

КОНСПЕКТИ

от гл. ас. д-р Славка Попова, 2025/2026 г.
Катедра „Връзки с обществеността“,

ОКС бакалавър **ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ**

Семестър I
№ 6
в Учебния план

КОНСПЕКТ

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК - 1

1. Word classes – nouns and adjectives - Types of nouns, Number and Possession; Adjectives - Comparatives and Superlatives
2. Word classes – verbs and adverbs - Main and auxiliary verbs, Modal auxiliaries, Tense – present and past, Active and passive voice; Adverbs
3. Word classes – other classes
4. Pronouns: Personal, Possessive, Reflexive, Demonstrative, Indefinite, Relative, Interrogative, Conjunctions – coordinating, subordinating, Prepositions, Determiners – definite/indefinite articles, possessive and demonstrative determiners,
5. Phrases and clauses What are phrases?, Noun phrases, Verb phrases, Clauses
6. Audience - The consumer, Types of audience – Mass, Niche, Audience demographics, Audience profiling
7. Sentences
8. Simple, Compound, Complex. The functions of sentences
9. Word structure
10. Morphemes, Free and bound morphemes, Inflectional affixes, Derivational affixes
11. Institution, What is an institution? Types of institution – commercial, public service, independent
12. Words and meanings - Denotation and connotation, Lexical fields, Hyponyms and hypernyms, Synonyms, Antonyms
13. Words and meanings Similes and metaphors, Idioms, Collocations, Levels of formality

КОНСПЕКТ

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК – 2

1. Spoken language: Types, Functions, Influences
2. Features of spoken language Lexis, Deictic expressions, Grammar – interrupted constructions, disjointed constructions, incomplete constructions, non-standard grammar, Non-fluency features – fillers, filled pauses, repetitions, false starts, Overall structure
3. Structure of conversations - Openings, Turn taking, Adjacency pairs, Topics, Repairs, Feedback, Ways of closing a conversation
4. Conversation theory Accommodation theory, Face, Politeness, Positive and negative politeness, The politeness principles;
5. Gender and conversational behaviour
6. Non-verbal communication 1 - Body language
7. Non-verbal communication 2 Appearance, Non-verbal aspects of speech, Prosodic features, Prosodic features and personality, Accent
8. Newspapers 1 Types of newspaper, Graphology, Headlines – purposes, linguistic features
Mainstream cinema,
9. Advertisements 1 Analysis of advertisements, Visual elements/graphology, Form and structure, Attitudes to reader/audience, Vocabulary, Grammar, Phonology, Content
10. Instruction and information texts
11. Literary texts; Term test (Lower Intermediate)
12. New technology Hypertexts in Social Networks

КОНСПЕКТ

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК – 3

1. Grammar - Passive Voice
2. Grammar - Conditional sentences
3. Grammar - Sentence - Transformations
4. Grammar – Futurity
5. Grammar - Direct- Indirect Speech
6. Grammar – The Gerund
7. Accents and dialects Attitudes to Accents, , The effects News broadcasting Accents and the media, Estuary English, Dialect vocabulary, Dialect Grammar
8. Effects theory, The Frankfurt School, The hypodermic needle model, Violence in the media, Cultivation theory, Theories about media
9. Language and social class
10. Occupational dialects
11. Media Regulation. Stereotypes. Representation
12. Language and power
13. Language and education;

КОНСПЕКТ

УБЕЖДАВАЩА КОМУНИКАЦИЯ – I

1. Същност и развитие на убеждаващата комуникация. Едностепенност, еднопосочност, двупосочност.
2. Реторика и УК. Диахронен и синхронен профил на връзката между реторика и УК.
3. Словесно общуване – монолог и диалог – основни форми на словесното общуване и приложението им в PR.
4. Истината за осъществяване целите на трайно убеждаващо въздействие и сродни на нея – субективност, абсолютност, относителност, полуистина, постистина.
5. Лъжата като метод за изкривяване на действителността при създаване на PR послания – неистина, fake, дезинформация, манипулация, AI халюцинация.
6. Видове доказателства и реторичност за постигане на убедителност при поднасянето им.
7. Пропаганда vs PR
8. Видове аргументи при убеждаващото изказване.
9. Език и мисъл. Скрити мисли. Недоизказани мисли.
10. Лескикален подбор при убеждаване. Кодирание и декодиране.
11. Технологии при убеждаване – spin, blogs, micro PR, мултимодалност
12. Дигитални измерения на убеждаване в социалните мрежи.

