

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Программы профессиональной подготовки/ переподготовки и повышения квалификации в соответствии с Постановлением Министерства образования, молодежи и спорта Чешской Республики № 176/2009 Сб.

► **Связи с общественностью в маркетинге**

Marketing (se zaměřením na Public Relations)

Victoria Организатор: **Eurasijský Svaz Vzdělávacích Aktivit a Mezinárodní Spolupráce**, ИИ: **227 12 054** (§ 5 Закона № 435/2004 Сб., О занятости)

Местонахождение юридического лица:

V Jámě 699/1, Praha 1 - Nové Město, 11000

Контакты:

Tel.:

+ 420 731013463, +420 211 221 317

e-mail: viktoria.sholochova@gmail.com,

eurass@centrum.cz

Аккредитация Министерства образования, молодежи и спорта Чешской Республики

číslo jednací: **MŠMT-13888/13-212/309**

<http://dak.msmt.cz>

Название программы:

**Связи с общественностью в маркетинге
Marketing (se zaměřením na Public Relations)**

Вид программы:

Программа профессиональной переподготовки с правом ведения нового вида деятельности

Вид профессиональной деятельности (по классификатору):

Маркетинг/ Marketing, DAT CZ: 342

Объем программы (учебных часов):

Теоретическая подготовка (45 минут)
100 ак/ч.

Практическая подготовка (60 минут)

Дополнительно (по договоренности, с выдачей советующего подтверждения), стажировка в **EVROMEDIA PRO**

Формы обучения:

очная, очно-заочная

Основания пребывания в Чешской республике: **краткосрочная шенгенская виза**

Въезд и пребывание на территории Шенгенского пространства до 90 дней

Связи с общественностью в маркетинге

Marketing (se zaměřením na Public Relations)

Особенности программы:

Универсальная авторская программа, не имеющая аналогов, предназначена для лиц, желающих в сжатые сроки приобрести новую профессию, навыки и умения в области практики маркетинговых коммуникаций, либо углубить имеющиеся знания. Адресована, прежде всего, амбициозным слушателям, хотят быть востребованными на мировом рынке труда, могут добиться успеха, активно работая в условиях финансового кризиса и глобальной конкуренции.

Имеет исключительно практическую направленность, адаптирована под требования и ожидания работодателей.

Особенностью программы является проведение мастер-классов, семинаров и тренингов на базе международной организации Radio Free Europe / Radio Liberty при организационной поддержке EVROMEDIA PRO, чешских государственных телеканалов ČT1, ČT24 и издательских домах.

Изучение эффективной практики действий, направленной на достижения результата по увеличению продаж, овладение эффективной технологией маркетингового анализа и планирования происходит также в организациях-объектах (предприятиях розничной торговли, торговых домах, производственных предприятиях, предприятий туристской индустрии, в рекламных агентствах), с которыми EURA” SS имеет соглашения о совместной деятельности.

Занятия проводятся профессионалами-практиками, имеющими многолетний опыт работы, преподавания и международных презентаций.

Соответствие программы установленным требованиям и стандартам европейского образовательного пространства, качество образовательного процесса и квалификация педагогического состава, документально подтверждены Министерством образования, молодежи и спорта Чешской Республики.

Целевая аудитория:

- руководители и менеджеры департаментов, управлений, отделов, секторов маркетинга, продаж, работы с клиентами и других;
- специалисты по коммерции, маркетингу, коммуникациям, развитию бизнеса, менеджеры проектов, предприниматели;
- широкий круг слушателей, интересующихся маркетингом.



АККРЕДИТОВАННЫЕ ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПОД ЗАЩИТОЙ МИНИСТЕРСТВА ОБРАЗОВАНИЯ, МОЛОДЕЖИ И СПОРТА ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ.

Профиль выпускника и результат обучения (навыки и умения, приобретаемые в результате прохождения курса).

Выпускник знает:

- сильные и слабые стороны Public Relations;
- роль и место PR в массовых коммуникациях и в управлении фирмой;
- типы Public Relations: Business-to-business;
- принцип AIDA – awareness, interest, desire, action;

- виды Public Relations: Press relations, (Media relations), Government relations, Public affairs, Investor relations, Community relations, Employee relations, Minority relations;
- lobbying a sponsoring;
- способы завоевания доверия у широких кругов общественности;
- совокупность приемов, методов и средств эффективной работы с девятью различными группами общественности с использованием механизмов коммуникации;
- комплекс маркетинга 5p;
- атрибуты потребительского выбора, сценарный анализ потребительского поведения;
- технологии положительного влияния и формирования мотивации приобретения товара или услуги;
- правила анализа и мониторинга медиа-пространства;
- практику и технологии планирования коммуникационных кампаний;
- модели и элементы конструирования PR – кампаний;
- основы медиапланирования и формат медиаплана. Модель пяти W: Who? When? Where? Why? How? Networking;
- состояние и развитие международно-правового регулирования и европейского законодательства в сфере интеллектуальной собственности;
- порядок организации и планирования рекламных кампаний;
- содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований;
- этику маркетинговых исследований (кодексы PR ассоциаций, этический кодекс APRA, Стокгольмская хартия, Этический кодекс IPRA и пр.);
- ведущие агентства в области связей с общественностью - Asociace Public Relations Agentur (APRA), International Public Relations Association (IPRA), принципы взаимодействия, способы оплаты услуг;
- правила безопасности труда в ЕС и др.

