

PR, EVENT BRANDING & MANAGEMENT

ლექტორები

ნინო წითლანაძე
გიორგი თაქთაქიშვილი

კურსის დრო

20 შეხვედრა (40 საათი)

სასწავლო კურსის მიზნები

კურსის მიზანია მსმენელებს გააცნოს PR-ის, ციფრული და სოციალური მედიის, ბრენდინგის, რეპუტაციის მართვის საფუძვლები ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების ქრილში. მსმენელები შეისწავლიან, როგორ შეიძლება საკომუნიკაციო პროცესის განსაზღვრა და მართვა თანამედროვე ინსტრუმენტების გამოყენებით. ეს არის ახლებური ხედვა PR-ზე, როგორც ორგანიზაციული განვითარების და წარმატების პროცესის შემადგენელ ნაწილზე. ივენთ მენეჯმენტის ლექციებზე სტუდენტებს შესაძლებლობა ექნებათ გაიცნონ ღონისძიებების ბრენდინგისა და მართვის თეორიული და პრაქტიკული ასპექტები, განივითარონ ღონისძიებების ეფექტური კონცეფციის შემუშავების, დაგეგმვისა და მართვის უნარები, ასევე, ხელი შეუწყონ მათ კრეატიულ და სტრატეგიულ აზროვნებას.

სასწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები

- IMC-ის (ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები) ძირითადი ცნებები და მიდგომები
- IMC-ის ძირითადი მიმართულებები
- PR-ის როლი IMC-ში და მისი ინტეგრირება

ლექცია 2: ორგანიზაციის საკომუნიკაციო სივრცის ფორმირება და მართვა

- კომუნიკაციის მოდელები
- შიდა კომუნიკაციის როლი ორგანიზაციულ კულტურაში
- საკომუნიკაციო სივრცის მოდელირება

ლექცია 3: სინამდვილეში რას ნიშნავს და რას აკეთებს PR ორგანიზაციაში?

- PR-ის სტრატეგიული ფუნქცია
- თანამედროვე PR-ის ინსტრუმენტები
- ურთიერთობები მედიასთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან

- როგორია იდეალური კომუნიკაციის სპეციალისტი მეცნიერების, დამსაქმებლისა და მომხმარებლის გადმოსახედიდან
- 10 უნარი, რომელიც ყველა კომუნიკაციის სპეციალისტს სჭირდება XXI საუკუნეში

ლექცია 4: 32 ხერხი ამბის შესაქმნელად

- შეტყობინება (Message), როგორც კომუნიკაციის ერთეული
- ამბის თხრობის ძალა
- პრეს-რელიზის მნიშვნელობა და სტრუქტურა
- პრეს-კიტი
- *პრაქტიკული #1*

ლექცია 5: გასვლითი ვიზიტი

- *პრაქტიკული #2*

ლექცია 6: ციფრული და სოციალური მედიის მნიშვნელობა ორგანიზაციისთვის

- „PR არ არის ფეისბუქი“ - სტერეოტიპების მსხვერვა
- ციფრული PR-ის სტრატეგია
- სოციალური მედია, როგორც ორმხრივი კომუნიკაციის არხი
- ინფლუენსერ მარკეტინგის ეფექტური გამოყენება
- პრაქტიკული: სოცმედია კამპანიის გეგმა
- *პრაქტიკული #3*

ლექცია 7: რეპუტაცია და იმიჯი

- რეპუტაცია და იმიჯი - როგორ შეიძლება ერთმა სიტყვამ წლებით ნაშენები ფუნდამენტი დაამსხვრიოს
- რეპუტაციის მართვა ციფრულ ეპოქაში
- პოზიციონირების ტიპები
- კრიზისული კომუნიკაცია
- რეპუტაციის აღდგენის სტრატეგიები

ლექცია 8: დარგობრივი PR

- PR-ის სპეციფიკა სხვადასხვა სექტორში - სახელისუფლებო სტრუქტურები, ბიზნესი, არასამთავრობო სექტორი, კულტურა
- B2B, B2C, H2H კომუნიკაციის განსხვავებები

- მულტიკულტურული კომუნიკაცია

ლექცია 9: POSTAR მეთოდი - დაგეგმეთ მარტივად

- POSTAR მეთოდის საფუძვლები
- სტრატეგიის შემუშავება POSTAR-ის გამოყენებით
- მონიტორინგი და შედეგების შეფასება
- *პრაქტიკული #4*