КОНСПЕКТ

УБЕЖДАВАЩА КОМУНИКАЦИЯ – II

1. Култура на спора. Логически, психологически, етико-естетически характеристика на спора. Майевтика. Спор, полемика, диспут, дискусия, дебат.
2. Ораторско изкуство. Подготовка и етапи в подготовката на публичното изказване.
3. Композиция на публичното изказване, план, елементи на композицията, композиционни недостатъци.
4. Методи за представяне на материала.
5. Опровергаване на позициите на опонента – начини на опровергаване,
6. Уловки в спора, техники при водене на спор и при преговори.
7. Изграждане на образа на оратора – пропорцията харизма/опит при представяне live/виртуално в социалните мрежи. Виртуален аватар и поведение при Proteus Effect (Ефект на Протей).
8. Сравнителен анализ на синхронната и асинхронната комуникация за убеждаващи цели
9. Интерактивни елементи на убеждаване в кибер пространството – нагласи, релевантност, отговорности, контрол.
10. Публична отчетност и социална отговорност на УК в ПР.
11. Срещи на върха – ПР концепции за по-добро представяне.
12. Ефективната УК на PR-специалиста – компетентност, влияние. Личност на комуникатора.

КОНСПЕКТ

СТИЛИСТИКА ЗА PR

1. Стилистиката като наука – дефиниция, предмет, основни понятия и категории, сродни науки. Понятието стил. Стил и регистър
2. Същност на книжовния език. Узус. Норма. Кодификация. Национален език. Разновидности. Употреба на стандарта на езика от отправителите на съобщението (оратор, PR специалист, медиен професионалист) и от получателите (аудиторията)
3. Функционален стил. Екстралингвистични фактори при изгражда на ФС. Лингвистични фактори. Фактори, свързани със съдържателния план на ФС
4. Стилистична фонетика в медийната среда
5. Употреба на стилистичния морфосинтаксис за целите на PR дейността
6. Стилистична лексикология в изграждаща се динамична комуникационна среда
7. Стилистични похвати и тропи и прилагането им при изграждане на специализирани текстове за PR
8. Изграждане на красноречието на специалистите по PR в реалиите на художествеността.
9. Публицистичен стил и PR аспекти
10. Стилотворни фактори и отличителни черти на Public Relations като наука и в контекста на научния стил.
11. Особенности на официално-деловия стил в областта на PR
12. Ресурсите на книжовно-разговорната реч за изграждане на стила на PR специалиста
13. Колективният стил на четвъртата власт – макроси, речеви стилове, жанрове
14. Виртуална стилистика и традиционна стилистика – дефиниции, граници, задачи, зараждащи се жанрове, контрасти.

КОНСПЕКТИ

от гл. ас. д-р Славка Попова, 2025/2026 г.
Катедра „Връзки с обществеността“,

ОКС бакалавър
ИЗБИРАЕМИ

Семестър V
№ 19
в Учебния план

КОНСПЕКТ

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК **/модул превод - translation/**

English-Bulgarian translation, Level CEFRL B 2.1, text length 360 words, text contents:

1. Public Relations Theory and Practice
2. Communication Theory
3. Mass Media Theory and Practice
4. Advertising
5. Image Making
6. Political Communication
7. Official Speeches of famous politicians, celebrities etc.
8. Social Psychology
9. Politics and Public Relations
10. Economics and Public Relations
11. Business and Public Relations
12. Humanities and Public Relations
13. Science and Public Relations
14. Art and Public Relations
15. Sports and Public Relations

КОНСПЕКТ

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК

/модул писане на есе – essay writing/

Students may expect similar topics, Level CEFR B2.1, 300 words long

1. The Development of Public Relation in Bulgaria
2. Is virtual communication as effective as the real one?
3. Success in business goes through advertising
4. Image-Making represents a non-existent world
5. The successful role of the Public Relations in politics is proved every day
6. Tourism can survive but not succeed without Public relations
7. If I were a business personality I would throw millions in a PR Campaign to make my business prosperous
8. Do you believe Public Relations is an Art?
9. How do Public Relations function before, during and after the period of the Olympic Games held in a definite country?
10. Do you agree that soon social media PR will become more successful than the traditional PR?

