

## **МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА “ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА В БИЗНЕСА”**

за лица, които не притежават образователно-квалификационна степен “бакалавър” в професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки

Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР

Професионална квалификация “Магистър по връзки с обществеността”

Професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки

Срок на обучение: 1 година

### **КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА**

#### **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.

#### **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 програми 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 информацията за цялостната пазарна картина и очертаване на фирмените рискове и възможности в бранша.

### **Организация на обучението**

Учебният план на магистърска програма “Връзки с обществеността в бизнеса”, 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”, „магистър“ и „специалист“ и с Правилниците на ЮЗУ „Неофит Рилски”. Учебният план и учебните програми на магистърска програма “Връзки с обществеността в бизнеса” са разработени съгласно системата за трансфер на кредити - ECTS. Обучението по специалността е с продължителност 2 години (4 семестъра). Общият брой кредити, необходим за завършване на ОКС "магистър" е 120, 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 отговаря на очакванията и изискванията на обучавания, обществото, работодателите, професионалните гилдии.

Задължителните дисциплини са 16 и носят 82 кредита, като теоретичната подготовка на студентите тук е свързана с овладяване на знания в областта на комуникацията технологията на връзките с обществеността, рекламата, новите информационни технологии, медиите, икономиката, електронната търговия, политиката, пазарните проучвания, корпоративния имидж и финанси.

Избираемите дисциплини в специалността са 7 и носят 23 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 „Връзки с обществеността в бизнеса”. Те придобиват и правото да продължат следването си за придобиване на образователната и научна степен “доктор”.

### **Компетенции и практически умения:**

Завършилите „Връзки с обществеността в бизнеса” придобиват 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;
- 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 магистри по „Връзки с обществеността в бизнеса” 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.

## СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН

<b>Първа година</b>			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
Теории на масовата комуникация	6,0	Основи на мениджмънта	6,0
Основи на връзките с обществеността	6,0	Нови информационни технологии в PR	6,0
Основи на рекламата и брандинга	6,0	Политическа комуникация и изграждане на имидж	6,0
Убеждаваща комуникация	6,0	Управление на медиите	
Избираема дисциплина 1	3,0	Избираема дисциплина 3	3,0
Избираема дисциплина 2	3,0	Избираема дисциплина 4	3,0
Избираеми дисциплини		Избираеми дисциплини	
Медиазнание		Професионално-етични норми	
Обща теория на пазарното стопанство		Манипулативни езикови стратегии	
Правни основи на комуникациите		Графичен дизайн	
Английски език за връзки с обществеността		Стратегии и тактики на ВО	
Увод в политологията			
Теория и практика на текста			
	Общо 30		Общо 30
<b>Втора година</b>			
Трети семестър	ECTS кредити	Четвърти семестър	ECTS кредити
Въведение в бизнеса	4,0	Бизнес стратегия и PR планиране	3,0
Убеждаваща публичност в деловото общуване	6,0	Корпоративни финанси	3,0
Корпоративен имидж	6,0	Пазарни проучвания	3,0
Психология на управлението	6,0	Електронен бизнес	3,0
Избираема дисциплина 5	4,0	Избираема дисциплина 7	3,0
Избираема дисциплина 6	4,0	Държавни изпити: писмен и устен или защита на дипломна работа	15,0
Избиреми дисциплини		Избиреми дисциплини	
Банково и застрахователно дело		Икономика на ЕС	
Управление на човешките ресурси		Специални видове PR	
Мениджмънт в туризма		Правна уредба на рекламата	
Организационна култура		Инвестиционен анализ и инвестиционна политика	
Предприемачество			
	Общо 30		Общо 30
<b>ОБЩО ЗА 4 СЕМЕСТЪРА: 120 КРЕДИТА</b>			

## ТЕОРИИ ЗА МАСОВАТА КОМУНИКАЦИЯ

ECTS кредити: 6.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: текуща оценка

Вид на изпита: текущ контрол

Семестър: I

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: гл. ас. д-р Радостина Михайлова, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [radost\\_mihaylova@swu.bg](mailto:radost_mihaylova@swu.bg)

### Анотация

Цел на учебния курс е да формира у студентите фундаментални теоретични знания за функционирането на масовите комуникации. За постигането на тази цел те се запознават с основните концепции за същността, структурата и ролята на масовите комуникации в обществото. Дисциплината е съобразена с изискванията и критериите за комуникативна компетентност, необходими за бъдещите специалисти в областта на връзките с обществеността. Курсът е основан върху мултидисциплинарния подход и изучава различните аспекти на комуникативния процес и концепции, обхващащи отделните структурни нива, елементи, типове възприятие и модели на функциониране на масовите комуникации.

### Съдържание на учебната дисциплина:

Комуникацията като обект за изследване. Мултидисциплинарност в изследването на комуникациите теоретично и емпирично. Теоретични модели и подходи на масовата комуникация. Структурни функционални аспекти на комуникацията видове комуникации. Специфика на масовите комуникации. Масовите комуникации в модерното общество. Култура и масови комуникации комуникационни доктрини и политики. Комуникация и пропаганда. Социална същност и принципи на функциониране на пропагандата. Теории за комуникацията на Лазарсфелд и Мъртън комуникацията като символно социално взаимодействие. теории за информационния поток и дифузията на иновациите. Теория използване. Абрахам Мол. социодинамика на масмедийната култура. култивационен анализ. Комуникационна концепция за социалния маркетинг - брeнда Дервин. Съвременни модели на организация на средствата за масова комуникация. Обществено мнение и меди. Масови комуникации и социална промяна. концепции за информационното общество. Същност и принципи на функциониране. информационни технологии и глобализация. Йерархии и мрежи. Мануел Кастелс за мрежовото общество. Виртуалната реалност като тип социална комуникация. актуална и виртуална реалност. Теоретични основи, общи понятия и емпирични индикатори за изследване на интернет.

### Технология на обучението и оценяване:

Лекционният курс се провежда по традиционно утвърдения начин с използването на мултимедия, учебни филми.

Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи, практически проекти и контролни работи.

Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита и е в съотношение 1:1.

Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал, съгласно приложен конспект.

## ОСНОВИ НА ВРЪЗКИТЕ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

ECTS кредити: 6.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: текуща оценка      Вид на изпита: текущ контрол

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: Доц. д-р Димитрина Стефанова, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [dimi@swu.bg](mailto:dimi@swu.bg)

### **Анотация**

Връзките с обществеността имплицитно подпомагат разбирането и модифицирането на социалната промяна. PR идентифицират целеви групи, развиват ефективността на общуването с тях, превеждат обществени и институционални цели и идеи на езика на индивидуалното и групово поведение. Целта на курса е да запознае студентите със същността и възможностите на връзки с обществеността в съвременното общество, както и с прилагането на техниките за работа с публиките. Предмет на основните теми, които се разглеждат са дефинициите, историята и развитието на връзките с обществеността, аспектите, функциите и основните техники за реализация на публич рилейшънс в организацията. Поставя се акцент върху практическото изработване на материали за връзки с обществеността и взаимоотношения с медиите. Благодарение на овладените и адекватно реализирани тактики за общуване с медиите, публичността се превръща в успешно работещ за компанията инструмент, чрез който тя по-добре работи за своите публики.

### **Съдържание на учебната програма**

Дефиниране на PR. Развитие на технологията и съвременни тълкувания на PR. Пропаганда и PR. Журналистика и PR. Реклама и PR. Маркетинг и PR – сравнителен анализ. Необходимост от интегрирани подходи. Теоретични и методически основи на PR-дейността.

Интердисциплинарност на технологията. Аспекти на връзките с обществеността.

Историческото развитие на PR в САЩ, Европа и България. Професионално-етични правила и кодекси. Мястото на връзките с обществеността в организацията. Взаимодействие с другите звена. Предимства и недостатъци на PR-отдела и PR-агенцията. Функции и видове връзки с обществеността. Организацията като система. Отворената система в PR (проактивен PR).

Комуникация в организацията. Епистолярна професионална комуникация. Прессъобщението – същност, правила, подготовка и написване. Пресконференцията – дефиниция, особености, организация. Изготвяне на комплект материали за медиите (медия папка). Основни правила за медиен успех. Взаимоотношения с журналистите. Спонсорство, меценатство, благотворителност. Организиране на семинари и симпозиуми. Участие в изложби и панаири. Организация и провеждане на дни на отворени врати.

### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда с използване на интерактивни методи. Лекциите се представят на презентации, преподавания материал е онагледен с множество примери. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез оценяване на курсови задачи по съответната точкова система.

Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

## **ОСНОВИ НА РЕКЛАМАТА И БРЕНДИНГА**

ECTS кредити: 6.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: Доц. д-р Славянка Ангелова, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [sl.angelova@swu.bg](mailto:sl.angelova@swu.bg)

### **Анотация**

Рекламата има важно място в съвременните обществени комуникации, в икономическия и социален живот. Рекламният бизнес привлича все по-големи инвестиции и това налага необходимостта от теоретична подготовка за същността и значението на рекламата за крайните потребители, за производителите на стоки и услуги, за медиите, за рекламните агенции.

