

МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА “ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА В БИЗНЕСА”

за лица, които притежават образователно-квалификационна степен “бакалавър” в професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки

Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР

Професионална квалификация “Магистър по връзки с обществеността”

Професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки

Срок на обучение: 1 година

КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА

Образователни цели на специалността

По природа и по необходимост връзките с обществеността са неразривно свързани с мениджмънта на всяка бизнес структура. Управлението на публичната репутация в реална и онлайн среда, съпътствано от адекватни умения за стратегическо определяне на организационните принципи и цели, се превръщат във водещи приоритети в дейността на съвременната и гъвкава корпорация.

Поради това основни цели, заложи в обучението са:

- теоретична и практическа подготовка на специалисти, които ефективно да съдействат на бизнес организациите за осъществяване на краткосрочни и дългосрочни цели чрез адаптиране на възможностите на променящия се пазар и интегрираната комуникационна политика на компанията;
- синхронизиране на организационната бизнес стратегия с тактическите и стратегически програми по връзки с обществеността;
- формиране на компетенции за менажиране на публичната репутация на организацията в контекста на корпоративната социална отговорност;
- изграждане на умения за адекватно прилагане на методите на пазарните проучвания с цел систематизиране на информация за цялостната пазарна картина и очертаване на фирмените рискове и възможности в бранша.

Организация на обучението

В структурата на учебния план са заложи задължителни и избираеми дисциплини. Съдържанието им осигурява овладяване на базови знания в областта на социалното познание с акцент върху корпоративната комуникация и управление на бизнес отношенията. За всяка отделна дисциплина е направено разграничение на дейностите на студентите – аудиторна и извънаудиторна заетост, практическа и самостоятелна работа. В учебните програми на всички дисциплини са заложи нови постижения в изследванията на съответните научни области, като по този начин се отговаря на очакванията и изискванията на обучавания, обществото, работодателите, професионалните гилдии.

Задължителните дисциплини, които са 8 и носят 34 кредита, като теоретичната подготовка на студентите тук е свързана с овладяване на знания в общото икономическо поле, с акцент върху комуникационната политика на организацията.

Избираемите дисциплини в специалността са 3 и носят 11 кредита. Те създават предпоставки за специализация на студентите, съобразно индивидуалните, личностните и социалните им търсения.

Образователно-квалификационна степен “магистър” завършва с писмен и устен държавен изпит или разработване и защита на дипломна работа. Успешно завършилите студенти получават образователно-квалификационна степен “магистър” с квалификационно наименование „Връзки с обществеността в бизнеса”. Те придобиват и правото да продължат следването си за придобиване на образователната и научна степен “доктор”.

Компетенции и практически умения:

Завършилите „Връзки с обществеността в бизнеса” придобиват следните компетенции и практически умения:

- изграждане на комуникационна мрежа за ефективни двустранни взаимоотношения с бизнес партньори и целеви публики чрез съдействието на медиите;
- конструиране и успешно лансиране в общественото и пазарното пространство на корпоративния и марковия имидж;
- разработване на прецизни инструменти за измерване ефективността на комуникационните послания към таргет групите;
- формиране на корпоративна култура за постигане на организационните цели и утвърждаване на организационната мисия;
- развиване на проектна дейност за подпомагане на цялостното функциониране на организацията и ефективното ѝ сътрудничество с партньори на национално и международно ниво;
- адаптиране на организацията към променящите се условия на социалната, икономическата, политическата и технологичната среда;
- проектиране, внедряване и поддържане на информационните и комуникационните технологии и системи в областта на електронния бизнес и електронната търговия;
- активно партньорство на висшето ръководство в осъществяването на преговори и делови взаимоотношения чрез прилагане методите на убеждаващата комуникация;

Квалификация и кариерно развитие

Реализацията на завършилите магистри по „Връзки с обществеността в бизнеса” се осъществява в електронни и печатни медии; рекламни и PR-агенции; политически партии; неправителствени организации; PR-служби в държавни учреждения и частни фирми.

