



**Пловдивски университет “Паисий Хилендарски”
Факултет по икономически и социални науки**

**КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА НА СПЕЦИАЛНОСТ
„PR, РЕКЛАМА И МЕДИЙНА КОМУНИКАЦИЯ”**

Образователно-квалификационна степен „магистър“

Област на висше образование:	3. Социални, стопански и правни науки
Професионално направление:	3.7 Администрация и управление
Професионална квалификация:	Мениджър

Професионална реализация

„PR, реклама и медийна комуникация” е специалност на висшето образование със силна практическа ориентация. Завършилите имат разнообразни възможности за професионална реализация в:

- Средните и висшите управленски равнища на производствени и търговски фирми;
- Институциите на държавно управление и регулиране;
- Организациите от нестопанския сектор;
- Консултантския бизнес, свързан с аналитично-оценъчна и проектантска дейност и др.

Професионални компетенции

Завършилите образователно-квалификационна степен магистър по „PR, реклама и медийна комуникация” могат да изпълняват функциите на клас 1 „Ръководители”, подклас 12 „Административни ръководители и ръководители в търговски дружества”, група 1222 „Ръководители реклама и връзки с обществеността”; клас 2 „Специалисти”, подклас 24 „Стопански и административни специалисти”, група 2431 „Специалисти по реклама и маркетинг” и група 2432 „Специалисти по връзки с обществеността” на Националната класификация на професиите и длъжностите на Република България – 2011. Професионалният им профил се формира от знания и умения за самостоятелно или в екип изпълнение на селективни, аналитични, оценъчни, експертни, прогностични и проектантски дейности, базирани на различни информационни потоци – с цел подготовката, вземането и изпълнението на различни по характер и сложност решения. Характерът на получаваните знания, умения и компетенции позволява на магистрите по „PR, реклама и медийна комуникация” да заемат длъжностите под формата на различни статуси – наети по трудово правоотношение при работодател, работодатели, самонаети и/или свободни професии в консултантския бизнес.

Обхват на професионалните компетенции

Теоретични знания

Магистърът по „PR, реклама и медийна комуникация” трябва да притежава теоретични знания за:

- най-новите направления и постижения в областта на масмедийната комуникация, рекламата, PR и имиджмейкърството;
- основните принципи на управление на взаимоотношенията с обществеността и медиите;
- изграждането и управлението на имиджа на личност, бранд или организация;
- съвременните постижения на комуникацията в дигитална среда;
- общественото предназначение и функционирането на медийния и рекламния пазар;

- стратегиите за ефективни връзки с медиите и медия планирането;
- идентифицирането, формирането и модифицирането на общественото мнение;
- техниките и методите за управление на комуникационни кризи;
- същността на специалните събития като неизменната тежка артилерия на PR.

Практико-приложни умения

- планиране, организиране, координиране и контролиране на комуникационните дейности в министерства и ведомства, в държавната администрация, в правителствени и неправителствени организации, частни фирми, фондации и др.
- ръководители, говорители и специалисти по публич рилейшънс в пресцентровете, дирекциите и направленията по информационна политика, връзки с медиите, протокол и др.
- формулиране на политики, правила и норми, свързани с управлението на взаимоотношенията с обществеността;
- определяне на необходимостта и посоката на изграждане на адекватен персонален и организационен имидж;
- оценяване на комуникационни офери на външни агенции;
- изграждане и управление на дългосрочни взаимоотношения с референтни групи и стейкхолдъри;
- наблюдаване и оценяване на резултатите от комуникационната дейност на организацията.

Инфраструктурни компоненти на професионалната квалификация

- Да борави свободно и да използва в професионалната си дейност съвременните офис-мениджмънт информационни и комуникационни технологии.
- Да владее на добро равнище западен език с оглед осигуряване на минимално равнище професионална комуникация и информиране.
- Да притежава бизнес култура и да формира организационно поведение в професионалните отношения в организацията и с бизнес партньорите.

Равнището на професионална компетентност кореспондира с учебния план и учебното съдържание на образователната магистърска степен на специалност „PR, реклама и медийна комуникация”. Защи́тава се на държавен изпит. При́знава се с диплома за завършена специалност на образователно-квалификационна степен на висшето образование.

Настоящата квалификационна характеристика е приета на ФС на ФИСН след консултиране с представители на държавната администрация, бизнеса и работодателските организации.