

广告专业实习报告范文 (合集5篇)

篇1 : 广告专业实习报告范文

炎热的暑假，已经接近尾声，从7月20日到8月20日这段期间，在顾康电子商务有限公司实习，总的来说学到了很多的东西，每次都有新的收获，广告专业大学生暑期实习报告。那么接下来就让我从几个方面来阐述自己的心得体会吧。

一、专业学习方面

我是一名广告专业的学生，大一暑假的时候就在一家广告公司实习，当然那个时候因为大一学的东西都是理论上的，所以实战方面进行的很少，但是也学到了很多的东西，也体会过了一家广告公司是怎样的一个经营模式，以及那些平面广告的成品的制作过程，当然也初步的学习了专业方面的软件。收获颇多，这也是我坚持大二的时候也一定要出来实习，不要呆在家里荒废时间的原因。

暑期实践是一个可以很好的实现自己能力的平台，我这次所在的顾康电子商务有限公司是一个正在起步的公司，可以跟随着企业一同成长，这可以说是一个千载难逢的好机会。而我也很珍惜有这样的一个机会，我在这边主要负责的就是公司前期的网络推广以及网站的美工制作，感觉自己已经进入实战了，在课堂上学的很多的东西都进入到了实际操作，包括dm、网络营销、线上线下一体化、企业营销策略等等，当然也包括自己广告专业最基础的photoshop、coreldraw、dreamweaver这几个软件的运用。

首先公司前期的网络推广工作是有点琐碎的，因为公司成立初期，很多消费者对公司的认知度不够，因此在信任度方面也会缺少，所以在刚开始进入市场的初级阶段，很多的工作要做，包括目标市场定位、目标消费者分析等等，那么我所在的目标定位很明确就是一家以绿色保健产品、进口食品、天然药妆系列、绿色有机美颜产品为主要销售产品的专业电子商务公司，实习报告《广告专业大学生暑期实习报告》。公司旗下主打网站品牌——伊康尚品网，主要针对都市白领亚健康状态以及内调外养需求而推出各系列天然产品，公司的运营高层来自于医疗系统，早年是医院临床人士，正因为想改变目前这个市场混乱的局面，立志全力打造中国都市白领专业时尚放心安全的健康品网上商城。所以目标消费者也很明确就是都是白领。

那么根据都市白领的生活习惯，他们都很“潮”。所以紧随着时尚的潮流，他们平时喜欢上网、看资讯、聊天、玩微博，所以根据这些生活习惯我们广告的切入点，也可以从这些方面入手，因此我尝试着在微博、博客里面发一些关于伊康尚品网的资讯，并给他们提供相应的链接，让顾客在选购产品的时候更加的方便快捷，但是现在的年轻人好像对这种广告有种很深恶痛绝的感觉，所以在微博里的粉丝是越来越少，看得我很揪心，仔细得归纳一下，对于微博而言，可以说是一个新兴的东西，但是它更适合走软推销的路线，而不是合走这种强行的广告路线，因此，我在争得经理的许可下，转换了一种路线。首先就是把里面的标签给转换了一下，把那很深奥的标签比如：b2c之类的转换为时尚等这些很普遍的标签(玩微博的人应该都知道在微

博里有这样的一项功能就是可以通过标签来寻找好友，这就像是一张身份证一样的，这样可以拉近与其他网民之间的距离，实现与更多的人的互动)，然后就是转变推销的方式从刚开始的硬性推广，转为走“邻家女孩”的路线，就是在网民心中树立一个网上健康专家的形象，每天通过在里面写一些关于养生、保健之类的日常小知识，这样子更具亲和力，也可以更让人们普遍的接受，那么在消费者心目中“伊康尚品”的品牌形象也就会渐渐的树立。进而让消费者产生对其认同感及信任感。虽然对于像博客、微博推广这些方面是比较草根的做法，但是这样做也是一个很有实用性的方法，可以更加的深入人心。然后除了在博客上宣传以外，对于网络广告其他方式也在同步运行当中，比如：关键词广告等还有就是一些论坛，贴吧以及发送邮件等等这些方式。

