*Пример отчета о прохождении производственной практике*

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Факультет «Медиакоммуникаций и мультимедийных технологий»

Кафедра «Связи с общественностью»»

Отчет о прохождении производственной практики

Александрова Александра, гр. МКС-21

Преподаватель:

Левицкий С.С.

Ростов-на-Дону

2014

# Содержание

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

1. Комплексный анализ деятельности ООО «Парк»……………………………4

2. Характеристика организационной структуры ООО «Парк»……………….11

3. Основные направления, содержания и формы работы по связям

с внутренней и внешней общественностью в ООО «Парк»…………………..13

4. Анализ процесса управления связями с общественностью в

ООО «Парк»……………………………………………………………………...16

5. Основные выводы и рекомендации по улучшению

маркетинговой, рекламной и PR-деятельности ООО «Парк»………………...17

Заключение……………………………………………………………………….19

Приложение 1. Концепция сайта парка Октябрьской

Революции (www.revolutionpark.ru).....................................................................21

Приложение 2. Макеты печатно-полиграфической продукции……………...23

Введение

Обучение студентов предполагает владение обширными знаниями и практическим опытом в области организации деловых коммуникаций, работы отделов по связям с общественностью, пресс-служб коммерческих фирм, органов государственного управления, политических партий и движений, работы информационно-рекламных агентств, в сфере средств массовой информации.

Производственная практика составляет часть учебного процесса и ориентированна на практическую подготовку студентов; закрепляет полученные в результате освоения теоретических курсов на первом курсе знания и умения, формирует практические навыки профессиональной деятельности, способствует комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций студентов, подготавливает студентов к восприятию последующих учебных дисциплин.

Целью производственной практики является получение практических навыков в качестве специалиста по связям с общественностью, рекламе и брендингу на основе базовых знаний, полученных в ходе учебного процесса.

Производственная практика проходила в ООО «Парк» - Парк Октябрьской Революции в течение четырех недель с 1 по 28 июля.

1. Комплексный анализ деятельности ООО «Парк»

Парк Октябрьской Революции (юридическое название ООО «Парк») основан как стационарный муниципальный парк в 1929 году. С 2002 года парк входит в группу «Агроком» и является коммерческим социально-направленным проектом. Миссия организации – создать единое культурно-досуговое пространство для организации качественного и интересного досуга населению г. Ростова-на-Дону. Парк Октябрьской революции создан с целью формирования общей площадки для организации и проведения спортивных, развлекательных, образовательных и общественных мероприятий. Стратегические цели – создать комплексный центр развлечений, полноценную сеть спортивных сооружений и сформировать благоприятные условия для отдыха всех слоев населения.

Анализируя рынок услуг, оказываемых ООО «ПАРК» можно выделить два больших направления деятельности предприятия:

– услуги развлечений – аттракционы;

– спортивно-развлекательные услуги - ледовый каток и футбольной поле.

Эти направления деятельности получают в последнее время значительный толчок для своего развития. Это связано, в том числе с государственной политикой по привлечению интереса молодежи к массово-спортивным мероприятиям.

Парк «Имени Октябрьской революции» г. Ростов-на-Дону располагается в центральной части города. В этом районе сосредоточено культурное сердце города (Музыкальный театр, театр им. М. Горького, Театр Юного зрителя). Парк находится между двумя центральными улицами города, что обеспечивает отличную транспортную доступность, удобные подъездные пути (улицы – Пушкинская, Советская, Садовая, а так же проспект Шолохова и Автовокзал).

На рынке услуг развлечений в Ростове-на-Дону можно выделить следующих игроков:

1) Прямые:

- Парк «Имени Октябрьской Революции»

- Парк «Имени М.Горького»

2) Косвенные:

- Парк «Сказка»

- Парк «Дружба»

- Crazy Park и ТЦ «Горизонт» и др. развлекательные центры

На рынке услуг ледового катка в Ростове-на-Дону можно выделить следующих игроков:

- Парк Революции

- Дворец спорта

- Аквапарк «Осьминожек»

- Парк Плевен

- Каток на стадионе Динамо

- Каток КРЦ «Вавилония»

Таким образом, ведущими игроками на рынке развлечений (услуги аттракционов) являются Парк Революции и Парк им. М.Горького, на рынке услуг ледового катка – Парк Революции и Дворец спорта.