Те могат да работят като: PR-мениджър; PR-специалист; мениджър и специалист корпоративни комуникации; мениджър и специалист стратегически комуникации; мениджър и специалист интегрирани комуникации; имиджмейкър; специалист по решаване на проблемите; комуникационен експерт; медиен анализатор; организатор на специални събития; говорител; Account Manager; PR Account Executive; BTL-мениджър; специалист по кризисни комуникации; комуникационен експерт съветник и др.

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
Въведение в бизнеса	4,0	Бизнес стратегия и PR планиране	3,0
Убеждаваща публичност в деловото общуване	6,0	Корпоративни финанси	3,0
Корпоративен имидж	6,0	Пазарни проучвания	3,0
Психология на управлението	6,0	Електронен бизнес	3,0
Избираема дисциплина 1	4,0	Избираема дисциплина 3	3,0
Избираема дисциплина 2	4,0	Държавни изпити: писмен и устен или защита на дипломна работа	15,0
Избиреми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избиреми дисциплини (студентите избират една дисциплина)	
Банково и застрахователно дело		Специални видове PR	
Управление на човешките ресурси		Правна уредба на рекламата	
Мениджмънт в туризма		Инвестиционен анализ и инвестиционна политика	
Организационна култура			
Предприемачество			
Общо 30		Общо 30	

ОБЩО ЗА 1 УЧЕБНА ГОДИНА: 60 КРЕДИТА

АНОТАЦИИ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ

ВЪВЕДЕНИЕ В БИЗНЕСА

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: гл. ас. д-р Деница Богданска, катедра „Бизнес мениджмънт и маркетинг“,

Анотация

Учебният курс запознава студентите с основни въпроси, свързани със същността на бизнеса в условията на пазарна икономика, стартирането, организацията и управлението на бизнеса и неговите ресурси. По време на курса студентите ще усвоят бизнес терминологията и същността на основните понятия. Лекционният курс е насочен към развиване на критично и аналитично мислене за бизнеса и формиране на знания и умения за вземане на бизнес решения и за функциониране в глобална среда.

Съдържание на учебната програма

Същност на бизнеса. Основни участници в бизнеса. Предприятието – основна форма за реализиране на бизнес. Предприятието като система – социална, производствена, икономическа и управленска системи на предприятието. Субект на стопанската дейност. Фирма. Функционални области на бизнеса. Пазарна икономика и бизнес. Видове и форми на бизнеса. Стартиране на бизнес – бизнес идея, собственост на бизнеса, начини за стартиране на бизнес. Регистрация на фирма. Фамилен бизнес. Финансиране на бизнеса. Публични задължения на фирмата. Техники за продажби и договаряне. Счетоводна отчетност на бизнеса – същност и роля. Организация и управление на счетоводната отчетност. Съставяне на счетоводен баланс, отчет за приходите и разходите и отчет за паричния поток.

Технология на обучението и оценяване:

Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита.

УБЕЖДАВАЩА ПУБЛИЧНОСТ В ДЕЛОВОТО ОБЩУВАНЕ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: гл. ас. д-р Славка Попова, Катедра “Връзки с обществеността”

Анотация

Обучението по дисциплината има за основна задача даде познания, свързани с бизнес комуникацията в PR и убеждаващата публичност. Засягат се проблемите на съвременните изисквания за конкретика и убедително въздействие посредством индивидуален контакт с публиката. Основната цел е да се дефинира интерактивния смисъл на връзката „публичност-компетентност” в контекста на деловите отношения.

Програмният материал дава знания относно характера, същността, особеностите и различията на комуникационния модел, с който се постига убеждаваща публичност в деловите отношения. Очакват се следните резултати - да разпознават и овладеят техниките на убеждаващото въздействие, символния интеракционизъм, да разбират социалната роля, да развият умения за дешифриране на езиковото съобщение, да овладеят техниките на убеждаващата публичност. Придобитите знания ще доведат студентите до готовност за приложение на моделите в практиката, ще идентифицират публичния авторитет чрез убеждаващото въздействие на доброто послание, ще определят равнищата на компетентност на комуникатора, приоритетните техники за елиминиране на комуникативните бариери, ще придобият умения за личностно влияние и PR професионализъм.

