



## **ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ СПЕЦИАЛНОСТ ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА**

### **I. Връзките с обществеността – най-съвременна форма на комуникация**

#### **1. Комуникацията като социално явление.**

Теории за символната интеракция и за комуникативното действие. Комуникационен процес – елементи и етапи. Модели на комуникация. Видове комуникация. Масова комуникация и масова култура.

#### **2. Основни принципи на речевото общуване.**

Комуникативен кодекс. Критерии на комуникативния кодекс. Принцип на кооперацията в комуникативния кодекс. Принцип на вежливостта в комуникативния кодекс.

#### **3. Същност на връзките с обществеността.**

Обективна потребност от появата на връзки с обществеността. Основни задачи на връзките с обществеността. Задължения на специалиста по връзки с обществеността. Публики (обществени групи) – класификация. Етичен кодекс на специалистите по връзки с обществеността.

#### **4. Модели и принципи на връзките с обществеността.**

Същност на моделите. Традиционен модел. Взаимодействащ/интерактивен модел. Съвременни модели. Основни принципи, върху които са построени и функционират връзките с обществеността. Функции на PR. Видове PR.

**5. Комуникационни стратегии и тактики в PR – същност и видове.** Концептуални подходи Комуникационни компоненти.

**6. Комуникационни стратегии и тактики на известността.** Понятието известност. Герои, звезди, квазери. Комуникационни стратегии и тактики на персоналното имиджмейкърство в аспекта на известността.

### **II. Икономически аспекти на връзките с обществеността**

#### **7. Маркетинг и маркетингови комуникации.**

Същност на маркетинга и маркетинговите комуникации. Рекламата и връзките с обществеността като елементи на промоционния микс – характеристики, прилики и разлики.

#### **8. Реклама.**

Функции на рекламата. Видове реклама. Рекламната агенция – видове, структура, заплащане. Агенционен задание.

#### **9. Планиране на рекламна кампания.**

Дефиниране на цели, избор на целева аудитория, формиране на бюджет за реклама, медияпланиране, творческа стратегия. Оценка на резултатите от кампанията.

#### **10. Видове реклама според медиите.**

Принт реклама. Телевизионна и радио реклама. Реклама по Интернет. Печатни рекламни издания. Външна и транспортна реклама. Реклама на мястото на продажба.

### **III. Общуване с медиите**

#### **11. Медия – същност, видове.**

Медии и общество, съвременен информационен общество. Мултимедия и Интернет. Функции на масмедията: информационна, политическа, икономическа, социална.

#### **12. Връзки с обществеността и медиите.**

Действителността като медийна конструкция: инсцениране и медиатизиране на събития. PR–приложения на концепции за медийно въздействие.

#### **13. Връзки с пресата, радиото, телевизията, Интернет и други средства за масова информация.**

Функции и форми на връзките със средствата за масова информация – пресконференции, брифинги, презентации и пр. PR по време на изложения, борси, изложби. Лобиране и спонсориране, работа с инвеститори.

#### **14. Основни правила за успех при общуване с медиите.**

Принципи и правила за общуване с медиите. Ключови въпроси в посланието. Метод на органичната ключова дума. Подготовка и осъществяване на интервю.

#### **15. Писане и редактиране на съобщение за пресата.**

Правила за четивно писане. Етапи при подготовка на материали за пресата. Препоръки за точност, стегнатост, яснота. Композиция тип обърната пирамида.

### **IV. Връзки с обществеността по време на криза**

#### **16. Връзки с обществеността и кризи**

Същност и класификация на кризите – тип, продължителност, възможни сценарии за развитие. Връзките с обществеността като система за ранно предупреждение и превантивни дейности. Жизнен цикъл на кризата – действия и комуникации във всяка фаза. Основни техники за работа с медиите по време на криза.

#### **17. Принципи и инструменти на комуникацията с медиите по време на криза.**

Проактивност. Социална отговорност. Прозрачност. Изпреварващо корпоративно съобщение. Публично говорене и стил по време на криза.

### **V. Организиране на мероприятия**

#### **18. Публични изяви и специални мероприятия.**

Видове публични изяви и специални мероприятия. Подготвителен етап. PR-процесът при стратегическо планиране. Повод, планиране, подготовка. Работен план, участници, печатни материали. Реализация. Анализ.

### **VI. Бизнес комуникация**

#### **19. Писмените и устните комуникации в организацията. Бизнес кореспонденция**

Същност и функция на писмените комуникации. Доклади, писма, видове писма, молба. Устните комуникации – интервю, публична реч.

