



КОНСПЕКТ ПО СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ НА ВРЪЗКИТЕ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

1. Дефиниране на процеса на управлението на пбблик рилейшънс.
2. Същност и значение на анализа на ситуацията.
3. Анализ на социалния контекст.
4. Анализ на организация.
5. Същност и видове публики.
6. Характеристики на публиките.
7. Анализ на конкуренцията.
8. Видове публики в PR.
9. Анализ на медийната среда.
10. Компоненти на медия картата.
11. Дефиниране на PR проблем.
12. Роля на изследването в PR.
13. Видове изследвания в PR.
14. Същност на планирането в PR.
15. Дефиниране на PR кампанията. Дигитални измерения.
16. Основни компоненти на планирането на PR кампанията.
17. Видове PR кампании.
18. Структура на план за PR кампания.
19. Ефективност и оценка на PR кампанията.
20. Същност на корпоративната отговорност.
21. Характеристики на комуникационния мениджмънт.

ЛИТЕРАТУРА ПО ДИСЦИПЛИНАТА

1. Ангелов, А. Основи на мениджмънта, С., 1998 г.
2. Ангелова, Сл., Измерения на онлайн PR, Благоевград, УИ „Н. Рилски“, 2011
3. Ангелова, Сл., Стефанова, Д., Алгоритъм на PR кампанията, С., 2022
4. Бехар, М., Световната PR революция, София, Entusiast, 2019
5. Василев, В., Олга Чорбаджийска, Цв. Бельовска, „Мениджмънт и управленски технологии“, София, Пропелер, 2017
6. Василев, В., Олга Чорбаджийска, Цв. Бельовска, "Теория на управлението". София, Пропелер, 2017
7. Василев, В., Д. Стефанова, Сл. Ангелова "Ефективни комуникации в публичния мениджмънт". София, Пропелер, 2017

8. Давидов, Д., Първулов Б., Станчев, И. “Теория на управлението” С., 1999 г.
9. Лидстоун Джон: Лице в лице с медиите. Изд. Екслибрис, 1995.
10. Кътлип Ск., Сентър Ал., Бруум Гл., Ефективен публик рилейшънс София, 2007
11. Маринов, Р., Комуникационни стратегии, С., 2004 г.
12. Матеева, С., Изследване на комуникацията и общественото мнение. Благоевград 2002
13. Паунов, М., Стратегии на бизнеса С., 1995 г.
14. Райков, Здр. Корпоративният гражданин, С., 2004.
15. Стефанова, Д., Стратегически компоненти на PR-планирането, Благоевград, 2011
16. Стойцова Толя: Лице в лице с медиите. Изд. Просвета, 2004.
17. Стойков, Л., Управление на връзките с обществеността, С., 2007 г.
18. Стюарт Сали: Как да общуваме с медиите. Изд. Кръгзор, 2005.
19. Успешните презентации. Harvard Business School Press. София, 2005
20. Харис Томас Л.: Добавената стойност на Публик рилейшънс. “Рой комюникейшън” ЕООД, 2002.
21. Шваб, Клаус, Четвърта индустриална революция, София, Хермес, 2016
22. Списания: “Sign safe”, “Мениджър”, раздели “Медии и Реклама” и “Публик рилейшънс”, в-к “Капитал” и в-к “Дневник”.
23. Public Relations Strategies and Tactics, Wilcox, Ault, Agee, 6th edition, 2000.
24. Magazine: Public Relations Quarterly, 2020
25. Magazine: Public Relations Review, 2020
26. Magazine: PR Daily, 2020
27. Научно електронно издание „Реторика и комуникации“: <https://rhetoric.bg/>
28. Научно електронно списание „Медии и обществени комуникации“: <http://www.media-journal.info/>
29. Научно електронно списание „Медиите на 21 век“: <https://www.newmedia21.eu/razdel/analizi/>,
30. <https://bdvo.org/>
31. <https://journals.uni-vt.bg/mc/bul/vol5/iss1/>
32. <https://manager.bg/>
33. <https://euprera.org/>
34. <https://instituteforpr.org/>
35. <https://www.prdaily.com/>

Автор на програмата и конспекта: Доц. д-р Димитрина Петрова Стефанова, постоянен трудов договор в катедра „Връзки с обществеността“ на ПИФ.

2026 г.