Парк им. М.Горького имеет следующие конкурентные преимущества:

1. Расположен недалеко от железнодорожного и автобусного вокзалов и Ворошиловского моста – основных мест въезда в город жителей пригородов и области.
2. Имеет удобный подъезд и парковочные места с ул. Пушкинской (проездная в обе стороны) и ул. Семашко.
3. Недорогие детские аттракционы.
4. Большая маневренность ценовой политики.
5. Поддержка администрации города.

Конкурентные преимущества Дворца спорта:

1. Каток имеет определенный круг постоянных посетителей.
2. Хорошие условия для посетителей.
3. Возможность проведения корпоративных мероприятий.
4. Наличие всех необходимых коммуникаций (газ, вода и т.д.)
5. Парковка

Конкурентные преимущества Crazy Park и ТЦ «Горизонт» :

1. Многообразие альтернативных развлечений: кинотеатр, детские центры, развлекательные комплексы, боулинг
2. Отдых для всей семьи
3. Возможность совмещения отдыха, осуществления покупок, наличие сети общепита
4. Парковка на большое количество мест

Таким образом, рынок услуг развлечений находится в стадии формирования. Наблюдается устойчивый спрос на услуги аттракционов для детей от 2 до 6 и 6-10 лет. Услуги на аттракционы «экстремального типа» находятся в стадии насыщения спроса. Основная масса аудитории активных посетителей развлекательных комплексов не избалована предложениями с их стороны.

Услуги ледового катка – на рынке ощущается тенденция недостатка в организации обучения катанию на постоянной основе, а не разового инструктора. Кроме того, востребован вид услуг по проведению корпоративных мероприятий и различных акций и праздников на территории ледового катка.

Для ООО «ПАРК» был проведен SWOT-анализ, т. е. анализ сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз для бизнеса. Результаты анализа представлены в таблицах.

Услуги парка аттракционов

|  |  |
| --- | --- |
| *Сильные стороны* | *Слабые стороны* |
| * Разнообразие видов аттракционов; * Выгодное расположение в центре города; * Зелёная зона; * Финансовая поддержка группы компаний; * Наличие постоянных потребителей услуг; * Удобное расположение. * Возможность совместить различные типы отдыха — для всех возрастов (спокойный, активный,экстремальный) | * Отсутствие парковочных мест; * Недостаточная проходимость; * Отсутствие поддержки городских властей; * Недостаточная видимость со стороны подъездных (проездных путей); * Ценовой уровень выше среднего; * Недостаточное освещение жизнедеятельности объекта в СМИ; |

|  |  |
| --- | --- |
| *Возможности* | *Угрозы* |
| * Емкость рынка. Возрождение культуры семейного паркового отдыха; * Увеличение уровня рождаемости; * Потребность молодежи в культурно-массовых мероприятиях; * Потребность в спортивных площадках для организации мероприятий соревновательного характера; | * Возможно отсутствие интереса и, соответственно, спроса со стороны населения, вследствие неосведомлённости о мероприятиях и возможностях парка; * Активная политика конкурентов; * Привыкание потребителя к имеющимся видам аттракционов; необходимость обновления парка аттракционов; * Отсутствие достаточного финансирования; * Непредсказуемость погодных условий. |

