

# 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 туристской 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 туристского 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 туристской 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