ლექცია 10: კრეატიულობის პრინციპები კომუნიკაციებში

- კრეატიულობის როლი PR-ში
- შედეგების გაზომვის მეტრიკები
- PR კამპანიების ღირებულება და მათი პირდაპირი კავშირი ორგანიზაციის ბიზნეს მიზნებთან

ლექცია 11: ბრენდინგი და შემოქმედებითი აზროვნება

- ბრენდინგის არსი და მნიშვნელობა
- შემოქმედებითი ინტელექტი და მისი გავლენა
- ცოტა რამ ადამიანის ფსიქოლოგიაზე
- შემოქმედებითი აზროვნება, გავლენიანი სიმბოლოები და შინაარსები

ლექცია 12: ბრენდინგის ეფექტი - ანთების სტრატეგია

- ბრენდინგის გავლენა აუდიტორიაზე
- სტრატეგიული მიდგომები: პოზიციონირება, მიზნობრივი აუდიტორია, გზავნილები
- შთაბეჭდილებების მოხდენის ხელოვნება და ემოციების მართვა ღონისძიებებში
- აუდიტორიის გამოცდილება: „WOW-ეფექტი“
- *პრაქტიკული #5*

ლექცია 13: EVENT MANAGEMENT GENERAL GUIDELINE

- ღონისძიებების ტიპები და მათი მნიშვნელობა
- ღონისძიებების მართვის ძირითადი პრინციპები
- ბრენდის როლი ღონისძიების წარმატებაში
- ძირითადი სტრუქტურა, მიზნები და ბიუჯეტირება

ლექცია 14: ღონისძიების კონცეფციის შემუშავება და ბრენდის იდენტობის ჩამოყალიბება

- ხედვა და გავლენიანი შინაარსების ფორმირება
- ღონისძიების თემატიკის განსაზღვრა და სიმბოლოების ფორმირება
- ღონისძიების ვიზუალური იდენტობის ჩამოყალიბება
- პოზიციონირება
- *პრაქტიკული #6*

ლექცია 15: ღონისძიების დრამატურგია, სტრუქტურა და სცენარი

- დრამატურგიის ძირითადი პრინციპები
- სტრუქტურის შემუშავება
- სცენარის გაწერა
- ძირითადი აქტივობები
- *პრაქტიკული #7*

ლექცია 16: ღონისძიების დაგეგმვა

- ლოკაციის შერჩევა
- ვიზუალური ბრენდირება
- გუნდი და პარტნიორები
- მარკეტინგული კომუნიკაციები
- *პრაქტიკული #8*

ლექცია 17: ღონისძიების განხორციელება და რისკების მართვა

- ღონისძიების დღის ორგანიზება, საჭირო ინსტრუმენტები
- მარკეტინგული მასალები და საჭირო კონტენტი
- გუნდის მართვა, დელეგირება
- უსაფრთხოება
- სტუმრები, მონაწილეები, პარტნიორები
- მედია მხარდაჭერა
- *პრაქტიკული #9*

ლექცია 18: ღია და დახურული ღონისძიებების სახეობები და სპეციფიკა

- კონფერენციები, სამიტები, ფორუმები, პრეზენტაციები
- კორპორატიული ღონისძიებები
- ღია ცის ქვეშ ღონისძიებები: ფესტივალები, კონცერტები, სხვა
- პოლიტიკური ღონისძიებები
- სტუდენტური ღონისძიებები
- *პრაქტიკული #10*
- *დავალება #1*

ლექცია 19: ღონისძიებების მარკეტინგი

- მარკეტინგული აქტივობები ღონისძიებამდე
- კომუნიკაციები ღონისძიების დღეს
- კომუნიკაციები ღონისძიების დასრულების შემდეგ
- *პრაქტიკული #11*
- *დავალება #2*

ლექცია 20: გასვლითი ვიზიტი

- რეალური ღონისძიების ორგანიზება/ფინალური პრეზენტაციები

სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები

კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ და შეძლებენ:

- რა საკომუნიკაციო მოდელები არსებობს;
- ორგანიზაციაში PR-ის ამოცანების განსაზღვრა;
- რეპუტაციის მართვა;
- მარკეტინგული სტრატეგიის სწორად შერჩევა;
- სხვადასხვა პრაქტიკული ხერხი ამბის შესაქმნელად;
- მედიასთან ურთიერთობების პრინციპები;
- ეფექტური პრეს-რელიზის შექმნა და გავრცელება;
- სწორი იმიჯისა და პოზიციონირების შერჩევა;
- კრიზისული PR-ის გამოყენება;
- დარგობრივი PR-ის სპეციფიკა;
- კრეატიულობის ინსტრუმენტების გამოყენება უკეთესი შედეგებისთვის;
- საკომუნიკაციო სივრცის განსაზღვრა და ფორმირება;
- შესაბამისი საკომუნიკაციო მოდელების გამოყენება ამოცანიდან გამომდინარე;
- საკომუნიკაციო პროცესის შედეგების სწორად შეფასება;

