

**ПЛОВДИВСКИ УНИВЕРСИТЕТ “ПАИСИЙ ХИЛЕНДАРСКИ”
ФАКУЛТЕТ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛНИ НАУКИ**

**МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА: “БИЗНЕСКОМУНИКАЦИЯ И ВРЪЗКИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТТА”**

ТЕМИ ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ

1. Основи на комуникацията – дефиниции, принципи, функции;
2. Елементи на комуникационния процес – източник, съобщение, канал, реципиент;
3. Публиките и техните мнения – целеви групи, влияние, средства за комуникация;
4. Социологическото изследване - изучаване на аудиторията, демографски и социални характеристики;
5. Връзки с обществеността – дефиниции, принципи, функции;
6. Аспекти на PR - публичност, маркетинг, реклама, прес-агентство, public affairs, лобизъм;
7. Връзки с медиите – стратегии за работа, инструменти;
8. Технология и техники на комуникацията – мисия, послание, видове събития;
9. Стратегии за ефективен PR – анализ на средата, дефиниране на проблема, планиране, реализация, оценка и контрол;
10. Комуникация по време на криза – планиране и програмиране, управление на слуховете, избор на комуникационни канали;
11. PR и реклама – контекст на взаимоотношенията;
12. Рекламата – исторически преглед, дефиниции, функции, принципи
13. Видове реклама – според обществената сфера, жизнен цикъл на продукта, пазарната територия и използваните канали;
14. Понятието “имидж” - дефиниции, територии и зони;
15. PR и новите медии - симбиоза, интерактивност;
16. Рекламата в Интернет - инструменти, форми, изразни средства

ЛИТЕРАТУРА:

1. Журналистиката, автор Владимир Симеонов, издание на СУ “Св. Климент Охридски”, Факултет по журналистика и масови комуникации; София, 1999;
2. Ефективен пбблик рилейшънс, автори: Скот М. Кътлип, Ален Х. Сентър и Глен М. Бруум, издание на “Рой Комюникейшънс”, София, 1999 г.
3. Изповедите на един рекламист, автор: Дейвид Огилви, издание на “Принсепс”, София, 1999 г.
4. Българска рекламна енциклопедия, автор: Димитър Доганов и други,

издание на "Сиела", София, 2001 г.

5. Общественото мнение, автор Уолтър Липман, издание на "ЛИК", София, 2001 г.

6. Пъблик рилейшънс – технология и практика, автор: Руси Маринов, издание на "Ваньо Недков", София, 1995 г.

7. Рекламата – каквато е, автори: Димитър Доганов, Ференц Палфи, издание на "Принцепс", Варна, 1995 г.

8. Пъблик рилейшънс и новите медии, Сборник, издание на СУ "Кл. Охридски", София, 2002 г.

9. Публична комуникация, автор: Здравко Райков, издание на "Дармон", София, 1999 г.

10. Технология и техники на публичната комуникация, автор: Здравко Райков, издание на "Дармон", София, 2001 г.

11. Корпоративен имидж, автор: Здравко Райков, издание на "Дармон", София, 2001 г.