



КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА

Магистърска програма: РЕКЛАМА И ПУБЛИЧНА КОМУНИКАЦИЯ

Специалност: Връзки с обществеността

Образователно-квалификационна степен: „Магистър“

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: задочно

Форма на обучението: аудиторна

Език на обучението: български език

Продължителност на обучението (брой семестри): два

Форма на завършване на обучението: защита на дипломна работа

Професионална квалификация: магистър по реклама и публична комуникация

1. Насоченост. Образователни цели и задачи

1.1. Насоченост

Магистърската програма „Реклама и публична комуникация“ обединява научно изследователски информационен масив в полза на изграждането на висококвалифицирани специалисти в областта на управлението както на обществените комуникации, така и на управлението на рекламните политики на организации от различните сфери на бизнеса, икономиката, правителствения и неправителствен сектор. Насочена е към хора, получили бакалавърска степен в областта на маркетинговите комуникации и връзките с обществеността.

1.2. Цел

Програмата има за цел да формира нови, разширени познания по реклама и социални технологии, както и да утвърди умения за планиране и прилагане на инструментариума на интегрираните комуникации. Магистърската програма осигурява разширяване на фундаменталната подготовка в областта на публич рилейшънс и рекламата. В програмата се акцентира върху значими аспекти на публич рилейшънс и рекламата, както и на тясната им връзка с журналистиката и медиите.

1.3. Задачи на обучението

Основни задачи на обучението са формирането на компетентни и силно конкурентни по отношение на високо развития пазар на труда в Европейската общност кадри, способни да отговорят на изискванията за транснационална и глобална комуникационна и маркетингова адаптация на организациите.

2. Обучение

2.1. Учебен план

Обучаващите се придобиват познания и умения за социалните, социално-психологическите и други фактори, необходими за оптималното поддържане на разбирателство и доверие както в определен колектив – институт, фирма, правителствена служба, учебно заведение или друга институция, така и между обществените организации и целевите им публики. Също така, обучаващите се придобиват умения да изградят сигурен пазарен и репутационен статус посредством техниките на рекламата и интегрираните маркетингови комуникации. Учебният план е съставен спрямо държавните изисквания за придобиване на образователно-квалификационна степен „магистър“ и отговаря на всички приети и действащи критерии.

2.2. Общотеоретична подготовка

Теоретичната подготовка обединява интердисциплинарни познания по социални и рекламни технологии, позволяващи изграждането на възможности за управлението на стратегическите комуникационни ресурси на организациите.

2.3. Специална подготовка

В обучението са застъпени дисциплини, допринасящи за усвояването както на практики при управлението на интегрираните рекламни и обществени комуникации на организациите, така и на управлението на събития, като част от стратегическия инструментариум за изграждане на устойчиви репутационни статуси на организациите. Студентите се обучават и в придобиването на умения, свързани с управлението на антикризисните комуникации на организациите.

3. Образователен профил (квалификационен стандарт)

3.1. Знания

Магистърската програма осигурява задълбочената професионална подготовка на специалистите по комуникация, на рекламисти и маркетингови експерти. Студентите придобиват знания да планират стратегически и тактически комуникационните политики на организации, опериращи в бизнес, стопански, политически, правителствени и неправителствени сектори.

3.2. Умения

Завършилите магистърската програма „Реклама и публична комуникация“ ще умеят да анализират възможностите за комуникативна адаптивност на организациите в условия

на високо конкурентен пазар, ще могат да генерират, планират, организират и реализират комуникационни стратегии чрез инструментариума на рекламните и социални технологии.

4. Възможности за реализация

Студентите, завършили магистърската програма, могат да се реализират като рекламни, пиар, маркетингови и други експерти на най-високи кариерни позиции в отделните организации. Могат да заемат ръководни постове както в организации, опериращи в стопанската сфера, така и в такива, развиващи се в политическия сектор или в нестопанските и неправителствени отрасли.

** 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.*