Услуги ледового катка

|  |  |
| --- | --- |
| *Сильные стороны* | *Слабые стороны* |
| 1) Хорошее качество льда;  2) Географическое расположение (центр  города);  3) Финансовая поддержка группы компаний;  4) Регулярность проведения культурно-массовых мероприятий на катке;  5) Возможность предоставления рекламных площадей на территории катка. | 1) Трудности в организации подъездных путей и парковочных мест;  2) Активная политика конкурентов;  3) Недостаточность и рассредоточенность необходимых коммуникаций для организации нормальной системы информирования общественности о мероприятиях, проводимых на катке;  4) Недостаточная видимость со стороны подъездных (проездных путей);  5) Недостаточная проходимость.  6) Отсутствие поддержки со стороны государственных органов |

|  |  |
| --- | --- |
| *Возможности* | *Угрозы* |
| 1) Емкость рынка. Возрастание количества желающих проводить спортивный досуг на катке;  2) Потребность молодежи к участию в спортивных мероприятиях;  3) Потребность в спортивном семейном отдыхе в зимний период;  4) Привлечение молодёжи для организации тематических мероприятий;  5) Нестандартное проведение праздников и других торжественных событий. | 1) Снижение интереса и спроса потребителей, привыкших к более комфортным условиям для катания на льду;  2) Деятельность конкурентов;  3) Отсутствие достаточного финансирования для инвестиционных программ по развитию инфраструктуры катка и прилегающих территорий.  4) Снижение покупательской способности населения, и, вследствие, сокращение расходов на развлекательные услуги. |

Таким образом, при проведении SWOT-анализа деятельности организации по двум направлениям, было выявлено, что основная проблема это недостаточное выделение средств на улучшение инфраструктуры парка, отсутствие поддержки органов государственной власти, а так же отсутствие информационно-коммуникационной политики организации, в связи с чем возможно снижение уровня посещаемости парка и потеря лояльности со стороны потребителя.

Организация ведёт работу по следующим направлениям:

* 1. Организация досуга

1.1 Реализация культурно-досуговых проектов:

- детская программа «Путешествие по планете Чудес»;

- «Свадебный проект»

- программы, приуроченные к календарным праздникам (первое сентября, день семьи и т.д.).

1.2 Реализация спортивно-оздоровительных программ:

- футбольный турнир;

-соревнования по настольному теннису;

1.3 Городок аттракционов «Планета Чудес»

1.4 Каток под куполом «Ледоград»

2. Образовательная деятельность:

2.1 Реализация позновательно-развивающих программ:

- экскурсии по парку;

- тематические праздники;

3. Сотрудничество с партнерами, инвесторами и государственными структурами.

Парк Октябрьской Революции формирует и поддерживает партнерские отношения с детскими центрами, сетями магазинов розничной торговли, салонами связи. Сотрудничество базируется на взаимовыгодной основе и является долгосрочным и перспективным. Кроме того, парк регулярно взаимодействует с министерством культуры Ростовской области, а так же с комитетом по молодежной политики Ростовской области. Так же парк Октябрьской Революции активно развивает партнерские отношения с компанией «Донской табак», которая инвестирует крупные средства в развитие и благоустройство парка.

1. Предпринимательская деятельность:

- рекламная деятельность;

- деятельность в области развлечений и спорта;

- сдача в аренду площадей.

Целевая аудитория ООО «Парк» включает в себя людей всех возрастных категорий и социальных групп. Таким образом, целевая аудитория парка делится на следующие группы:

1. Родители с детьми, семьи
2. Школьники
3. Студенты
4. Люди пожилого возраста
5. Молодожены
6. Школа фигурного катания на базе катка
7. Школы детско-юношеские спортивные
8. Люди, ведущие спортивный образ жизни
9. Случайные посетители
10. Конкуренты
11. Спонсоры, инвесторы, партнеры
12. Государственные органы
13. СМИ

# 2. Характеристика организационной структуры ООО «Парк».

На данном предприятии действуют следующие службы и подразделения:

Директор

-помощник руководителя

Основные подразделения

1. Развлекательные объекты

- городок аттракционов

- каток «Ледоград»

- «живой уголок»

2. Спортивные объекты

- футбольное поле

- площадка для настольного тенниса

Служба управления

1. Бухгалтерия

2. Отдел кадров

3. Юридический отдел

4. Хозчасть

Дополнительные подразделения

1. Отдел информационного обеспечения

2. Дендрологическая служба

3. Отдел маркетинга

Функции отдела по связям с общественностью в ООО «Парк» выполняет отдел маркетинга. Отдел маркетинга занимается исследованием и анализом рынка, организацией и проведением специальных мероприятий, разработкой и поддержанием фирменного стиля, разработкой и реализацией внутренних долгосрочных проектов, а так же развитием интернет -коммуникаций и поддержанием связей со СМИ.