Съдържание на учебната програма

Когнитивно значение на убеждаващата публичност за развитие на деловите отношения. Структурен модел на взаимовръзките изграждащи триадата „публичен авторитет-социална ситуация-делови отношения“. Характеристика на комуникативните стимули в деловите отношения. Анализирание на възможностите на фазите на рецепция на посланието. Специфични техники за повишаване на ефективността на убеждаващата публичност в бизнеса. Ключови фактори влияещи на публичността в деловите отношения. Социалната роля в убеждаващата публичност. Разбираемост на аргументацията в убеждаващата публичност. Ресурсни фактори на убеждаващата публичност в деловите отношения.

Технология на обучението и оценяване:

Използват се интерактивни методи на обучение. Текущият контрол се осъществява през семестъра по време на занятията и чрез курсови работи, проекти, казуси, анализи, описания в сферата на убеждаващата публичност в деловото общуване в сферата на убеждаващата публичност в деловото общуване. Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал. Окончателната оценка се формира от текущата и изпитната оценка.

КОРПОРАТИВЕН ИМИДЖ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Славянка Ангелова, Катедра “Връзки с обществеността”

Анотация

Дисциплината „Корпоративен имидж“ представя на студентите лекционен курс, който има за цел да им даде задълбочени познания за същността на корпоративния имидж като комплексно понятие – неговата структура и характеристики, връзката му с корпоративната култура, мисия и идентичност. Разглежда се обстойно технологията за изграждане на корпоративен имидж в публичното пространство. Образователната задача на дисциплината е свързана с изграждане на умения у студентите за анализиране на връзката между политическата партия като генезис, функция и класификация и ролята на нейния имидж, както и дефиниране на структурните връзки, чрез които политическата партия влияе на деловите отношения в бизнеса.

Съдържание на учебната програма

Същност на корпоративния имидж, структура и характеристики. Корпоративния имидж и концепцията за корпоративното гражданство. Изследвания, свързани с измерване ефективността на корпоративния имидж. Корпоративните комуникации според нормите на корпоративността. Интеракция между политическа партия и бизнес в контекста на партийната система. Същност и функционално значение на отношенията власт - политика. Ролята на политическото лидерство в условия на политическа промяна и влиянието върху развитието на деловите контакти в бизнеса.

Технология на обучението и оценяване:

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин с използването на множество материали за онагледяване. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи, контролни работи и тестове по съответната точкова система. Самостоятелната подготовка предвижда разработване на теми с теоретична и практическа насоченост. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита.

ПСИХОЛОГИЯ НА УПРАВЛЕНИЕТО

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията:

Изпит Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Наташа Ангелова, Катедра "Психология", Философски факултет

Анотация:

В курса по "Психология на управлението" студентите получават базисни знания за психологичните аспекти на управлението и на труда на ръководителя. Запознават се със спецификата на личността на ръководителя и на подчинения, с разликите между ръководител и лидер, както и с особеностите на междуличностните отношения в трудовия колектив, факторите които им влияят и механизмите за управлението им. Освен това, студентите придобиват знания за психологични параметри на деловото общуване, правилата за водене на бизнес-преговори и особеностите на груповото вземане на решения, и придобиват базисни умения за участие в и управление на процеса на делово общуване.

Съдържание на курса:

Учебното съдържание на този учебен курс е структурирано в следните тематични модули: 1) Научен статут на Психология на управлението. Психологична характеристика на процеса на управление; 2) Личността на ръководителя и на подчинения. Междуличностни отношения в трудовия колектив; 3) Делово общуване – психологични аспекти. Вземане на решения и критично мислене.

Технология на обучението и оценяване:

Прилагат се следните *методи на обучение*: лекция, дискусия, асоциативен метод, формулировка и работа по случай, обсъждане на казуси, проучване на литературни източници. *Оценяването* на постигнатите от студентите резултати в процеса на обучение се извършва съобразно системата за трансфер и натрупване на кредити. Окончателната оценка по дисциплината се формира в края на курса на обучение въз основа на оценката, получена на писмен отговор на въпрос върху изучавана в лекционния курс тема и оценката от самостоятелната (извънаудиторна) работа на студента.