Основната цел на курса е студентите да се запознаят с теорията и практиката на рекламата както на национално, така и на европейско и световно равнище. Това включва познаване на същността и функциите на рекламата, особеностите на рекламния комуникационния процес и характеристиките на участниците в него, прилагане на креативни и нестандартни подходи за създаване на въздействащи рекламни послания, правилно определяне на медийните канали за разпространение на рекламното послание, получаване на задълбочени знания за създаване и поддържане на успешен бранд.

### **Съдържание на учебната програма**

История на рекламата. Същност и функции на рекламата. Комуникационният процес в рекламата. Модели на рекламно въздействие. Потребителско поведение. План за рекламна кампания. Пазарна сегментация. Целеполагането в рекламната дейност. Творческият процес в рекламата. Медияпланиране. Избор на медия и рекламоносител. Параметри на стратегическото медия планиране на рекламата. Стимулиране на продажните. Техники за насърчаване на продажбите. Рекламна агенция.

Правно регулиране на рекламната дейност. Търговска марка. Производни на търговската марка. Управление на търговската марка – Branding. Продуктово позициониране. Интернет реклама. Интернет брендинг.

### **Технология на обучението и оценяване:**

В лекционния курс се използват интерактивни методи на обучение.

Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови работи или проект с изследователска насоченост, представяне на план за рекламна кампания и тестове.

Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и изпита.

## **УБЕЖДАВАЩА КОМУНИКАЦИЯ**

ECTS кредити: 6.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: изпит

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: Гл. ас. д-р Славка Попова, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [spopova@swu.bg](mailto:spopova@swu.bg)

### **Анотация**

Комуникационните процеси и познаването им е ключово за специалистите по връзки с обществеността. Убеждаващата комуникация е важна необходимост при обучението на бъдещите специалисти. Влиянието на убеждаването върху социума е важна част от успеха на

специалистите по Връзки с обществеността. Тематиката има теоретично и практическо приложение и познаването на двете води до успех. Нивото на реторическите умения в съчетание с познаването на факти, историчност и предвиждане на събитието е успешната политика, която студентите е нужно да овладеят в процеса на обучение. Пропагандните техники и аргументирането са водещите цели, които следва да се овладеят адекватно и методически при формулиране на същността и границите на убеждаващата комуникация. От студентите се очаква да познават правилата на публичната отчетност, да постигнат реторическо съвършенство, красноречива елокутивност, да използват успешно правилата за комуникиране чрез модерни техники за убеждаване – спининг, астротърфинг. Студентите е добре да познават микро PR за целите на убеждаването и прилагането му в новата дигитална медийна среда - социалните медии и мрежи – Facebook, блогове и др.

### **Съдържание на учебната програма**

Убеждаваща комуникация и мястото ѝ в ПР. Определение, същност, значение, характеристики, структура, методи. Обективност, субективност, абсолютност, приемливост на истината за осъществяване целите на трайно убеждаващо въздействие. Видове доказателства и реторичност за постигане на убедителност при поднасянето им. Пропаганда и принуда и ПР и свобода на изказа. Принципи на аргументация при успешно осъществяване на ПР дейности. Език и мисъл в полето на УК за ПР. Езикови изразни средства за осъществяване на убеждаването. Уместност на думите. Изразни средства за подсилване на ефекта на аргументация. Убеждаване и формиране на умозаключение в съзнанието на реципиента. Интерактивни методи за убеждаване. Технологията spin doctoring. Астротърфинга за целите на убеждаващо ПР поведение. Ораторско изкуство. Публична отчетност и социална отговорност на Убеждаваща комуникация в ПР. Убеждаваща комуникация в интеркултурна и глобална среда. Реторика при срещи на върха. Автентичност на публиката. Ефективната УК на ПР-специалиста – вътрешна и външна компетентност. Влияние. Личност на комуникатора. Основни умения. Възприемане на посланието от страна на публиката – емоционална връзка на оратора с публиката. Креативност и практическа подкрепа на комуникатора при комуникиране на убеждаването.

### **Технология на обучението и оценяване:**

Семестриалните занятия се провеждат с представяне на материалите в лекционна форма с handouts с текстовете за дискусия, изпратени електронно или представени в лекционния час, някои преди датата на дискусия с цел по-внимателно обмисляне на материала. По време на обучението се провежда и текущ контрол – оценява се участието на студентите в дискусиите. Стимулира се креативното и иновативното мислене у студентите. Извънаудиторната заетост изисква изпълнение на задача, поставена във връзка с дискутираната лекционна научна разработка. За изпълнението ѝ е нужна самостоятелна подготовка, библиографско проучване и развиване на способностите за синтезиране и обобщаване. Обучението завършва с писмен изпит – разработване на въпрос от конспекта. При окончателното оценяване се имат пред вид текущите резултати от работата през семестъра. Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал в съответствие с конспекта.

## **ОСНОВИ НА МЕНИДЖМЪНТА**

ECTS кредити: 6.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор:



Доц. д-р Валентин Василев, Катедра “Национална сигурност и публична администрация”  
e\_mail: valyo@law.swu.bg

### **Анотация**

Основна цел на обучението по дисциплината е студентите да усвоят основните функции, принципи, подходи и системи на управлението; да формират и развият умения за планиране, организиране, контролиране, делегиране, вземане на управленчески решения и комуникиране, управление на кризи и промени и др.

Предмет на обучение са следните основни проблеми: формиране и развитие на науката за управление, основни школи и подходи; организацията, като обект на управление, вътрешна и външна среда на организацията; управлението като процес; основни функции; свързващите процеси в управлението; вземане на управленчески решения и комуникации; управление на промените; организационна култура.

### **Съдържание на учебната програма:**

Формиране и развитие на науката за управление. Формиране и развитие на науката за управление. Основни школи. Основни подходи в мениджмънта. Мениджмънта като процес; основни функции. Организация, формални и неформални организации; сложни организации; хоризонтално и вертикално разделение на труда. Вътрешна среда на организацията: цели, структура, задачи, технология, персонал. Взаимна обвързаност и обусловеност. Външна среда на организацията; среда с пряко и среда с косвено въздействие. Цели и целепологане. Управление по цели. Функцията “планиране”. Стратегическо планиране. Реализация на стратегическия план и контрол над неговото изпълнение. Функцията “организиране”. Делегиране на пълномощия. Организиране и разпределениена пълномощията. Централизация и децентрализация. Функцията “мотивиране”. Функцията “контролиране”. Свързващи функции на управлението. Процесът на вземане на управленчески решения. Модели и методи за вземане на управленчески решения. Комуникациите в управлението. Лидерство и ръководство, групи, конфликти и стресове в организацията. Групите в организацията и тяхната ефективност. Ръководство и лидерство. Управление на конфликтите в организацията. Управление на промените в организацията и нови тенденции в управлението. Организационна култура

### **Технология на обучението и оценяване:**

Формата на обучение е лекционна – онагледявана с мултимедийни средства. По време на лекциите се практикуват редица активни методи на обучение, като решаване на казуси в група, ролеви игри, симулация. Окончателната оценка по учебната дисциплина се формира в края на курса на обучение като се оценяват отговорите на студентите по писмен въпрос върху една тема от конспекта, и се отчитат резултатите от текущия контрол (т.е. самостоятелната работа) в съотношение 6:4 условни части.

## **НОВИ ИНФОРМАЦИОННИТЕХНОЛОГИИ В PR**

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: изпит

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: Доц. д-р Славянка Ангелова, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [sl.angelova@swu.bg](mailto:sl.angelova@swu.bg)

### **Анотация**

Основната задача на програмата е получаването на знания и умения за използване на новите информационни технологии в обществените комуникации, като част от цялостната PR-дейност. В лекционния курс са обособени два раздела. Първият обхваща апаратното, програмното и информационното осигуряване на електронните комуникации. Разглежда използването на съвременните Интернет базирани информационни технологии в достъпа до различни информационни ресурси.

Лекционният материал във втори раздел разглежда развитието на Уеб пространството, предимствата на интернет като средство за комуникация, представени са същността и предимства на ресурсите, които предлага световната компютърна мрежа и възможностите за тяхното прилагане в цялостната PR-дейност.

#### **Съдържание на учебната програма**

Информационно общество : Развитие на електронните комуникации. Интернет като медия. Характеристики на онлайн комуникацията. Интернет публиките. Уеб сайтът на организацията, като техника за PR. Разпространение на новини чрез RSS. Социални медии и мрежи.