Руководитель отдела маркетинга выполняет следующие функции:

* управление и контроль над деятельностью отдела и его сотрудников;
* контроль над проведением специальных мероприятий;
* разработка креативных, рекламных и коммуникационных стратегий организации;
* контроль выпуска печатно-полиграфической и сувенирной продукции;
* установление и поддержание личных контактов (топ-менеджмент);
* планирование работы отдела;
* разработка годового плана маркетинга;
* работа с документами (подписание актов, договоров, смет и т.д.)
* оценка эффективности проведённых рекламных, PR, коммуникационных кампаний, подготовка и сдача отчетов руководителям организации.

В отделе маркетинга работают: руководитель отдела маркетинга, маркетолог-аналитик, специалист по организации зрелищных мероприятий, два ассистента маркетолога, водитель, специалист по финансам.

# 3. Основные направления, содержание и формы работы по связям с внешней и внутренней общественностью в ООО «Парк».

Отдел маркетинга выполняет следующие формы работы по связям с внешней и внутренней общественностью:

1. Исследования.

Маркетолог и ассистенты парка Октябрьской Революции регулярно проводят исследования рынка и конкурентных преимуществ других парков, а так же являются инициаторами внутренних исследований, направленных на выявления степени лояльности посетителей к парку, реакции на нововведения в парке и гибкости ценовой политики.

* 1. Формирование и поддержание фирменного стиля.

Данную функцию выполняет руководитель отдела и маркетолог. К крупным праздникам и массовым мероприятиям выпускается сувенирная продукция, которая распространяется внутри холдинга, на территории парка, а так же на основе взаимовыгодного сотрудничества среди партнеров.

* 1. Выпуск рекламно-полиграфической продукции.

Данную функцию осуществляют ассистенты отдела. К специальным мероприятиям и акциям выпускается печатно-полиграфическая продукция, информирующая посетителей и гостей парка о предстоящих мероприятиях и акциях. Кроме того, парк регулярно выпускает печатно-полиграфическую продукцию, информирующую посетителей о новых объектах и услугах.

* 1. Развитие интернет-коммуникаций.

Специалистами отдела активно ведется работа по продвижению парка в социальных сетях и на форумах. Следует отметить, что ООО «Парк» уделяет большое внимание своему корпоративному сайту, осуществляя его ре-дизайн.

* 1. Организация и проведение специальных мероприятий.

Парк Октябрьской Революции регулярно проводит специальные мероприятия, как приуроченные к календарным праздникам (первое сентября, День победы, 8 марта, день семьи и т.д.), так и разработанные по различным тематикам внутри организации (фестиваль Почемучек, выставка детских поделок, фестиваль желаний).

6. Разработка и реализация комплекса сезонных долгосрочных проектов.

Данную функцию выполняет специалист по организации зрелищных мероприятий. На базе ООО «Парк» организован и реализован ряд долгосрочных сезонных проектов, среди которых:

1. Детская программа «Путешествие по плане Чудес». Программа включает в себя развивающие игры, познавательные викторины, танцы, анимационную программу, призы и подарки. Тематические праздники для детей проводятся каждые выходные и являются бесплатными.
2. «Свадебный проект». Проект разработан специально для молодожёнов и содержит следующие элементы: свадебная поляна, скамья примирения, бронзовая плитка, музыкальное поздравление, гадание на райских яблочках, дерево исполнения желаний т.д.). Свадебный проект функционирует весь сезон каждую пятницу и субботу.

7. Наружная реклама и PR-продвижение в СМИ.