БИЗНЕС СТРАТЕГИЯ И PR-ПЛАНИРАНЕ

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Димитрина Стефанова, Катедра “Връзки с обществеността”

Анотация

Основната цел на дисциплината е да запознае студентите със стратегическото планиране в бизнес практиката, като надежден инструмент за преодоляване на последиците, свързани с икономическата нестабилност и непредсказуемост на средата. Запознава подробно студентите с процеса за развитие и поддържане на жизнеспособна съвместимост между организационните цели и ресурси и нейното изменение съобразно пазарните възможности. На основата на цялостното бизнес планиране да разработи съвместима и приложима PR-стратегия.

Съдържание на учебната програма

Обща характеристика на процеса на стратегическо планиране. Стратегическо планиране на корпоративно равнище (корпоративна мисия; корпоративни цели и задачи; корпоративна стратегия). Дефиниране на мисията. Същност, предназначение и обхват на мисията. Разработване на целите. Анализ на вътрешно фирмената среда (SWOT-анализ). Анализ на външната среда на фирмата. Функционални стратегии на стратегическите бизнес единици. Съставяне на PR-програми. Формулиране на PR-стратегии в бизнес-организацията.

Технология на обучението и оценяване:

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин с използването на мултимедия. По време на обучението, студентите изготвят два курсови практически проекта (бизнес план и PR-програма). Изпитът е писмен. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита.

КОРПОРАТИВНИ ФИНАНСИ

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Десислава Стоилова, катедра „Финанси и отчетност“, Стопански факултет

Анотация

Целта на учебната дисциплина “Корпоративни финанси” е студентите да получат задълбочени знания в областта на финансите и финансовото управление на фирмата, като се запознаят с основните инструменти и методи за управление на активите и капитала на предприятията и възможностите за тяхното приложение в съвременните условия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: 1) Усвояване на знания и изграждане на умения за анализ на финансовото състояние на фирмата, с акцент върху три основни аспекта - ликвидност, платежоспособност и рентабилност; 2) Усвояване на знания и изграждане на умения за прилагане на основните методи за оценка на ефективността на инвестиционни проекти и управление на оборотния капитал на фирмата; 3) Усвояване на знания и изграждане на умения за прилагане на методите за оценка и методите за амортизация на активите на фирмата; 4) Усвояване на знания за основните инструменти за дългосрочно

финансиране на фирмата и изграждане на умения за изчисляване на цена и доходност на финансовите активи; 5) Усвояване на знания и изграждане на умения за прилагане на анализа на чувствителността и основните методи за стратегическо планиране и контрол при финансовото управление на фирмата. След преминаване на курса по дисциплината “Корпоративни финанси” студентите трябва да са придобили основни знания и умения първо, за осигуряване на дългосрочно финансиране и второ, за ефективното финансово управление на фирмата.

Съдържание на учебната програма

Финанси и финансово управление на фирмата. Годишни финансови отчети. Анализ на финансовите отчети на фирмата. Амортизация и амортизационна политика на фирмата. Анализ и управление на оборотния капитал на фирмата. Методи за оценка на активите на фирмата. Анализ на критичните съотношения разходи – обем на продажбите – печалба. Капиталово бюджетиране. Дългосрочно финансиране на фирмата. Цена и доходност на финансовите активи. Привличане на капитал. Анализ на чувствителността и симулационни методи. Стратегическо финансово планиране и системи за стратегически контрол

Технология на обучението и оценяването

Лекционният курс се провежда с използване на интерактивни методи. Лекциите се представят с помощта на презентации, преподавания материал е онагледен с множество примери. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез оценяване на казуси, курсова работа и контролен тест по съответната точкова система.

Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита.

ПАЗАРНИ ПРОУЧВАНИЯ

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: проф. д-р Вяра Кюрова, катедра „Бизнес мениджмънт и маркетинг“, Стопански факултет

Анотация

Тази учебна дисциплина има за цел да задоволи потребността на студентите от знания за организиране и осъществяване на пазарни проучвания. В процеса на обучение ще бъде получена достатъчно информация за източниците за информация, обезпечаваща изследванията; за правилно селектиране, обработване и анализиране на информацията. В програмата е предвидено разглеждането на основни въпроси, касаещи същността, видовете, обхвата и инструментариума на маркетинговите проучвания.

Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната програма

Същност маркетинговите проучвания. Функции и видове. Обхват на маркетинговите проучвания. Основни области на маркетинговите проучвания. Процес на маркетинговите проучвания. Пазарния анализ в системата на маркетинговите изследвания. Подготовка и

провеждане на маркетинговото проучване. Разработване на програма на маркетинговото изследване. Методи за изследване на пазара. Методи за набиране на данни при полеви проучвания. Обработка и анализ на данните от маркетинговите изследвания. Представяне на резултатите от маркетинговите проучвания. Пазар и продажби: потенциал и прогнози.

Технология на обучението и оценяване:

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин чрез използване на онагледяващи материали. Формите на текущ контрол също са съобразени с естеството на дисциплината – решаване на тестове, обсъждане на казуси. Обучението по дисциплината завършва с разработване на проект за пазарно проучване и писмен изпит, съгласно приложения конспект.

ЕЛЕКТРОНЕН БИЗНЕС

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Славянка Ангелова, Катедра “Връзки с обществеността”

Анотация

Интернет оказва влияние върху всички страни на нашия живот, формирайки ново универсално пространство за обмен на информация. Става дума за дълбоки и трайни изменения, за своеобразна революция в епохата на глобалната мрежа. В деловата сфера тази революция се нарича електронен бизнес. Тя променя характера на бизнеса и формира нов бизнес модел, чиято същност са непрекъснатите електронни връзки с клиенти, доставчици и партньори и възможността за управление на процесите в реално време. За мнозина е ясно, че бъдещето е на компаниите, които са в състояние бързо и ефикасно да базират своя бизнес на Интернет технологиите и да се приспособят към формиращата се глобална Интернет икономика. Електронният бизнес не е самоцел, а е еволюционен процес на усъвършенстване на деловите процеси. Постоянно трябва да се преосмислят стратегиите, техниките и инструментите, като се отчита прогреса в областта на информационните технологии.

Съдържание на учебната програма

Електронен бизнес – същност, основните характеристики, преимущества. Модели на електронен бизнес. Системи Business-to-Business (B2B) и Business-to-Customer (B2C). Категории електронен бизнес. Модел за електронен пазар. Фази на маркетингови транзакции. Разработване на търговски стратегии. Етапи за изграждане. Формиране на екипи. Жизнен цикъл на системите за електронна търговия. Стратегии за електронен бизнес. Електронен подпис. Електронни пари. Системи за електронни плащания. Сигурност и защита на данните, методи за защита. Мобилна търговия. Стратегии, модели.

Технология на обучението и оценяване:

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин, като по-голямата част от лекциите са представени на презентации. Студентите се запознават с резултатите от последните достижения в областта. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи, контролни работи и тестове по съответната точкова система. По време на курса студентите се организират в екипи и подготвят, представят и обсъждат публично резюмета и планове на курсови работи по избрана от тях тема и съгласувана с преподавателя. Обучението по дисциплината завършва с разработване на проект.

БАНКОВО И ЗАСТРАХОВАТЕЛНО ДЕЛО

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Владимир Ценков, катедра „Финанси и отчетност“

Анотация

Курсът “Банково и застрахователно дело” цели да запознае бъдещите специалисти от специалност “Връзки с обществеността” със съдържанието и значението на финансовите отношения в рамките на два от основните клонове на финансовото посредничество – банковата и застрахователната дейност. Посредством балансирано представяне, студентите ще придобият знания даващи им възможност ясно да разграничат мястото, функциите и конкретните форми на посредничество което предлагат банковата и застрахователната дейност в рамките на финансовите пазари. По отношение на банковата дейност, курсът цели ясно да подчертае място и необходимостта от банковата дейност и нейната организация в рамките на банковата система. Целта на курсът в частта на застрахователното дело е студентите да се запознаят със застрахователните отношения като специфичен вид финансови отношения свързани с дейността по управление на риска, както и с конкретната организация и продуктова диференциация чрез която те се осъществяват.

