



Правно - исторически факултет

2700 Благоевград, пл. „Георги Измирлиев - Македончето”
тел./факс: 073/88 66 17; e-mail : admin@law.swu.bg

КОНСПЕКТ

за държавен изпит на специалност „Връзки с обществеността”
ОКС “бакалавър”, 2021/2022 учебна година,

1. Комуникационен процес - основни компоненти. Видове комуникация според мащаба, комуникатора, връзката, знаковата система и функциите. Сравнителна характеристика.
2. Модели на комуникация – модел на Шенън и Уивър, модел на Ласуел, двустепенната комуникация, дифузна теория на Еверет Роджърс, на Р. Якобсон.
3. Дефиниране на понятието PR. Специфика на PR-професията (професионални дейности). Основни модели на PR (Джеймс Груниг, Тод Хънт). Съвременният PR в България.
4. