



МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ"
ПРАВНО-ИСТОРИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ

Благоевград 2700, ул. "Иван Михайлов" N66
Тел.: +359/73/ 88 55 01
Fax: +359/73/ 88 55 16
E-mail: info@swu.bg

УТВЪРЖДАВАМ :
РЕКТОР : проф. д-р Иван Мирчев

У Ч Е Б Е Н П Л А Н

ОБЛАСТ НА ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ: **3. СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И ПРАВНИ НАУКИ**

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ : **3.5 ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И**
ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ

СПЕЦИАЛНОСТ : **ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА**

ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: **МАГИСТЪР**

ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ : **ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА**

СРОК НА ОБУЧЕНИЕ : **1 ГОДИНА /ДВА СЕМЕСТЪРА/**

ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ : **РЕДОВНА**

ПЛАНЪТ Е ВЪВЕДЕН ОТ УЧЕБНАТА **2008/2009**

КОД: **04.34_2.9.20**

БЛАГОЕВГРАД, 2008 г.

Име на файла: PlanPR-MA-1	Дата на отпечатване: 11.12.2009 г.	Версия: 2009	Стр. Стр. 1 от 7
------------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

I. Квалификационна характеристика на специалност “Връзки с обществеността” за образователно-квалификационна степен “магистър” с професионална квалификация “Магистър по връзки с обществеността” за лица, които притежават образователно-квалификационна степен “бакалавър” в професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки

Магистърска програма “Връзките с обществеността в бизнеса”

Общо представяне

Всеки бизнес започва със съгласието на обществото и продължава да съществува благодарение на неговото одобрение. В среда на непрекъснато нарастваща и изостряща се конкуренция, непостоянни финансови ресурси и на повишени изисквания от страна на потребителите, освен познатите предпоставки за превръщането на една фирма в успешна пазарна формация, все по-важно значение придобива наличието на професионално реализирани програми по връзки с обществеността и стратегически позиционирана PR-функция в цялостната система на организацията.

Фирменият имидж се превръща в един от основните фактори за просперитета на стопанската организация, за реализацията на нейната политика, за достигане на целите ѝ. Връзките с обществеността осигуряват на мениджърите необходимите данни и факти за състоянието на вътрешната и външна комуникационна ситуация, като за целта се провеждат съответните социални, социално-психологични, комуникационни, културологични, лингвистични анализи. На база на получените резултати от тях се подготвят планове за действие за изграждане на благоприятни взаимоотношения с целевите публики. Пъблик рилейшънс, като част от мениджмънта на бизнес организациите, имат реалните възможности да се превърнат в предупредителна система за прогнозиране на бъдещи тенденции в пазарната действителност и предприемане на превантивни мерки за предотвратяване на конфликти в организацията.

Организация на обучението

Учебният план на специалност “Връзки с обществеността”, както и организацията на обучението - неговата продължителност, формата и съдържанието на учебната програма по отделните дисциплини, са съобразени със Закона за висшето образование, с Наредбата за държавните изисквания за придобиване на висше образование на ОКС „бакалавър” и с Правилниците на ЮЗУ „Неофит Рилски”. Учебният план и учебните програми на специалност “Връзки с обществеността” са разработени съгласно системата за трансфер на кредити - ECTS. Обучението по специалността е с продължителност 1 година (2 семестъра). Общият брой кредити, необходим за завършване на ОКС "магистър" е 60, като 15 от тези кредити се присъждат за разработка и успешна защита на дипломна работа.

В структурата на учебния план са заложили 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 заложили нови постижения в изследванията на съответните научни области, като по този начин се

Име на файла: PlanPR-MA-1	Дата на отпечатване: 11.12.2009 г.	Версия: 2009	Стр. Стр. 2 от 7
------------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

отговаря на очакванията и изискванията на обучавания, обществото, работодателите, професионалните гилдии.

Задължителните дисциплини, които са 8 и носят 36 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 2 и носят 9 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 „Специалист по връзки с обществеността в бизнеса”. Те придобиват и правото да продължат следването си за придобиване на образователната и научна степен “доктор”.

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 прогами 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.