Съдържание на учебната програма

Акцентът на учебната програма в частта ѝ за банковата дейност включван представянето на въпросите свързани с организацията и структурата на търговските банки, конкретните форми на осъществяване на тяхната дейност и показателите за отчитане на резултатите от нея. По този начин не само се дава възможност на студентите да се запознаят с механизма на функциониране на търговските банки, но и на тази основа ясно да се отрази мястото и ролята на Централната банка в контекста на взаимодействие и контрол спрямо търговските банки. Съдържанието на вторият модул от програмата свързан със застрахователното дело дава възможност да се придобият знания помагачи ясно да се разграничат отделните форми на застраховане отговарящи на конкретната необходимост по отношение обхват, цена и интензивност на застрахователната защита. Конкретното представяне на организацията и спецификата на имущественото, автомобилно и животозастраховане ще даде възможност освен за формиране на знания относно отделните застрахователни продукти, но и ще осъществи необходимата връзка с непосредствената практика при предоставянето на застрахователната защита. Разглеждането на механизма на ликвидация на щети има за цел да представи конкретиката на последователността на причинно-следствения процес от действия от момента на идентифициране на настъпила щета до нейното обезщетяване.

Технология на обучението и оценяване:

Лекционният курс се провежда с използване на интерактивни методи. Лекциите се представят на презентации, преподавания материал е онагледен с множество примери.

Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез оценяване на курсови задачи по съответната точкова система.

Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита .

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: гл. ас. д-р Олга Чорбаджийска, катедра „Национална сигурност и публична администрация”

Анотация

Основната цел на обучението по дисциплината е в студентите да се формира нагласа за ключовата роля на човешките ресурси в организацията да усвоят основните принципи, подходи, системи и технологии за управлението; да формират и развият за планиране, оценяване, мотивиране, стимулиране и развитие на човешките ресурси.

Съдържание на учебната програма

Формиране и развитие на теорията и практиката за управление на човешките ресурси. Основни школи и подходи; управлението на човешките ресурси и организационната култура. Политика и стратегия. Планиране на потребностите на човешките ресурси, методи, средства и технологии. Принципи, системи и технологии за подбор, селекция и атестиране. Управление на кариерата. Мотивационни модели и мотивационни стратегии за подобряване изпълнението и продуктивността. Стратегии и техники за стимулиране. Управление на възнаграждението. Работни взаимоотношения. Индустриални отношения и колективно трудово договаряне. Информационни системи за управление на човешките ресурси.

Технология на обучението и оценяване:

Формата на обучение е лекционна – онагледявана с мултимедийни средства. По време на лекциите се практикуват редица активни методи на обучение, като решаване на казуси в група, ролеви игри, симулация. За самостоятелна работа на отделни студенти се възлагат курсови работи, презентации, резюмета на отделни публикации, обзор на литературни източници. Форма на изпитване – писмено, чрез тест.

МЕНИДЖМЪНТ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: проф. д-р Милена Филипова, катедра „Бизнес мениджмънт и маркетинг”, Стопански факултет

Анотация

Целта на дисциплината е да запознае студентите с основните принципи и механизми на управление на туристическите фирми. Акцентът е поставен върху изграждането на стратегии за развитие и връзката им с управленческата структура. Разработват се и практически казуси. Анализира се и решаващата роля на кадровата политика и особено на проблема за мотивацията на персонала, както и ролята на мениджъра в управлението.

Студентите да придобият знания за спецификата на стратегическо управление и изграждането на управленчески структури в туризма, усвояване на терминологичния апарат и основните постановки, характеризиращи управлението в туризма.

Съдържание на учебната програма

Специфика на отрасъл туризъм. Състояние и тенденции в развитието му. Връзка с останалите отрасли на икономиката. Туристическата фирма като система. Стратегическо управление на туризма – национален аспект. Стратегическо управление на туристическата фирма.

Конкурентна стратегия. Профилиране на конкурентите. Форми на сдружения в туризма.

Същност и особености на туристическия пазар.

Характер на туристическия продукт. Методи за проникване на пазара. Маркетингови проучвания. Сегментиране на пазара. Реклама в туризма – същност, форми, ефективност.

Пъблик рилейшънс в туризма. Кадрова политика на туристическата фирма. Организация на труда. Форми на специализация и диверсифициране на туристическия продукт.

Характеристика на мениджъра в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Лекциите по дисциплината се провеждат по установения начин. Лекциите са богато схематично и таблично илюстрирани, с необходими за целите на обучението примери.