篇2：广告专业实习报告范文

要成为一名合格的广告人，必须经过理论学习与长期的实践。曾经有人说过：实践是检验真理的唯一标准。作为一名广告专业的学生，我们要注重实践技能，因为广告业对于实践技能的要求不亚于其他行业。传统的纸上谈兵已经不能适应社会行业对于广告学学生的要求，因此学校给我们人文系06级广告班安排了一个星期的广告认识实习，这次认识实习对于从未正式接触广告设计制作的我收获颇丰。现就本次认识实习中的经历、内容、经验得失作简单的总结。

一、实习目的

- 1、认识广告公司的运作流程，各个部门的职能以及工作分派，公司的管理方式做简单的了解、初步的认识为今后的专业知识学习打下一定的基础。
- 2.达到认识企业、认识市场、认识新的学习方法这三方面的认识。

实习报告怎么写?如何才能写得好?实习报告范文网为您提供优秀的实习报告范文、实习报告模板、实习报告格式等，一定能帮你写出一篇优秀的实习报告。网站内容时时更新，欢迎您收藏本网站，(ctrl+d即可收藏本网站)。

报社实习报告范文精选

两个月的实习让我受益匪浅。刚进报社听到老师的第一句话就是：做新闻就是要多听多看多想多感受。当时理解的很浅显，但通过这两个月时间的磨练，我知道这一句看似简单的话所涵盖的东西很多。所谓多听多看多感受在我现在的理解，对于新闻而言，就是了解事件的现象，挖掘事件的背景，探究事件的本质。

报社的总编室里有一句话我印象很深：“发行量第一的报纸才是最好的报纸”我觉得这句话十分有道理。发行量第一是一个很难的目标，因为要实现这个目标需要各个部门的积极配合与协调。首先，新闻稿件必须有质量的保证。这可以分为四个方面：第一，必须符合新闻的定义，即新近发生或将要发生的有意义的事情。

假期实践已经进行到中后期。对工作及生活有了新层次的认知。我们组实践于陕西兴华会计师事务所有限责任公司。

七天来，学到很多知识，也遇到太多想不到的问题。

先了解上班时间。早上八点半上班，住的远的话去公司需要一个多小时，于是不得不六点多起床，来不及吃早饭就匆匆下楼。遇到堵车时，公交车也会不准时，这时往往会额外负担打出租车的费用。

实践的第二天，我们有幸跟随前辈们去为一家台商企业做审计。公司格局明确，办公区布局整齐，有分工有合作，各个部门间相互配合，不时会有职员进行业务沟通。很幸运的是，事务所的前辈很照顾我们，因而得到了去做公司固定资产的抽查的机会，公司的工作人员也很配合，算是合作愉快。填制审定表的过程，会应用到所学过的财务知识，但更多的，则是如同俗话说的那样：“熟能生巧”。相信在以后真正的工作中，通过每天重复的工作练习，我们也同样会成为后辈们，要去学习的前辈。

篇3：广告专业实习报告范文

经过了一学期的理论学习,使我对广告学有了基本了解,也对于这个专业有了一个系统的学习和把握。第一次查找广告方面的单位实习,还是比较忐忑的,由于没有多少实践,平常学习的也都是理论,满担忧自己胜任不了的。

由于考虑到以后毕业有可能从事这个行业的工作,因此我特别珍惜这次实习的机会,在有限的时间里加深对各种平面设计的了解,找出自身的不足。这次实习的收获对我来说有不少,我自己感觉在学问、技能、与人沟通和沟通等方面都有了不少的收获。总体来说这次是对我的综合素养的培育,熬炼和提高。