**20. Бизнес етикет - поведение в офиса и извън него; пътувания; българският речев етикет.**

### **VII. Изграждане на имидж**

**21. Характеристики на имиджа. Компоненти на имиджа. Видове имидж.**

**22. Изграждане на персонален имидж в медиите.** Етапи. Модел на Ру, Сегела, Кезак и Гудар. Етапи на Даймънд и Бейтс.

**23. Стереотипизация. Стереотип.** Персонален и партиен имидж. Елит, знаменитости, популярност.

## ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Ангелов, Б. 2008: Медийна и комуникативна компетентност. С.
2. Ангелова, Сл. 2011: Измерения на онлайн PR. Благоевград, ЮЗУ.
3. Армстронг, М., 1993: Управление на човешките ресурси. Бургас
4. Беззубцов С. 2008: Слуховете, които работят за Вас. Тайната на професионалното им използване. С.
5. Братанов П., 2003: Модели на социалната комуникация. София.
6. Брекенридж, Д. PR, 2009: Нови медии, нови средства, нова комуникация. С.
7. Буркарт Р., 2000: Наука за комуникацията. Велико Търново.
8. Българска рекламна енциклопедия, 2002, Сиела.
9. Връзки с обществеността и промоционални техники, 2009: / Състав. Иванка Янкова . - С.
10. Доганов Д., Палфи Ф., 2002: Рекламата каквато е. София.
11. Доганов Д., Дуранкев Б., Катранджиев Хр., 2000: Интегрирани рекламни комуникации. С.
12. Зийман С., 2004: Краят на рекламата, каквато я познаваме. С.
13. Златева М., 2008: Мостове към консенсуса: пбблик рилейшънс, журналистика, медии. С.
14. Катранджиев, Х. 2006: Медиапланиране на рекламната кампания, С.
15. Кафтанджиев Хр., 2003: Хармония в рекламните комуникации. Сиела, София.
16. Кунчик М., Ципфел А., 1998: Въведение в науката за публицистиката и комуникацията. С.
17. Кътлип Скот, Ален Сентър, Глен Бруум, 2007: Ефективен пбблик рилейшънс. С.
18. Лермър, Р., 2010: Директен PR. С.
19. Манолов Георги, 2006: Политическият имидж. Пловдив.
20. Маринов Руси, 2001: Пбблик рилейшънс. София.
21. Маринов, Р, 2012: Интерактивни стратегически комуникации. София.
22. Огилви Д., 2006: Изповедта на един рекламист. София.
23. Оксли Х., 1993: Принципи на пбблик рилейшънс. Бургас.
24. Петев Т., 2004: Теории за масовата комуникация. София.
25. Петров М., 2005: Персоналният имидж. Изграждане. Контрол. Рецепция. София.
26. Политическият имидж – парадокси по български, 2001: Сб., НБУ, София
27. Попова, Д., 2012: "Имидж и репутация", сп. „Съвременна хуманитаристика“, бр. 1
28. Попова, Д. 2012: "The Image of Bulgaria and Sustainable Development of Tourism", *Управление и устойчиво развитие*, Лесотехнически университет, София.
29. Попова, Д., 2015: "Social Media Image-Making", Годишник на БСУ.
30. Публична комуникация и европейска интеграция. Сб. Пловдив, 2000.
31. Пбблик рилейшънс в пъзела на интегрираните комуникации. Сб., НБУ, 2004. София
32. Пбблик рилейшънс и реклама. Сб. София, 2000.
33. Пбблик рилейшънс, журналистика и медии в глобалния свят: Юбилеен сборник в чест на проф. д-р Минка Златева. С., СУ, 2012.
34. PR съветник: Практическо ръководство за повишаване на имиджа: 2007. С.
35. Райков Здр., 2001: Технология и техника на публичната комуникация. София.
36. Райков Здр., 2001: Корпоративен имидж. София.
37. Райков Здр., 2004: Корпоративен гражданин. София, Дармон.
38. Райков Здр., 2003: PR - технологията на успеха. София.
39. Райков, Здр., 2014: Креативният бизнес. С.
40. Рецепти за успех 2004: Пбблик рилейшънс. Медии. Реклама. Сб. София,
41. Рийс Ар., Рийс Л., 2003: Залезът на рекламата и възходът на PR. С.
42. Ритзър Джордж, 2008: MACDONALDизацията на обществото, С.
43. Сегела Ж., 1997: Холивуд пере най-добре. Азбука на рекламата в бизнеса и политиката., С.
44. Скот, Дейвид Миърман, 2009. Новите правила в маркетинга и ПР. – С., Рой комюникейшънс.
45. Станев, В., 2013: Какво е и какво не е PR. С., Сиела.
46. Стойков Л., Пачева И. В., 2005: Връзки с обществеността и бизнес комуникация. София.
47. Стойков, Л., 2007: Управление на връзките с обществеността. УНСС.
48. Стюарт Сали, 2003: Как да общуваме с медиите. София.
49. Узунова Ю., 2005: Интерактивният PR. Ромина.
50. Ушакова Н. 2009: Имиджология. Москва.
51. Чутуркова М. 2008: PR етика, С.
52. Чутуркова, М., 2012: Кризисен PR. С., Сиела.
53. Харис Томас Л., 2002: Добавената стойност на Пбблик рилейшънс. София, Рой Комюникейшънс.
54. Христов, Ал., 2012. ПР практика. Работа с агенция. С, Рой комюникейшънс.
55. Христовозова, Г. и М.Филипов 2016: Съобщение за медиите – основен жанр в пиара. В: сп. „Съвременна хуманитаристика“, бр.1.