КОНСПЕКТ

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК

/модул бизнес кореспонденция -business correspondence/

Students may expect similar topics. Level CEFR B2.1, 300 words long

1. Business letter writing
2. E-mails inquiries
3. Letters to banks, administration etc.
4. On the phone – phone calls, texting etc. - writing dialogues
5. Writing a Cover Letter
6. CV writing
7. Sitting for a Job Interview
8. Public speaking – greetings
9. Official speech writing
10. Messages of business leaders

КОНСПЕКТ

РЕЧНИКОВ ЕТИКЕТ И КУЛТУРА НА ПОВЕДЕНИЕТО

1. Език и реч.
2. Речников запас и идиолект. Речник на съвременния комуникатор.
3. Етикетът при говорене и слушане.
4. Съвременен речев етикет. Водене на разговор.
5. Речников нетикет и онлайн поведение.
6. Филтър на речта. Грубата реч. Допустими теми за разговор.
7. Етикет при различни ситуации и поводи
8. Медийно говорене и поведение в медиите.
9. Бизнес етикет.
10. Култура на общуването – компонент на личностната и обществената култура. Поведение и култура.
11. Придобиване на самоувереност в поведението. Етикет и позитивно представяне чрез невербално поведение.
12. Формално и неформално говорене. Социална класа и реч.
13. Поведение и традиции у нас и в чужбина – писани и неписани правила. Речников етикет при общуване на чужд език и извън България.
14. Поведение и езиков изказ на знаменитостите.
15. Култура на поведение на ПР специалиста с клиентите му.

КОНСПЕКТ

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК

/модул комуникация – speech communication/

Students are expected to write down an interview; length: 200 words; Level CEFR B2.1;
Example topics:

1. How would you improve the visual communication policy of the EU governments
2. Journalists versus PR Specialists
3. PR experts between the Institution and the Audience
4. Imagine you are a Radio reporter or a TV presenter. Inform the people about the latest news
5. Exchange ideas how to make a successful advertisement or commercial
6. As a PR specialist of a company in crises how would you tackle the problem? Explain it in a podcast interview.
7. Imagine you are famous politicians. Make a speech on a certain occasion.
8. Situational job interview.
9. Discuss the digital age of the 21st century – the effectiveness of the interactive communication in the Social network (AI, Blogs, Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok etc.)
10. How can PR specialists help improve transparency and social responsibility in the AI age?

КОНСПЕКТИ

от гл. ас. д-р Славка Попова, 2025/2026 г.
Катедра „Връзки с обществеността“,

ОКС магистър **ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ**

Семестър II

КОНСПЕКТ ПО “ БИЗНЕС ПРОТОКОЛ“
включена като задължителна учебна дисциплина в учебния план на
специалност “**МЕЖДУНАРОДЕН PR**”

ОКС: магистър

1. Бизнес протокол – определение, произход, граници на понятието, ресурси
2. Видове протоколни мероприятия
3. Изработване на CV. Поведение от страна на бизнес средите относно подбор на кадри според представеното CV и протоколно поведение по време на интервю за назначаване на работа в международна среда
4. Ерудиция, традиция и новаторство в бизнес протокола
5. Психолингвистични особености при говоренето в международните делови среди
6. Основи на международния етикет и нетикет
7. Микро PR в международния бизнес протокол
8. Тайм мениджмънт в международните бизнес среди
9. Реч при международни протоколни мероприятия
10. Международен медиен обмен и бизнес протокол
11. On-line конферентни срещи
12. Церемония при подписване на договор
13. Ролята на преводача в бизнес протокола
14. Покани с международен делови характер и бизнес протокол
15. Допустимост на нарушаване на протокола

КОНСПЕКТ ПО

“УБЕЖДАВАЩА ПУБЛИЧНОСТ В ДЕЛОВОТО ОБЩУВАНЕ“

включена като задължителна учебна дисциплина в учебния план на специалност
“ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”
ОКС: магистър

