



ПЛОВДИВСКИ  
УНИВЕРСИТЕТ  
1961  
ПАИСИЙ  
ХИЛЕНДАРСКИ

**ФАКУЛТЕТ ПО ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛНИ НАУКИ**

# **УЧЕБЕН ПЛАН**

на специалност

**PR, РЕКЛАМА И МЕДИЙНА КОМУНИКАЦИЯ**

редовно обучение

образователно-квалификационна степен „магистър“



**Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“**  
**4000 Пловдив, ул. „Цар Асен“ 24**

**Факултет**

Факултет икономически и социални науки

**Професионално направление**

Администрация и управление

**Специалност**

PR, реклама и медийна комуникация

**Форма на обучение**

редовна

**Утвърден с протокол на АС**

№ 13/2024-07-22

**Утвърден с протокол на ФС**

№ 193/2024-07-12

**Анотация**

Магистърската програма е насочена към формиране на стабилен фундамент от теоретични знания и прагматични практически умения в областта на рекламата, медийната комуникация, взаимодействието с обществеността (PR), общуването с медиите и медиапланирането и изграждането на адекватен персонален и организационен имидж. Учебният план на специалността е съобразен със социалноикономическия контекст и тенденциите на българския пазар и задоволява потребностите на местни и чуждестранни компании от добре подготвени професионалисти. Завършилите могат да се реализират като комуникационни мениджъри, специалисти в рекламни и PR звена на масмедии, стопански организации, публичната администрация, консултантски агенции, министерства, общински дружества и др. предприятия от публичния и частния сектор.

**Професионална квалификация**

Мениджър

**Равнище на квалификация**

Магистър

**Специфични изисквания за достъп (прием)**

- Платено обучение;
- Класиране по успех (минимален успех за кандидастване Добър 3.50 от дипломата за ОКС „бакалавър“)

**Ред за признаване на предходно обучение**

- Диплома за завършена ОКС „бакалавър“.
- Решение на комисията по признаване на кредити, получени от друго ВУ.

**Квалификационни изисквания и правила за квалификация**

За придобиване на квалификацията са необходими 99 кредита:

- 84 кредита от задължителни и избираеми дисциплини
- 15 кредита за държавен изпит или защита на дипломна работа.

**Профил на програмата (специалността)**

Програмата осигурява съвременни знания и умения, комбинирайки масмедийна експертиза с реклама, PR и убеждаваща комуникация. Срокът на обучение е три семестъра.

### Основни резултати от обучението

Магистърът по „PR, реклама и медийна комуникация“ ще притежава теоретични знания за:

- най-новите направления и постижения в областта на масмедийната комуникация, реклама-та, 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 медияпланирането;
- 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 .

и практико-приложни умения и компетенции за:

- 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 пбълик 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 оферти на външни агенции;
- изграждане и управление на дългосрочни взаимоотношения с референтни групи и стейкхолдъри;
- наблюдаване и оценяване на резултатите от комуникационната дейност на организацията;

### Професионален профил на завършилите с примери

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 подготвянето, 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 право-отношение при работодател, работодатели, самонаети и/или свободни професии в консултантския бизнес.

### Възможности за продължаване на обучението

В ОНС „доктор“.

### Диаграма на структурата на курсовете с кредити

#### Легенда

**Аудиторни часове** в семестъра/триместъра: **АО** - общ брой, от тях **Л** - за лекции; **С** - за семинарни (упражнения); **ЛБ** - за практикуми (лабораторни упражнения) и други часове (**Кл** - за колоквиуми, **Х** - за хоспетиране и пр.).

**К** - ECTS кредити: **ФИ** - форма на изпитване (със стойности И - изпит, Т - текуща оценка, З - заверка, П - продължава следващ семестър/триместър) **Код по ECTS** - виж поле 2. в ECTS макета

**Извънаудиторни часове** в семестъра/триместъра: **ИО** - общ брой, **Сп** - за самостоятелна работа/подготовка, и др..

No	Код по ECTS	Учебен курс / дисциплина	Аудиторни						Извънаудит.			К	Фи
			АО	Л	С	Лб	Кл	Х	ИО	Сп	...		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<b>1-ви семестър</b>													
1.		Основи на масовата комуникация (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
2.		Теория и практика на PR (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
3.		Теория и практика на рекламата (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
4.		Бизнес комуникация и преговори (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
5.		Избираема дисциплина 1 (1)	15	15	0	0	0	0	135	135	0	6	И
<b>Общо за 1-ви семестър</b>			<b>135</b>	<b>135</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>615</b>	<b>615</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	
<b>2-ри семестър</b>													
1.		Дигитален маркетинг (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
2.		Хиперпотребление и рекламиране (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
3.		Медиен дневен ред и политика (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
4.		Имиджмейкърство (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
5.		Избираема дисциплина 2 (1)	15	15	0	0	0	0	135	135	0	6	И
<b>Общо за 2-ри семестър</b>			<b>135</b>	<b>135</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>615</b>	<b>615</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	
<b>Общо за I-ва година</b>			<b>270</b>	<b>270</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1230</b>	<b>1230</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	
<b>3-ти семестър</b>													
1.		Управление на взаимоотношенията с клиенти	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
2.		Бранд мениджмънт (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
3.		Управление на проекти (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
4.		Взаимоотношения с медиите (1)	30	30	0	0	0	0	120	120	0	6	И
5.		Държавен изпит/Защита на дипломна работа (1)	0	0	0	0	0	0	375	375	0	15	И
<b>Общо за 3-ти семестър</b>			<b>120</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>855</b>	<b>855</b>	<b>0</b>	<b>39</b>	
<b>Общо за целия курс на обучение</b>			<b>390</b>	<b>390</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2085</b>	<b>2085</b>	<b>0</b>	<b>99</b>	

## Избираеми дисциплини

### Избираема дисциплина 1 (за семестър 1)

- Инструменти на комуникационната политика

- Бизнес етикет и кореспонденция

### Избираема дисциплина 2 (за семестър 2)

- Кризисен PR

- Религия и медии

### Правила за изпитите, оценяване и поставяне на оценки

По време на обучението студентите се оценяват с текущи оценки на базата на тестове, контролни и курсови работи, проекти и презентации. В края на обучението по даден курс студентите полагат писмен изпит. Указания за формата, методите и критериите за оценяване присъстват в ECTS макета на всяка учебна дисциплина.

Ръководител на програмата: проф. д-р Велин Станев

### Форми за обучение

редовна