

КВАЛИФИКАЦИОННИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА СПЕЦИАЛНОСТИТЕ

ФАКУЛТЕТ ХУМАНИТАРНИ НАУКИ

БАКАЛАВЪР

Специалност “Връзки с обществеността”

Специалността “Връзки с обществеността” има за цел да подготвя специалисти, които да решават задачи, свързани с изграждането на положителен публичен имидж на своите клиенти. Тяхната основна професионална задача е да преодоляват дефицита на доверие, да поддържат активни социални връзки и да съдействат за постигането на позитивна репутация на организацията, в която работят, осигурявайки ѝ взаимодействие с други обществени и частни институции и индивиди.

ОБУЧЕНИЕ

Обучението на студентите е подчинено на следните конкретни задачи: (1) изграждане на компетенции относно теорията и практиката на пиара; 2) усвояване на техники за информиране на публиката по отношение на дейностите на институцията; 3) изграждане на конкретни компетенции за анализ и вземане на решения по отношение на публичното позициониране на институцията; (4) усвояване на конкретни умения, знания и техники за експертен анализ и оценка в кризисни ситуации и за разработване на алтернативни варианти на действие; (3) създаване на аналитични умения за разбиране на отношенията между собствената и други публични и частни институции (икономически, политически, културни, правни и пр.). В тази връзка специалността “Връзки с обществеността” осигурява широка теоретическа и практическа подготовка на студентите за решаване на проблеми от комуникативен, правен, социален, финансов, образователен и културен характер, за решаване на конфликтни ситуации, за цялостно усъвършенстване управлението на публичния образ на работодателя. Интердисциплинарността е силно застъпена и се изразява в широко изучаване на икономически, политически правни, управленски, комуникационни и други науки.

Учебният план на специалност “Връзки с обществеността”, както и организацията на обучението, неговата продължителност, формата и съдържанието на учебната програма по отделните дисциплини отговарят на изискванията на Закона за висшето образование. Планът е съобразен като тематика, структура и съдържание с аналогичните европейски и американски образователни модели. В него са включени задължителни, избираеми и факултативни дисциплини, които осигуряват на студентите солидна подготовка в бъдещата им професионална кариера. Основните дисциплини, включени в бакалавърския курс на обучение, са:

- Теория и практика на връзките с обществеността
- Теории на масовата комуникация
- Основи на рекламата

- Методи за изследване на комуникациите
- Убеждаваща комуникация
- Интеркултурна комуникация
- Персонален и корпоративен имидж
- Правни и професионални етични норми
- Управление на медиите
- Печатни и електронни медии
- Теория на журналистиката
- Теория на текста
- Семиотика на културата
- Медияспециализация (печат, радио, телевизия)
- Информационни системи и процеси
- Нови информационни технологии
- Тематични профили (култура, спорт)
- Управление на човешките ресурси
- Мениджмънт на европейските медии
- Социология
- Обща икономическа теория
- Административно право
- Организационно поведение
- Графичен дизайн
- Информатика
- Западен език
- Спорт

Избираемите и факултативните учебни дисциплини дават възможност на студентите:

- да развиват своите разностранни и специфични образователни потребности в сферата на публичната комуникация;
- да усвояват практически техники за разработване на **РК** -стратегии и за изследване на общественото мнение;
- да придобиват умения за използване на постиженията на новите информационни технологии и електронни устройства.

КАНДИДАТСТВАНЕ

В специалността се приемат кандидати със завършено средно образование, които полагат кандидатстудентски изпит по български език и литература (тест или тема) и се явяват на устно събеседване. Курсът на обучение за получаване на образователно-квалификационната степен “бакалавър” е 4 години - редовна форма.

ДИПЛОМИРАНЕ

Студентите имат две възможности за дипломиране - писмен държавен изпит или подготовка на дипломна работа.

РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите “Връзки с обществеността” се реализират професионално като специалисти в:

- икономически, културни и социални институции - държавни и частни;
- електронни и печатни медии;
- рекламни и РК-агенции;
- политически партии, граждански движения и организации;
- пресслужби в държавни учреждения и частни фирми.