



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ

УЧЕБЕН ПЛАН

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

ОКС „Магистър”

Специалност: **Комуникационен мениджмънт**
Магистърска програма: **Бранд комуникация**

Ф	Ж	М	2	1	2	2	2	3
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Форма на обучение: **задочно**

Продължителност на обучението (брой семестри): **два (60 кредита)**

Професионална квалификация: **Магистър по бранд комуникация**

Квалификационна характеристика

Специалност: КОМУНИКАЦИОНЕН МЕНИДЖМЪНТ

Магистърска програма: БРАНД КОМУНИКАЦИЯ

1. Насоченост, образователни цели

Магистърската програма „Бранд комуникация“ е интердисциплинарна и обхваща ключови аспекти на съвременната комуникационна практика. Програмата е насочена към хора, които имат интерес от задълбочено изучаване на различните аспекти свързани с бранд комуникацията, включително създаване и разпространение на съдържание в социалните мрежи, медиен маркетинг, изграждане на визуална идентичност на бранда и стратегическото му управление. Курсовете, които програмата включва балансират практическите аспекти с теоретичните постановки в сферата.

Магистърската програма по „Бранд комуникация“ е насочена към завършилите ОКС „бакалавър“ или „магистър“ в специалности „Комуникационен мениджмънт“, „Връзки с обществеността“, „Журналистика“ и „Книгоиздаване“ на Факултета по журналистика и масова комуникация, както и към бакалаври и магистри от други специалности на други факултети на Софийски университет „Св. Климент Охридски“ и други висши училища.

Целта на програмата е да предостави на студентите качествено обучение в областта на бранд комуникацията чрез балансиране на теоретични и практически дисциплини. Студентите получават възможност да изследват задълбочено различни аспекти на феномена. Това създава предпоставки да надградят съществуващите си познания и умения, с което да бъдат по-конкурентноспособни на пазара на труда. Предимство на програмата е, че предоставя и специализирано практическо обучение – чрез учебни модули и практикуми, водени от действащи специалисти в съвременната комуникационна практика.

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

Учебният план включва комбинация от теоретични и практически дисциплини, които да отговорят на търсенията на съвременните професионални комуникатори. Специален акцент в програмата е комуникирането с таргет аудитории чрез социалните мрежи, както и стратегическото изграждане на бранда и неговата визуална идентичност. Практическите дисциплини са фокусирани и върху развиването на „меки“ умения в бранд комуникацията, включително презентирането, а също и върху кризисната бранд комуникация и създаването на бранд съдържание със смартфон. Така придобитите умения са ценни в ежедневната практика на всеки професионален комуникатор.

Обучението се осъществява в два семестъра и завършва с дипломна работа, защитена пред Държавна изпитна комисия на катедра „Комуникация и аудиовизуална продукция“. Учебният план е балансиран и изпитите през последния втори семестър са по-малко, за да позволят студентите да се концентрират върху разработката на магистърските си тези.

Дисциплините са така организирани в учебния план, че дават възможност на студентите да получат структурирано знание за бранд комуникацията. Изясняват се ключови понятия и техники при изграждането на съвременен бранд. На студентите се дават възможности и за детайлни анализи на успешни и неуспешни примери от съвременната бранд комуникация. Включени са теоретични познания за стратегическото комуникиране на бранда и изграждането на визуална идентичност. Предвидени са курсове, които въвеждат бранд комуникацията в социалните мрежи, разглеждат приложими аспекти на медийния маркетинг и инфлуенсър маркетинга. Привлечени са специалисти, които преподават основни положения в областта на бранд комуникацията и медиите.

В голяма част от курсовете по време на 2-семестриалното обучение, студентите реализират конкретни практически задачи. От особено значение за практическото обучение е присъствието на три практически модула, водени от специалисти и насочени към изграждане на социални умения, стратегическа комуникация и създаване на

бренд съдържание. Студентите имат възможността да избират и от предложените избираеми дисциплини: Дигитален маркетинг на съдържание, Брандиране на медийно съдържание, Корпоративен бранд на продуцентска компания, Медиен маркетинг и бранд комуникация, Имиджови техники за изграждане на бранда и Научно писане за бизнеса.

3. Професионални и общи компетенции, специфични компетенции

Завършващите студенти притежават знания за бранд комуникацията, за социалните мрежи и техните специфики, за стратегическото комуникационно позициониране, за социологическите и комуникационните измерения на съвременния бранд и за тенденциите в развитието на сферата.

Завършилите студенти могат да анализират примери от практиката на съвременната бранд комуникация. Те могат да изградят комуникационно нови брандове, да дефинират тяхната визуална идентичност, да конкретизират комуникационна стилистика на даден бранд и да следват насоки за провеждане на ефективна бранд комуникация при вече установени на пазара примери. Сред меките умения, които магистърската програма развива са презентиране и създаване на мобилно съдържание.

