



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ

## УЧЕБЕН ПЛАН

Професионално направление: **3.5. Обществени комуникации и информационни науки**  
**ОКС „Бакалавър”**

Специалност: **Връзки с обществеността**

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

Форма на обучение: **редовно**

Продължителност на обучението (брой семестри): **осем (240 кредита)**

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

## Квалификационна характеристика

**Специалност:** ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

### 1. Насоченост, образователни цели

Специалността „Връзки с обществеността“ предлага качествена подготовка на широк кръг от специалисти в полето на различните социални и маркетингови комуникации – връзки с обществеността, реклама, управление на репутацията, интегрирани маркетингови комуникации и т.н.

Образователните цели на специалността са в няколко посоки: изграждане на качествени специалисти по връзки с обществеността и реклама, които да са подготвени за предизвикателствата на различните социални комуникации – връзки с медиите, социални проучвания, убеждаващо въздействие и социално влияние, репутационен мениджмънт; продължаване на обучението на студентите от бакалавърската степен по социални и по маркетингови комуникации в магистърските и докторантските програми в България и в чужбина; усвояване на умения за анализ на социални тенденции, моделиране на техните последици, консултиране на мениджъри, лидери и организации за действия, които са от корпоративна и от обществена полза.

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

Обучението има за цел да формира основни знания и умения както и практически навики за изграждане на комуникационни връзки с общ интерес за обществото и различните организации. Завършилите специалността „Връзки с обществеността“ ще притежават следните професионални качества и знания:

- оформяне на устойчиви и достоверни познания за функциите, формите и методите на връзките с обществеността като професия и социална практика;
- запознаване със спецификата и историята на ПР дейността в съвременните български условия, както и с тенденциите и в световен план;
- подробно разглеждане на историята, теорията и практиката на ефективната комуникация с обществен интерес между социални групи и организации;
- познания за начините и механизмите на функциониране на публичната комуникация със социално значение в различен контекст;
- знания за обусловеността на ПР технологиите от различни социално-психологически, икономически, технологични и културни фактори;

Специалността „Връзки с обществеността“ в ОКС „Бакалавър“ дава на студентите фундаментална теоретична подготовка по публична комуникация, маркетинг, реклама и медии и гарантира широки познания в областта на социалните, стопанските и правните науки, комуникативната рационалност и информационните дейности.

Учебният план на специалността „Връзки с обществеността“ отговаря напълно на съвременните образователни стандарти и е съобразен в най-голяма степен с крайната цел – формирането на качествени специалисти по социални и по маркетингови комуникации. За тази цел студентите изучават ред базисни дисциплини като теория на комуникацията, основи на рекламата, психология на комуникацията, теория и история на връзките с обществеността. Не по-малко важни дисциплини в специалността са и маркетингът, политическият маркетинг, графичния дизайн, социологията, психологията, народопсихологията, семиотиката и етиката. Знанията и уменията по връзките с обществеността се усвояват чрез важни профилни дисциплини: стратегии и тактики на ВО, писане за ВО, комуникации по време на криза. Маркетинговите комуникации се преподават чрез актуални курсове като основи на рекламата, рекламни кампании в медиите, социални медии, интегрирани маркетингови комуникации. Важна част от програмата са и дисциплините по отношение на уменията на бакалаврите, свързани с дигиталната комуникация, теоретичните познания върху убеждаващото въздействие и планиране, стратегиите и тактиките на връзките с обществеността и т.н.

Бакалаврите могат да избират и немалко допълнителни квалификации благодарение на широкия спектър от факултативни и свободно избираеми дисциплини. Основен стремеж, заложен в програмата, е студентите да са колкото може по-близо до практиката и специфичните умения на дейността в областта на връзките с

обществеността. Поради тази причина всяка година за обучаващите се в степента бакалавър се организират практики във водещи пиар и рекламни агенции, в комуникационни отдели на различни организации – министерства, фондации, НПО-та и т.н. Студентите имат възможност да участват и в стажовете по ERASMUS. Благодарение на това някои от тях могат да се обучават по един семестър във водещи западни университети.

### 3. Професионални компетенции

Учебното съдържание гарантира получаване на теоретични знания в областта на комуникационното знание и ПР като социална потребност, фундаментална подготовка в областта на социалните науки и масовите комуникации и специализирани знания по редица дисциплини, които са необходими за един съвременен ПР специалист – управление на ПР агенция, професионална етика, убеждаващо въздействие и социална комуникация и т.н. Обучението предлага допълнителни възможности за специализация върху различни ПР профили, овладяване на терминологията на дисциплината, готовност за сътрудничество и работа в екип. Студентите ще могат достоверно да определят позициите и интересите на целевите публики или на клиентите на различните агенции и да проведат ефективна ПР кампания за подкрепа на важни проекти и задачи.