1. Същност на дефинитивната стойност на убеждаващата публичност във ВО
2. Социалната ретроспекция във форматирането на комуникативния модел „убеждаваща публичност - делово общуване”
/Е.Бернайс,Р.Абот,Фр.Джефкинс/
3. Изграждане на личен капацитет за комуникативни умения в публичното пространство
4. Идентификация на публичния авторитет чрез убеждаващото въздействие на компетентното послание/Х.Хофстеде,Ховланд/
5. Изследване на социалната ситуация в контекста на „изследване на нагласите”
6. Същност на комуникативните стимули
7. Усъвършенстване на процеса на взаимодействие между компонентите на триадата комуникатор-изказване-ситуационни условия
8. Принципи за прилагане на устните изказвания и комуникации като фактор за ефективна убеждаваща публичност в деловите отношения
9. Социално-психологически ефект на взаимовръзката между внимание-разбиране-приемане за постигане на целите на убеждението в деловите отношения
10. Оценка на Agenda-Setting като перманентен процес за контрол на комуникационния процес в деловите отношения: Взаимосвързаност между”консонантност” и „консистентност”/Ховланд/
11. Равнище на компетентност на комуникатора
12. Взаимозависимост между комуникационна способност и комуникативна етика
/И.Бок,Бааке/
13. Специфични техники за повишаване на ефективността на убеждаващата публичност в бизнес
14. Ключови фактори влияещи на публичността в деловите отношения
15. Значение на социалната идентичност на комуникатора
16. Модели на въздействие и стил на поведение
17. Моделът на Бренд Рубен за обективност на аргументацията
18. Конкретност на аргументите в убеждаващата публичност
19. Оценка на ситуационните условия. /Д. Танен,Р.Буркарт
20. Ресурсни фактори на убеждаващата публичност в деловите отношения. Избор на комуникативен канал за въздействие. /Я.Кели,Ховланд/. Специализирани знания и качества. /Р.Антъни,Харлоу,Дж.Клапър/. Конкретно формулиране на целите за въздействие. /Е.Бернайс/

ОКС магистър

ИЗБИРАЕМИ

Семестър I

КОНСПЕКТ

по

дисциплина **“АНГЛИЙСКИ ЕЗИК ЗА ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА“**,
включена като избираема учебна дисциплина в учебния план на специалност
“ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”

ОКС: магистър

1. The origin and development of Public Relations in the USA and Great Britain.
2. The Advertising Process in GB and the USA.
3. Journalism – origin, development and contemporary aspects.
4. Fleet Street. What’s next?
5. Media Corporations in Great Britain Newspapers in Great Britain and the USA.
6. Digital Media in Great Britain and the USA.
7. The Governmental Communication in the English speaking countries.
8. Mass media and control of democracy.
9. Cyber Communication in the English speaking countries.
10. Being in charge of Speech writing process for famous politicians.
11. PR Campaign in the English speaking countries. The election process.
12. Celebrity, Paparazzo, PR.
13. Mechanisms of control of the British and American mass media. PR Ethics.
14. Media Legislation in Great Britain and the USA.
15. New Types and Models of PR originating from the English speaking countries.

КОНСПЕКТ

по дисциплината „УБЕЖДАВАЩА ПУБЛИЧНОСТ И ЕКОЛОГИЯ”

включена като избираема учебна дисциплина в учебния план на

специалност “Еко PR”

ОКС: магистър

1. Когнитивно значение на убеждаващата публичност за развитие на отношения в еко среда
2. Структурен модел на взаимовръзките изграждащи триадата „публичен авторитет-социална ситуация-аудитория”
3. Характеристика на комуникативните стимули за изграждане и развиване на отговорност за приемлива еко парадигма
4. Отправяне и възприемане на еко посланието. Кодиране и декодиране
5. Специфични техники за повишаване на ефективността на убеждаващата публичност
6. Продуктоконсумиране и PR съобщение в съвременето
7. Околна среда и убеждаващата публичност при добрите практики
8. Устойчиво развитие и комуникационна среда
9. Социални мрежи и медийна среда за убеждаваща позитивна есо PR практика