



КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА

Специалност: КОМУНИКАЦИОНЕН МЕНИДЖМЪНТ

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

Език на обучението: български език, английски език

Продължителност на обучението (брой семестри): осем

Форма на завършване на обучението: защита на дипломен проект

Професионална квалификация: бакалавър по комуникационен мениджмънт

1. Насоченост. Образователни цели и задачи

1.1. Насоченост

„Комуникационен мениджмънт“ е специалност, даваща знания и умения на студентите от бакалавърска степен на обучение в областта на комуникациите – журналистика, аудиовизия, медии; стопанските науки – финансиране и управление на организациите, създаващи информационно и медийно съдържание; юридическите науки – авторски права, правото на достъп до информация, административни и търговски отношения на субектите в областта на медиите и комуникациите; обществени комуникации и информационни науки – създаване и разпространяване на информация чрез различни канали, отчитайки регионални, политически и културни особености на аудиторията. Специалността е интегрална по отношение на преподаваните дисциплини от няколко факултета в рамките на Софийския университет. Стремелът е да се отговори на новата пазарна среда на труда, характеризираща се със засилена дифузия на знания, нови компетенции и обявяването на нови работни места. Бързото развитие на комуникационните технологии и обединяването на различни индустрии (медии, аудиовизия, дигитални и мобилни комуникации) водят до развитие на пазара и нови по своята същност изисквания към обявените на пазара работни позиции.

Образователната услуга, предоставена чрез тази специалност, е съгласувана с Международната стандартна класификация на образованието – области на образованието (ISCED F-2013) и Международната класификация на областите на науката и технологиите (FOS 2007). Образованието и обучението на студенти по „Комуникационен мениджмънт“ попада в област на образование 3. Социални науки, журналистика и информация (Social sciences, journalism and information) по ISCED F-2013 и в направление 5.8 Медии и комуникации (Media and communications) по FOS 2007.

Съгласно Националната квалификационна рамка на Република България специалността принадлежи към образователно-квалификационно подниво 6Б. Бакалавър (240 кредита по ECTS – Европейската система за трансфер на кредити), което съответства на Първи цикъл в Квалификационната рамка на Европейското пространство за висше образование (QF-EHEA).

1.2. Цел

Целта на обучението е да подготви висококвалифицирани специалисти по стратегическо управление на комуникациите (комуникационен мениджмънт) - управление на комуникационни кампании, които да бъдат насочени към отделни географски и културни региони, към определени потребителски групи. Студентите придобиват умения за използването на спецификата на различни дигитални информационни и комуникационни платформи, умения да създават и управляват информационно и медийно съдържание.

Създаването и разпространението на медийно съдържание обикновено е част от стратегическите приоритети на фирмите и организациите, медийните корпорации, държавните институции, новосъздадени компании и др. Тази дейност е част от задълженията на средния и висшия мениджмънт на фирмите и организациите. Търсят се специалисти със съответните знания и умения в областта на комуникационния мениджмънт, които да участват в изработването на комуникационни стратегии, да създават и управляват информация и медийно съдържание. Обучението включва и дисциплини, които да позволят на специалистите, дипломирали се в тази специалност, да имат познания по западни и източни езици и културните особености на отделни географски региони по света.

1.3. Задачи на обучението

- Студентите да придобият знания и умения в областта на: комуникациите, управление на информация, аудиовизуални услуги и медийно съдържание, финансиране и управление на организациите, основни познания в административното право, авторските и сродни права, регионални и културни особености на аудиторията.
- Засилена езикова подготовка (източни и западни езици), позволяваща по-добра комуникация с аудитории от различни региони на света.
- Да отговори на промяната на пазара на труда и новите професионални изисквания към специалистите в областта на комуникациите и управление на информация и медийно съдържание. Да отговори на търсенето на нов тип специалисти.
- Да отговори на очакванията на регионалния бизнес и на транснационалните компании; да подготви кадри за участието на България в европейската стратегия за Четвъртата индустриална революция (Индустрията 4.0), на трансформациите на социалната функция на висшето образование в контекста на „обществото на знанието“; да развие взаимоотношенията „образование – индустрия“ и „наука – бизнес“.

2. Обучение

2.1. Учебен план

Учебният план е изготвен съгласно държавните изисквания за придобиване на висше образование на образователно-квалификационната степен „бакалавър”. Специалността предоставя базова интердисциплинарна подготовка за управленски кадри и среден мениджмънт в областта на комуникациите. Учебният план включва базови дисциплини от областта на комуникациите, социалните и правни науки, икономика и комуникации, и засилена подготовка по езиково обучение. Предложеният план позволява динамично актуализиране, съобразно потребностите на работодателите и икономическите приоритети на страната.

