

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/54610>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Реклама и PR

1. Сравнительная характеристика предприятий в сфере дизайна и моды Санкт-Петербурга 3
2. Характеристика организации 4
3. Программы продвижения бренда ВУЗа 6
4. Фирменный стиль 8
5. Анализ PR-текстов 9
6. Анализ рекламных текстов 10
7. Анализ носителей элементов фирменного стиля 11
- Список использованных источников 13

1. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ДИЗАЙНА И МОДЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Санкт-Петербург многие называют «модной столицей России» и «российским Парижем», так как в нем представлено много предприятий, которые создают модные тенденции и/или производят модную одежду, аксессуары, предметы быта, текстиль и т.п.

В связи с этим можно выделить несколько признаков для классификации предприятий и организаций в сфере моды и дизайна. Например:

- в зависимости от отраслевой принадлежности можно выделить образовательные предприятия и предприятия, производящие и создающие модные товары и услуги,
 - в зависимости от места в товаропроводящей системе выделяют предприятия производителей и торговые компании,
 - в зависимости от объемов оказываемых услуг и масштабов деятельности: крупные, средние, мелкие.
- Можно разделить все предприятия моды и дизайна на три большие группы, в зависимости от их задач и отраслевой принадлежности. Представим их в таблице 1.

Таблица 1 – Признаки анализа организаций моды и дизайна в Санкт-Петербурге

Виды предприятий Примеры, характеристика

Образование Предприятия, обучающие основам моды и дизайна, подготавливающие специалистов для текстильной промышленности, сегмента моды. К ним относятся: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Международная школа дизайна Французский институт моды, Школа искусства костюма, Школы моделей (более 10).

Производство и продажа Ткацкая фабрика «Маяк», «Петербургский Дом Моды», ООО «ТексПром», ЗАО «Невская мануфактура», ЗАО «Петербургский текстиль», более 200 предприятий продажи одежды и текстиля

Творческий дизайн Дома моды – более 30, Дом Высокой Моды в Санкт-Петербурге

Таким образом, в Санкт-Петербурге достаточно насыщенный рынок предприятий, работающих в сфере моды и дизайна, что обуславливает потребность в специалистах соответствующей квалификации.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ

В 2018 году Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна отметил 88-летие своего существования.

В России подготовка специалистов-текстильщиков начала осуществляться в 1828 году, в Санкт-Петербургском Практическом Технологическом институте, который при своем основании предназначался для подготовки мастеров «мануфактурной» промышленности, т.е. по текстильному делу. Инициатором создания института был министр финансов Е. Ф. Канкрин.

28 ноября 1828 года император Николай I обратился к Сенатору с именовым посланием «Желая споспешествовать распространению и прочному устройству мануфактурной промышленности в Империи Нашей, признали мы за благо учредить в Санкт-Петербурга Практический технологический институт.

1. Чернатони Лесли Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс]: учебник/ Чернатони Лесли, МакДональд Малькольм— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 558 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10493.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Глоссарий по маркетингу [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ О.А. Артемьева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Палеотип, 2013.— 336 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48671.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. «Мама, я на сцене!» // https://spbvedomosti.ru/news/career/mama_ya_na_stsene/
4. Официальный сайт Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна // <http://sutd.ru/>
5. Хамаганова К. В. Основы брендинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / К. В.Хамаганова. – СПб.: СПГУТД, 2015. – 97 с. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3358
6. Хамаганова К. В. Основы бренд-менеджмента: [Электронный ресурс]: учебное пособие / К. Хамаганова – 2016 – 73 с. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3070

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/54610>