ООО «Парк» размещает свою рекламу на наружных носителях, а так же размещает PR-материалы в печатных изданиях г. Ростова-на-Дону**.**

1. Внутрикорпоративный менеджмент.

Организация мероприятий для сотрудников – командные турниры, бизнес-тренинги.

1. Сотрудничество на взаимовыгодной основе.

Парк Октябрьской Революции формирует и поддерживает партнерские отношения с детскими центрами, сетями магазинов розничной торговли, салонами связи. Сотрудничество базируется на взаимовыгодной основе и является долгосрочным и перспективным.

1. Проведение социально-ориентированных мероприятий.

Парк Октябрьской Революции является социально ответственной организацией. В рамках развития и поддержания социальной политики проводятся бесплатные экскурсии по парку для детей всех возрастов, а дети-сироты получают возможность кататься на аттракционах бесплатно.

Таким образом, парк Октябрьской Революции в своей деятельности по связям с общественностью охватывает все основные коммуникационные направления, направленные как на внутреннюю, так и на внешнюю общественность.

# 4. Анализ процесса управления связями с общественностью в ООО «Парк».

Система управления связями с общественностью в ООО «Парк» охватывает основные аспекты, но все же является неполноценной и незавершенной. Многим из направлений PR-деятельности уделяется внимание, но единого информационно-коммуникационного пространства так и не сформировано.

На наш взгляд, следует обратить внимание на то, что в компании не налажена система мониторинга СМИ и полностью отсутствует антикризисная стратегия управления. Кроме того, не организована система отслеживания обратной связи.

Следует, так же отметить, что в рамках проведения акций и мероприятий не создана система оценки текущих мероприятий посредствам промежуточных исследований. Это приводит к получению неполной информационной осведомлённости о ходе мероприятия или акции и исключает возможность их своевременной корректировки.

Несмотря на это, большое значение уделяется исследованием рынка и потребителей, что дает возможность анализировать динамику рынка, а так же своевременно корректировать маркетинговую и коммуникационную стратегию. Следует отметить, что особое внимание уделяется социальной политике, а так же внутрикорпоративному менеджменту.

Кроме того, ООО «Парк» ведет активную работу по продвижению в сети Интернета, а именно продвижение в социальных сетях, популярных форумах и поддержанию корпоративного сайта.

На наш взгляд, процесс управления связями с общественностью в ООО «Парк» организован грамотно, но бессистемно.

# 5. Основные выводы и рекомендации по улучшению маркетинговой, рекламной и PR-деятельности ООО «Парк».

На сегодняшний день работа по связям ООО «Парк» организована правильно и охватывает все целевые аудитории. Несмотря на это, данной организации следует уделять большее внимание каждому из видов PR-деятельности, а так же придет к пониманию необходимости создания единого информационно-коммуникационного пространства, тем самым доводя до потенциальных посетителей информацию о парке и его возможностях: отдых для всей семьи, для любой группы населения, не зависимо от поло - возрастной принадлежности.

Ожидается, что информационный материал о проведенных тематических мероприятий и промо -акций, активно представленный в СМИ, привлечёт интерес целевых групп к возможностям проведения совместного отдыха всеми членами семьи, комфорта, разнообразия развлечений, представленных на территории парка, не только на аттракционах, ледовом катке, но и на всей территории.

Целью проведения мероприятий станет формирование концептульного видения у целевых аудиторий парка и всех его структур как комплексного развлекательно-спортивного центра, способного удовлетворить все потребности посетителей, отвечающего всем современным требованиям, предъявляемым к такого рода объектам.

Среди основных направлений развития следует выделить:

* создание и контроль информационно-комуникационного пространства;
* ориентацию парка на «семейный отдых», «отдых для всех членов семьи», «отдых для любого возраста», «отдых в парке для всех поколений семьи»;
* базирование имиджа парка аттракционов, на предоставлении услуг высокого качества, безопасности, комфорту, эксклюзивных аттракционов на рынке, отвечающие всем требованиям;
* зонирование парка: выделение зоны отдыха, зоны активности, зоны развлечений и т.п.;
* маршрутизацию и навигацию парка;
* постоянное обновление предоставляемых услуг;
* формирование командного духа внутренней среды в администрации парка, обеспечивающей слаженную работу всех его комплексов и объектов.