Корпоративен блог. Онлайн PR-кампания.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс е представен на презентации. Студентите се запознават с резултатите от последните достижения в областта

По време на обучението, студентите изготвят един курсов проект и решават практически задачи, чийто оценки участват при формирането на крайната оценка. Поощрява се участие в семинари, кръгли маси и други форуми, свързани с тематиката на дисциплината. Обучението по дисциплината завършва с тест. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

### **ПОЛИТИЧЕСКА КОМУНИКАЦИЯ И ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ**

ECTS кредити: 6.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

**Лектор:** Доц. д-р Иван Газдов, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [gazdov@swu.bg](mailto:gazdov@swu.bg)

#### **Анотация**

Целта на курса е да представи моделирането на общественото мнение чрез реализиране процесите на политическата комуникация. В дисциплината се обръща внимание на значението на вербалното поведение за привличане на аудиторията към политическите събития, формирането на целенасочени взаимовръзки в съзнанието на гражданите, поемането на политически ангажименти, формирането на политически настроения, взаимовръзката между думите и действията в политиката. Описани са основните механизми, на които е подчинено възприятието на политическите послания от страна на аудиторията. Разгледани са класически и съвременни теории за разбиране на политическото възприятие. Представена е стратегията по изграждане на имидж на политическо лице.

#### **Съдържание на учебната програма**

Политическо говорене – значение и функции. Вербално поведение на политическия елит.

Видове политическа реторика. Личностни характеристики и политическо говорене. Проблеми при изследване на вербалното поведение. Кондензирани символи и конструкция на

политическото послание. Теории и подходи за разбиране на политическото възприятие. Когнитивен подход при анализ на аудиторията. Изграждане на имидж. Морални категории в политиката. . Публични изяви. Функции на вербалното поведение при публични изяви. Вербално поведение в малка група. Основни елементи на преговорния процес. Медии и политическо вербално поведение. Подходи и методи за изучаване на политически индикатори на политическото вербално поведение.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи, контролни работи и тестове по съответната точкова система. Самостоятелната подготовка предвижда подготовка за решаване на тестове и контролни работи и разработване на теми с теоретична и практическа насоченост. Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1

### **УПРАВЛЕНИЕ НА МЕДИИТЕ**

ECTS кредити: 6.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: ас. д-р Милена Янкова, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [yankova\\_milena@swu.bg](mailto:yankova_milena@swu.bg)

#### **Анотация**

Целта на лекционния курс е студентите да придобият задълбочена представа за същността на медийните организации като обект на управление, като навлязат в спецификите на медийния мениджмънт, получат знания за организацията на дейността в съвременните медии, управлението на човешките ресурси и процесът на вземане на решения в медийната организация. Медийният маркетинг като функция на медиамениджмънта заема специално място, поради необходимостта от задълбочени познания на ПР специалистите за спецификите на интегрираната маркетингова комуникация. По този начин бъдещите ПР практики ще бъдат подготвени да вземат аргументирани решения, касаещи комуникационната политика на медийната организация, част от чиито управленски екип могат да бъдат.

#### **Съдържание на учебната програма**

Управлението като социална дейност. Същност на медийната организация като обект на управление. Специфики на медийния мениджмънт. Теоретични постановки. Особености и анализ на средата на медийната организация. Стратегическо планиране в медийния мениджмънт. Организация на дейността в медийното предприятие. Управление на медийната редакция. Процесът на вземане на решения в медийната организация. Управление на човешките ресурси в медиите. Мултимедийната редакция. Медийният маркетинг като функция на медиамениджмънта. Маркетингови проучвания в печатните и електронни медии. Медийният продукт и интегрираната маркетингова комуникация. Законова рамка и нормативна уредба на обществените радио- и телевизионни оператори в България. Медийна регулация.

#### **Технология на обучението и оценяване**

Лекционният курс се провежда с използването на интерактивни методи, като се презентират и прилагат нагледно множество примери. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез оценяване на курсови задачи и тестове по съответната точкова система.

Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

### **ВЪВЕДЕНИЕ В БИЗНЕСА**

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: проф. д-р Рая Мадгерова, катедра „Мениджмънт и маркетинг“

#### **Анотация**

Учебният курс запознава студентите с основни въпроси, свързани със същността на бизнеса в условията на пазарна икономика, стартирането, организацията и управлението на бизнеса и неговите ресурси. По време на курса студентите ще усвоят бизнес терминологията и същността на основните понятия. Лекционният курс е насочен към развиване на критично и аналитично мислене за бизнеса и формиране на знания и умения за вземане на бизнес решения и за функциониране в глобална среда.

#### **Съдържание на учебната програма**

Същност на бизнеса. Основни участници в бизнеса. Предприятието – основна форма за реализиране на бизнес. Предприятието като система – социална, производствена, икономическа и управленска системи на предприятието. Субект на стопанската дейност. Фирма. Функционални области на бизнеса. Пазарна икономика и бизнес. Видове и форми на бизнеса. Стартиране на бизнес – бизнес идея, собственост на бизнеса, начини за стартиране на бизнес. Регистрация на фирма. Фамилен бизнес. Финансиране на бизнеса. Публични задължения на фирмата. Техники за продажби и договаряне. Счетоводна отчетност на бизнеса – същност и роля. Организация и управление на счетоводната отчетност. Съставяне на счетоводен баланс, отчет за приходите и разходите и отчет за паричния поток.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

### **УБЕЖДАВАЩА ПУБЛИЧНОСТ В ДЕЛОВОТО ОБЩУВАНЕ**

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: гл. ас. д-р Славка Попова, Катедра “Връзки с обществеността”

#### **Анотация**

Обучението по дисциплината „Убеждаваща публичност в деловите отношения” има за основна задача да се дадат познания, свързани с комуникацията във ВО, съобразена със съвременните

изисквания за откритост, конкретност, прозрачност и убедително въздействие посредством лично контактуване с публиката. Основната цел е да се дефинира интерактивния смисъл на връзката „публичност- компетентност” в контекста на деловите отношения. Курсът дава възможност да се декомпозират структурните елементи визиращи различни сфери на реализация на убеждаващата публичност в изследваните отношения. Програмният материал дава знания относно характера, същността, особеностите и различията на комуникационния модел, с който се постига убеждаваща публичност в деловите отношения.

#### **Съдържание на учебната програма**

Когнитивно значение на убеждаващата публичност за развитие на деловите отношения. Структурен модел на взаимовръзките изграждащи триадата „публичен авторитет-социална ситуация-делови отношения”. Характеристика на комуникативните стимули в деловите отношения. Анализирани специфичните възможности на фазите на рецепция на посланието. Специфични техники за повишаване на ефективността на убеждаващата публичност в бизнес. Ключови фактори влияещи на публичността в деловите отношения. Социалната роля в убеждаващата публичност. Разбираемост на аргументацията в убеждаващата публичност. Ресурсни фактори на убеждаващата публичност в деловите отношения.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин с използването на множество материали за онагледяване. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи и тестове по съответната точкова система. Самостоятелната подготовка предвижда разработване на теми с теоретична и практическа насоченост.

Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

### **КОРПОРАТИВЕН ИМИДЖ**

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Иван Газдов, Катедра “Връзки с обществеността”

#### **Анотация**

Дисциплината „Корпоративен имидж“ представя на студентите лекционен курс, който има за цел да им даде задълбочени познания за същността на корпоративния имидж като комплексно понятие – неговата структура и характеристики, връзката му с корпоративната култура, мисия и идентичност. Разглежда се обстойно технологията за изграждане на корпоративен имидж в публичното пространство. Образователната задача на дисциплината е свързана с изграждане на умения у студентите за анализиране на връзката между политическата партия като генезис, функция и класификация и ролята на нейния имидж, както и дефиниране на структурните връзки, чрез които политическата партия влияе на деловите отношения в бизнеса.

#### **Съдържание на учебната програма**

Същност на корпоративния имидж, структура и характеристики. Корпоративния имидж и концепцията за корпоративното гражданство. Изследвания, свързани с измерване ефективността на корпоративния имидж. Корпоративните комуникации според нормите на корпоративността. Интеракция между политическа партия и бизнес в контекста на партийната система. Същност и функционално значение на отношенията власт - политика. Ролята на политическото лидерство в условия на политическа промяна и влиянието върху развитието на деловите контакти в бизнеса.

### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин с използването на множество материали за онагледяване. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи, контролни работи и тестове по съответната точкова система. Самостоятелната подготовка предвижда разработване на теми с теоретична и практическа насоченост. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

## **ПСИХОЛОГИЯ НА УПРАВЛЕНИЕТО**

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията:

Изпит Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Иванка Асенова, Катедра “Психология”, Философски факултет

### **Анотация:**

В курса по “Психология на управлението” студентите получават базисни знания за психологичните аспекти на управлението и на труда на ръководителя. Запознават се със спецификата на личността на ръководителя и на подчинения, с разликите между ръководител и лидер, както и с особеностите на междуличностните отношения в трудовия колектив, факторите които им влияят и механизмите за управлението им. Освен това, студентите придобиват знания за психологични параметри на деловото общуване, правилата за водене на бизнес-преговори и особеностите на груповото вземане на решения, и придобиват базисни умения за участие в и управление на процеса на делово общуване.

### **Съдържание на курса:**

Учебното съдържание на този учебен курс е структурирано в следните тематични модули: 1) Научен статут на Психология на управлението. Психологична характеристика на процеса на управление; 2) Личността на ръководителя и на подчинения. Междуличностни отношения в трудовия колектив; 3) Делово общуване – психологични аспекти. Вземане на решения и критично мислене.