Извънаудиторната заетост се състои в посещения на библиотеки, черпене на информация от Интернет; изготвяне на писмени разработки, подготовка за тестове за проверка на знанията с цел текущ контрол, системна подготовка по зададените теми за предстоящите семинарни занятия; Критерии за оценяване: качество и задълбоченост на писмената разработка; умение за представяне и успешна защита на разработките и заложените в тях тези; демонстриране на знания, умения и компетентност; Окончателна оценка: студентите получават оценка по шестобалната система при съответствия с точковата система, която е предварително обявена.

ОРГАНИЗАЦИОННА КУЛТУРА

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: гл. д-р Милена Янкова, Катедра “Връзки с обществеността”

Анотация

Лекционният курс запознава със същността, спецификата и ролята на организационната култура, чието значение в условията на глобализация се определя от редица вътрешни и външни за организацията обстоятелства. Познаването на фирмената култура като съвкупност от устойчиви социални норми на взаимоотношения и ценности, спомага за правилното интерпретиране на ставащите в организацията събития. От гледна точка на завършващите магистърска програма „Връзки с обществеността в бизнеса” това умение е от ключово значение за реализирането на подходяща комуникационна политика както навън, така и вътре в организацията.

Целта на курса е на основата на съвременните концепции за организационна култура и социално-психологическите закономерности на мотивацията и саморегулацията на човешкото

поведение, студентите да усвоят необходимите им знания за ролята, значението и факторите за формиране на съответна на нуждите на организацията отличителна фирмена култура.

Очаквани резултати: формиране у студентите на умения за реализиране на целенасочени и прецизно планирани PR-активности както вътре, така и вън от организацията, с цел подпомагане на формирането, развитието и популяризирането на силна корпоративна култура.

Съдържание на учебната програма

Същност и специфика на организационната/корпоративна култура. Роля и функции на организационната култура. Ключови елементи и нива на проявление на организационната култура. Типове и модели корпоративна култура. Лидерство и управление. Теории за лидерските роли. Мотивационни теории. Мотивация и трудово поведение. Външни и вътрешни фактори, влияещи върху организационната култура. Подходи при измерване, оценяване и класифициране на организационната култура. Организационна култура и субкултура. Междудличностна и междугрупова комуникация в организацията. Корпоративна култура и връзки с обществеността. Организационната култура в България. Корпоративна култура и бизнес комуникации.

Технология на обучението и оценяване

Лекционният курс се провежда с използването на интерактивни методи. В обучението по дисциплината се прилага иновативният Подход за дизайнерско мислене, чрез който студентите анализират реални и хипотетични организационни казуси, и предлагат възможни решения, като се позовават на етичния кодекс на съответната професията и правилника за дейността на организацията.

Текущият контрол се осъществява по време на семестъра чрез участие в дискусии, решаване на казуси, сравнителен анализ на примери на проявления на организационна култура, разработване на реферати. Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит чрез разработване на курсов проект с практическа насоченост.

СПЕЦИАЛНИ ВИДОВЕ PR

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0ор

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Димитрина Стефанова, Катедра “Връзки с обществеността”

Анотация

Пъблик рилейшънс са приложна социална наука, която оказва въздействие върху индивидуалното и груповото поведение на публиките, които имат отношение към организация. Също така оказва влияние върху политиката на организацията за хармонизиране на груповите интереси с организационните. Всичко това се постига с различни похвати и инструменти. Целта на дисциплината е да се овладеят концепциите на КСО и Черния PR, като два специфични инструмента за PR. КСО е отговорността за всички заинтересовани страни, която компаниите доброволно компаниите доброволно внедряват в бизнес стратегиите си, за да докажат своята дългосрочна ангажираност към устойчиво развитие на своя бизнес, обществото и околната среда. Черният PR е технология, която използва най-често неетични комуникационни техники за уронване на имиджи. Тя трябва да бъде познавана, за да се предприемат превантивни мерки за нейното справяне.

Съдържание на учебната програма

Раздел 1: Корпоративна социална отговорност. Раздел 2: Черен PR. Раздел 3 Програми за изграждане на КСО и превенция на черния PR.

Организация на обучението и оценяването

Лекционният курс се провежда по традиционно утвърдения начин с използването на множество схеми, скици за онагледяване и презентации. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи, контролни работи, тестове и дискусии. Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. За всяка дискусия на студентите предварително се поставя задача според посоченото в учебната програма. Конкретизират се темите. Изисква се писмена разработка и подготовка за устно представяне на текста. Аналитичният коментар се прави с участието на студентите. Самостоятелната подготовка включва още и подготовка за решаване на тестове и контролни работи.