Специалността „Връзки с обществеността“ подготвя компетентни специалисти по отношение на социалните и на маркетинговите комуникации. Благодарение на добре структурираната и балансирана бакалавърска програма студентите придобиват знания и умения за практикуване на различните социални и маркетингови общувания по отношение на: характеристиките на аудиториите и на потребителските групи; измерванията на техните нагласи и на ефективността на комуникациите; различните комуникативни стратегии и подходи; творческите аспекти на комуникациите; знаковите системи и т.н. Като краен резултат бакалаврите могат да планират и създават различни и качествени комуникационни кампании в целия спектър на социалните и на маркетинговите взаимодействия. В специалността са застъпени и немалко дисциплини, свързани с мениджърските аспекти на тези активности. Затова студентите могат успешно да заемат и мениджърски длъжности в пиар и рекламните агенции, както и в комуникационните отдели на различни организации – министерства, агенции, неправителствени организации, фондации и частни компании, да консултират служители на ръководни позиции и т.н.

### 4. Професионална реализация

Чрез овладяване на основите и принципите на управление на комуникационните процеси в обществото и социалната сфера завършилите специалност „Връзки с обществеността“ получават необходимата квалификация за следните професии:

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

Придобилите ОКС “бакалавър” по специалност Връзки с обществеността могат да продължат обучението си в по-високите образователни степени „магистър” и „доктор” в България и в чужбина

Ф Ж В 0 2 0 1

код на спец.

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

за випуска, започнал през 2021-2022 уч. година

№	код на дисциплината	Наименование на учебната дисциплината	Вид - З, И, Ф	семестър	ECTS кредити	Часове - общ брой				Седмична заетост	Форма на оценяване* - и, то, ки, прод
						Всичко	Лекции	Семинарни занятия	практически упр. / хоспетиране		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Задължителни дисциплини</b>											
1	3 3 8 8	Теория и история на връзките с обществеността	З	1	7	210	45	15	0	3+1+0	И
2	3 1 5 6	Интегрирани маркетингови комуникации	З	1	7	210	45	15	0	3+1+0	КИ
3	3 3 5 3	Социална психология	З	1	4	120	30	0	0	2+0+0	И
4	3 2 3 4	Медиен език и стилове на писане	З	1	5	150	30	15	0	2+1+0	КИ
5	3 5 0 2	Социология на публичната комуникация	З	1	7	210	45	15	0	3+1+0	И
6	3 2 8 4	Основи на рекламата	З	2	7	210	45	15	0	3+1+0	КИ
7	3 1 4 9	Изграждане на имидж	З	2	7	210	45	15	0	3+1+0	И
8	3 3 8 9	Теория и практика на редактирането	З	2	6	180	15	30	0	1+2+0	И
9	3 6 8 0	Креативна комуникация - майсторски клас 1	З	2	6	180	0	45	0	0+3+0	ТО
10	3 3 9 5	Теория на масовата комуникация	З	3	6	180	45	15	0	3+1+0	КИ
11	3 2 6 5	Народоспсихология	З	3	6	180	45	15	0	3+1+0	И
12	3 2 5 7	Методи за изследване на масовата комуникация	З	3	6	180	45	15	0	3+1+0	И
13	3 2 8 6	Писане за връзки с обществеността	З	3	6	180	30	30	0	2+2+0	ТО
14	3 6 8 4	Комуникативни умения (фотография)	З	3	4	120	0	45	0	0+3+0	ТО
15	3 6 7 9	Теория на дигиталната комуникация	З	4	6	180	30	15	0	2+1+0	И
16	3 2 3 5	Медиен маркетинг	З	4	6	180	45	0	0	3+0+0	И
17	3 2 9 3	Политически маркетинг	З	4	6	180	45	0	0	3+0+0	И
18	3 1 0 9	Бизнес комуникация	З	4	3	90	30	0	0	2+0+0	ТО
19	3 6 8 1	Креативна комуникация - майсторски клас 2	З	4	6	180	0	45	0	0+3+0	ТО
20	3 3 3 9	Рекламна кампания в медиите	З	5	6	180	45	15	0	3+1+0	И
21	3 6 8 5	Практически аспекти на корпоративните комуникации	З	5	6	180	45	15	0	3+1+0	И
22	3 3 6 5	Стратегии и тактики на връзки с обществеността	З	5	6	180	45	15	0	3+1+0	КИ
23	3 1 8 6	Комуникативни умения (радио)	З	5	5	150	30	15	0	2+1+0	ТО
24	3 6 8 6	Управление на репутация	З	5	5	150	45	0	0	3+0+0	ТО
25	3 1 2 0	Графичен дизайн	З	6	7	210	30	30	0	2+2+0	КИ
26	3 3 1 4	Психология на комуникацията	З	6	7	210	45	15	0	3+1+0	И
27	3 1 8 7	Комуникативни умения (телевизия)	З	6	6	180	15	30	0	1+2+0	ТО

