



Утвърдил:

Декан

Дата

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ “СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

Факултет: Философски

Специалност: (код и наименование)

Ф	Ф	С	6	6	0	1	1	3
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Политическа социология

УЧЕБНА ПРОГРАМА

Дисциплина:

И	3	1	2
---	---	---	---

ПОЛИТИЧЕСКА КОМУНИКАЦИЯ – ПОЛИТИЧЕСКИ ПР И РЕКЛАМА

Преподавател: Проф. д.ф.н. Иванка Тодорова Мавродиева

Учебна заетост	Форма	Хорариум
Аудиторна заетост	Лекции	30
	Семинарни упражнения	-
Обща аудиторна заетост		30
Извънаудиторна заетост	Доклад/Презентация	10
	Курсов учебен проект	10
	Самостоятелна работа в библиотека или с ресурси	10
	Анализ на медийно участие	5
	Прессъобщение	5
	Анализ на пресконференция	5
Обща извънаудиторна заетост		45
ОБЩА ЗАЕТОСТ		75
Кредити аудиторна заетост		1
Кредити извънаудиторна заетост		1.5
ОБЩО ЕКСТ		2.5

№	Формиране на оценката по дисциплината	% от оценката
1.	Участие в тематични дискусии в часовете	20%
2.	Портфолио	30%
3.	Текуща самостоятелна работа /контролно	20%
4.	Анализ на медийно участие	10%
5.	Изпит - колективно обсъждане на доклади и реферати)	20%

Критерии на оценяване	
За оценка „Отличен“	Изготвени 6 от задачите в електронната система Мудъл – теоретична част - анализ на дефиниции за ВО/ПР, анализ на организационен имидж, прессъобщение, ПР събитие, комуникационна кампания, пресконференция и

	др. Присъствие на лекциите и упражненията и участие в симулативните игри пресконференция, интервю в медиите и интервю за работа.
За оценка „ Много добър “	Изготвени 5 от задачите в електронната система Мудъл – теоретична част - анализ на дефиниции за ВО/ПР, анализ на организационен имидж, прессъобщение, ПР събитие, комуникационна кампания, пресконференция и др. Присъствие на лекциите и упражненията и участие в 2 от симулативните игри пресконференция, интервю в медиите и интервю за работа.
За оценка „ Добър “	Изготвени 4 от задачите в електронната система Мудъл – анализ на дефиниции за ВО/ПР, анализ на организационен имидж, прессъобщение, ПР събитие, комуникационна кампания, пресконференция и др. Присъствие на лекциите и упражненията и участие в 1 от симулативните игри пресконференция, интервю в медиите и интервю за работа.
За оценка „ Среден “	Изготвени 3 от задачите в електронната система Мудъл – анализ на дефиниции, прессъобщение, пресконференция, ПР събитие или ПР кампания.

Анотация на учебната дисциплина:

Курсът е с теоретико-практическа насоченост. В него акцентът се поставя върху формиране на ефективно поведение в медиите, в публичното пространство, по време на предизборни кампании и при осъществяване на регулярна комуникация в партии, НПО, институции, международни организации. Поставя се акцент върху формиране на презентационни и комуникативни умения за подготовка на речи, при организиране и провеждане на дискусии, дебати, кръгли маси, конференции, презентации и др.

Предварителни изисквания:

Знания от политология, социология, социална психология

Очаквани резултати:

Студентите ще имат формирани умения за реализират успешно общуване в различни комуникативни ситуации и области като политика, международни отношения, дипломация, медии; ще използват техники за ефективно устно публично говорене; за убеждаване при използване на различни комуникативни канали и при спазване на стандарти при реализиране на устна, виртуална и мултимедийна комуникация; ще имат знания по политически ПР и политическа реклама, както и по политическа реторика.

Учебно съдържание

№	Тема:	Хора-риум
1	Комуникация – основни елементи. Политическа комуникация. Дефиниции и особености. Връзки с обществеността (Пъблик рилейшънс – ПР) като институционализирана дейност. Реклама и политическа реклама.	2 ч. л.
2	Връзки с обществеността и реклама – специфично проявление в политиката. Връзки на ПР и рекламата с политическия мениджмънт, политическия маркетинг, политическата комуникацията и др.	1 ч.л.
3	Институционален, организационен, национален. Дефиниране на понятието. Репутация. Изготвяне на програма и план за изграждане и подобряване на имидж. Ролята на консултантски фирми и ПР агенции при изграждането му.	2 ч. л.
4.	Видове презентация. Политически презентации. Комуникативни похвати. Изисквания за структуриране на текст. Стандарти при изготвяне на мултимедийни продукти и видеоматериали. Изисквания за успешно презентирание. Реторична аргументация. Източници на аргументи. Видове аргументи. Реторични фигури и похвати при презентирание. Възможни ефекти при използване на реторични фигури. Подготовка за успешно политическа презентация. Психологическа	2 ч. л.