ПРАВНА УРЕДБА НА РЕКЛАМАТА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Рая Илиева, Катедра „Гражданско-правни науки“

Анотация:

Посредством тази дисциплина студентите получават академична и образователна подготовка относно правната уредба на законодателството регламентиращо рекламата и рекламната дейност. Студентите се запознават с основните нормативни актове, доктринни положения и научни гледни точки върху правния режим на рекламния процес и необходимостта от регулация на рекламната дейност.

Съдържание на учебната дисциплина:

Необходимост от регулация на рекламата. Правна уредба на рекламната дейност. Субекти в рекламния процес. Заблуждаваща реклама – понятие. Критерии при определяне на рекламата като заблуждаваща. Подвеждаща реклама – понятие. Критерии при определяне на рекламата като подвеждаща. Скрита реклама. Реклама, ползваща подсъзнателни внушения. Правни изисквания към рекламата – обекти на забраните и ограничения. Изисквания към рекламата на лекарства и лекарствени продукти. Изисквания към рекламата на тютюн и тютюневи изделия. Изисквания към рекламата на алкохолни продукти и спиртни напитки. Изисквания към рекламата към опасни стоки. Изисквания към рекламата насочена към децата. Регулаторни органи, осъществяващи контрол върху рекламната дейност. Същност на саморегулацията в областта на рекламата. Национален съвет за саморегулация.

Технология на обучение и оценяване

Основната форма на обучение е лекционна. За онагледяване се използват мултимедийни средства и видеофилми. В лекционния курс се обсъждат основните въпроси на теорията, като се представят основните определения. Извънаудиторно се организират посещения в радио, телевизия и други.

Дисциплината приключва с оценка, която се формира чрез академичен контракт от три съставлящи: текуща оценка от присъствие и участие в лекционния курс – 25%, решаване на предварително зададен казус 25% , и изпит (решаване на тест) – 50% .

ИНВЕСТИЦИОНЕН АНАЛИЗ И ИНВЕСТИЦИОННА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: Доц. д-р Динка Златева, катедра „Бизнес мениджмънт и маркетинг“, Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс обхваща: основни общи проблеми на управлението на фирмените инвестиции, вкл. и в контекста на усвояването на средствата от структурните и кохезионни фондове на ЕС; подходи и методи за анализ и оценка на фирмените инвестиционни проекти; подходи и методи за анализ и оценка на риска при фирмените инвестиционни проекти. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за управлението на фирмените инвестиции, формирането и основните подходи за реализация на фирмената инвестиционна стратегия и политика в съвременните условия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Иновациите - основа на инвестирането. Същност и характерни черти на иновациите. Класификация и структура. Същност и видове инвестиране и финансиране. Видове, елементи и структура на фирмените инвестиции. Основни инвестиционни носители и концепции. Фирмените инвестиции като обект на икономическото регулиране. Роля на мотивацията за инвестиране. Същност и компоненти на капиталните вложения като форма на инвестиционната дейност на фирмата. Необходимост, цел и основни аспекти на инвестиционното проектиране. Същност и значение на инвестиционното проектиране при реализирането на инвестиционната политика на фирмата. Основни финансови концепции. Времева стойност на парите. Компондиране и дисконтиране на парични потоци. Анюитети. Критерии и методи за оценка на фирмените инвестиционни проекти. Статични методи. Динамични методи. Избор между алтернативни фирмени инвестиционни проекти. Методи за избор между два или повече проекта. Същност и видове риск при фирмените инвестиционни проекти. Подходи и методи за анализ и оценка на риска. Управление на фирмените инвестиции в контекста на усвояването на структурните и кохезионни фондове на ЕС.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Задължително в началото на всяка лекция се прави кратко въведение, като се осигурява необходимата преходност от една тема към друга. В процеса на запознаване на студентите с новата тематика се осъществява беседа с тях, за да се постигне приемственост между отделните лекции и нте сами да стигнат до заключения, които да въвеждат в новия материал. Дисциплината завършва с изпит.