



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	2	2	6
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Форма на обучение: **задочно**

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 (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 цели да подготви висококвалифицирани специалисти в отговор на процесите на трансформация и новите изисквания на пазара на труда от професионалисти с утвърдени знания и умения за работа в бързо променящата се област на връзките с обществеността. Бакалавърската програма подготвя комуникационни експерти, които могат да се реализират в сферата на ПР агенциите и медиите, комуникационни отдели на институции и бизнес организации, в областта на репутационния и кризисен мениджмънт, на стратегическите комуникации, като ПР специалисти в правителствени институции, неправителствени организации, отдели по публична дипломация и политика и като специалисти по връзки с медиите на бизнес организации, медийни компании, пиар агенции, както и в областта на консултантските услуги.

Съгласно Националната класификация на професиите и длъжностите в Република България (НКПД-2011), завършилите ще могат да се реализират като:

1222 Ръководители реклама и връзки с обществеността,
2432-6001 Експерт, връзки с обществеността
2421-6015 Специалист комуникации,
2432 Специалисти по връзки с обществеността
2431 Специалисти по реклама и маркетинг;
2431-6003 Експерт, реклама

1213 Ръководители по политики и стратегическо планиране;

1330 Ръководители в областта на информационните и комуникационните технологии,

2642 Всички длъжности, свързани със стратегически комуникации и представяне, предаване и анализ на новини и обществени събития чрез медии.

Ф Ж В 0 2 0 2

код на спец.

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

за випуска, започнал през 2026-2027 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. / хостетиране	Извън аудиторна заетост		
1	2				3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Задължителни дисциплини															
1	3	3	8	8	Теория и история на връзките с обществеността	З	1	7	210	23	7	0	180	23+7+0	КИ
2	3	1	5	6	Интегрирани маркетингови комуникации	З	1	7	210	23	7	0	180	23+7+0	КИ
3	3	3	5	3	Социална психология	З	1	4	120	15	0	0	105	15+0+0	И
4	3	2	3	4	Медиен език и стилове на писане	З	1	5	150	15	8	0	127	15+8+0	КИ
5	3	5	0	2	Социология на публичната комуникация	З	1	7	210	23	7	0	180	23+7+0	КИ
6	3	2	8	4	Теория и история на рекламата	З	2	7	210	23	7	0	180	23+7+0	КИ
7	3	1	4	9	Изграждане на имидж	З	2	7	210	23	7	0	180	23+7+0	И
8	3	3	8	9	Теория и практика на редактирането	З	2	6	180	8	15	0	157	8+15+0	КИ
9	3	6	8	0	Креативна комуникация - майсторски клас 1	З	2	6	180	0	23	0	157	0+23+0	ТО
10	3	3	9	5	Теория на масовата комуникация	З	3	6	180	23	7	0	150	23+7+0	КИ
11	3	2	6	5	Народоспихология	З	3	6	180	23	7	0	150	23+7+0	КИ
12	3	2	5	7	Методи за изследване на масовата комуникация	З	3	6	180	23	7	0	150	23+7+0	И
13	3	2	8	6	Писане за връзки с обществеността	З	3	6	180	15	15	0	150	15+15+0	КИ
14	3	6	8	4	Комуникативни умения (фотография)	З	3	4	120	0	23	0	97	0+23+0	ТО
15	3	6	7	9	Теория на дигиталната комуникация	З	4	6	180	15	8	0	157	15+8+0	КИ
16	3	2	3	5	Медиен маркетинг	З	4	6	180	23	0	0	157	23+0+0	И
17	3	2	9	3	Политически маркетинг	З	4	6	180	23	0	0	157	23+0+0	И
18	3	1	0	9	Бизнес комуникация	З	4	3	90	15	0	0	75	15+0+0	ТО
19	3	6	8	1	Креативна комуникация - майсторски клас 2	З	4	6	180	0	23	0	157	0+23+0	ТО
20	3	3	3	9	Рекламна кампания в медиите	З	5	6	180	23	7	0	150	23+7+0	КИ
21	3	6	8	5	Практически аспекти на корпоративните комуникации	З	5	6	180	23	7	0	150	23+7+0	И
22	3	3	6	5	Стратегии и тактики на връзки с обществеността	З	5	6	180	23	7	0	150	23+7+0	КИ
23	3	1	8	6	Комуникативни умения (радио)	З	5	5	150	15	8	0	127	15+8+0	КИ
24	3	6	8	6	Управление на репутация	З	5	5	150	23	0	0	127	23+0+0	ТО
25	3	1	2	0	Графичен дизайн	З	6	7	210	15	15	0	180	15+15+0	КИ
26	3	3	1	4	Психология на комуникацията	З	6	7	210	23	7	0	180	23+7+0	КИ
27	3	1	8	7	Комуникативни умения (телевизия)	З	6	6	180	8	15	0	157	8+15+0	ТО
28	3	6	8	2	Креативна комуникация - майсторски клас 3	З	6	6	180	0	23	0	157	0+23+0	ТО