- შიდა კომუნიკაციის სწორად დაგეგმვა და მართვა;
- კრიზისული კომუნიკაციის ანალიზი და სტრატეგიის დაგეგმვა;
- დამსაქმებელთან საუბარი ორივესთვის გასაგებ ენაზე;
- ღონისძიების ბრენდინგის არსის განსაზღვრა და მისი გავლენა აუდიტორიაზე;
- ღონისძიების კონცეფციის, ვიზუალური იდენტობისა და კომუნიკაციის სტრატეგიის შემუშავება;
- ღონისძიების სტრუქტურის, სცენარისა და ბიუჯეტის დაგეგმვა;
- ღონისძიებისთვის შესაბამისი ლოკაციის შერჩევა და პარტნიორების/გუნდის მართვა;
- სხვადასხვა ტიპის აუდიტორიისთვის ღონისძიების მომზადება და განხორციელება;
- ღონისძიების მარკეტინგის განხორციელება და „WOW-ეფექტის“ შექმნა;
- რეალურ ქეისში, მცირე ჯგუფებით, ღონისძიების დაგეგმვა და პრეზენტაცია.

ლექტორების შესახებ

ნინო წითლანაძე

- ნინო წითლანაძე არის პერსონალური ბრენდინგის სააგენტოს დამფუძნებელი & კონსულტანტი;
- ნინოს აქვს კომუნიკაციაში სხვადასხვა პოზიციაზე მუშაობის 17-წლიანი გამოცდილება (PR მენეჯერი, პროექტის მენეჯერი, კომუნიკაციების სტრატეგი და ა.შ.);
- ტრენერთა ასოციაციის ასოცირებული წევრი, პიარ სკოლის ლექტორი;
- ასოცირებული პროფესორი და მოწვეული ლექტორი (კავკასიის უნივერსიტეტი, ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი, GIIPA, თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია, უნივერსიტეტი ალტერბრიჯი);
- შემოქმედებითი ინდუსტრიების პლატფორმის (www.creatives.ge) თანადამფუძნებელი და დირექტორი;
- ნინო წითლანაძის [ლინკდინის პროფილი](#)

გიორგი თაქთაქიშვილი

- გიორგი თაქთაქიშვილი არის ბრენდ სტრატეგი, მარკეტერი და სპიკერი, ანტრეპრენერი, „კანტის აკადემიის“ თანადამფუძნებელი და აღმასრულებელი დირექტორი, ქართულ-ამერიკული უნივერსიტეტის მარკეტინგის სამსახურის ხელმძღვანელი, სერიალი „ცვალებადი ნიშნების“ აღმასრულებელი პროდიუსერი;
- აქვს კერძო და საჯარო სექტორის ტოპ მენეჯმენტში მუშაობის 10 წელზე მეტი გამოცდილება. მათ შორის, იგი იყო დაავადებათა კონტროლის ეროვნული ცენტრის მარკეტინგის სამსახურის ხელმძღვანელი, საქართველოს პრეზიდენტის საკონსულტაციო საბჭოს წევრი, მუშაობდა საქართველოს პარლამენტში მედიასთან ურთიერთობის მენეჯერის პოზიციაზე;
- ფლობს მრავალწლიან გამოცდილებას საერთაშორისო და ადგილობრივი ღონისძიებების დაგეგმვისა და მართვის მიმართულებით, მათ შორის პოლიტიკური ღონისძიებების, ფორუმების, საერთაშორისო კონფერენციების, სამიტების, ბიზნეს შეხვედრების, პანელების, სტუდენტური, გასართობი და კულტურული მასშტაბური ღონისძიებების ორგანიზებისა და ლიდინგის კუთხით;

- 10 წელზე მეტია, რაც ის სპიკერია და კითხულობს ლექციებს ბრენდინგის, მარკეტინგისა და ღონისძიებების მართვის თემებზე;
- სამოქალაქო განათლებაში შეტანილი წვლილისთვის მიღებული აქვს ევროკავშირის საპატიო ჯილდო;
- გიორგი თაქთაქიშვილის [ლინკდინის პროფილი](#)