### **Технология на обучението и оценяване:**

Прилагат се следните *методи на обучение*: лекция, дискусия, асоциативен метод, формулировка и работа по случай, обсъждане на казуси, проучване на литературни източници.

*Оценяването* на постигнатите от студентите резултати в процеса на обучение се извършва съобразно системата за трансфер и натрупване на кредити. Окончателната оценка по дисциплината се формира в края на курса на обучение въз основа на оценката, получена на писмен отговор на въпрос върху изучавана в лекционния курс тема и оценката от самостоятелната (извънаудиторна) работа на студента.

## **БИЗНЕС СТРАТЕГИЯ И PR-ПЛАНИРАНЕ**

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: IV

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Димитрина Стефанова, Катедра “Връзки с обществеността”

## **Анотация**

Основната цел на дисциплината е да запознае студентите със стратегическото планиране в бизнес практиката, като надежден инструмент за преодоляване на последиците, свързани с икономическата нестабилност и непредсказуемост на средата. Запознава подробно студентите с процеса за развитие и поддържане на жизнеспособна съвместимост между организационните цели и ресурси и нейното изменение съобразно пазарните възможности. На основата на цялостното бизнес планиране да разработи съвместима и приложима PR-стратегия.

## **Съдържание на учебната програма**

Обща характеристика на процеса на стратегическо планиране. Стратегическо планиране на корпоративно равнище (корпоративна мисия; корпоративни цели и задачи; корпоративна стратегия). Дефиниране на мисията. Същност, предназначение и обхват на мисията. Разработване на целите. Анализ на вътрешно фирмената среда (SWOT-анализ). Анализ на външната среда на фирмата. Функционални стратегии на стратегическите бизнес единици. Съставяне на PR-програми. Формулиране на PR-стратегии в бизнес-организацията.

## **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин с използването на мултимедия. По време на обучението, студентите изготвят два курсови практически проекта (бизнес план и PR-програма). Изпитът е писмен. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита в съотношение 1:1

## **КОРПОРАТИВНИ ФИНАНСИ**

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: IV

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Десислава Стоилова, катедра „Финанси и отчетност“, Стопански факултет

## **Анотация**

Целта на учебната дисциплина "Корпоративни финанси" е студентите да получат задълбочени знания в областта на финансите и финансовото управление на фирмата, като се запознаят с основните инструменти и методи за управление на активите и капитала на предприятията и възможностите за тяхното приложение в съвременните условия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: 1) Усвояване на знания и изграждане на умения за анализ на финансовото състояние на фирмата, с акцент върху три основни аспекта - ликвидност, платежоспособност и рентабилност; 2) Усвояване на знания и изграждане на умения за прилагане на основните методи за оценка на ефективността на инвестиционни проекти и управление на оборотния капитал на фирмата; 3) Усвояване на знания и изграждане на умения за прилагане на методите за оценка и методите за амортизация на активите на фирмата; 4) Усвояване на знания за основните инструменти за дългосрочно финансиране на фирмата и изграждане на умения за изчисляване на цена и доходност на финансовите активи; 5) Усвояване на знания и изграждане на умения за прилагане на анализа на чувствителността и основните методи за стратегическо планиране и контрол при финансовото управление на фирмата. След преминаване на курса по дисциплината "Корпоративни финанси" студентите трябва да са придобили основни знания и умения първо, за осигуряване на дългосрочно финансиране и второ, за ефективното финансово управление на фирмата.

## **Съдържание на учебната програма**

Финанси и финансово управление на фирмата. Годишни финансови отчети. Анализ на финансовите отчети на фирмата. Амортизация и амортизационна политика на фирмата. Анализ и управление на оборотния капитал на фирмата. Методи за оценка на активите на фирмата. Анализ на критичните съотношения разходи – обем на продажбите – печалба. Капиталово бюджетиране. Дългосрочно финансиране на фирмата. Цена и доходност на финансовите активи. Привличане на капитал. Анализ на чувствителността и симулационни методи. Стратегическо финансово планиране и системи за стратегически контрол

#### **Технология на обучението и оценяването**

Лекционният курс се провежда с използване на интерактивни методи. Лекциите се представят с помощта на презентации, преподавания материал е онагледен с множество примери. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез оценяване на казуси, курсова работа и контролен тест по съответната точкова система.

Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита в съотношение 1:1.

### **ПАЗАРНИ ПРОУЧВАНИЯ**

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: IV

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Вяра Кюрова, катедра „Мениджмънт и маркетинг“, Стопански факултет

#### **Анотация**

Тази учебна дисциплина има за цел да задоволи потребността на студентите от знания за организиране и осъществяване на пазарни проучвания. В процеса на обучение ще бъде получена достатъчно информация за източниците за информация, обезпечаваща изследванията; за правилно селектиране, обработване и анализиране на информацията. В програмата е предвидено разглеждането на основни въпроси, касаещи същността, видовете, обхвата и инструментариума на маркетинговите проучвания.

Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

#### **Съдържание на учебната програма**

Същност маркетинговите проучвания. Функции и видове. Обхват на маркетинговите проучвания. Основни области на маркетинговите проучвания. Процес на маркетинговите проучвания. Пазарния анализ в системата на маркетинговите изследвания. Подготовка и провеждане на маркетинговото проучване. Разработване на програма на маркетинговото изследване. Методи за изследване на пазара. Методи за набиране на данни при полеви проучвания. Обработка и анализ на данните от маркетинговите изследвания. Представяне на резултатите от маркетинговите проучвания. Пазар и продажби: потенциал и прогнози.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин чрез използване на онагледяващи материали. Формите на текущ контрол също са съобразени с естеството на дисциплината – решаване на тестове, обсъждане на казуси. Обучението по дисциплината завършва с разработване на проект за пазарно проучване и писмен изпит, съгласно приложения конспект.



## ЕЛЕКТРОНЕН БИЗНЕС

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: IV

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Славянка Ангелова, Катедра “Връзки с обществеността”

### Анотация

Интернет оказва влияние върху всички страни на нашия живот, формирайки ново универсално пространство за обмен на информация. Става дума за дълбоки и трайни изменения, за своеобразна революция в епохата на глобалната мрежа. В деловата сфера тази революция се нарича електронен бизнес. Тя променя характера на бизнеса и формира нов бизнес модел, чиято същност са непрекъснатите електронни връзки с клиенти, доставчици и партньори и възможността за управление на процесите в реално време. За мнозина е ясно, че бъдещето е на компаниите, които са в състояние бързо и ефективно да базират своя бизнес на Интернет технологиите и да се приспособят към формиращата се глобална Интернет икономика. Електронният бизнес не е самоцел, а е еволюционен процес на усъвършенстване на деловите процеси. Постоянно трябва да се преосмислят стратегиите, техниките и инструментите, като се отчита прогреса в областта на информационните технологии.

### Съдържание на учебната програма

Електронен бизнес – същност, основните характеристики, преимущества. Модели на електронен бизнес. Системи Business-to-Business (B2B) и Business-to-Customer (B2C). Категории електронен бизнес. Модел за електронен пазар. Фази на маркетингови транзакции. Разработване на търговски стратегии. Етапи за изграждане. Формиране на екипи. Жизнен цикъл на системите за електронна търговия. Стратегии за електронен бизнес. Електронен подпис. Електронни пари. Системи за електронни плащания. Сигурност и защита на данните, методи за защита. Мобилна търговия. Стратегии, модели.

### Технология на обучението и оценяване:

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин, като по-голямата част от лекциите са представени на презентации. Студентите се запознават с резултатите от последните достижения в областта. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи, контролни работи и тестове по съответната точкова система. По време на курса студентите се организират в екипи и подготвят, представят и обсъждат публично резюмета и планове на курсови работи по избрана от тях тема и съгласувана с преподавателя. Обучението по дисциплината завършва с разработване на проект.

## МЕДИАЗНАНИЕ

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: Гл.ас.д-р Радостина Михайлова, Катедра “Връзки с обществеността”

е\_mail: [radost\\_mihaylova@swu.bg](mailto:radost_mihaylova@swu.bg)

### Анотация

В лекционния курс се проследява аналитично взаимовръзката между медийните практики и професията на PR-а. Основно внимание в лекциите и при семинарните занятия се обръща на различните аспекти на писмената и устната медийна самопрезентация на PR-специалиста в неговата ежедневна професионална практика, както и различните стратегии за медийно презентирание на организацията му. Коментарите в курса излизат отвъд националното равнище на анализ и обхващат международните аспекти на тази значима част от работата на практикуващите ПР-и, като се обсъждат задълбочено основните етапи и равнища на взаимовръзки между двете практики.

#### **Съдържание на учебната програма**

Трансформации в медиасферата. Медии и социална реалност. Медиен пазар. Информация. Елементи на новините. Инфотеймънт и ПР. Инфоснакинг. Медийни аудитории. Модел на достъпа до медийна информация. Статут и същност на журналистическите професии в България. Корпоративният ПР в медиите. Лайфстайл, имидж и медии. Правни и етични аспекти на писмената и устната ПР-комуникация с медиите.

