



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ

## УЧЕБЕН ПЛАН

Професионално направление: **3.5. Обществени комуникации и информационни науки**

**ОКС „Бакалавър”**

Специалност: **Връзки с обществеността**

Ф	Ж	В	0	2	0	1	2	0
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Форма на обучение: **редовно**

Продължителност на обучението (брой семестри): **осем**

Професионална квалификация: **Бакалавър по връзки с обществеността**

## Квалификационна характеристика

**Специалност:** ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

### 1. Насоченост, образователни цели

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.

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.

### 2. Обучение (знания и умения, необходими за успешна професионална дейност; общо теоретична и специална подготовка и др.)

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;
- знания за обусловеността на ПР технологиите от различни социално – психологически, икономически и културни фактори;

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.

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. Професионални компетенции

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.

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. Професионална 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:

- Специалист в отдел по връзки с обществеността;
- Медиен анализатор;
- Рекламист;
- Копирайтър,
- Арт директор,
- Медия планър;
- Специалист в креативен отдел на пиар и рекламни агенции;
- Мениджър по социални и по маркетингови комуникации;
- 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

Ф Ж В 0 2 0 1

код на спец.

Специалност "Връзки с обществеността" - бакалавърска степен, редовно обучение

за випуска, започнал през 2020-2021 уч. година

№	код на дисциплината	Наименование на учебната дисциплината	Вид - З, И, Ф	семестър	ECTS кредити	Часове - общ брой				Седмична заетост	Форма на оценяване* - и, то, ки, прод
						Всичко	Лекции	Семинарни занятия	практически упр. / хоспетиране		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Задължителни дисциплини</b>											
1	3 3 8 8	Теория и история на връзките с обществеността	З	1	6	180	60	0		4+0	И
2	3 2 8 4	Основи на рекламата	З	1	6	180	45	15		3+1	КИ
3	3 3 5 3	Социална психология	З	1	4	120	30	0		2+0	И
4	3 2 3 4	Медиен език и стилове на писане	З	1	5	150	30	15		2+1	КИ
5	3 5 0 2	Социология на публичната комуникация	З	1	5	150	45	15		3+1	ТО
6	3 4 1 9	Чужд език	З	1	2	60	0	60		0+4	ТО
7	3 3 6 0	Спорт - 1	З	1	2	60	15	45		1+3	П
8	3 3 4 8	Семиотика на комуникацията	З	2	5	150	30	15		2+1	КИ
9	3 1 4 9	Изгражане на имидж	З	2	6	180	45	15		3+1	И
10	3 1 6 9	История на най-новото време	З	2	4	120	30	0		2+0	И
11	3 3 8 9	Теория и практика на редактирането	З	2	5	150	15	30		1+2	ТО
12	3 4 1 9	Чужд език	З	2	4	120	0	60		0+4	И
13	3 3 6 0	Спорт - 1	З	2	2	60	15	45		1+3	И
14	3 3 9 5	Теория на масовата комуникация	З	3	5	150	45	15		3+1	КИ
15	3 2 6 5	Народоспсихология	З	3	4	120	30	15		2+1	И
16	3 2 5 7	Методи за изследване на масовата комуникация	З	3	5	150	60	0		4+0	И
17	3 2 8 6	Писане за връзки с обществеността	З	3	5	150	30	30		2+2	ТО
18	3 2 3 7	Медии и връзки с обществеността (фото)	З	3	3	90	0	30		0+2	ТО
19	3 4 1 9	Чужд език	З	3	3	90	0	60		0+4	ТО
20	3 3 6 0	Спорт - 2	З	3	2	60	15	45		1+3	П
21	3 1 8 3	Компютърноопосредствана комуникация	З	4	4	120	45	0		3+0	И
22	3 2 2 7	Маркетинг	З	4	4	120	30	15		2+1	И
23	3 2 0 0	Креативна комуникация	З	4	5	150	60	0		4+0	И

24	3	4	0	2	Убеждаваща комуникация	3	4	5	150	45	15		3+1	И
25	3	3	1	9	Публична реч	3	4	4	120	45	0		3+0	ТО
26	3	4	1	9	Чужд език	3	4	3	90	0	60		0+4	И
27	3	3	6	0	Спорт - 2	3	4	2	60	15	45		1+3	И
28	3	3	3	9	Рекламна кампания в медиите	3	5	4	120	30	15		2+1	И
29	3	1	8	8	Комуникационен мениджмънт	3	5	6	180	45	15		3+1	И
30	3	3	6	5	Стратегии и тактики на връзки с обществеността	3	5	6	180	45	15		3+1	КИ
31	3	1	8	6	Комуникативни умения (радио)	3	5	4	120	30	15		2+1	ТО
32	3	6	6	8	Корпоративна онлайн репутация	3	5	4	120	45	0		3+0	ТО
33	3	4	1	9	Чужд език	3	5	4	120	0	60		0+4	ТО
34	3	1	2	0	Графичен дизайн	3	6	5	150	30	30		2+2	КИ
35	3	2	8	1	Основи на икономическата теория	3	6	2	60	30	0		2+0	И
36	3	3	1	4	Психология на комуникацията	3	6	4	120	30	15		2+1	И
37	3	2	9	3	Политически маркетинг	3	6	4	120	45	0		3+0	И
38	3	4	0	5	Управление на бранда	3	6	4	120	30	15		2+1	ТО
39	3	1	8	7	Комуникативни умения (телевизия)	3	6	4	120	15	30		1+2	ТО
40	3	4	1	9	Чужд език	3	6	5	150	0	60		0+4	И
41	3	1	5	6	Интегрирани маркетингови комуникации	3	7	7	210	45	15		3+1	КИ
42	3	2	3	6	Медиен мениджмънт	3	7	4	120	30	0		2+0	И
43	3	1	3	7	Етика и комуникация	3	7	5	150	30	15		2+1	И
44	3	2	4	9	Медийно право	3	7	4	120	30	0		2+0	ТО
45	3	4	1	9	Чужд език	3	7	6	180	0	60		0+4	ТО
46	3	5	0	3	Корпоративна комуникация	3	8	3	90	45	15		3+1	И
47	3	2	7	3	Нови медии	3	8	3	90	45	15		3+1	КИ
48	3	1	9	9	Креативна индустрия (комуникативни аспекти)	3	8	4	120	60	0		4+0	И
49	3	1	8	4	Комуникационни аспекти на стимулирането на продажби	3	8	2	60	30	15		2+1	КИ
50	3	1	9	6	Комуникация по време на криза	3	8	3	90	45	15		3+1	ТО
51	3	1	0	9	Бизнес комуникация	3	8	2	60	30	0		2+0	ТО
52	3	4	1	9	Чужд език	3	8	3	90	0	60		0+4	И