28	3	6	8	2	Креативна комуникация - майсторски клас 3	3	6	6	180	0	45	0	0+3+0	ТО
29	3	3	4	8	Семиотика на комуникацията	3	7	7	210	30	15	0	2+1+0	КИ
30	3	6	8	7	Етика и убеждаващо въздействие	3	7	8	240	45	15	0	3+1+0	И
31	3	2	4	9	Медийно право	3	7	4	120	30	0	0	2+0+0	ТО
32	3	6	8	3	Креативна комуникация - майсторски клас 4	3	7	7	210	0	45	0	0+3+0	ТО
33	3	2	7	3	Нови медии	3	8	7	210	45	15	0	3+1+0	КИ
34	3	6	8	8	Бранд мениджмънт	3	8	6	180	30	15	0	2+1+0	КИ
35	3	1	9	6	Комуникация по време на криза	3	8	7	210	45	15	0	3+1+0	ТО

<b>Избираеми дисциплини</b> - минимум 16 кредита														
Във втори семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 3 кредита														
1	И	1	6	6	История на българската реклама	И	2	3	90	30	0	0	2+0+0	ТО
2	И	1	6	9	История на най-новото време	И	2	3	90	30	0	0	2+0+0	ТО
3	И	6	8	9	Практика на рекламната дейност	И	2	3	90	15	15	0	1+1+0	ТО
4	И	6	6	9	Комуникация на науката	И	2	3	90	15	15	0	1+1+0	ТО
В трети семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 2 кредита														
5	И	2	4	5	Медийни аспекти и социални конфликти	И	3	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
6	И	3	7	2	Съвременни социални теории	И	3	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
В четвърти семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 2 кредита														
7	И	2	4	7	Медийни и комуникационни изследвания	И	4	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
8	И	2	6	9	Невербална комуникация	И	4	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
В пети семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 2 кредита														
9	И	2	5	3	Международна комуникация	И	5	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
10	И	3	9	3	Теория на културата	И	5	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
11	И	6	9	0	Медийно конструиране на публичния образ	И	5	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
В шести семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 3 кредита														
12	И	7	0	0	Медийна икономика	И	6	3	90	30	0	0	2+0+0	ТО
13	И	4	0	5	Управление на бранда	И	6	3	90	30	0	0	2+0+0	ТО
14	И	4	0	6	Управление на организациите	И	6	3	90	30	0	0	2+0+0	ТО
В седми семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 4 кредита														
15	И	4	8	7	Политически имидж	И	7	4	120	30	0	0	2+0+0	ТО
16	И	3	9	8	Техники на вербалната комуникация	И	7	4	120	30	0	0	2+0+0	ТО
17	И	5	0	3	Корпоративна комуникация	И	7	4	120	30	0	0	2+0+0	ТО

<b>Факултативни дисциплини</b>														
1	Ф	0	0	8	Спорт - 1	Ф	1	4	120	0	0	60	0+0+4	И
2	Ф	0	1	2	Английски език - 1	Ф	1	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
3	Ф	0	1	3	Френски език - 1	Ф	1	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО

