, выданных организациям РАН/ФАНО согласно списку);

- информационной системе Высшей аттестационной комиссии7 (сведения о диссертационных советах, имеющих в организациях РАН/ФАНО согласно списку);

- информационной системе «Мнемозина»8 (сведения об архивах, архивных фондах и описях, имеющих в организациях РАН/ФАНО согласно списку);

- информационной системе Музейного совета РАН9 (сведения о музеях, имеющих в организациях РАН/ФАНО);

- статистических отчетах Информационно-библиотечного совета РАН (ИБС РАН) (сведения об объемах и движении фондов библиотек, входящих в централизованные библиотечные системы (ЦБС) РАН10).

Однако основным источником информации для сбора сведений об информационных ресурсах послужили сайты академических учреждений. Большая часть сведений получена именно из этих источников.

Результаты мониторинга

Результаты собственного мониторинга, как и следовало ожидать, отличаются от тех, которые предполагались в запросе. Это объясняется разнообразием информации, поступающей из различных источников, неполнотой ответов, а также неопределенностью некоторых базовых понятий. Прежде всего, это относится к понятиям «социогуманитарный профиль информационного ресурса» и «типология

ресурсов».

1. Многие ресурсы, например, библиотечные фонды или коллекции научных отчетов, а также массивы документов научных центров и региональных

3 Информационная система ФАНО. URL: http://fano.gov.ru/ru/activity/publication_activity/indicative_rating/indicative_rating_2015/

4 Научная электронная библиотека. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

5 Единая государственная информационная система учета научно-исследовательских, опытно-

конструкторских и технологических работ (ЕГИСУ НИОКТР). URL: <http://rosrid.ru>

6 Информационная система РФНФ. URL: <http://www.rfh.ru/index.php/ru/?Itemid=224>

7 Информационная система Всероссийской аттестационной комиссии. URL: <http://vak.ed.gov.ru/dissocvet>

8 Информационный порта «Мнемозина». URL: <http://www.arran.ru/?q=ru>

9 Музейный совет РАН. URL: <http://museumras.ru>

10 Библиотека по естественным наукам. URL: http://www.benran.ru/ibs_doc/index.htm

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/162057>