



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ

УЧЕБЕН ПЛАН

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

ОКС „Магистър”

Специалност: **Връзки с обществеността**

Магистърска програма: **Реклама и публична комуникация**

Ф	Ж	В	2	1	2	2	2	4
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Форма на обучение: **задочно**

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

Професионална квалификация: **Магистър по реклама и публична комуникация**

Квалификационна характеристика

Специалност: Връзки с обществеността

Магистърска програма: РЕКЛАМА И ПУБЛИЧНА КОМУНИКАЦИЯ

1. Насоченост, образователни цели

Магистърската програма осигурява фундаментална подготовка в областта на връзките с обществеността и рекламата. Тя е насочена към завършилите ОКС „бакалавър“ или „магистър“ в специалности „Връзки с обществеността“, „Комуникационен мениджмънт“, „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.

По такъв начин обучението предлага подготовка на специалисти, идващи от различни научни, изследователски и професионални области. Образователните цели на магистърската програма са насочени към предлагане на качествено обучение и осигуряване на баланс между теоретични знания и практически умения. Магистърската програма поставя специален акцент и върху някои значими аспекти на ПР-а и рекламата, както и на тясната им връзка с медиите и журналистиката. Познанията, които ще придобият бъдещите магистри на Факултета по журналистика и масова комуникация, ще им осигурят редица предимства, свързани с овладяване на водещи тенденции, технологии, инструменти и стратегии, които се използват в научното и професионално поле на връзките с обществеността. Предложените учебни дисциплини са актуални и се фокусират едновременно върху теорията и практиката на комуникационните специалисти. Те са особено подходящи за бъдещи експерти, чиито търсения са насочени към получаване и задълбочаване на знания и компетенции в областта на рекламата и публичната комуникация. Това е една от най-старите действащи програми на Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, която се отличава с дълбоки традиции и привличане на множество преподаватели от различни научни и практически полета, свързани с публичната комуникация и рекламата. Така се цели предоставяне на задълбочени познания и разширяване на практическите умения на бъдещите специалисти по пблрик рилейшънс и реклама.

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

Магистърската програма предоставя възможност за развиване на научните и теоретични познания и професионалните умения на специалистите, като същевременно предлага и знания за тясно специализирани звена от сферата на пблрик рилейшънс и реклама. По този начин специалистите по връзки с обществеността и реклама придобиват нови познания и умения за социалните, социално-психологическите, културните и други фактори, необходими за оптималното поддържане на разбирателство и доверие както в определен колектив – институт, фирма, правителствена служба, учебно заведение или друга институция, – така и между обществените организации и публиката, с която те имат взаимоотношения. Включените учебни дисциплини в магистърската програма обхващат основните принципи за създаване на съдържание и имат за цел да изградят ключови компетенции в областта на стратегическите комуникации. Програмата се фокусира върху развитието на умения за проектиране, изграждане и анализиране на рекламни и ПР кампании, както и на ефективни комуникационни стратегии за успешно управление на кризи и неочаквани ситуации. Обучението е ориентирано към запознаване на студентите с етичните и репутационни постулати в ПР и рекламното общуване, както и към усвояване на удачните механизми и техники за постигане на успех в динамична интеркултурна среда.

Овладеяването на учебното съдържание ще помогне на студентите да развият аналитични и технически умения и да повишат компетенциите си чрез използване на възможностите за разработване на комуникационни стратегии, управление на репутационни кризи, провеждане на рекламни и PR кампании в традиционните и социални медии. Студентите ще получат познания за основни подходи и методи за изследване на потребителското поведение и за постигане на възможно най-силно комуникационно въздействие чрез рекламата. Те също така ще се запознаят с различни аспекти на рекламната комуникация, като семиотика на рекламата, управление на маркетинг и реклама, интеркултурни и невербални кодове в рекламата. Особен акцент се поставя и върху значението на новите технологии и иновации в полето на рекламната комуникация. Така програмата активно подпомага специалистите по връзки с обществеността за тяхната по-нататъшна професионална и научна реализация в областта на рекламата и публичната комуникация. Учебните зали на ФЖМК са оборудвани с нужните материално-техническите ресурси, отговарящи на изискванията за съвременни и модерни бази за обучение, като мултимедия, учебни платформи, проектори, необходими за ефективно и качествено провеждане на учебния процес.