**Избираеми дисциплини – избраните дисциплини трябва да носят минимум 18 кредита**

1	И	1	6	6	История на българската реклама	И	2	4	120	30	0		2+0	ТО
2	И	6	6	9	Комуникация на науката	И	2	4	120	15	15		1+1	ТО
3	И	2	4	5	Медийни аспекти и социални конфликти	И	3	3	90	30	0		2+0	ТО
4	И	3	7	2	Съвременни социални теории	И	3	3	90	30	0		2+0	ТО
5	И	2	4	7	Медийни и комуникационни изследвания	И	4	3	90	30	0		2+0	ТО
6	И	2	6	9	Невербална комуникация в обществото	И	4	3	90	30	0		2+0	ТО
7	И	2	5	3	Международна комуникация	И	5	2	60	30	0		2+0	ТО
8	И	3	9	3	Теория на културата	И	5	2	60	30	0		2+0	ТО
9	И	4	4	4	Образът на врага в медиите	И	5	2	60	30	0		2+0	ТО
10	И	2	0	2	Креативни практики	И	6	2	60	30	0		2+0	ТО
11	И	4	0	6	Управление на организациите	И	6	2	60	30	0		2+0	ТО
12	И	4	8	7	Политически имидж	И	7	4	120	30	0		2+0	ТО
13	И	3	9	8	Техники на вербалната комуникация	И	7	4	120	30	0		2+0	ТО

**Задължителни дисциплини изучавани от чуждестраните студенти \***

1	3	1	1	2	Български език за чужденци - 1	3	1	6	180	0	120		0+8	П
2	3	1	1	2	Български език за чужденци - 1	3	2	6	180	0	120		0+8	ТО
3	3	1	1	2	Български език за чужденци - 2	3	3	6	180	0	120		0+8	П
4	3	1	1	2	Български език за чужденци - 2	3	4	6	180	0	120		0+8	ТО

**Учебна практика\*\***

№	код				Наименование на практиката	Вид - З, И, Ф	Семестър	ECTS - кредити	Седмци	Часове	Форма на контрол* и, то, ки
1	3	2	2	2	Лятна учебна практика-1	З	2	2		120	
2	3	2	2	2	Лятна учебна практика-2	З	4	2		120	
3	3	2	2	2	Лятна учебна практика-3	З	6	2		120	

## Дипломиране

Начин на дипломиране	ECTS - кредити	Първа държавна сесия	Втора държавна сесия
Защита на дипломна работа	10	юли	ноември

\* Получените кредити се добавят към регламентираните 240 кредита за ОКС "бакалавър" като допълнителни.

\*\* Лятната учебна практика е задължителна за студентите редовно обучение. Получените кредити се добавят към регламентираните 240 кредита за ОКС "бакалавър" като допълнителни.

Софийски университет "Св. Климент Охридски"

**Справка - извлечение от учебен план**

Специалност "Връзки с обществеността"

форма на обучение редовна, срок на обучение 8 семестъра

Натовареност, ECTS-кредити и оценки по семестри																														
Вид заетост	I семестър			II семестър			III семестър			IV семестър			V семестър			VI семестър			VII семестър			VIII семестър			Общо					
	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки			
Задължителни дисциплини	375	30	6	300	26	6	375	27	6	375	27	7	315	28	6	330	28	7	225	26	5	375	20	7						
мин. избираеми дисциплини	0	0	0	30	4	1	30	3	1	30	3	1	30	2	1	30	2	1	30	4	1	0	0	0						
учебни практики																														
<b>Общо:</b>	<b>375</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>330</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>405</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>405</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>345</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>360</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>255</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>375</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>2850</b>	<b>230</b>	<b>56</b>			

Начин на дипломиране	ECTS - кредити	брой часове за подготовка	Първа държавна сесия	Втора държавна сесия
Защита на дипломна работа	10		юли	ноември

Придобита професионална квалификация: Бакалавър по връзки с обществеността