Крайният резултат от обучението е хармонично знание, интегрална част от което е критическата компетентност и социално отговорното практикуване на широк кръг от умения, свързани с бранд комуникацията, със специален фокус върху провеждането ѝ в социалните мрежи.

4. Професионална реализация (съгласно Националната класификация на професиите и длъжностите в Република България / международни класификации и съобразно позицията на бъдещия специалист в националната квалификационна рамка за висше образование и квалификационната рамка на Европейското пространство за висше образование)

Програмата има за цел да подготви квалифицирани специалисти в сферата на съвременната бранд комуникация, с акцент върху интеракциите на бранда с таргет аудитории в социалните мрежи. Магистрите по бранд комуникация ще бъдат адаптивни и пълноценни експерти, които ще имат възможността да изготвят, разгръщат и променят комуникационни бранд стратегии.

Съгласно Националната класификация на професиите и длъжностите в Република България (НКПД-2011), завършилите ще могат да се реализират като: 1330 Ръководители в областта на информационните и комуникационните технологии, 2431 Специалисти по реклама и маркетинг, 2432 Специалисти по връзки с обществеността, както и други позиции в сектора, които отговарят на пазарното търсене.

Ф Ж М 2 1 2 2

код на спец.

Специалност "Комуникационен мениджмънт" / магистърска програма "Бранд комуникация" - задочно обучение (60 кредита)

за випуска, започнал през 2023-2024 уч. година

№	код на дисциплината	Наименование на учебната дисциплината	Вид – З, И, Ф	семестър	ECTS кредити	Часове - общ брой					Седмична аудиторна заетост	Форма на оценяване* - и, то, ки, прод
						Всичко	Лекции	Семинарни занятия	Практически упр. / хоспетиране	Извън аудиторна заетост		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13

Задължителни дисциплини

1	3 7 0 9	Бранд мениджмънт в социалните мрежи	З	1	5	150	30	0	0	120	30+0+0	КИ
2	3 7 1 5	Комуникационен бранд мениджмънт	З	1	5	150	30	0	0	120	30+0+0	И
3	3 7 1 4	Инфлуенсър маркетинг	З	1	5	150	30	0	0	120	30+0+0	И
4	3 7 2 1	Социални умения в бранд комуникацията	З	1	5	150	0	30	0	120	0+30+0	И
5	3 7 2 2	Създаване на бранд съдържание (практикум)	З	1	5	150	0	30	0	120	0+30+0	ТО
6	3 7 1 1	Визуална идентичност на бранда	З	2	4	120	30	0	0	90	30+0+0	КИ
7	3 7 1 8	Мениджмънт на кризи	З	2	4	120	30	0	0	90	30+0+0	И
8	3 7 2 0	Практически аспекти на бранд мениджмънта	З	2	3	90	0	15	0	75	0+15+0	ТО

Избираеми дисциплини – избраните дисциплини трябва да носят минимум 9 кредита

1	И 7 1 2	Дигитален маркетинг на съдържание	И	1	5	150	15	15	0	120	15+15+0	И
2	И 7 1 0	Брандиране на медийно съдържание	И	1	5	150	0	30	0	120	0+30+0	И
3	И 7 1 6	Корпоративен бранд на продуцентска компания	И	1	5	150	15	15	0	120	15+15+0	И
4	И 7 1 7	Медиен маркетинг и бранд комуникация	И	2	4	120	30	0	0	90	30+0+0	И
5	И 7 1 3	Имиджови техники за изграждане на бранда	И	2	4	120	30	0	0	90	30+0+0	И
6	И 7 1 9	Научно писане за бизнеса	И	2	4	120	30	0	0	90	30+0+0	И

Дипломиране

Начин на дипломиране	ECTS - кредити	Първа държавна сесия	Втора държавна сесия
Защита на дипломна работа	15	юли	ноември

Успешно положените изпити по програма Еразъм+ в периода на изходяща академична мобилност, осъществена от студентите от ФЖМК, се признават и вписват в дипломата като избираеми дисциплини, вместо или наред с включените в учебния план избираеми дисциплини.

Софийски университет "Св. Климент Охридски"

Справка - извлечение от учебен план

Специалност "Комуникационен мениджмънт" / магистърска програма "Бранд комуникация"
форма на обучение задочна, срок на обучение 2 семестъра (60 кредита)

Натовареност, ECTS-кредити и оценки по семестри																																		
Вид заетост	I семестър			II семестър			III			IV			V			VI			VII семестър			VIII			IX			X			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	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки				
задължителни дисциплини	150	25	5	75	11	3																								225	36	8		
мин. избираеми дисциплини	30	5	1	30	4	1																							60	9	2			
факултативни дисциплини																																		
учебни практики																																		
Общо:	180	30	6	105	15	4																										аудиторна заетост 285	45	10

Начин на дипломиране	ECTS - кредити	Брой часове за подготовка	Първа държавна сесия	Втора държавна сесия
Защита на дипломна работа	15		юли	ноември

Придобита професионална квалификация: Магистър по бранд комуникация