

Аннотация дисциплины PR И GR В ИНДУСТРИИ СПОРТА

Цель дисциплины - формирование у студентов базовых теоретических знаний о эффективных коммуникационных стратегиях, их роли в развитии индустрии спорта, практических приемах анализа и планирования PR и GR, методах продвижения спортивных и неспортивных брендов и компаний смежных отраслей, подходах организации маркетинга спорта.

Краткое содержание:

Спортивная индустрия, событийный туризм и индустрия гостеприимства. Территориальный брендинг и инвестиционный климат в регионах. Инфраструктурные проекты, девелопмент, инвестиции. Государственно-частное партнерство, законодательство, программы государственной поддержки. Эффективные коммуникационные стратегии: GR и лоббизм, PR, IR, CSR, спонсорство, селебрити-маркетинг, лицензирование, реклама, брендинг, publicity, программы лояльности событийный маркетинг и event-менеджмент. Маркетинг через спорт: уникальные возможности продвижения любых неспортивных брендов и компаний смежных отраслей, лояльные аудитории. Маркетинг спорта: условия для инвестирования в спортивные продукты (события, товары, сооружения, услуги, информация, проекты, персоны, права, целевые аудитории).