Съдържанието на учебния план, учебните програми, организацията на обучението и прилаганата кредитна система в специалност „Връзки с обществеността” гарантират на **завършилите придобиване на 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;

Име на файла: PlanPR-MA-1	Дата на отпечатване: 11.12.2009 г.	Версия: 2009	Стр. Стр. 3 от 7
------------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

- 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 бакалаври по специалност „Връзки с обществеността” 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.

Длъжности, които могат да се заемат са според национална класификация на професиите и длъжностите в Република България, 2011 г.:

- Група 1222 Ръководители реклама и връзки с обществеността - Ръководител звено, връзки с обществеността; Ръководител звено, реклама; Мениджър, връзки с обществеността; Мениджър, реклама; Управител, реклама и връзки с обществеността.
- Група 1439 Ръководители на други услуги, н.д. – Ръководител, контактен център; Ръководител, конферентен център.
- Група 2431 Специалисти по реклама и маркетинг - Експерт, реклама.
- Група 2432 Специалисти по връзки с обществеността - Експерт, връзки с обществеността.

Име на файла: PlanPR-MA-1	Дата на отпечатване: 11.12.2009 г.	Версия: 2009	Стр. Стр. 4 от 7
------------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

- Група 3332 Организатори на конференции и събития - Организатор, конференции и събития.
- Група 3339 Посредници в бизнес услугите, н.д. - Специалист, изложби и панаири; Рекламен агент ;Организатор, реклама; Организатор, работа с клиенти; Организатор, продажби и реклама и др.

Квалификационната характеристика на програма “Връзките с обществеността в бизнеса” за образователно-квалификационна степен “магистър” с професионална квалификация “Магистър по връзки с обществеността” е основен документ, който определя разработването на учебния план и учебните програми. Тя е съобразена със закона за висшето образование, с държавните изисквания за специалността и с Правилниците на ЮЗУ “Неофит Рилски”.

Име на файла: PlanPR-MA-1	Дата на отпечатване: 11.12.2009 г.	Версия: 2009	Стр. Стр. 5 от 7
------------------------------	---------------------------------------	-----------------	---------------------

II. УЧЕБЕН ПЛАН									
<i>на програма "Връзките с обществеността в бизнеса"</i>									
№	НАИМЕНОВАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА	Оценяване		КРЕДИТИ	Аудиторна заетост				Извънаудиторна заетост
		семестър	форма		общо	лекции	семинари	упражнения	
ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ ДИСЦИПЛИНИ									
1	Комуникация и социална промяна	I	изпит	6,0	45	45			135
2	Убеждаваща публичност в деловото общуване	I	изпит	6,0	45	45			135
3	Корпоративен имидж	I	изпит	6,0	45	45			135
4	Психология на управлението	I	изпит	6,0	45	45			135
5	Избираема дисциплина 1	I	изпит	6,0	45	45			135
ОБЩО :				30	225	225	0	0	675
6	Бизнес стратегия и PR планиране	II	изпит	3,0	45	45			45
7	Икономическа социология	II	изпит	3,0	45	45			45
8	Пазарни проучвания	II	изпит	3,0	45	45			45
9	Е-бизнес	II	изпит	3,0	45	45			45
10	Избираема дисциплина 2	II		3,0	45	45			45
11	Държавни изпити: писмен и устен или защита на дипломна работа	II		15					450
ОБЩО :				30	225	225	0	0	675
ОБЩО (часове от задължителните и избираемите дисциплини)				60	450	450	0	0	1350
ИЗБИРАЕМИ ДИСЦИПЛИНИ									
1	Банково и застрахователно дело	I	изпит	6,0	45	45	45		135
2	Управление на човешките ресурси	I	изпит	6,0	45	45	45		135
3	Мениджмънт в туризма	I	изпит	6,0	45	45	45		135
4	Разработване на проекти – принципи и техники	I	изпит	6,0	45	45	45		135
5	Икономика на ЕС	II	изпит	3,0	45	45	45		45
6	Публики, публично пространство и публичен образ	II	изпит	3,0	45	45	45		45
7	Специални видове PR	II	изпит	3,0	45	45			45
8	Правна уредба на рекламата	II	изпит	3,0	45	45			45
9	Инвестиционен анализ и инвестиционна политика	II	изпит	3,0	45	45			45