Таким образом, необходимо продолжать развивать все существующие направления и формы организации процесса управления связями с общественностью, так же разрабатывать и реализовывать новые концепции и стратегии продвижения.

# Заключение

Парк «Имени Октябрьской революции» г. Ростов-на-Дону располагается в центральной части города и является объектом культурно - досугового назначения. На сегодняшний день в парк предоставляет полный комплекс развлекательных и спортивно-оздоровительных услуг, которые обеспечивают качественный и полноценный отдых и досуг представителям всех возрастов и социальных групп.

Рынок развлечений находится в стадии насыщенного спроса, ведущими игроками на рынке развлечений (услуги аттракционов) являются Парк Революции и Парк им. М.Горького, на рынке услуг ледового катка – Парк Революции и Дворец спорта.

Функции отдела по связям с общественностью в ООО «Парк» выполняет отдел маркетинга. Отдел маркетинга занимается исследованием и анализом рынка, организацией и проведением специальных мероприятий, разработкой и поддержанием фирменного стиля, разработкой и реализацией внутренних долгосрочных проектов, а так же развитием интернет-коммуникаций и поддержанием связи со СМИ.

На сегодняшний день работа по связям ООО «Парк» организована правильно и охватывает все целевые аудитории. Несмотря на это, данной организации следует уделять большее внимание каждому из видов PR-деятельности, а так же придет к пониманию необходимости создания единого информационно-коммуникационного пространства тем самым доводя до потенциальных посетителей информацию о парке и его возможностях: отдых для всей семьи, для любой группы населения, не зависимо от поло - возрастной принадлежности.

При проведении SWOT-анализа деятельности организации по двум направлениям, было выявлено, что основная проблема это недостаточное выделение средств на улучшение инфраструктуры парка, отсутствие поддержки органов государственной власти, а так же отсутствие информационно-коммуникационной политики организации, в связи с чем возможно снижение уровня посещаемости парка и потеря лояльности со стороны потребителя.

Таким образом опираясь на результаты SWOT-анализа и практический опыт, приобретённый в ходе прохождения практики, были разработаны следующие рекомендации по улучшению деятельности ООО «Парк»:

* создание и контроль единого информационно–коммуникационного пространства;
* наладить систему мониторинга СМИ и обратной связи;
* разработать критерии оценки эффективности мероприятий и проектов;
* позиционировать и ориентировать парк на «семейный отдых», «спортивный отдых», «отдых для всех членов семьи», «отдых для любого возраста», «отдых в парке для всех поколений семьи»;
* уделять большее внимание промежуточным исследованиям.

В случае, если ООО «Парк» организует единое информационно-коммуникационное пространство, обеспечит отдел маркетинга необходимой материально-технической базой, заручится поддержкой органов государственной власти и будет развивать новые направления в скором времени парк Октябрьской Революции станет общей площадкой для организации и проведения спортивных, развлекательных, образовательных и общественных мероприятий, а так же займет лидерские позиции на рынке развлечений и отдыха.

**Приложения**

Приложение 1

**Концепция сайта парка Октябрьской Революции (www.revolutionpark.ru)**

**Анализ ситуации:** В данный момент сайт парка является рабочим, но находится в замороженном состоянии. Стилистика сайта интересная, все объекты на главной странице двигаются, но прямой переход возможен только на экстремальные аттракционы (взлетает ракета). Кроме того, разделы сайта расположены с разных сторон. В верхней части экрана расположены новости, а название парка и время его работы находятся в левом верхнем углу и написаны маленькими буквами. В связи с отсутствием обновлений информация на сайте неполная и устаревшая. Рекомендовано обновить, усовершенствовать и доработать сайт парка.