#### **Технология на обучението и оценяването**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Обучението включва провеждане на входящ текущ контрол на всяко семинарно занятие. В рамките на лекционния курс се използват теоретични статии, монографии и документални източници, касаещи медийното функциониране. Общият кредит на учебната дисциплина е 4.0 кредита. Половината от кредитите се набира от аудиторна заетост, а другата половина се получава от самостоятелна работа. При завършване на лекциите и упражненията се полага тест.

### **ОБЩА ТЕОРИЯ НА ПАЗАРНОТО СТОПАНСТВО**

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Десислава Стоилова, катедра „Финанси и отчетност“, Стопански факултет

#### **Анотация**

В дисциплината са обхванати основните проблеми на микроикономикс, макроикономикс и на световното стопанство. Целта на този курс е да даде съответните познания, необходими за обогатяване на възможностите на студентите от специалност "Връзки с обществеността" да изпълняват в бъдеще своите професионални задължения. Студентите трябва да придобият знания за фундаменталните теоретични положения в икономическата наука и тяхното практическо приложение .

#### **Съдържание на учебната програма**

Първата част е посветена на методологичните проблеми на Общата теория на пазарното стопанство, както и на проблемите на макроикономикс – търсене и потребностите на индивидуалния потребител, предлагането от страна на фирмите , пазарното равновесие, поведението на стопанските агенти, производствената функция, доходите от производствените фактори. Във втората част се интерпретира теорията на brutния национален продукт, съвкупното търсене и съвкупното предлагане, съвкупния цикъл, безработицата и инфлацията, фискалната и монетарна политика, парите и банковата система. Третата част обхваща проблемите на икономическите взаимоотношения между страните и в световното стопанство като цяло. Предмет на изучаване са международната търговия, световната валутна система, интеграцията и глобализацията в световната икономика.

#### **Технология на обучението и оценяване**

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови работи и тестове със съответна оценка. Обучението по

дисциплината завършва с писмен изпит. Изпитът е писмен. Той представлява разработка по зададена тема от конспекта. Оценяването се извършва по следната скала. Окончателната оценка се определя от резултатите от текущия контрол тестът и оценката от изпита.

### **ПРАВНИ ОСНОВИ НА КОМУНИКАЦИИТЕ**

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: Доц. д-р Манол Станин, катедра “Публичноправни науки”

e\_mail: stanin@law.swu.bg

#### **Анотация**

Лекционният курс включва теми, чиято цел е да запознае студентите с правната регламентация, правното регулиране и значението на другите обществени норми при осъществяване на обществените комуникации в съвременното информационно общество. Курсът дава систематично знание за правните проблеми, свързани с обществените комуникации, като на основата на нормативните актове разглежда националното право и общностното право в сравнителен аспект. Обсъжда съответствието между националното право и правото на ЕС в областта на комуникациите и информационното общество.

#### **Съдържание на учебната програма**

Учебната програма е ситуирана в четири модула, състоящи се от 30 лекционни часа. Първи модул „Правно регулиране и обществени комуникации“; Втори модул „Конституционни основи на обществените комуникации“; Трети модул „Права на интелектуална собственост и обществени комуникации“ и Четвърти модул „Наказателноправни аспекти на обществените комуникации“.

#### **Технология на обучението и оценяване**

Основната форма на обучение е лекционна. За самостоятелна работа се възлага разработването на теоретични и научно-практически разработки, решаване на тестове. Окончателната оценка се формира в съотношение 1:1 на резултатите от текущ контрол и резултата от изпита

### **АНГЛИЙСКИ ЕЗИК ЗА ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА**

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 0л+3су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: текуща оценка

Вид на изпита: текущ контрол

Семестър: I

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: гл. ас. д-р Славка Попова, Катедра “Връзки с обществеността”

e-mail: [spopova@swu.bg](mailto:spopova@swu.bg)

#### **Анотация**

Обучението по дисциплината включва изучаване на лексикални единици от областта на връзките с обществеността, четирите основни дейности при обучение на чужд език /четене на специализиран текст, слушане на текстове от областта на медиите и ВО, говорене – упражнения в свободно говорене на езика и писане на разнообразни по жанр текстове от областта на Връзките с обществеността/. Засилено преподаване на специализирана лексика по английски език за специалисти по връзки с обществеността.

Студентите трябва да придобият знания по практически английски език, което ще позволи да се реализират по-успешно в областта на ВО, както и да имат по-големи възможности за изява посредством комуникацията на чужд език в глобализацията се свят. Познаването на съвременното състояние на езика в областта на специализираната терминология и овладяването на тази терминология е основната цел на дисциплината. Запознаване със социокултурните аспекти на англоезичните страни и по-специално САЩ и Великобритания също помага за адекватното използване на езика с неговата фонетична правилност, граматическа коректност и лексикална точност. Първостепенна цел е студентите да могат вербално да комуникират на едно стандартно ниво за владеене на английски език - Upper-intermediate или ниво B2 според нивата определени от The European Language Certificates Европейския класификатор за усвояване на чужди езици. Очаква се също студентите особено добре да овладеят деловия стил на формалния съвременен английски език.

### **Съдържание на учебната програма**

Word classes – nouns and adjectives. Word classes – verbs and adverbs. Word classes – other classes. Phrases and clauses. Sentences. Word structure. Mid-term test (Elementary). Phonology. Cohesion. Graphology. Differences between speech and writing. Dialects, sociolects and idiolects. Standard English and received pronunciation. Register.

Spoken language: Types, Functions, Influences. Features of spoken language. Structure of conversations. Conversation theory. Non-verbal communication. Newspapers. Advertisements.

Instruction and information texts. Literary texts. New technology.

Accents and dialects. Pidgins and creoles; British Black English. Language and social class. Male and female language use. Occupational dialects. Slang. Language and power. Representation. Sexism vocabulary. Political correctness. Taboo language. Language and education. Beginning of language development

### **Технология на обучението и оценяване:**

#### **Методи на обучение:**

По отношение на методическото направление ще се прилагат следните методи: граматико-преводен, директен, аудио-лингвален, а особен акцент се поставя върху използването на комуникативния метод с цел приложение в условията на естественото общуване. По отношение на методите като система от начини и средства за реализиране на учебните цели ще се прилагат демонстрацията, беседата, разказването, упражнението, както и индивидуалната и груповата работа и работата по двойки. Езикови /за създаване на езикови умения и на езикова компетентност/, предречевия /езиковия материал се подготвя за осъществяване на четирите вида речева дейност/ и речеви /развитие на комуникативна компетентност/ са методи, широко застъпени при обучението на студенти от специалността ВО. Мултимедията ще бъде широко застъпен метод на обучение.

#### **Оценяване:**

Студентите се оценяват с текуща оценка в края през семестъра. Курсови задачи се поставят в началото на семестъра. Курсовата задача се състои от превод на специализиран текст в рамките на лимитиран брой страници, което формира и крайната оценка.

Оценяването на студентите с текуща оценка се базира на следните критерии:

участие и активност по време на семинарните занимания;

обективна оценка от мултимедийните тестове проведени през семестъра;

оценка на курсовата задача по предварително зададени критерии /превод на специализиран текст от областта на ВО/;

Оценяването на студентите се базира на по-горе посочените три критерия, към които ще се добави резултата от изпита /формата на изпитване е писмена и устна/.

Изпитът е писмен и съдържа 30% от цялостната оценка.

## УВОД В ПОЛИТОЛОГИЯТА

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

**Лектор:** доц. д-р Николай Попов, катедра „Международно право и международни отношения“  
e\_mail: [npopovilir@law.swu.bg](mailto:npopovilir@law.swu.bg)

### Анотация

Основната цел на обучението по дисциплината е да даде основни знания за същността и особеностите на политологията и анализираните от нея основни понятия, субекти, отношения, явления, събития, теории и т.н.

### Съдържание на учебната програма

Политика и власт. Определение и същност на понятията. Дефиниране и обща характеристика на термина демокрация. Историческа ретроспекция и развитие на разбирането за демокрация. Политически процес и политическа система. Форми на държавно управление и държавно устройство. Парламентаризъм. Определение, същност и сравнителен анализ. Изпълнителна власт. Държавен глава – видове и функции. Политически партии и партийни системи. Групи за натиск. Основни политически идеологии. Избори и избирателни системи. Политически елит и политическо лидерство. Политическа култура. Гражданско общество. Определение и общи характеристики. Външна политика и международни отношения. Съвременни теории за международните отношения.

### Технология на обучението и оценяване

Използват се следните методи на обучение на студентите: разискване, дискутиране, диспутиране, обсъждане, изложение, групово дискутиране, евристично беседване, брейнсторминг, дебатен метод, асоциативен метод, експериментиране, тестиране, моделиране, демонстриране, беседване, анализиране и обсъждане на проблемни ситуации, инсцениране на проблемни ситуации и др. Крайната оценка има холистичен характер. Взима се предвид и активността, равнището на подготовка на студентите и през семестъра. По време на семестъра се прави периодично текущ контрол /чрез разработка на реферати, курсова работа, решаване на проблемни задачи, казуси, тестове/.

