



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ

УЧЕБЕН ПЛАН

Професионално направление: **3.5. Обществени комуникации и информационни науки**

ОКС „Магистър“

Специалност: **Връзки с обществеността**

Магистърска програма: **Връзки с обществеността**

Ф	Ж	В	2	2	2	2	2	6
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Форма на обучение: **задочно**

Продължителност на обучението (брой семестри): **три (90 кредита)**

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

Квалификационна характеристика

Специалност: ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

Магистърска програма: ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

1. Насоченост, образователни цели

Магистърската програма по „Връзки с обществеността“ е насочена към завършилите ОКС „бакалавър“ или „магистър“ в други специалности на други факултети на Софийски университет „Св. Климент Охридски“ и други висши училища. Тя цели да подготви квалифицирани специалисти в отговор на все по-разширяващата се нужда на пазара на труда от професионалисти със знания, умения и компетенции в областта на връзките с обществеността, на корпоративната и рекламна комуникации, на копирайта, на информационната поддръжка на различни дейности. В предлаганите в програмата учебни дисциплини се изучава планиране на комуникационни кампании за връзки с обществеността, придобиват се практически умения за провеждане на пиар или рекламни дейности в реална или виртуална среда, получават се знания за тясно специализирани звена от сферата на връзките с обществеността и рекламата, изграждането и поддържането на доверие между организация и техните публики, приложението на социалните комуникационни технологии и др. Също така програмата предлага с цел получаването на максимално висока квалификация на завършващите изучаване на дисциплини като маркетинг, различни психологически механизми на въздействие върху целевата аудитория, ивент мениджмънт, както и медийното планиране и изграждане на умения за работа и изграждане на връзки с публиките в дигитална медийна комуникационна среда.

Магистърска програма „Връзки с обществеността“ е разработена от Факултета по журналистика и масова комуникация като обединява научния и преподавателски потенциал на редица преподаватели в катедрата „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“, на колеги от ФЖМК, както и на утвърдени практики в областта на публичната комуникация. Магистърската програма има за цел успешно завършилите магистри да придобият висока квалификация, отговаряща на съвременния комуникационен процес и на потребностите на пазара на труда.

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

Магистърската програма „Връзки с обществеността“ е съчетание от теоретични и практически магистърски курсове по медии, история и теория на връзките с обществеността, кризисен ПР, етика и комуникация, социология, социална психология, копирайтинг, редактиране, графичен дизайн, убеждаваща комуникация и др. Курсовете, включени в програмата, балансират теоретичните постановки и практическите аспекти на комуникацията в областта на връзките с обществеността.

Магистърската програма предлага и достатъчен набор от избираеми дисциплини, които допринасят за обогатяване на съвременните знания на студентите относно влиянието на различни социални и технологични промени върху връзките с обществеността и социалните, политическите и културните последици от тях. Те дават възможност за допълнителен научен и експертен поглед към връзките с обществеността като важен фактор за управление на корпоративната и медийна комуникация с обществото, особено при изграждане на репутационен мениджмънт, имидж, насърчаване на културен обмен и разрешаване на кризи. Методологическите и интердисциплинарните семинари по време на обучението, представени от признати учени и опитни професионалисти от науката и практиката, подготвят студентите за магистърската им теза. В дипломната си работа студентите трябва да анализират конкретен проблем в полето на връзките с обществеността.

Обучението на специалистите по връзки с обществеността също включва придобиване на знания и умения за :

- история и теория на връзките с обществеността;
- общотероретично знание за предмета на връзките с обществеността;
- стратегии и тактики на връзките с обществеността;
- разработване на корпоративна стратегия;
- планиране и подготовка на специални събития и важни бизнес срещи;
- провеждане на проучвания на общественото мнение;
- познаване на професионалните и професионално-етичните стандарти на професията;
- планиране и организиране на комуникационни кампании;
- разработване на стратегии и тактики за предизборни кампании;
- провеждане на брифинги и пресконференции;
- подготовка на материали за медийни публикации;
- поддръжка на дигитални канали за комуникация на организация или компания;
- планиране и провеждане на кампании за кризисен ПР;
- изграждане на корпоративна репутация;

3. Професионални и общи компетенции, специфични компетенции

Квалификацията на специалист по връзки с обществеността обхваща придобити знания и умения за изпълнение на функциите на специалист по връзки с медиите, мениджър по комуникациите, вкл. дигиталните, експерт или консултант в държавни, обществени или частни институции и организации, както и в търговски субекти, по въпросите на масмедиите и бизнес комуникациите, връзките с обществеността, комуникационните технологии и научния, културния и академичен обмен.

Магистърската програма се основава на резултати от научни изследвания и утвърдени практики, като поставя акцент върху начина, по който връзките с обществеността оформят съвременните социални, политически, образователни отношения, както и взаимодействието им с медийната среда. Студентите се подготвят като висококвалифицирани специалисти в областта на обществените комуникации и информационните науки, придобивайки увереност и експертиза, необходими за успешна реализация в сферата на връзките с обществеността, рекламата, комуникационното влияние.

Завършилите програмата получават задълбочени знания и умения в областта на съвременната комуникационна теория, теорията на рекламата, както и редица практически умения. Те развиват и затвърждават способности за изпълнение на функции като специалисти, ръководители и консултанти в областта на връзките с обществеността, рекламата, интегрираните маркетингови комуникации и медиите.