我熟悉到,仅仅通过在学校所学的理论学问是远远不够的,需要我们去实践,走进广告公司,将所学理论与实践相结合,这也是我们这次实习课程的目的。

实习时间：

20**年1月10日——1月23日

实习单位：

太仓经纬询问策划营销有限公司

实习内容：

20**年1月10日,我应聘进入到经纬广告有限公司进行了为期两星期的实习活动,进行学习。经纬广告公司是一家规模不大,但业务还是比较多的广告公司。其业务主要有卖场设

计、喷绘广告设计、会务庆典、礼仪、vi和logo设计以及墙体广告、cis策划导入等几部分组成。

从我进入公司至离开,公司员工稳定在10人左右,其中稳定的长期客户有10家左右,其中包括中国银行太仓分行、建行、工行等,以及一些外资企业的会务,有德企慧鱼,舍弗勒等。还包括一些未知客户群,有商场活动,公司庆典,开幕式等,同时经纬公司还承揽一些政府会务布置,大型活动,如太仓郑和航海节的开幕式,武港码头有限公司成立的开怒视等。据我所知公司效益良好,处于稳步上升时期.公司内部设置为:老板即公司总经理,负责整个公司的统筹与管理;下设客户服务部、礼仪部、创作部、执行部等。由于公司规模不大,内部员工可以敏捷的交叉运作,实习期间,我也得以参加了数个客户的文案、创意、客服等方面的任务,获得许多难得的学习和熬炼的机会。

第一天来到经纬公司,就觉得他的工作氛围很轻松,也很自由,与副经理进行了简洁的面谈,大致了解过我的状况之后,他先让我熟识一下环境,了解了一下公司的状况,包括其规模、部门、人员分工等,简要的把状况介绍了一下。然后让我一同参加对公司十周年宣扬册的设计与策划。

这个宣扬册的设计与策划是我此次实习的重点,一进公司便能参加的设计项目之中,这是一个特别好的实践操作机会。副经理让我先把想法以及反感表达出来,再用实际软件操作,其实在学校没学过photoshop和coreldraw,这次正好得到机会可以向同事们请教了,他们先让我仿照教程做一些简洁的图片,有不懂的就问,这使我受益非浅。于是,我学以致用,很快在一天之内做出了几个不同的方案,包括文案写作,版面设计等。写文案也让我学到许多,开头我写的文案经理都不满足,觉得太书面,太死板,由于创意是广告的灵魂。以下是我经过多次修改并最终被录用的一些文案:“经营之道,如同作人,我们看重的不在于一事一物上的利益得失,而是与客户的合作过程呕心沥血地创作,细心地对待每一个设计项目。在您的飞速进展之路上与您相伴,以您的胜利作为我们最大的胜利,以您的欢快作为我们最彻心的欢快。我们更看重并珍惜在合作过程中与客户的友情。做广告,交伴侣,我们期盼着与有您在内的广阔客户合作,我们珍视与您相处的每个日子。我们秉承“诚恳守信、勤奋高效、追求卓越”的宗旨,专业系统一条龙,真诚盼望与各界伴侣沟通合作。”再之后,同事们间续带熟识了后期制作方面的相关事宜,包括怎样使用写真机打印里面的图片,以及如何使用刻字机等,让我熟悉以及熟识了一个作品从策划,设计,再到成品出来的整个流程。同事们都很热心的教我如何使用软件,几天后,自己有哪些缺点和不足,便知道得一清二楚,在校的时候由于实际熬炼的机会比较少,在软件操作上的机会更是特别的少,也得不到很有用的指导。原来并不会什么软件的我,在我的同事同时也是老师的带领下,渐渐学着用photoshop,和coreldraw,而这两个软件也是他们运用最为广泛的。

经过几天设计任务的熬炼,使我学到很多在课本中无法涉及的内容。由于工作就是与客户直接接触,我们工作的目的就是要让客户满足,当然在不能缺乏创意的同时,还要兼顾它在市场的进展。并不是说,有创意的设计就肯定适应市场的竞争,这就涉及到广告的营销与管理的重要性。

