

Б1.В.ДВ.02.02 PR-менеджмент

Объем дисциплины (модуля) 6 ЗЕТ (216 час)

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины - формирование комплексных знаний, умений и навыков реализации PR-деятельности в комплексе маркетинговых коммуникаций, методов и современных клиентоориентированных технологий работы со СМИ.

Задачи дисциплины: формирование системных знаний о сущностных характеристиках PR-деятельности; принципах и технологиях PR-деятельности в туристической индустрии; умений изучать требования туристов, анализировать мотивацию спроса на реализуемые турпродукты в рамках PR-деятельности; навыков организации продвижения турпродукта методами PR на основе клиентоориентированных технологий, оценки эффективности проводимых в ходе продвижения турпродукта PR-кампаний.

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-5: Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий

ПК-5.3: Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристического обслуживания

ПК-5.2: Изучает требования туристов, анализирует мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

ПК-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

ПК-6.2: Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний

ПК-6.1: Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: сущность PR-деятельности в комплексе маркетинговых коммуникаций, методов и современных клиентоориентированных технологий работы со СМИ; сущностные характеристики PR-деятельности; принципы и технологии PR-деятельности в туристической индустрии

Уметь: изучать требования туристов, анализировать мотивацию спроса на реализуемые турпродукты в рамках PR-деятельности

Владеть: навыками организации продвижения турпродукта методами PR на основе клиентоориентированных технологий, оценки эффективности проводимых в ходе продвижения турпродукта PR-кампаний

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Сущностные характеристики PR-деятельности

Раздел 2. Основные направления деятельности по связям с общественностью

Раздел 3. Планирование и организация PR-деятельности

Раздел 4. PR-деятельность в комплексе маркетинговых коммуникаций, методов и современных клиентоориентированных технологий работы со СМИ

Раздел 5. PR-кампания: методология и технология проведения