4	Ф	0	1	4	Немски език - 1	Ф	1	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
5	Ф	0	3	7	Комикс и маркетингови комуникации	Ф	1	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
6	Ф	0	3	8	Маркетингови комуникации за технологии и иновации	Ф	1	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
7	Ф	0	0	9	Спорт - 2	Ф	2	4	120	0	0	60	0+0+4	И
8	Ф	0	1	5	Английски език - 2	Ф	2	3	90	0	45	0	0+3+0	И
9	Ф	0	1	6	Френски език - 2	Ф	2	3	90	0	45	0	0+3+0	И
10	Ф	0	1	7	Немски език - 2	Ф	2	3	90	0	45	0	0+3+0	И
11	Ф	0	1	0	Спорт - 3	Ф	3	4	120	0	0	60	0+0+4	И
12	Ф	0	1	8	Английски език - 3	Ф	3	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
13	Ф	0	1	9	Френски език - 3	Ф	3	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
14	Ф	0	2	0	Немски език - 3	Ф	3	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
15	Ф	0	1	1	Спорт - 4	Ф	4	4	120	0	0	60	0+0+4	И
16	Ф	0	2	1	Английски език - 4	Ф	4	3	90	0	45	0	0+3+0	И
17	Ф	0	2	2	Френски език - 4	Ф	4	3	90	0	45	0	0+3+0	И
18	Ф	0	2	3	Немски език - 4	Ф	4	3	90	0	45	0	0+3+0	И
19	Ф	0	2	4	Английски език - 5	Ф	5	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
20	Ф	0	2	5	Френски език - 5	Ф	5	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
21	Ф	0	2	6	Немски език - 5	Ф	5	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
22	Ф	0	3	9	Алтернативни техники на общуване с публиката	Ф	5	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО
23	Ф	0	2	7	Английски език - 6	Ф	6	3	90	0	45	0	0+3+0	И
24	Ф	0	2	8	Френски език - 6	Ф	6	3	90	0	45	0	0+3+0	И
25	Ф	0	2	9	Немски език - 6	Ф	6	3	90	0	45	0	0+3+0	И
26	Ф	0	3	0	Английски език - 7	Ф	7	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
27	Ф	0	3	1	Френски език - 7	Ф	7	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
28	Ф	0	3	2	Немски език - 7	Ф	7	3	90	0	45	0	0+3+0	ТО
29	Ф	0	3	3	Английски език - 8	Ф	8	3	90	0	45	0	0+3+0	И
30	Ф	0	3	4	Френски език - 8	Ф	8	3	90	0	45	0	0+3+0	И
31	Ф	0	3	5	Немски език - 8	Ф	8	3	90	0	45	0	0+3+0	И
32	Ф	0	3	6	Писане на дипломен проект/научно писане за дипломанти	Ф	8	2	60	30	0	0	2+0+0	ТО

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

1	3	1	1	2	Български език за чужденци - 1	3	1	6	180	0	60	0	0+4+0	П
2	3	1	1	2	Български език за чужденци - 1	3	2	6	180	0	60	0	0+4+0	ТО
3	3	1	1	2	Български език за чужденци - 2	3	3	6	180	0	60	0	0+4+0	П
4	3	1	1	2	Български език за чужденци - 2	3	4	6	180	0	60	0	0+4+0	ТО

**Учебна практика**

№	код			Наименование на практиката	Вид - З, И, Ф	Семестър	ECTS - кредити	Седмици	Часове	Форма на контрол* - и, то, ки	
1	3	2	2	2	Лятна учебна практика - 1	3	2	1		90	ТО
2	3	2	2	2	Лятна учебна практика - 2	3	4	1		90	ТО
3	3	2	2	2	Лятна учебна практика - 3	3	6	1		90	ТО

**Дипломиране**

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

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

Софийски университет "Св. Климент Охридски"

**Справка - извлечение от учебен план**

Специалност "Връзки с обществеността"

форма на обучение редовна, срок на обучение 8 семестъра

Натовареност, ECTS-кредити и оценки по семестри																											
Вид заетост	I семестър			II семестър			III семестър			IV семестър			V семестър			VI семестър			VII семестър			VIII семестър			Общо		
	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки
Задължителни дисциплини	255	30	5	210	26	4	285	28	5	210	27	5	270	28	5	210	26	4	180	26	4	165	20	3	1785	211	35
мин. избираеми дисциплини				30	3	1	30	2	1	30	2	1	30	2	1	30	3	1	30	4	1				180	16	6
учебни практики				90	1	1				90	1	1				90	1	1							270	3	3
<b>Общо:</b>	<b>255</b>	<b>30</b>	<b>5</b>	<b>330</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>315</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>330</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>300</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>330</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>210</b>	<b>30</b>	<b>5</b>	<b>165</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>2235</b>	<b>230</b>	<b>44</b>

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

**Придобита професионална квалификация:** Бакалавър по връзки с обществеността