При провеждането на писмения изпит се предлагат на студентите 4 теми от конспекта /може и чрез теглене да се определят/. От тях всеки студент избира 2 теми, по които писмено излага своите знания.

## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА НА ТЕКСТА

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: I

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

**Лектор:** Проф. д-р Анна Чолева-Димитрова, Катедра „Връзки с обществеността“  
e\_mail: [choleva@swu.bg](mailto:choleva@swu.bg)

### Анотация:

Дисциплината въвежда в теорията на масовокомуникативния текст. Разгледани са формите на интерпретиране на социалния факт чрез различните типове текстове, както и чрез журналистическите текстови форми. Обърнато е внимание на проблема на разбиране на текста. Чрез семинарните занятия се цели формиране на практически умения за изследване на различни по обем текстови масиви от периодичните издания, радио-и телевизионните програми. Разгледани са и методите за анализ на текста. От особена важност за студентите е овладяването на нормите при изграждането на текст на български език. Част от лекциите са посветени на правописните правила при оформянето на текст (на части от текста, на рубрики и др.) според актуалния, официален правопис в Р България. Отделено е и подобаващо място за разглеждането на текста в съвременната комуникационна система. Ключови понятия: социален факт, артефакт, контекст, масовокомуникативен текст, журналистически текст, медиен текст, политически дискурс, интервю, коментар, репортаж, статия, есе, хипертекст, интерактивност.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Правописната норма в българския език и изграждането на текстове. Собствените имена в текста. Транслитерационна таблица. Оформяне на текст (на части от текста, на рубрики и др.) в СБКЕ според официалния правопис в Р България. Редакция на текст. Продукция на езикови текстове. Възприемане на езиковите текстове. Разбиране на текста. Четене и четивност. Трансфер на езикови текстове в масовата комуникация. Типология на езиковите текстове. Критерии и основни типове. Жанрова принадлежност на текстовете. Методи за анализ на текста. Контент-анализ. Дискурс-анализ. Текстолингвистичен, социолингвистичен и психолингвистичен анализ. Текстът в масовата комуникация. Репродукция на текстовете в МК и тяхната стандартизация. Интертекстуалността - основна характеристика на текстовете в МК. Журналистически жанрове - информационни и аналитични. Журналистическо редактиране. Видове редакция на текст. Хипертекст, мултимедия и интерактивност.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда по традиционно утвърдения начин и с използването на аудиовизуална техника. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи и тестове по съответната точкова система.

Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

### **ПРОФЕСИОНАЛНО-ЕТИЧНИ НОРМИ ЗА ВРЪЗКИТЕ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА**

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: гл. ас. д-р Милена Янкова, Катедра "Връзки с обществеността"

е\_mail: [yankova\\_milena@swu.bg](mailto:yankova_milena@swu.bg)

#### **Анотация**

Лекционният курс е насочен към усвояване на основните етически ценности и норми в сферата на връзките с обществеността. Разглежда се структурата и функциите на моралът като средство за обществена регулация, описват се основните принципи и специфики на професионалната етика. Анализират се причините за поява, начините на обществено възприемане и реализиране на професионално-етичните норми, специфични за ПР дейността. Централно място заема

въпросът за моралната система на тази професия, като се обръща внимание на императивите на етичните кодекси. Анализират се конкретни казуси от българската и световна практика по връзки с обществеността през призмата на етическите правила за взаимодействие с различни публики.

#### **Съдържание на учебната програма**

Структура и функции на моралът като средство за обществена регулация. Произход и развитие на етическите норми. Същност и функции на професионалната етика. Професионално-етични норми на връзките с обществеността. Професионални кодекси и етично поведение. Етически правила за взаимодействие с ПР-публиките. Изследване на случаи от практиката по връзки с обществеността.

#### **Технология на обучението и оценяване**

Лекционният курс се провежда с използването на интерактивни методи, като се презентират и прилагат нагледно множество примери. Текущият контрол се осъществява по време на занятията през семестъра чрез оценяване на курсови задачи по решаване на казуси по съответната точкова система. Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита в съотношение 1:1.

### **МАНИПУЛАТИВНИ ЕЗИКОВИ СТРАТЕГИИ**

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

**Лектор:** проф. д-р Анна Чолева-Димитрова, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [choleva@swu.bg](mailto:choleva@swu.bg)

#### **Анотация**

Студентите изучават стратегии за постигане на личен, делови и дипломатически успех.

Придобитите знания им дават възможност при нужда да се ползват от морално допустимите манипулативни езикови стратегии. Разширяват се комуникативните компетенции на бъдещите пиари, а това е убедителна предпоставка за по-успешна и по-резултатна работа със словото. В учебния курс студентите се запознават и с проблемите на езиковата манипулация в глобализиращото се общество и се насочват комуникативните им компетенции по посока на съхраняване на националната езикова идентичност в контекста на нашата евроинтеграция.

#### **Съдържание на учебната програма**

Българският национален книжовен език в контекста на членството на България в Европейския съюз. Същност и характерни особености на езиковата манипулация. Убеждаваща комуникация и езикова манипулация в съвременното българско общество. Политика, политици и езикова манипулация. Съхраняване на българския национален книжовен език. Догматизъм, плурализъм и езикова манипулация. Езикови стратегии за личен, делови и дипломатически успех. Езикови манипулации. Езикови манипулации и съвременност-дискусия по предварително поставени въпроси. Езикови манипулации в печатните и електронните медии. Стратегии за личен и делови успех. Работа с текстове- откриване на езикови манипулации в различни медийни текстове.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда по утвърдения начин. Упражненията се организират под формата на дискусии, изнасяне на реферати и кръгли маси и се оценяват с текущи оценки. Семестърът приключва с изпит в две части- писмен и устен. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

## ГРАФИЧЕН ДИЗАЙН

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

**Лектор:** Доц. д-р Славянка Ангелова, Катедра “Връзки с обществеността”

e\_mail: [sl.angelova@swu.bg](mailto:sl.angelova@swu.bg)

### Анотация

Дисциплината “Графичен дизайн” е продължение на изучаваните в I-ви и II-ри курс “Информатика. Текстообработка” и “Нови информационни технологии в PR”. Освен, че надгражда придобитите знания и умения в тези два курса, тя интегрира и базови знания по „Основни на рекламата и брендинга”.

В дисциплината се въвеждат основните теоретични понятия, средствата и принципите при разработването на проекти в областта на графичния дизайн, разглеждат се равнинни и пространствени фигури. Курсът дава теоретично и практическо указание за изготвяне на различни по тип рекламни и PR фирмени материали. Това са необходимите средства и елементи в изграждането на положителния имидж и подпомагащи добрата фирмена комуникация.

### Съдържание на учебната програма

Същност на графичния дизайн. Сфери на приложение. Компютърна графика. Видове. Основни характеристики. Формати на графични файлове. Основни понятия в графичния дизайн. Инструменти за оформяне на страници и на текст. Размер и форма като изразни средства. Въздействие на цветовете. Шрифтове - история , развитие, архитектура, правила за използване. Графичен знак – елементи, проектиране, значение на символите. Фирмени документи – общ вид, структура, съдържание, оформление. Уеб графики.

### Технология на обучението и оценяване:

Лекционният курс е представен изцяло на презентации. Семинарните занятия се провеждат в компютърна лаборатория. По време на обучението, студентите изготвят един курсов проект и минимум пет практически материала, чийто оценки участват при формирането на крайната оценка.

Обучението по дисциплината завършва с тест върху лекционния материал. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

## СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ НА ВРЪЗКИТЕ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

ECTS кредити: 3.0

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: II

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет



**Лектор:** Доц. д-р Димитрина Стефанова, Катедра “Връзки с обществеността”  
e\_mail: [dimi@swu.bg](mailto:dimi@swu.bg)

### **Анотация**

Основна цел на курса е студентите да овладеят основните принципи за съвременно управление на връзките с обществеността. Акцентира се върху разбирането, че „пбблик рилейшънс” е ясно различима управленска функция. Тя помага да се установят и поддържат взаимни връзки, разбиране, приемане и сътрудничество между организацията и нейните публики чрез анализ и изследване, планиране, действие и оценка на програми. Специално място се отделя на планирането и организирането на PR-кампания. В курса се набляга на отразяването на тясната връзка между организационните цели и стратегии и съчетаването им в PR-програмите и PR-кампаниите.

### **Съдържание на учебната програма**

Съвременни управленски тенденции. Технологичен процес на връзките с обществеността. Анализ на ситуацията – същност и значение. Анализ на социалния контекст. Анализ на вътрешната среда на организация. Анализ на публика. Видове публики в PR. Изследване на медийната среда. Разработване на план за работа с медиите. Дефиниране на PR-проблем. Формулиране на мисия, цел и задачи(2 ч.). Изследванията в PR – роля, видове, характеристики. Етап на планиране и програмиране – същност и значение. Стратегии в PR - Определения, характеристики и концепции. Ефективни стратегии. Съдържателни компоненти на PR-кампания. Видове кампании. Изисквания за ефективно управление на PR- кампания.

### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда с използване на интерактивни методи. Лекциите се представят на презентации, преподавания материал е онагледен с множество примери. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез практически курсови проекти. Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

## **БАНКОВО И ЗАСТРАХОВАТЕЛНО ДЕЛО**

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: гл. ас. д-р Владимир Ценков, катедра „Финанси и отчетност“

### **Анотация**

Курсът по дисциплината включва два раздела : банково дело и застрахователно дело.

Първият раздел условно е разделен на три части – същност, функции и видове банки, регулаторна роля на централната банка, пазар на банковите услуги. Студентите се запознават с появата и историята на банковото дело, видовете банки и техните функции, както и дейността на другите финансови институции. Особено внимание се отделя на международните банкови стандарти, определящи ефективното функциониране на отделните банки. Разясняват се регулаторните и надзорните функции на централната банка по отношение на банковата система в страната.

Целта на втория раздел е студентите да се запознаят със съдържанието и значението на застрахователните отношения като специфичен вид икономически отношения, с дейността,

чрез която тези отношения се осъществяват, както и с въздействието на държавата върху укрепването и развитието им. С разглежданите видове застраховки се дава възможност на студентите да бъдат ориентирани и запознати с основните проблеми на застраховките, като се акцентира върху техните съществени, не променящи се във времето особености.

#### **Съдържание на учебната програма**

**БАНКОВО ДЕЛО** - Същност и основни функции на банките. Появата на банковото дело. Банките и другите финансови институции. Организационна структура на банките – класическа и отворена. Ограничителни фактори в пазарната дейност на банките. Банката като предприятие. Първични и вторични банкови пазари. Регламентация в България. Принципи в инвестиционната политика на банките. Практиката на българските банки. Пазарът на банкови услуги от гледна точка на клиента. Валута и валутни сделки на банките. Международни банкови операции и инструменти. Видове банкови сметки и парични преводи. Кредитиране и оценка на риска. Обезпечение на кредитите. Маркетинг на банковите услуги.

**ЗАСТРАХОВАТЕЛНО ДЕЛО** - Същност, функции и значение на застраховането. Видове застраховки в Р България, съгласно Закона за застраховането. Лично и имуществено застраховане. Животозастраховане. Застраховка срещу “Злополука” и застраховка “Медицински разноси”. Застраховане на сгради и имущество. Селскостопанско застраховане. Застраховка “Каско” на МПС, на плавателни съдове и летателни апарати. Застраховане на отговорности. Застраховка на професионални отговорности – “Отговорност на застрахователя”, “Застраховка на банкови рискове.. Застраховка на финансови рискове и лизинг.. Маркетинг и маркетингови стратегии в застраховането.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекциите по дисциплината се провеждат по установения начин, като студентите биват запознавани с преподавания материал. Съобразно поставените задания извънаудиторната заетост се състои в посещения на библиотеки, черпене на информация от Интернет; изготвяне на писмени разработки, подготовка за тестове за проверка на знанията с цел текущ контрол, системна подготовка по зададените теми за предстоящите занятия; Критерии за оценяване: качество и задълбоченост на писмената разработка; умение за представяне и успешна защита на разработките и заложените в тях тези; демонстриране на знания, умения и компетентност.

### **УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ**

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Валентин Василев, катедра „Национална сигурност и публична администрация”

#### **Анотация**

Основната цел на обучението по дисциплината е в студентите да се формира нагласа за ключовата роля на човешките ресурси в организацията да усвоят основните принципи, подходи, системи и технологии за управлението; да формират и развият за планиране, оценяване, мотивиране, стимулиране и развитие на човешките ресурси.

#### **Съдържание на учебната програма**

Формиране и развитие на теорията и практиката за управление на човешките ресурси. Основни школи и подходи; управлението на човешките ресурси и организационната култура. Политика и стратегия. Планиране на потребностите на човешките ресурси, методи, средства и

технологии. Принципи, системи и технологии за подбор, селекция и атестиране. Управление на кариерата. Мотивационни модели и мотивационни стратегии за подобряване изпълнението и продуктивността. Стратегии и техники за стимулиране. Управление на възнаграждението. Работни взаимоотношения. Индустриални отношения и колективно трудово договаряне. Информационни системи за управление на човешките ресурси.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Формата на обучение е лекционна – онагледявана с мултимедийни средства. По време на лекциите се практикуват редица активни методи на обучение, като решаване на казуси в група, ролеви игри, симулация. За самостоятелна работа на отделни студенти се възлагат курсови работи, презентации, резюмета на отделни публикации, обзор на литературни източници. Форма на изпитване – писмено, чрез тест.

### **МЕНИДЖМЪНТ В ТУРИЗМА**

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: Доц. д-р Кирил Палешутски, катедра „Мениджмънт и маркетинг”

#### **Анотация**

Акцентира се върху теорията и съчетана с практико-приложния ѝ характер и различието между опита на водещите в света фирми и нашата управленческа практика в отрасъл туризъм. Целта на дисциплината е да запознае избраните я студенти с управлението на един от най-динамично развиващите се отрасли в нашата икономика. Това е отраслова управленческа дисциплина, Целта е тези знания да се конкретизират към един отделен отрасъл. Студентите да придобият знания за спецификата на стратегическо управление и изграждането на управленчески структури в туризма, усвояване на терминологичния апарат и основните постановки, характеризиращи управлението в туризма.

#### **Съдържание на учебната програма**

Специфика на отрасъл туризъм. Състояние и тенденции в развитието му. Връзка с останалите отрасли на икономиката. Туристическата фирма като система. Стратегическо управление на туризма– национален аспект. Стратегическо управление на туристическата фирма.

Конкурентна стратегия. Профилиране на конкурентите. Форми на сдружения в туризма.

Същност и особености на туристическия пазар.

Характер на туристическия продукт. Методи за проникване на пазара. Маркетингови проучвания. Сегментиране на пазара. Реклама в туризма- същност, форми, ефективност.

Пъблик рилейшънс в туризма. Кадрова политика на туристическата фирма. Организация на труда. Форми на специализация и диверсифициране на туристическия продукт.

Характеристика на мениджъра в туризма.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекциите по дисциплината се провеждат по установения начин. Лекциите са богато схематично и таблично илюстрирани, с необходими за целите на обучението примери.

Извънаудиторната заетост се състои в посещения на библиотеки, черпене на информация от Интернет; изготвяне на писмени разработки, подготовка за тестове за проверка на знанията с цел текущ контрол, системна подготовка по зададените теми за предстоящите семинарни занятия; Критерии за оценяване: качество и задълбоченост на писмената разработка; умение за представяне и успешна защита на разработките и заложените в тях тези; демонстриране на

знания, умения и компетентност; Окончателна оценка: студентите получават оценка по шестобалната система при съответствия с точковата система, която е предварително обявена.

### **ОРГАНИЗАЦИОННА КУЛТУРА**

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор:

#### **Анотация**

Лекционният курс запознава със същността, спецификата и ролята на организационната култура, чието значение в условията на глобализация се определя от редица вътрешни и външни за организацията обстоятелства. Познаването на фирмената култура като съвкупност от устойчиви социални норми на взаимоотношения и ценности, спомага за правилното интерпретиране на ставащите в организацията събития. От гледна точка на специалистите по „Връзки с обществеността“ това умение е от ключово значение за реализирането на подходяща комуникационна политика както навън, така и вътре в организацията.

#### **Съдържание на учебната програма**

Същност и специфика на организационната култура. Роля и функции на организационната култура. Ключови елементи на организационната култура. Типове организационна култура. Нива на проявление на организационната култура. Модели. Външни и вътрешни фактори, влияещи върху организационната култура. Подходи при измерване, оценяване и класифициране на организационната култура. Корпоративна култура и връзките с обществеността. Корпоративна култура и бизнес комуникации.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда с използването на интерактивни методи, като се презентират и прилагат нагледно множество примери. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи и тестове по съответната точкова система. Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. Окончателната оценка отчита резултатите от текущия контрол и оценката от изпита е в съотношение 1:1.

### **ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО**

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: III

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: проф. д-р Рая Мадгерова, катедра „Мениджмънт и маркетинг“

#### **Анотация**

Лекционният курс е насочен към разкриване същността, съдържанието, управлението и организацията на предприемаческия бизнес в пазарната икономика.

**Целта** на учебната дисциплина «Предприемачество» е студентите да получат задълбочени знания по теоретичните и практическите проблеми на предприемачеството и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременните условия.

**Основните задачи**, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са:

- 1) Усвояване на знания за теоретичните основи и развитието на икономическата теория за предприемачеството.
- 2) Усвояване на знания за същността и характерните черти на предприемачеството, неговата роля за решаването на социално-икономически проблеми и

необходимите икономически условия и институционални предпоставки за неговото развитие. 3) Запознаване с проблемите и подходите при организацията и управлението на предприемаческия бизнес.

След преминаване на курса по дисциплината, студентите трябва да са придобили основни знания и умения как да организират и управляват предприемаческия бизнес, да прилагат предприемачески подходи и стратегии.