	подготовка. Анализ на аудиторията. Структуриране на презентацията. Търсене на материал. Построяване на презентацията. Варианти на презентации. Техническа подготовка. Организационна подготовка.	
5.	Външни публикации. Определяне на публиките при политически ПР и политическа реклама. Специфика на публиките на организации, институции, НПО, партии. Контакти с местната власт, с културните и образователните институции, с изпълнителната и законодателната власт. Лобизъм и политическа комуникация.	2 ч. л.
6.	Технология на политическия ПР. Изготвяне на материали за пресата: интервю, статия, репортаж и др. Проучване на тарифи за публикации. Проследяване на ефекта от публикациите и излъчванията.	2 ч. л.
7.	Пресконференцията – място, роля и функции в политическия ПР. Подготовка, организация и провеждане на пресконференция. Медиа папка. Информирание на медиите. Разпределяне на ролите. Подготовка на експозе.	2 ч. л.
8.	Прессъобщение. Структура и съдържание. Нови елементи. Особенности и модели за писане и осъществяване на ефективен политически ПР.	2 ч. л.
9.	Медийно планиране като част от политическия ПР и политическата реклама. Видове медии (вестници, списания, радио, телевизия - ефирна, кабелна, сателитна, интернет). Специфика. Планиране и програмиране. Процедури. Стратегии. Създаване и ръководене на собствени медии.	2 ч. л.
10.	Медиен мониторинг – място и роля в политическия ПР. Преглед на публикациите в медиите. Анализ на материалите. Изготвяне на нюз лeтър и архив. Нови подходи при реализиране на медиен мониторинг.	2 ч. л.
11.	Политически ПР и комуникация в кризисни и критични ситуации. Дефиниране на криза. Ефективна комуникация в кризисна ситуация. Организиране и функциониране на информационен център на мястото на кризата, инцидента, критичната точка.	2 ч. л.
12.	Политическият ПР, политическата реклама и новите технологии. Интерактивен тип пбблик рилейшънс в мрежата. Политически ПР и реклама във виртуална среда. ПР 2.0. Използване на социалните мрежи и социалните медии в политически кампании и в политическата комуникация.	2 ч. л.
13.	Планиране и организиране на специални събития в политиката, в предизборни кампании и при осъществяване на дейности на партии и институции. Изготвяне на сценарий.	2 ч. л.
14.	Планиране и организиране на политически събития и др. Специфични особености.	2 ч. л.
15.	Комуникационна програма и ПР стратегия като част от политическия ПР, политическата реклама и политическата комуникация. Планиране, етапи, реализация и оценка. ПР стратегия. Дефиниране на понятието. Изготвяне, реализация и анализ.	3 ч. л.

Конспект за изпит

№	Въпрос
1	Комуникация. Основни елементи. дефиниции за комуникация. Политическа комуникация. Дефиниции за ПР – Връзки с обществеността и реклама.
2	ПР – Връзки с обществеността и реклама. Основни понятия. Дефиниции. Интегрирана маркетингова комуникация
3	Интервю в медиите. Интервюто като журналистически жанр. Политическо интервю или участие на политици в медийни интервюта. Техники.
4.	Ефективни комуникативни подходи при участие в предавания в електронни медии. Особенности на телевизионните журналистически жанрове.
5.	Пресконференция. Организационни и комуникативни особености. Брифинг. Особенности на политическата пресконференция.
6.	Прессъобщение. Структурни и съдържателни елементи.
7.	Институционален, организационен имидж. Имидж и репутация. Създаване и поддържане на имидж и репутация.
8.	Специални събития. Специфични особености при организиране и провеждане на политики и

	предизборни кампании.
9.	Медийно планиране. Особенности и осъществяване в политиката.
10.	Медиен мониторинг. Особенности, модели, организиране и осъществяване, анализи в политиката.
11.	Политически ПР и комуникация в криза.
12.	Комуникационна програма и ПР стратегия. Особенности, организиране, повеждане, анализиране при осъществяване на политическа комуникация.

