

Б1.В.ДВ.02.02 PR - менеджмент

Объем дисциплины (модуля) 4 ЗЕТ (144 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 существенных характеристиках PR-деятельности; принципах и технологиях PR-деятельности в продвижении бренда компании; умений изучать требования клиентов, определять перспективы развития организации, анализировать мотивацию спроса на реализуемые продукты в рамках PR-деятельности; навыков планирования и организации продвижения продукта на основе современных инструментов PR-менеджмента и клиентоориентированных технологий, в том числе информационно-коммуникационных технологий, оценки эффективности проводимых в ходе продвижения продукта PR-кампаний.

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-1.4: Способен применять принципы, методы и механизмы управления для осуществления предпринимательской деятельности

ПК-1.4.3: Способен осуществлять планирование деятельности организации, направленное на организацию рациональных бизнес-процессов в соответствии с потребностями рынка с целью достижения наибольшей эффективности работы организации

ПК-1.4.2: Имеет навыки определения перспектив развития организации, расширения ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции (работ, услуг)

ПК-1.4.1: Знает и умеет применять современные инструменты менеджмента и информационно-коммуникационные технологии для разработки мероприятий по повышению доходности деятельности организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: сущность PR-деятельности в комплексе маркетинговых коммуникаций, методов и современных клиентоориентированных технологий работы со СМИ; существенные характеристики PR-деятельности; принципы и технологии PR-деятельности в продвижении бренда компании

Уметь: изучать требования клиентов, определять перспективы развития организации, анализировать мотивацию спроса на реализуемые продукты в рамках PR-деятельности

Владеть: навыками планирования и организации продвижения продукта на основе современных инструментов PR-менеджмента и клиентоориентированных технологий, в том числе информационно-коммуникационных технологий, оценки эффективности проводимых в ходе продвижения продукта PR-кампаний

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Существенные 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