同样,在学校,我们也学习了相关的市场营销和广告经营管理以及广告心理学的课程,作为一个广告人单单会设计或者策划一个广告是不行的。公司副总原是室内设计出身,然而现在公司的市场这一块全部由他负责,在管理这方面我们的阅历的确还是很欠缺的。实习

期间，我也跟着他跑了几次市场，收获特别多，包括如何得到一个客户，以及进展潜在客户，这就要求广告人的综合素养都比较高了。

实习总结:

由于实习的时间有限,我在经纬广告有限公司实习的期间就遇到了公司十周年宣扬册设计这样一个比较完整的策划案例。通过这次的实习,我熟悉到了许多在书本上或老师讲课中自己忽视了的或有些怀疑的地方,从实际观看和同事之间指导中得到了更多的珍贵的阅历。我也熟悉到团队合作是多么重要,一个设计团队是否优秀,首先要看它对设计的管理与安排,将最合适的人支配在最合适的位置;团队精神同样在经纬公司非常信奉的一点工作态度,我也将team这一点单独列出,放在十周年宣扬册中,老板同样也很赞同团队合作的重要性。所以在共同进行一个大的策划项目的时候,同事之间肯定要常常沟通、沟通,在共同的探讨中发觉问题、解决问题。在共同商讨的过程中很简单就能碰出新的闪光点,使策划项目更加的完备。

通过这次实习,在设计与策划以及实际的操作方面我感觉自己有了肯定的收获。这次实习主要是为了我们今后在工作及业务上力量的提高起到了促进的作用,增加了我们今后的竞争力,为我们在以后立足增加了一块基石。实习单位的同事们也给了我许多机会参加他们的设计任务。使我懂得了许多以前难以解决的问题,将来从事广告方面工作所要面对的问题,如:前期的策划和后期的制作、如何与客户进行沟通等等。这次实习丰富了我在这方面的学问,使我向更深的层次迈进,对我在今后的社会当中立足有肯定的促进作用,但我也熟悉到,要想做好这方面的工作单靠这这几天的实习是不行的,广告行业在中国还不算特殊成熟,好的广告很少,好多创意更是少之又少,所以广告行业的进展空间还是很大的。我熟悉到,今后我们还需更完善自己的实际操作力量,以及更加敏捷的思维和良好的沟通力量。

篇4：广告专业实习报告范文

2021年暑假我在广告公司进行暑假社会实践活动,这次实践让我直面广告,了解了现在广告公司的现状和广告制作的流程同时接触的媒体,学到了书本上学不到的知识。我对广告行业也有了一定的了解,对以后进入广告行业工作有一定的指导作用。这次实践不仅锻炼了我的社会活动能力,也体会到自己的文化底蕴不足。

在广告公司里实习,首先让我了解公司的主要情况及广告制作的大概的流程。我所处的公司是一家以房产广告、房产整合营销传播、房产营销推广和房地产销售代理为主导业务的专业服务机构。公司主要还是做广告和房地产销售两大块,而公司内部90%的营业额都是来自于房地产。公司目前走的是多元化道路而非专业化,这使公司的发展更具有潜力和竞争力,更利于公司的现阶段的发展。经过了解,目前房地产目标受众及其所追求的房子种类简单的划分,可分为3类:低产阶级追求经济实惠的房子,中产阶级看中的是文化、品味和小资情调,而高产阶级注重的则是精神的寄托。

篇5：广告专业实习报告范文

这是我实习期间对于广告的一些琐碎思考，在这里记录下来，以期看到自己的进步，在广告创意，人文素质等方面。广告并不是一个容易的行业，其实广告人是孤独而被遗忘的。在针对哈佛大学生所做的实验录像带中我们可以发现，其实我们所做的广告，有75%的人是忽略的，所以如何运用技巧唤醒人们对广告的关注，是广告人必须要注意的。

