



Правно - исторически факултет

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

Конспект

КОМУНИКАЦИИ И ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

1. Същност и значение на комуникацията
2. Потребности от комуникация
3. Елементи на комуникационния процес
4. Вербална комуникация
5. Върешноличностна, междуличностна и масова комуникация
6. Същност и специфика на онлайн комуникацията
7. Главни функции на организационната комуникация
8. Основни принципи при изготвяне на документ
9. Структура на нивата на аргументите
10. Дефиниране на PR. Развитие на технологията и съвременни тълкувания на PR
11. Специфика на PR в публичната сфера
12. Модели на PR на Груниг и Хънт
13. Стратегически PR функции
14. Тактически PR функции
15. Задължения на PR-специалиста в публичната администрация
16. Основни цели на вътрешната комуникация в публичната сфера
17. Основни цели на външната комуникация в публичната сфера
18. Елементи на PR-стратегията в публичната сфера
19. Стратегия за вътрешна комуникация. Същност и особености
20. Пресконференцията – същност и особености
21. Предварителни организационни стъпки при организиране на пресконференция
22. Текущи организационни стъпки при провеждане на пресконференцията
23. Последващи стъпки след пресконференцията
24. Изготвяне на комплект материали за медиите (медия папка).

ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Буркарт Р. Наука за комуникацията. Велико Търново, 2000
2. Василев, В., Стефанова, Д., Ангелова, Сл., Ефективни комуникации в публичния мениджмънт, София, 2017
3. Дейвис Антъни, Всичко, което трябва да знаете за ПР, София, 2006
4. Костова Силвия: Как да работим с медиите? В сб. Пъблик рилейшънс в пъзела на интегрираните комуникации, София, 2004.
5. Кътлип Ск., Сентър Ал., Бруум Гл., Ефективен пъблик рилейшънс София, 2007
6. Лидстоун Джон: Лице в лице с медиите. Изд. Екслибрис, 1995.
7. Маринов, Р. Пъблик рилейшънс. Техники и практика. София, 1995,
8. Петев Т. Теории за масовата комуникация. София, 2004
9. Райков, Здр. PR. Технологията на успеха, С., 2003.
10. Стефанова, Д., Стратегически компоненти на PR-планирането, Благоевград, 2011
11. Стоицова Толя: Лице в лице с медиите.София, 2004.
12. Стойков, Л. Фирмена култура и комуникация. С., 1998.
13. Стойков, Л., Управление на връзките с обществеността, София, 2007
14. Стюарт, С., Как да общуваме с медиите, София, 2005
15. Тай, Л., Бащата на манипулацията, София 2003
16. Филева, П., Глобализация и медии, София, 2003
17. Цонева Ив., Делово общуване. Свищов, 1997.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Гудброд Х., Митева Кр, Наръчник за професионална комуникация, София, 2005г.
2. Давидков Ц., Бизнес комуникация. София, 1997
3. Едуард де Боно, Шест мислеци шапки, София, 1997:
4. Киршнер Й.,: Манипулирайте, но правилно. София, 1995
5. Панфилова А. П.: Деловая коммуникация. Санкт-Петербург, 2005.
6. Психотехника на убеждаващото въздействие. Сборник, 1992. С.
7. Стоицова Толя: Психология на медиите – същност и основни концепти. В Юбилеен сборник на Института по психология. София, 1998.
8. Тофлър А. И Тофлър Х.: Новата цивилизация (Политиката на третата вълна). София, 1995.
9. Тофлър А.: Трусове в във властта. София, 1996.