3. Професионални и общи компетенции, специфични компетенции

Придобитите умения са приложими в различни области, като реклама, PR, традиционни и дигитални комуникации, журналистика, копирайтинг и други. В динамичната пазарна среда способността за бързо приспособяване към новите изисквания може да осигури конкурентно предимство и да разкрие повече възможности за постигане на успех. В условията на технологично развитие на комуникациите, масова дигитализация и поява на изкуствения интелект акцентът се поставя върху уменията за управление на комуникациите, гъвкавост и адаптация към новите тенденции и технологии, развитие на критично и аналитично мислене, създаване на ангажиращо съдържание, организиране на традиционни и дигитални кампании, анализ на ефективността. Всички тези опитности на специалистите са ключови за успешно внедряване в света на организациите и бизнеса, както и за пълноценната им реализация на пазара на труда. Те ще бъдат подготвени да работят с различни аудитории, като особено внимание се обръща на социалните и етнокултурните им особености. Бъдещите комуникационни специалисти ще усвоят нужните компетенции за мениджмънт на комуникационните процеси с различни заинтересовани страни и целеви групи, както и умения за ефективно управление на репутацията. Придобитите умения се свързват и с възможност за постигане на конкурентно предимство и със запазване на лидерски позиции в областта на масовите комуникации. Магистърската програма предоставя необходимите знания на бъдещите колеги от Факултета по журналистика и масова комуникация за предвиждане и разпознаване на потенциални проблеми, за разработване на антикризисни планове, за ефективно управление на комуникациите в условията на непредвидени ситуации. Студентите ще се запознаят с методите за вземане на гъвкави решения при динамични промени и обстоятелства, ще отработят техники за мониторинг и анализ на данни, ще развият умения за стратегическо и креативно мислене.

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)

Студентите, завършили магистърската програма, могат да се реализират като специалисти по връзки с обществеността и реклама, както и в други области на публичната комуникация. Съгласно Националната класификация на професиите и длъжностите в Република България, успешно завършилите студенти магистърска програма „Реклама и публична комуникация“ се реализират успешно като 243 Специалисти по продажби, маркетинг и връзки с обществеността, 2432 Специалисти по връзки с обществеността. Магистрите по „Реклама и публична комуникация“ могат да работят в различни медии, обществени или частни организации, компании, както и в дигитални, рекламни и PR агенции.

Ф Ж В 2 1 2 2

код на спец.

Специалност "Връзки с обществеността" / магистърска програма "Реклама и публична комуникация" - задочно обучение (60 кредита)

за випуска, започнал през 2024-2025 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 1 9 4	Комуникация и социална промяна	З	1	4	120	15	8	0	97	15+8+0	И
2	3 7 6 5	Управление в маркетинг и реклама	З	1	5	150	23	7	0	120	23+7+0	И
3	3 2 9 8	Пъблик рилейшънс и социални конфликти	З	1	2	60	15	0	0	45	15+0+0	И
4	3 1 5 9	Интеркултурна комуникация	З	1	5	150	23	7	0	120	23+7+0	И
5	3 7 6 3	Семиотика на рекламата	З	1	5	150	23	7	0	120	23+7+0	И
6	3 7 6 4	Традиционен и дигитален пъблик рилейшънс	З	1	5	150	23	7	0	120	23+7+0	И
7	3 7 5 8	Иновации в рекламната комуникация	З	2	3	90	15	8	0	67	15+8+0	И
8	3 6 5 4	Наука, информация, публичност	З	2	3	90	15	8	0	67	15+8+0	И
9	3 1 0 3	Антикризисен мениджмънт и пъблик рилейшънс	З	2	4	120	15	8	0	97	15+8+0	И
10	3 3 4 1	Реторика и пъблик рилейшънс	З	2	2	60	15	0	0	45	15+0+0	И
11	3 7 6 1	Невербални модели в публичната комуникация	З	2	3	90	23	0	0	67	23+0+0	И

Избираеми дисциплини – избраните дисциплини трябва да носят минимум 4 кредита

1	И 7 6 0	Музика в рекламата	И	1	4	120	23	0	0	97	23+0+0	ТО
2	И 4 6 3	Събитие мениджмънт	И	1	4	120	23	0	0	97	23+0+0	ТО
3	И 7 6 2	Рекламна агенция (практикум)	И	1	4	120	0	23	0	97	0+23+0	ТО
4	И 7 5 9	Копирайтинг в рекламата	И	1	4	120	0	23	0	97	0+23+0	ТО

Факултативни дисциплини

1	И 1 0 9	Бизнес комуникация	И	2	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО
---	---------	--------------------	---	---	---	----	----	---	---	----	--------	----

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 "Връзки с обществеността" / магистърска програма "Реклама и публична 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	
задължителни дисциплини	158	26	6	107	15	5														265	41	11
мин. избираеми дисциплини	23	4	1																	23	4	1
факултативни дисциплини																						
учебни практики																				аудиторна заетост		
Общо:	181	30	7	107	15	5														288	45	12

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 реклама и публична комуникация