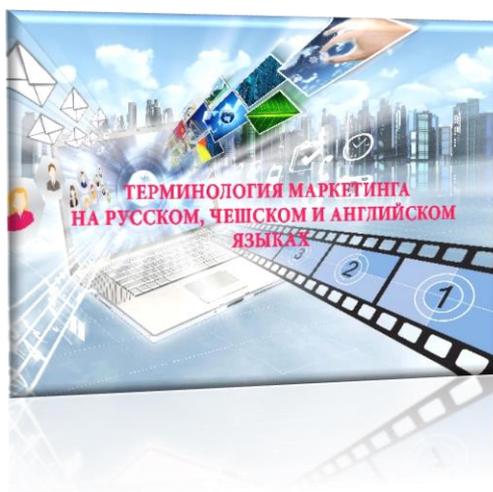


Выпускник умеет:

- ориентироваться в проблематике PR, методах и средствах маркетинговых коммуникаций, включая новые маркетинговые стратегии и нетрадиционные способы продвижения продукции (agenda setting, buzz marketing, WOM, tissue-pack marketing, astroturfing и т.д.), «запустить»

lazarsfel; эффективно использовать механизмы основных форм и методов коммуникаций;

- применять на практике эффективные технологии маркетинговых коммуникаций, использовать инструментарий PENCILS; разрабатывать стратегии управления маркетинговыми коммуникациями;
- анализировать и координировать работу всех служб, занятых продвижением товара;
- квалифицированно применять способы продвижения товара;
- грамотно применять полученные знания для изучения влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирование сбыта товара;
- определять мотивы совершения покупки или сделки, построить переговорный процесс и телефонный разговор;
- использовать компьютерные технологии обработки данных;



- эффективно работать со средствами массовой информации:

ТВ, прессой, Радио и т.д.; налаживать контакты с профессиональными журналистскими организациями и объединениями (с журналистскими союзами, специализированными профессиональными ассоциациями, пресс-центрами т.п.), подготовиться и дать интервью;

- использовать СМИ в неформальных оперативных (вторичных) исследованиях: тематические или проблемные обзоры материалов в СМИ, пресс - клипинг, медиа-досье, Internet web — site;
- использовать механизмы Online public relations;
- составлять рекламные материалы, Event - планы;
- организовать и провести конференцию, презентацию, промоушн-акцию, выставку и т.п.;
- оценить эффективность и результаты PR кампании (AVE – Advertising Value Equivalent);
- проводить и организовывать маркетинговые исследования;
- разрабатывать бюджеты рекламной кампании;
- применять на практике методики и инструменты маркетингового анализа и планирования (SOSTAC: Situation analysis. Objectives. Tactics. Strategy. Action. Control; SWOT- анализ; PEST- анализ; Медиа –анализ) с целью составления реально работающего плана маркетинга организации;

- формировать благоприятное в обществе мнение о реализуемых организацией товарах и услугах, поддерживать положительный имидж компании.

Программа курса:

№/№	Модуль	Часовая нагрузка (ак/ч)
1.	Основы охраны труда и безопасности работников	2
2.	Public Relations в интегрированной маркетинговой коммуникации	6
3.	Основные инструменты Public Relations	6
4.	Общественность и работа с общественностью	4
5.	Коммуникация и коммуникационный процесс. PR как составляющая маркетинговых коммуникаций	8
6.	Идентичность организации и организация PR на предприятиях	6
7.	Event маркетинг	8
8.	Public Relations, внешняя и внутренняя среда	6
9.	Паблик рилейшнз как составная часть корпоративного управления	8
10.	Интернет PR. Online public relations	6
11.	Медиа-релейшнз, инструменты медиа-релейшнз	8
12.	Кризисные коммуникации в паблик рилейшнз	6
13.	Стратегии, планирование и техники паблик рилейшнз	12
14.	Лоббинг и спонсоринг	6
15.	Этика паблик рилейшнз	4
16.	PR-агентуры и Ассоциации PR	4
	Всего:	100

Методы обучения:

Лекции, семинары, мастер-классы, экскурсии, кейсы, деловые игры, практические задания, разработка интегрированной офлайн и онлайн маркетинговой кампании и др.

Итоговая аттестация: экзамен.

Документы, выдаваемые по окончании программы:

Свидетельство государственного образца о повышении квалификации, с номером Министерства образования, молодежи и спорта

Чешской Республики, действительное на всей территории Евросоюза без процедур нострификации. Перевод документа на русский язык.

Требования к слушателям (уровень образования): минимально – среднее (полное) общее образование, завершённое сдачей государственных экзаменов¹.

Дополнительные требования:

Достижение 18-летнего возраста.

Документы при поступлении:

- заявление;
- ксерокопия документа, удостоверяющего личность, гражданство;
- ксерокопия документа об образовании;
- фотография.

Стоимость обучения: для лиц, проживающих в Чехии – 22.500 Kč; для остальных – по договоренности. НДС не облагается.

Начало занятий: по мере комплектования групп; прием документов – круглогодично.

¹ По законодательству Чехии для участия в ряде программ ДПО наличие специального образования не предусмотрено и необходимым условием для обучения не является