



Правно– исторически факултет

2700 Благоевград, пл. „Георги Измирлиев - Македончето“
тел./факс: 073/88 66 17; e- mail : admin@law.swu.bg

КОНСПЕКТ

за държавен изпит на специалност „Връзки с обществеността“

ОКС “бакалавър”, 2024/2025 учебна година,

1. Комуникационен процес - основни компоненти. Видове комуникация според мащаба, комуникатора, връзката, знаковата система и функциите. Сравнителна характеристика.
2. Модели за комуникация - съвременни измерения (моделите на К.Шенън и У.Уийвър; Х.Ласуел; Г.Тард; Ев.Роджърс, Р.Якобсон)
3. Дефиниране на понятието PR. Специфика на PR-професията (професионални умения и дейности). Основни модели на PR (Джеймс Груниг, Тод Хънт). Съвременният PR в България.
4. Техники на PR. Прессъобщение - модел за изграждане на прессъобщение „обърнатата пирамида“ и елементи. Структура на прессъобщението, предназначено за дигиталните медии. Пресконференция (същност и етапи). Фактлист. Медиа папка.
5. Анализ на ситуацията. Същностни компоненти - социален контекст, организация, публики и медии.
6. Процес на управление в PR. Планиране в PR и видове PR-кампания.
7. Рекламна комуникация. Дефиниране на рекламната. Функции на рекламната. Прилики и разлики между ПР и реклама. Седемте “К” на рекламната комуникация. Рекламен четириъгълник.
8. Целеполагането в рекламната. Определяне на рекламната цел. Моделът ДАГМАР. Характеристики на рекламната цел. Принципи за измерване на рекламните ефекти. Йерархия на комуникационните ефекти.
9. Медия планирането в рекламната. Същност и значение. Проблеми. Фактори, влияещи върху избора на медия. Параметри на стратегическото медия планиране на рекламната – обхват, честота, продължителност.
10. Препимущества на Интернет за PR. Характеристики на онлайн комуникацията.
11. Уеб-сайтът на организацията като средство за PR. Уеб сайтът – необходимост в PR-дейността. Видове сайтове. Изисквания при проектиране на сайта. PR-цели и задачи пред сайта. Страница за медиите.
12. Убеждаващата комуникация в PR - основен метод, понятие и характеристики. Етапи на развитие комуникация. Основни цели и правила за успешна реализация на убеждаването в ПР. Структурни нива. Речта в убеждаващата комуникация. Убеждаване и контрол.
13. Публична отчетност и социална отговорност на убеждаващата комуникация в PR.

14. Типове култури по Едуард Хол и Херст Хофстеде. Проблеми на PR-общуването в поликултурна среда.
15. Комуникацията като обект на емпирично изследване. Разбирания и концепции за общественото мнение. Изследвания на общественото мнение. Видове изследвания: сондажни, барометри, тематични, електорални, референдуми, панелни.
16. Същност и специфика на качествените методи за изследване на комуникациите: дълбочинно интервю, фокус групи, включено наблюдение, case study. Приложение на контент анализа в PR практиката.
17. Същност и функции на политическата комуникация. Вербален канал на политическата комуникация, функция на вербалното поведение. Комуникационни техники в процеса на политическа комуникация.
18. Политическата предизборна кампания. Видове предизборни кампании. Етапи. Модели за описване на ефекта от предизборната кампания.
19. Същност и характеристики на политическия имидж, видове имидж според различни класификации. Подходи за изграждане на политически имидж. Елементи и особености на невербалната комуникация за изграждане на политически имидж.
20. Особенности на средата на медийната организация. Специфика на факторите, характеристики на обкръжението. Пазарно и непазарно обкръжение. Процес на приспособяване.
21. Същност, структура и съвременни особености на медийните новини. Видове. Критерии за информационни стойности.
22. Текстът в масовата комуникация. Основни характеристики. Текстова рамка. Подбор на текстови и жанрови модели. Подбор на знакова система.
23. Същност и основни признаци на текста. Линеиност. Свързаност (кохерентност, кохезия, тема/рема). Граматичност. Информативност. Цялостност. Завършеност.
24. Същност и прояви на езиковата манипулация. Успешни стратегии при езиковата манипулация. Езикова демагогия. Ролята на диалога.
25. Стилистика на PR текст. Дефиниране на понятието „стил”. Съвременни теории за езиковия стил. Класификация на стиловете. Функционално-стилистична диференциация на речта.
26. Функционални стилове - разговорен, научен, официално-делови, публицистичен. PR- стил – същност. Изграждане на PR- стил.
27. Криза, кризисен мениджмънт и кризисен PR – дефиниране и характеристики. Жизнен цикъл на кризата – действия и комуникации във всяка фаза. Информационни и репутационни кризи.