Библиография

Основна:

- Алексиева, С. *Пъблик Рилейшънс. Книга за това, което не може да се купи, а трябва да се спечели*, София: Изд. НБУ, 2008.
- Алексиева, С. *Връзки с обществеността и културен туризъм*, С., 2004. принципи, стратегии, техники, изд. "Екслибрис", София
- Ангелова, С. *Измерения на онлайн PR*. Благоевград: УИ „Неофит Рилски”, 2011.
- Връзки с обществеността, катедра Юнеско, ФЖМС, С., 1996.
- Сегела, Ж. *Холивуд пере най-добре*, С., 2004.
- Сегела, Ж. *Имало едно време избори*, С., 2005.
- Гилфойл, Д. *Харизмата и нейният ефект*, С., 2002.
- Голдблат, Дж. *Специални събития*, С., 2002.
- Дейвис, А. *Всичко, което трябва да знаете за Пъблик Рилейшънс. Директни въпроси на повече от 500 въпроса*, С., 2007.
- Доулинг, Г. *Създаване на корпоративна репутация. Идентичност. Имидж. Представяне.*, С., 2005.
- Зийман, С. *Краят на рекламата, каквато я познаваме*, С., 2004.
- Кафтанджиев, Х. *Absolute semiotics in an Absolute world*, Сиела, С., 2008.
- Кафтанджиев, К. *Хармония в рекламната комуникация. Много презаредена*, С., 2008.
- Кътлип, С., Сентър, А., Бруум, Г., *Ефективен пъблик рилейшънс*, С., 2003.
- Лари, Т. *Бащата на манипулацията*, С., 2000.
- Лехтонен, Я. *Рисковете на публичността*, С., 2002.
- Мавродиева, И. *Бизнескомуникации ... и връзки с обществеността*. сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 2, 2006, 22-24.
- Мавродиева, И. *Филтриране на информация от PR отдели и от медии*, Департамент Масови комуникации, НБУ, Публикации от IX Лятна школа "PR и медии в България - противопоставени или равнопоставени ?" ISBN: 954-535-287-6, <http://ebox.nbu.bg/mascomschoolprandmedia/92D30954-C871-4D27-8ED4-87879E297858_d10.html>.
- Мавродиева, И. *Политическата реторика в България: от митингите до Web 2.0*, С., изд. Парадигма, 2012.
- Мавродиева, И. *Европейската и атлантическата интеграция на България. Реторически аспекти*, УИ „Св. Кл. Охридски”, С., 2004.
- Маринов Р. *Пъблик рилейшънс, технология и практика* С., 1995.
- Маринов, Р. *Бял, черен и реверсивен PR*, С., 2003.
- Маринов, Р. *Комуникационни стратегии*, НБУ, С., 2004.
- Петев, Т. *Комуникация и социална промяна*, С., 2001.
- Пийз, А. *Въпроси и отговори*, С., 2006.
- Райков, З. *Технология и техники на публичната комуникация*, С., 2001.
- Райков, З. *PR – технология на успеха*, С., 2003.
- Стефанова, Д. *Стратегически компоненти на PR-планирането*. Благоевград: УИ „Неофит Рилски”, 2011.
- Стоицова, Т. *Лице в лице с медиите*. София: Изд. „Просвета”, 2004.
- Стойков, Л., В. Пачева. *Връзки с обществеността и бизнескомуникация*. София: Изд. „От игла до конец”, 2007.
- Стойков, Л. *Управление на връзките с обществеността*. София: УНСС, 2007.
- Стюард, С. *Как да общуваме с медиите*. София: Изд. „Кръгзор”, 2005.

Допълнителна:

- Генова, В. *Интернет: нов живот за институционалните издания*. сп. Бизнес секретар., 2009, кн 2, 20-24.
- Георгиева, К. *PR. Реторика. Медии*. София: Jix, 2009.
- Георгиева, К. *Реторичният ПР. електронно научно списание „Реторика и комуникации”*.<<http://rhetoric.bg/>> брой 7 , 2013. ISSN 1314-4464.

Мавродиева, И. Полезни четива по комуникации и управление в нетрадиционна форма, сп. Бизнессекретар, изд. МОН, бр. 4, 2007, 22-26.

Рушкоф, Д. Теория и практика на манипулацията, С., Кръгзор, 2008.

Татяна Дронзина, Иванка Мавродиева. Образ России в средствах массовой информации Болгарии // Вестник Евразии, 2008. № 1 (39). С. 52-74.

Николова, Е. ”Дефинирането на термина „връзки с обществеността” като предизвикателство, .<<http://rhetoric.bg/>> брой 7 , 2013. ISSN 1314-4464.

Периодични издания:

сп. Sign safe

сп. L'Еuroreo

сп. Връзки с обществеността, редактор Татяна Дронзина

сп. Обществена комуникация, редактор Здравко Райков

сп. Медиа и реклама

сп. Медия свят

в. Капитал

Електронно научно списание „Реторика и комуникации” <http://rhetoric.bg/>

Електронно списание „Медии и обществени комуникации” <http://www.media-journal.info/>

Електронно списание NewMedia 21 - <http://www.newmedia21.eu>

Електронно списание „Публични политики” <http://ejpp.eu/index.php/ejpp>

Март 2016 г.

Съставил: Проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева