Содержание курса

Часть 1

**1. Общая характеристика PR и PR-кампаний**

1.1. Понятие PR, общие характеристики PR- инструментов

1.2. Виды мероприятий

1.3. Практическое задание №1.

**Тема 2. Проектирование PR-кампаний**

2.1 Понятие пиар-проекта

2.2 Основные этапы проектирования

2.3 Основные разделы проекта пиар-кампании

2.4. Практическое задание №2

**3. Анализ ситуации и постановка целей кампании**

3.1. Аудит ресурсов компании

3.2. PEST и SWOT анализ

3.3. Анализ конкурентов и релевантных проектов

3.4. Основные подходы к пониманию цели. Концепция SMART

3.5. Контрольная работа 1

Часть 2

**4. Изучение целевой аудитории компании / проекта**

4.1. Изучение целевой аудитории

4.2. Персонификация целевой аудитории

4.3. Практическое задание №3 «Портрет целевой аудитории»

**5. Стратегии кампаний по связям с общественностью**

6. **Специфика мероприятий в ходе проведения PR-кампании**

6.1. Специфика мероприятий в ходе проведения PR-кампании. Специальные мероприятия

6.2. Специальные мероприятия онлайн

6.3. Псевдособытия

6.4. Практическое задание №4. Анализ кейса специального мероприятия

**7. Особенности ресурсного и бюджетного планирования PR-кампаний**

7.1 Особенности ресурсного и бюджетного планирования PR-кампаний

7.2. Оценка эффективности рекламной кампании

7.3. Контрольная работа №2