Придобитите професионални компетентности отварят широки възможности за кариерно развитие, включително работа в агенции, медии, държавни институции или неправителствени организации. Студентите усвояват умения за анализ на съвременната структура на комуникациите, на механизмите на комуникационно въздействие и влияние и се ориентират в динамичната медийна среда. Програмата развива ефективни комуникационни техники и умения, които са ключови за профила на експерт по връзки с обществеността.

Студентите от тази магистърска програма завършват курса на обучение със защита на дипломна работа (магистърска теза) пред държавна изпитна комисия.

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)

Завършилите успешно програмата могат да работят като специалисти в Група 243 - Специалисти по продажби, маркетинг и връзки с обществеността според Националната класификация на професиите и длъжностите в Република България (НКПД-2011). Тези позиции са свързани с изпълнение на различни професионални задачи от областта на публичната комуникация, разпространението на информация, рекламни кампании за продажби, както и работа с информационни и телекомуникационни технологии.

Тази група включва следните единични групи:

2431 Специалисти по реклама и маркетинг

2432 Специалисти по връзки с обществеността

Също така студентите могат да се реализират професионално на следните позиции според НКПД - 2011:

1222 Ръководители реклама и връзки с обществеността

2421-6015 Специалист комуникации

2432 Специалисти по връзки с обществеността

Професионалната реализация на получилите образователна и квалификационна степен „магистър“ по „Връзки с обществеността“ включва, но не се ограничава, до следните професии съгласно Националната класификация на професиите и длъжностите и съответствията ѝ с Европейската класификация на уменията, компетенциите, квалификациите и професиите (ESCO):

- медиен изследовател
- ръководител в областта на информационните и комуникационните технологии
- ръководител на звена за реклама и връзки с обществеността
- ръководител на онлайн общност
- директор на предизборна кампания
- началник отдел публикации
- мениджър по връзки с обществеността
- комуникационен експерт
- експерт по политически кампании
- консултант по межкултурна комуникация
- специалист по реклама и маркетинг
- разработчик на уеб съдържание и мултимедия

Ф Ж В 2 2 2 2

код на спец.

Специалност "Връзки с обществеността" / магистърска програма "Връзки с обществеността"

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				Извън аудиторна заетост	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	13

Задължителни дисциплини

1	3	3	9	5	Теория на масовата комуникация	3	1	6	180	30	0	0	150	30+0+0	И
2	3	6	3	9	Технология на връзките с обществеността	3	1	6	180	30	0	0	150	30+0+0	КИ
3	3	4	0	2	Убеждаваща комуникация	3	1	6	180	30	0	0	150	30+0+0	И
4	3	3	5	6	Социология	3	1	6	180	30	0	0	150	30+0+0	КИ
5	3	3	5	3	Социална психология	3	1	3	90	20	0	0	70	20+0+0	И
6	3	3	9	6	Теория на рекламата	3	1	3	90	20	0	0	70	20+0+0	КИ
7	3	2	5	7	Методи за изследване на масовата комуникация	3	2	5	150	30	0	0	120	30+0+0	И
8	3	2	7	3	Нови медии	3	2	5	150	30	0	0	120	30+0+0	И
9	3	2	2	7	Маркетинг	3	2	5	150	30	0	0	120	30+0+0	И
10	3	3	3	1	Редактиране	3	2	3	90	20	0	0	70	20+0+0	И
11	3	2	6	5	Народопсихология	3	2	3	90	20	0	0	70	20+0+0	И
12	3	1	3	7	Етика и комуникация	3	2	5	150	30	0	0	120	30+0+0	КИ
13	3	1	5	6	Интегрирани маркетингови комуникации	3	3	2	60	30	0	0	30	30+0+0	И
14	3	3	6	5	Стратегии и тактики на връзките с обществеността	3	3	2	60	30	0	0	30	30+0+0	И
15	3	2	9	9	Пъблик рилейшънс по време на криза	3	3	2	60	30	0	0	30	30+0+0	И
16	3	3	4	7	Семиотика и реклама	3	3	2	60	20	0	0	40	20+0+0	КИ
17	3	1	2	0	Графичен дизайн	3	3	2	60	30	0	0	30	30+0+0	КИ
18	3	1	4	9	Изграждане на имидж	3	3	1	30	15	0	0	15	15+0+0	ТО

Избираеми дисциплини – избраните дисциплини трябва да носят минимум 8 кредита (от тях 4 кредита от II сем и 4 кредита от III сем)

1	И	1	7	0	История на рекламата	И	2	4	120	30	0	0	90	30+0+0	КИ
2	И	2	2	5	Малцинства и пбблик рилейшънс	И	2	4	120	30	0	0	90	30+0+0	ТО
3	И	2	5	5	Мениджмънт на рекламата в интегрираните маркетингови комуникации	И	2	4	120	30	0	0	90	30+0+0	ТО
4	И	1	8	5	Комуникативни умения (печат)	И	3	2	60	30	0	0	30	30+0+0	ТО
5	И	1	8	6	Комуникативни умения (радио)	И	3	2	60	0	30	0	30	0+30+0	ТО
6	И	1	8	7	Комуникативни умения (телевизия)	И	3	2	60	0	30	0	30	0+30+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 "Връзки с обществеността"

форма на обучение задочна, срок на обучение 3 семестъра

Натовареност, ECTS-кредити и оценки по семестри																																	
Вид заетост	I семестър			II семестър			III семестър			IV			V			VI			VII			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	160	30	6	160	26	6	155	11	6																								
мин. избираеми дисциплини				30	4	1	60	4	2																								
факултативни дисциплини																																	
учебни практики																													аудиторна заетост				
Общо:	160	30	6	190	30	7	215	15	8																			565	75	21			

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 връзки с обществеността