29	3	3	4	8	Семиотика на комуникацията	3	7	7	210	15	8	0	187	15+8+0	КИ
30	3	6	8	7	Етика и убеждаващо въздействие	3	7	8	240	23	7	0	210	23+7+0	КИ
31	3	2	4	9	Медийно право	3	7	4	120	15	0	0	105	15+0+0	ТО
32	3	6	8	3	Креативна комуникация - майсторски клас 4	3	7	7	210	0	23	0	187	0+23+0	ТО
33	3	2	7	3	Нови медии	3	8	7	210	23	7	0	180	23+7+0	КИ
34	3	6	8	8	Бранд мениджмънт	3	8	6	180	15	8	0	157	15+8+0	КИ
35	3	1	9	6	Комуникация по време на криза	3	8	7	210	23	7	0	180	23+7+0	КИ

Избираеми дисциплини - 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	15	0	0	75	15+0+0	КИ
2	И	1	6	9	История на най-новото време	И	2	3	90	15	0	0	75	15+0+0	ТО
3	И	6	6	9	Комуникация на науката	И	2	3	90	8	7	0	75	8+7+0	ТО

В трети семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 2 кредита

4	И	2	4	5	Медийни аспекти и социални конфликти	И	3	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО
5	И	3	7	2	Съвременни социални теории	И	3	2	60	15	0	0	45	15+0+0	КИ

В четвърти семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 2 кредита

6	И	2	4	7	Медийни и комуникационни изследвания	И	4	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО
7	И	2	6	9	Невербална комуникация	И	4	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО

В пети семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 2 кредита

8	И	2	5	3	Международна комуникация	И	5	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО
9	И	3	9	3	Теория на културата	И	5	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО
10	И	6	9	0	Медийно конструиране на публичния образ	И	5	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО

В шести семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 3 кредита

11	И	7	0	0	Медийна икономика	И	6	3	90	15	0	0	75	15+0+0	ТО
12	И	4	0	5	Управление на бранда	И	6	3	90	15	0	0	75	15+0+0	ТО
13	И	4	0	6	Управление на организациите	И	6	3	90	15	0	0	75	15+0+0	ТО

В седми семестър избраните дисциплини трябва да носят минимум 4 кредита

14	И	4	8	7	Политически имидж	И	7	4	120	15	0	0	105	15+0+0	ТО
15	И	3	9	8	Техники на вербалната комуникация	И	7	4	120	15	0	0	105	15+0+0	ТО
16	И	5	0	3	Корпоративна комуникация	И	7	4	120	15	0	0	105	15+0+0	ТО

Факултативни дисциплини

1	Ф	0	4	3	Европейската архитектура за сигурност в киберпространството	Ф	2	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО
2	Ф	0	3	6	Писане на дипломен проект/научно писане за дипломанти	Ф	8	2	60	15	0	0	45	15+0+0	ТО

Задължителни дисциплини изучавани от чуждестранните студенти*

1	3	1	1	2	Български език за чужденци - 1	3	1	6	180	0	60	0	120	0+60+0	П
---	---	---	---	---	--------------------------------	---	---	---	-----	---	----	---	-----	--------	---

2	3	1	1	2	Български език за чужденци - 1	3	2	6	180	0	60	0	120	0+60+0	ТО
3	3	1	1	2	Български език за чужденци - 2	3	3	6	180	0	60	0	120	0+60+0	П
4	3	1	1	2	Български език за чужденци - 2	3	4	6	180	0	60	0	120	0+60+0	ТО

Учебна практика

№	код				Наименование на практиката	Вид – 3, И, Ф	Семестър	ECTS - кредити	Седмичи	Часове	Форма на контрол* - и, то, ки
1	3	2	2	2	Лятна учебна практика - 1	3	2	1		60	ТО
2	3	2	2	2	Лятна учебна практика - 2	3	4	1		60	ТО
3	3	2	2	2	Лятна учебна практика - 3	3	6	1		60	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 регламентираните 240 кредита за ОКС "бакалавър" като допълнителни.

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"
 форма на обучение задочна, 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	128	30	5	106	26	4	143	28	5	107	27	5	136	28	5	106	26	4	91	26	4	83	20	3	900	211	35
мин. избираеми дисциплини				15	3	1	15	2	1	15	2	1	15	2	1	15	3	1	15	4	1				90	16	6
факултативни дисциплини																											
учебни практики				60	1	1				60	1	1				60	1	1							180	3	3
Общо:	128	30	5	181	30	6	158	30	6	182	30	7	151	30	6	181	30	6	106	30	5	83	20	3	1170	230	44
																								аудиторна заетост			

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