

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/283739>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Реклама и PR

Оглавление

Введение 3

Индивидуальное задание 3

Заключение 4

Список использованных источников 16

Введение

Отчет о практике - это аналитическая работа, проводимая в период преддипломной практики в организации.

Процесс приобретения практических навыков осуществляется по следующим элементам:

- ассимилирование теоретической и методологической информации, предоставляемой вводными и вводными вступительными лекторами, а также процесс мониторинга и проверки результатов их работы с целью устранения возможных недостатков и недостатков;

- Изучение нормативных документов и методических пособий (приложений, правил, инструкций)

Ознакомление с организацией работы, процессом осуществления экономической деятельности в рабочих группах;

- самостоятельная практическая работа по конкретным задачам;

- записывать этапы практики, практические результаты, объем работы, выполненной в вашем отчете о практике.

Основная цель производственной практики - получить практические навыки.

Практика проходила в качестве ассистента в маркетинговом отделе предприятия.

Индивидуальное задание

1 Изучить организацию рекламной деятельности предприятия

"Фодеско-МАК" занимается изготовлением специальных и стандартных комплектующих для пресс-форм и штампов, изделий для техоснастки, оказывает услуги по прецизионной металлообработке. Fodesco является субпоставщиком для производителей литья из пластмассы, резины, цветных металлов, предприятий металлообрабатывающей промышленности.

Маркетингом на предприятии занимается отдел маркетинга и рекламы, который входит в состав коммерческого центра.

Организация рекламной деятельности:

Сбор и подготовка информации о характеристике рынков сбыта, об оценке размеров, динамике развития рынка и прогноз тенденций его изменений, о доле предприятия на разных рынках, сравнительных данных по ценам на основную продукцию собственного изготовления и производства конкурентов для включения в раздел «Стратегия маркетинга» бизнес-плана предприятия.

Разработка стратегии продаж предприятия, содержащую выводы и предложения.

Подготовка информации для разработки плана-прогноза производства продукции по объемам и номенклатуре, исходя из потребности рынка.

Проведение предконтрактной проработки запроса потребителя на новые изделия с целью принятия решения о разработке новых изделий.

Таким образом, можно с достаточным основанием подходить к маркетингу как к управленческой деятельности. Суть этой деятельности состоит в том, что она направлена на ориентацию производства на создание таких видов продукции, которые отражают требования определённых рынков.

2 Ознакомиться со структурой и должностными обязанностями сотрудников маркетингового отдела организации

Структура отдела маркетинга представлена на Рис. 1.

Рис. 1.-Структура отдела маркетинга.

Отдел маркетинговых исследований:

- подготовка информации для разработки и реализации бизнес-плана предприятия на основе исследования и прогнозирования ситуации на рынках товаров (услуг).
- оценка конкурентоспособности продукции на основе исследования цен.

Отдел анализа маркетинговой деятельности:

Список использованных источников

1. Выбор канала размещения рекламы в целевом маркетинге [Электронный ресурс]. - <https://etginpro.ru/view/18465/work.html> (дата обращения 23.09.2022).
2. Реклама [Электронный ресурс]. - <https://studfiles.net/preview/3924908/> (дата обращения 22.09.2022).
3. Макович Г.В Проектирование рекламной кампании. - М.: Издательство: Академия Естествознания, 2014.
4. Пояснительная записка к годовому отчету за 2020 год ЗАО "Фодеско-МАК"

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/283739>