**Предложения и рекомендации:** За основу концепции считаю правильным взять стилистику сайта, который есть на сегодняшний день. Главная страница остаётся прежней, но на ней необходимо выделить ряд объектов и расположить основные разделы.

В верхней части главной страницы пустить крупную надпись: «Яркое лето в парке Революции» (менять относительно текущего сезона) или «В парк Революции всей семьёй» + время работы парка. На главной странице обозначить подвижные объекты, от которых будет возможен прямой переход к информации об объекте. Рекомендую обозначить следующие направления:

* Аттракционы (Шум Гам Ленд) - в этом разделе будет размещена общая информация об аттракционах (количество, уникальность +фото-подборка; далее в этом разделе будет 3 подраздела: экстремальные аттракционы(информация, описание, ограничения, фото-подборка); детские аттракционы (описание, фото-подборка);семейные аттракционы (описание, фото-подборка);
* Живой уголок - в этом разделе будет размещена информация о живом уголке и его обитателях, интересные факты (например «А вы знали, что....»), фото-подборка;
* Ледовый каток: в этом разделе будет размещена информация о ледовом катке, расписании, времени открытия и закрытия сезона. В данном разделе возможны подразделы в случае необходимости (очень большой объём информации);
* Футбольное поле - в данном разделе будет размещена общая информация о футбольном поле, его размеры, условия и правила посещения, цены, а так же контакты;

Все остальные разделы сайта будут расположены вверху главной страницы (их можно интересно оформить). Рекомендую выделить следующие разделы:

* О парке - в данном разделе будет размещена общая информация о парке (входит в группу «Агроком», 80 лет, краткое описание всех зон парка и т.д.)+ небольшая фото-подборка;
* Наши проекты - в этом разделе будет размещена общая информация о многообразии и разнонаправленности наших проектов. В данном разделе рекомендую выделить 3 подраздела:

а) Путешествие по Планете Чудес (описание детских тематических праздников, фото-подборка)

в) Ах, эта свадьба (или Свадебный проект)-в данном подразделе описание свадебного проекта (всё, что мы предлагаем молодожёнам, фото-подборка, контактный телефон, форма заявки, e-mail-на случай, если молодожёны захотят заказать плитку).

c) Детские дни Рождения на свежем воздухе - в данном подразделе будет описание проекта, фото-подборка, а так же контактный телефон, форма заявки и e-mail - на случай, если родители захотят заказать праздник в электронном режиме.

* Реклама в парке - в данном разделе будет размещена информация для рекламодателей и партнёров, а так же контакты;
* Форум-площадка для общения, обмена опытом и впечатлений;
* Обратная связь - в данном разделе будет размещена контактная информация;
* Акции - в данном разделе будет размещена вся информация об акциях, которые проходят и в скором времени запустятся.

Так же на сайте необходимо рассказывать о новостях парка, рекомендую не выделять новости в специальный раздел, а пустить колонкой с правой стороны главной страницы (с возможностью перехода на любую новость, для более подробного изучения) С левой стороны главной страницы в левом верхнем углу необходимо разместить карту парка, с возможностью перехода для более детального изучения (на карте расставлены цифры, а рядом объекты, которые они обозначают). Так же с левой стороны главной страницы в левом нижнем углу можно разместить маленький опрос (например: оцените наш парк по 5-ти бальной шкале).

**Дополнительно:** Следует отметить, что персонажи Шум и Гам являются узнаваемыми и ассоциируются у посетителей с нашим парком, в следствии этого рекомендую активно использовать на сайте данных персонажей (персонажи должны двигаться). Кроме того, в качестве повышения интереса к парку и увеличению его посещаемости, а так же повышению интереса к сайту парка рекомендую сделать сферическую панораму парка Революции в 3D (рабочее название «Захватывающее путешествие по парку Октябрьской Революции в 3D”). Так же в рамках сотрудничества на взаимовыгодной основе в нижней части главной страницы можно размещать логотипы наших партнёров без возможности перехода.

Приложение 2

**Макеты печатно-полиграфической продукции**