#### **Съдържание на учебната програма**

Теории за предприемачеството. Предприемачеството в системата на икономическите отношения. Съдържание на предприемаческата дейност. Обекти и цел на предприемачеството. Качества на предприемачите в научната литература. Мотиви за предприемачески бизнес. Функции на предприемача. Роля на предприемачеството за социално-икономическото развитие. Обкръжаваща среда на предприемаческата дейност. Структура на предприемаческата среда. Видове предприемачество. Предприемаческа идея – същност и избор. Етапи на формирането на предприемаческата идея. Технология на натрупване на идеи. Предприемачески решения. Рискът в предприемаческата дейност. Предприемачески обединения – същност, значение, организация и управление. Култура, етика и социална отговорност в предприемаческата дейност.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

За да осигури качествено обучение на студентите дисциплината “Предприемачество” съчетава гъвкаво различни методи и форми на обучение: лекции по възлови теми, дискусии и самостоятелна работа под формата на курсова работа. Формите на контрол също са съобразени с естеството на дисциплината – провеждането на контролни проверки в края на всеки модул, тестове, обсъждане на казуси и писмен изпит за проверка на знанията.

## **ИКОНОМИКА НА ЕС**

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: IV

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: проф. д-р Димитър Ст. Димитров, катедра „Икономика“

#### **Анотация**

Основната цел на курса е да се запознаят студентите с проблемите на икономическите отношения в Западна Европа в условията на все по-глобализиращото се световно стопанство.

По-конкретните цели, които се преследват, са свързани с разкриване същността на теоретичните концепции и обективните предпоставки за международната икономическа интеграция, етапите, сферите и механизмите на икономическата интеграция в Западна Европа, основните принципи на единния пазар, институционално-политическото устройство на Европейския съюз и мястото и ролята му в световното стопанство. Западноевропейските икономически отношения в контекста на международните интеграционни процеси се разглеждат като обективно следствие на глобализиращото се световно стопанство.

Отделено е специално внимание на социалните проблеми, като особено важни и сложни, които съпътстват интеграционните процеси и в не малка степен им оказват съществено влияние.

#### **Съдържание на учебната програма**

Концепции и обективни предпоставки за международна икономическа интеграция. Етапи, сфери и механизми на икономическите отношения в Западна Европа. Основни принципи на единния пазар. Унификация на икономическите отношения в ЕС. Етапи на прехода към икономически и валутен съюз. Институционално-политическо устройство на ЕС. Пътища за социална

интеграция. Националното, европейското и глобалното в ЕС. Роля и място на ЕС в световното стопанство България и Европейския съюз.

#### **Технология на обучението и оценяване:**

Лекционният курс се провежда по утвърдения лекционен начин, като се използва и мултимедия. Самостоятелната подготовка предвижда: Изучаване на раздели от основната и допълнителната литература; Решаване на контролни задания; Решаване на тестови задачи.

### **СПЕЦИАЛНИ ВИДОВЕ PR**

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: IV

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Димитрина Стефанова, Катедра "Връзки с обществеността"

#### **Анотация**

Пъблик рилейшънс са приложна социална наука, която оказва въздействие върху индивидуалното и груповото поведение на публиките, които имат отношение към организация. Също така оказва влияние върху политиката на организацията за хармонизиране на груповите интереси с организационните. Всичко това се постига с различни похвати и инструменти. Целта на дисциплината е да се овладеят концепциите на КСО и Черния PR, като два специфични инструмента за PR. КСО е отговорността за всички заинтересовани страни, която компаниите доброволно внедряват в бизнес стратегиите си, за да докажат своята дългосрочна ангажираност към устойчиво развитие на своя бизнес, обществото и околната среда. Черният PR е технология, която използва най-често неетични комуникационни техники за уронване на имиджи. Тя трябва да бъде познана, за да се предприемат превантивни мерки за нейното справяне.

#### **Съдържание на учебната програма**

Раздел 1: Корпоративна социална отговорност. Раздел 2: Черен PR. Раздел 3 Програми за изграждане на КСО и превенция на черния PR.

#### **Организация на обучението и оценяването**

Лекционният курс се провежда по традиционно утвърдения начин с използването на множество схеми, скици за онагледяване и презентации. Текущият контрол се осъществява по време на занятия през семестъра чрез курсови задачи, контролни работи, тестове и дискусии.

Обучението по дисциплината завършва с писмен изпит върху учебния материал съгласно приложения конспект. За всяка дискусия на студентите предварително се поставя задача според посоченото в учебната програма. Конкретизират се темите. Изисква се писмена разработка и подготовка за устно представяне на текста. Аналитичният коментар се прави с участието на студентите. Самостоятелната подготовка включва още и подготовка за решаване на тестове и контролни работи.

### **ПРАВНА УРЕДБА НА РЕКЛАМАТА**

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: IV

Методическо ръководство:

Катедра "Връзки с обществеността", Правно-исторически факултет

Лектор: доц. д-р Рая Илиева, Катедра „Гражданско-правни науки“

#### **Анотация:**

Посредством тази дисциплина студентите получават академична и образователна подготовка относно правната уредба на законодателството регламентиращо рекламата и рекламната дейност. Студентите се запознават с основните нормативни актове, доктринни положения и научни гледни точки върху правния режим на рекламния процес и необходимостта от регулация на рекламната дейност.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Необходимост от регулация на рекламата. Правна уредба на рекламната дейност. *Субекти в рекламния процес*. Заблуждаваща реклама – понятие. Критерии при определяне на рекламата като заблуждаваща. *Подвеждаща реклама – понятие*. *Критерии при определяне на рекламата като подвеждаща*. Скрита реклама. Реклама, ползваща подсъзнателни внушения. Правни изисквания към рекламата – обекти на забраните и ограничения. Изисквания към рекламата на лекарства и лекарствени продукти. Изисквания към рекламата на тютюн и тютюневи изделия. Изисквания към рекламата на алкохолни продукти и спиртни напитки. Изисквания към рекламата към опасни стоки. Изисквания към рекламата насочена към децата. Регулаторни органи, осъществяващи контрол върху рекламната дейност. Същност на саморегулацията в областта на рекламата. Национален съвет за саморегулация.

#### **Технология на обучение и оценяване**

Основната форма на обучение е лекционна. За онагледяване се използват мултимедийни средства и видеофилми. В лекционния курс се обсъждат основните въпроси на теорията, като се представят основните определения. Извънаудиторно се организират посещения в радио, телевизия и други.

Дисциплината приключва с **оценка**, която се формира чрез академичен контракт от три съставлящи: текуща оценка от присъствие и участие в лекционния курс – 25%, решаване на предварително зададен казус 25% , и изпит (решаване на тест) – 50% .

### **ИНВЕСТИЦИОНЕН АНАЛИЗ И ИНВЕСТИЦИОННА ПОЛИТИКА**

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л+0су+0лу+0пу+0р

Форма за проверка на знанията: Изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: IV

Методическо ръководство:

Катедра “Връзки с обществеността”, Правно-исторически факултет

Лектор: Доц. д-р Донка Иванова, катедра “Икономика”

#### **Анотация:**

Лекционният курс обхваща: основни общи проблеми на управлението на фирмените инвестиции, вкл. и в контекста на усвояването на средствата от структурните и кохезионни фондове на ЕС; подходи и методи за анализ и оценка на фирмените инвестиционни проекти; подходи и методи за анализ и оценка на риска при фирмените инвестиционни проекти. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за управлението на фирмените инвестиции, формирането и основните подходи за реализация на фирмената инвестиционна стратегия и политика в съвременните условия.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Иновациите - основа на инвестирането. Същност и характерни черти на иновациите. Класификация и структура. Същност и видове инвестиране и финансиране. Видове, елементи и структура на фирмените инвестиции. Основни инвестиционни носители и концепции. Фирмените инвестиции като обект на икономическото регулиране. Роля на мотивацията за инвестиране. Същност и компоненти на капиталните вложения като форма на инвестиционната дейност на фирмата. Необходимост, цел и основни аспекти на инвестиционното проектиране.

Същност и значение на инвестиционното проектиране при реализирането на инвестиционната политика на фирмата. Основни финансови концепции. Времева стойност на парите. Компондиране и дисконтиране на парични потоци. Аноитети. Критерии и методи за оценка на фирмените инвестиционни проекти. Статични методи. Динамични методи. Избор между алтернативни фирмени инвестиционни проекти. Методи за избор между два или повече проекта. Същност и видове риск при фирмените инвестиционни проекти. Подходи и методи за анализ и оценка на риска. Управление на фирмените инвестиции в контекста на усвояването на структурните и кохезионни фондове на ЕС.

#### **Технология на обучение и оценяване**

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Задължително в началото на всяка лекция се прави кратко въведение, като се осигурява необходимата преходност от една тема към друга. В процеса на запознаване на студентите с новата тематика се осъществява беседа с тях, за да се постигне приемственост между отделните лекции и нте сами да стигнат до заключения, които да въвеждат в новия материал. Дисциплината завършва с изпит.