

Факултет: ФАКУЛТЕТ ПО ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И МЕНИДЖМЪНТ
Катедра: МЕНИДЖМЪНТ В СЪОБЩЕНИЯТА
Професионално направление: 3.7. АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
Специалност: УПРАВЛЕНИЕ НА УСЛУГИ
Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР

ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

1. Наименование на курса: PR ПОЛИТИКА В СЕКТОРА НА УСЛУГИТЕ

2. Код на курса: 24.3.1.1.11

3. Вид на курса: факултативен

4. Ниво: магистър

5. Година на изучаване: първа

6. Семестър: първи

7. Брой кредити: 3

8. Име на лектора: доц. д-р Любов Илиева, хон. ас. Ивелин Николов

9. Резултати от обучението за дисциплината:

Целта на курса е да даде на студентите в систематизиран вид основни (фундаментални) познания в областта на PR политиката в сектора на услугите.

Студентите, приключили обучението си по дисциплината, трябва да придобият:

Основни знания за технологията на приложение на PR политиката в сектора на услугите.

Практически умения за приложение на PR политиката в сектора на услугите, нейните особености, методи и техники.

Компетенции: След приключване на курса студентите трябва да са усвоили знания за PR политиката в сектора на услугите и технологията на нейното приложение.

10. Начин на преподаване:

Начинът на преподаване е в лекционна и дискуссионна форма, според спецификата на разглежданата материя. Разглеждат се въпроси за PR политиката в сектора на услугите като в учебните занятия се използва мултимедия.

11. Предварителни изисквания:

Студентите следва да имат задълбочени познания по лидерски стилове в организации от нематериалния сектор, управление на комуникациите в проекти за услуги.

Курсове, ползващи дисциплината са взаимоотношения с клиенти в сектора на услугите, маркетинг в социалните мрежи и on-line услуги, управление на ключови клиенти в сектора на услугите.

12. Съдържание на курса:

В дисциплината се разглеждат теми свързани със същността и обхвата на PR политиката в сектора на услугите, нейните разновидности и ролята на човешкия фактор, модели, функции и принципи на PR, обект и субект на PR, технология за реализиране на PR политиката в сектора на услугите, PR политика и средства за масова информация.

13. Библиография:

Основна литература:

1. Бакърджиева, М. Бизнес комуникации и връзки с обществеността. АИ „Ценов“, 2015.
2. Стоянов, И. Бизнес комуникации и връзки с обществеността. „Авангард Прима“, 2016.
3. Kelleher, T. Public Relations. Oxford University Press, 2017.
4. Page, J, Parnell, L. Introductions to Strategic Public Relations. Sage, 2018.

Допълнителна литература:

1. Guth, D., Marsch, C. Public Relations. Pearson, 2016.
2. John III, B., et al. Cases in Public Relations Strategy, Sage, 2018.
3. Stacks, J. Primer in Public relations Strategy. The Guilford Press, 2016.

14. Методи и критерии на оценяване:

Дисциплината завършва с текуща оценка. Отчита се индивидуалната и екипна работа на студента през семестъра - текущ контрол по време на лекции и семинарни занятия. Оценката по дисциплината се оформя чрез точкова система, максималния брой точки, който

студентите могат да получат е 100 (вж. табл. 1). Те се образуват от едно практическо задание, разработвано в екип от няколко студента, възложено от лектора на курса (съобразно теми от конспекта) и две задания в семинарите – презентация на курсова работа (по избор на студента от зададени направления, т.е. теми по конспект) и практика за усвояване на знания. С оценката, която е образувана от получения сбор от точки (от лекции и упражнения), т.е. с текущ контрол, студентът се оформя според предварително оповестени критерии. Формирането на текуща оценка в курса на обучение е съобразно получени точки и подредбата им по шестобалната система, дадено в Таблица 1.

Таблица 1.

Брой точки	Оценка по шестобалната система
0 – 20	Слаб 2 (F)
20 – 39	Слаб 2 (FX)
40 – 49	Среден 3,00 (E)
50 – 59	Среден 3,00 (D)
60 – 69	Добър 4,00 (C)
70 – 84	Мн. добър 5,00 (B)
85 – 100	Отличен 6,00 (A)

15. Език на преподаване: *български*