2.2. Общотеоретична подготовка

Интегралността на специалността изисква обучение по теория и методика на комуникациите (медийна и информационна грамотност, убеждаване и социално влияние, стратегически комуникации и управление на съдържанието и др.), теория и основни знания на общото и специалното право (конституционно право, авторско право и интелектуална собственост и др.), теория и методика на икономиката и финансите на организациите (финанси и финансов мениджмънт, международна икономика и др.), основи на международните отношения и теория и прагматика на езиковата подготовка (международни отношения, култура и регионална идентичност), теория и методика на ключови полета от информационните и медийни науки (комуникационен дизайн, управление на съдържание и копирайтинг и др.).

2.3. Специална подготовка

Учебните дисциплини подготвят бъдещия комуникационен мениджър в контекста на световни тенденции: познания за създаване на информация и аудиовизуални продукти и работа в дигитална среда, повишаване на дигиталната и информационната грамотност, създаване на комуникационни стратегии за трансмедийни комуникационни мрежи, регионализация на медийните пазари и регионална идентичност, иновации и инвестиции в интелигентни технологии, работа с факти и данни в дигитална среда, изграждане на имидж и др.

В учебния план са заложили два избираеми модула: (1) Комуникационен мениджмънт със засилено обучение по западни езици (английски, френски, немски, испански, италиански) и получена специализация „Управление на съдържание и регионална идентичност (Западна Европа и Америка)”; (2) Комуникационен мениджмънт със засилено обучение по източни езици (китайски, японски, арабски) и получена специализация „Управление на съдържание и регионална идентичност (Близък и Далечен Изток)”.

3. Образователен профил (квалификационен стандарт)

3.1. Знания

Обучаваният ще притежава и използва специализирани и систематизирани знания за медии и комуникации, управление и финансиране на комуникационни кампании, извършване на критичен анализ и за синтезиране на нови идеи в общи полета на социалните, стопанските и правни и комуникационни науки; специфика на комуникационната среда; методите на управление на информационни ресурси и бази от данни; създаване и управление на съдържание; създаване на медийна продукция; методите на управление на програми и проекти; език и езикова подготовка и др.

3.2. Умения

Обучаваният ще притежава най-важните умения на комуникационния мениджър, потвърдени и от Европейският медиен мониторинг за стратегически комуникации 2017 г.: да създава комуникационна стратегия; да осъществява гъвкавост при вземане на решения спрямо динамична и сложна комуникационна среда; да се справя със скоростта и обема на информационните потоци; да умее да използва големи данни и алгоритми за комуникация; да комуникира и балансира процеси на управлението; да притежава умения да комуникира в подкрепа на вземане на управленски решения; да владее управлението на профили в социалните мрежи; да има основни икономически и правни познания за създаване и управление на информация; да работи с „отворените данни” (Open License, Open Content), с „големите данни” (Big Data), да създава информационно и медийно съдържание, да умее да анализира социологическите данни за пазара на информация, да има езикови познания и др.

4. Възможности за реализация

Позициите, които завършилите специалността могат да заемат с приоритет, са: комуникационни специалисти и директори на компании; мениджъри по стратегически комуникации, по финансови комуникации (връзки с инвеститори), по политически и международни комуникации; управленски позиции в бизнеса със съдържание; създатели на бази от данни, метаданни и информационни платформи; технолози и дизайнери на медийния мениджмънт и корпоративната идентичност; консултанти на комуникационни политики и стратегии; експерти по комуникационно планиране, комуникационни структури, комуникационна логистика и контрол. Бакалавърът по комуникационен мениджмънт е подготвен за реализация в средните нива и висши нива на мениджмънт на комуникации и управление на съдържание във всички видове организации.

Според Националната класификация на професиите и длъжностите в Република България може да заема най-високото ниво в отрасъла – ръководен служител (мениджър) и по-конкретно в подкласове 133 – ръководители в областта на информационните и комуникационните технологии и 121 – ръководители в бизнес услугите и административните дейности. Съгласно Статистическата класификация на икономическите дейности за Европейската общност (NACE Rev.) и на ЕВРОСТАТ (2016) може да се реализира в икономическите дейности от сектор „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти”.

Завършилият специалността може да продължи обучението си в образователно-квалификационна степен „магистър” в университети по целия свят.

** 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.*