



## КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА

Специалност: ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

Образователно-квалификационна степен: „Бакалавър“

Професионално направление: 3.5. Обществени комуникации и информационни науки

Област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни науки

Обучаваща институция: Факултет по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“

Вид на обучението: редовно

Форма на обучението: аудиторна

Продължителност на обучението (брой семестри): осем

Език на обучението: български

Форма на завършване на обучението: защита на дипломна работа

Професионална квалификация: бакалавър по връзки с обществеността

### 1. Насоченост. Образователни цели и задачи

#### 1.1. Насоченост

Специалността „Връзки с обществеността“ е насочена към качествената подготовка на широк кръг от специалисти в полето на различните социални и маркетингови комуникации – връзки с обществеността, реклама, комуникации за стимулиране на продажбите, интегрирани маркетингови комуникации и т.н.

#### 1.2. Цел

Образователните цели на специалността са в няколко посоки:

изграждане на качествени специалисти по пиар и реклама, които да са подготвени за предизвикателствата на различните социални и маркетингови общувания.;

продължаване на обучението на бакалаврите по социални и по маркетингови комуникации в магистърските и докторантските програми в България и в чужбина.

умения за логически консистентно, аргументирано и ясно изразяване на устна и писмена реч.

#### 1.3. Задачи на обучението

Обучението има за цел да формира основни знания и умения както и практически навици за изграждане на комуникационни връзки между обществото и различните

организации. Завършилите специалност „Връзки с обществеността“ ще притежават следните професионални качества и знания:

- оформяне на устойчиви и достоверни представи за функциите, формите и методите на връзките с обществеността като социален феномен;
- запознаване със спецификата и историята на ПР дейността в съвременните български условия;
- подробно разглеждане на историята, теорията и практиката на феномена връзки с обществеността;
- познания за начините на функциониране на публичната комуникация и различните контексти на нейната реализация;

## **2. Обучение**

### **2.1. Учебен план:**

Обучението се провежда по учебен план, в който учебните дисциплини са групирани в три модула – задължителни, избираеми и факултативни дисциплини.

### **2.2. Общотеоретична подготовка**

Специалността “Връзки с обществеността” в ОКС “Бакалавър” дава на студентите фундаментална теоретична подготовка по публична комуникация, маркетинг, реклама и медии и гарантира широки теоретични познания в областта на социалните, стопанските и правните науки, комуникативната рационалност и информационните дейности.

### **2.2. Специална подготовка**

Планът на специалността „Връзки с обществеността“ отговаря напълно на съответните стандарти и е съобразена в най-голяма степен с крайната цел – формирането на качествени специалисти по социални и по маркетингови комуникации.

За тази цел бакалаврите изучават ред базисни дисциплини като теория на комуникацията, креативна комуникация, убеждаваща комуникация, психология на комуникацията, бизнес комуникациите.

Не по-малко важни дисциплини в специалността са и маркетингът, политическият маркетинг, методите за изследване на масовите комуникации, социологията, психологията, народопсихологията, семиотиката и етиката.

Връзките с обществеността са застъпени с най-важните си дисциплини – теория и история на ВО, стратегии и тактики на ВО, писане за ВО, публична реч, комуникации по време на криза, медии и ВО.

Маркетинговите комуникации също са застъпени с най-важните си дисциплини – теория на рекламата, рекламни кампании в медиите, стимулиране на продажбите, социални медии, интегрирани маркетингови комуникации.

Важна част от програмата са и дисциплините по отношение на компютърните и други умения на бакалаврите – като информационни технологии, компютърно опосредствани комуникации, графичен дизайн и др.

Преподавателите актуализират непрекъснато дисциплините си, за да в крак с последните промени и световни тенденции в социалните и в маркетинговите комуникации.

Бакалаврите могат да избират и немалко допълнителни дисциплини благодарение на широкия спектър от факултативни и свободно избираеми дисциплини.

Основен стремеж е студентите да са колкото може по-близо до практиката. Поради тази причина за студентите всяка година се организират практики във водещи пиар и рекламни агенции, в комуникационни отдели на различни организации – министерства, фондации, НПО -та и т.н.

Бакалаврите имат възможността и да участват в стажовете по ЕРАЗМУС. Благодарение на това някои от тях да се обучават по един семестър във водещи западни университети.

### **3. Образователен профил (квалификационен стандарт)**

#### **3.1. Знания:**

Учебното съдържание гарантира получаване на теоретични знания в областта на комуникационното знание и ПР като социална потребност, фундаментална подготовка в областта на социалните науки и масовите комуникации и специализирани знания по редица дисциплини, които са необходими за един съвременен ПР специалист – управление на ПР агенция, професионална етика, манипулация и социална комуникация и т.н. Обучението предлага допълнителни възможности за специализация върху различни ПР профили, овладяване на терминологията на дисциплината, готовност за сътрудничество и работа в екип. Студентите ще могат достоверно да определят позициите и интересите на целевите публики или на клиентите на различните агенции и да проведат ефективна ПР кампания за подкрепа на важни проекти и задачи.

#### **3.2. Умения**

Специалността „Връзки с обществеността“ подготвя компетентни специалисти по отношение на социалните и на маркетинговите комуникации. Благодарение на добре структурираната и балансирана бакалавърска програма студентите придобиват знания и умения по отношение на различните социални и маркетингови общувания по отношение на:

характеристиките на аудиториите и на потребителските групи;

измерванията на техните нагласи и на ефективността на комуникациите;

различните комуникативни стратегии и подходи;

творческите аспекти на комуникациите;

знаковите системи и т.н.

Като краен резултат бакалаврите могат да създават различни и качествени комуникации в целия спектър на социалните и на маркетинговите общувания.

В специалността са застъпени и немалко дисциплини, свързани с мениджърските аспекти на тези общувания. Затова тези студенти могат успешно да заемат и мениджърски длъжности с пиар и рекламните агенции, както и в комуникационните отдели на различните организации – министерства, агенции, неправителствени организации, фондации и частни компании.

#### 4. Възможности за реализация :

Чрез овладяване на основите и принципите на управление на комуникационните процеси в обществото и социалната сфера, завършилите специалност „Връзки с обществеността“ получават необходимата квалификация за следните професии:

- Пиармен;
- Медиен анализатор;
- Рекламист;
- Копирайтър,
- Арт директор,
- Медия планър;
- Акаунт в пиар и рекламна агенция;
- Бренд мениджър;
- Маркетолог.

Придобилите ОКС “бакалавър” по специалност Връзки с обществеността могат да продължат обучението си в по-високите образователни степени „магистър” и „доктор” в България и в чужбина.

---

*\* Квалификационната характеристика е изготвена съгласно Националната квалификационна рамка на Република България (2012 г.) и Квалификационната рамка на Европейското пространство за висше образование (QF-EHEA). Разработена във факултета, отговорен за обучението по специалността.*