广告有基本必须的元素

1.由美术构成并且有一定的水准。2.文字方面朗朗上口，简洁有利。3.必须要能表达出来，并在恰好的时间点上。4.AD要做一个最好的salesman，AD绝对不是一个艺术，它是一门生意，只是用比较美术的方式呈现。而这其中也包含了：要有策略；要有系统结构：要有风格。而这也是令广告人最兴奋的地方。像NIKE的风格相当强烈而吸引人；目前手机广告风格只能说是一个简单的销售讯息。

可口可乐案例

1.可口可乐在1960年该做的广告都做了，然后开始进行推广通路:如何让每一个地方，想喝可乐时就有可乐喝。2.可口可乐根据不同的渠道去调整配送方法。当渠道都有了，该如何去做和消费者有意义的相关广告活动或节目。像是在圣诞节时，可口可乐把圣诞老公公的衣服从原来的黄色，转变成大家熟悉的红色，这才是品牌创意在生活上所带来的意义。之前奥美作飞利浦刮胡刀的广告，便将刮胡刀和父亲节联想在一起，以至于现在的父亲节便和刮胡刀结合在一起。所以作广告时，不是在说明其产品的特性，而是在做一个策略，并赋予一个style，也就是品牌在生活上的感觉。1.最重要的是获得注意。否则，75%的广告没有人会去注意。而且，这也是广告最原始的意义。2.邀请阅听人进入广告世界。在现今多媒体发达，网络发展快速，需要更多手法。例如送赠品等。3.要有结构内容，否则无法成立。投入广告，它所带来的超乎你的想象。广告并非独立于创意边缘，它是客户重要的行销伙伴。广告在为一个目的工作，讯息要引人入胜，内容要可信。当然，品牌为基本考量。75%的哈佛学生没注意，在一般人也许高达90%所以我们要如何能beoutstanding。

广告的目标

1.消费者:解决消费者问题2.产品本身:消费者记的是消费经验，使用的好处和坏处，它是否改变了生活的某部分。3.竞争对手:在市场上的同类竞争。要多和消费者沟通和调查，了解市场状况，广告是个问题产业，要解决问题建知名度、个性、价格、通路...等。

人是广告最重要的因素，分析问题、原因，针对问题并且响应，要做一个广告。广告要说服谁(目标消费群)，产品将给你什么好处，赋予style，而作广告，最难的便是赋予brandstyle。在广告影片中我们发现，杀虫剂广告都有小孩在旁边以显示产品的安全性，而在卫生纸广告方面，则以小狗的形象讨好观众。而日本帮提卫生纸广告则是以一个男人为主轴，在妻子离开身边后的七支一系列广告，说卫生纸和男人间细腻的关系，显示商品特色，一方面也增加使用时机及用量等。如何让商品有感情的呈现是相当重要的，这来自于如何找到和消费者相关的地方。在KGI银行的广告里，我们看到了不同以往的表现风貌。泰国广告多专业，其创意也较受肯定

，亚洲广告就属新加坡及泰国最具潜力，天真、幽默而且毫无禁忌。相较之下，大陆的广告则受到许多限制，担心及顾忌太多，不该用现在的观念，去限制广告未来的发展。广告是在反映人生，而许多不可能的现象，在以后回头来看，都是非常巧妙创意。

一个好的创意去激发人对环境的热情与幽默，一个产品所带来的广告，绝对超越你的想象。在国外作公益广告是要强调效果的，要让更多人拿出钱来支持此公益事业，这才是重要的。因此主讲人表示，它不愿在大陆作公益广告，因为有太多道德观的束缚若是在表现创意，或是达不到真正实质的广告效益，则浪费了纳税人做公益广告的钱。作一个广告最基本的是知道它的目的是什么，不是让自己的公司出名，这是最后的步骤。更重要的是把商品卖掉，要做一个专业的广告人，要寻找的应该是这个东西。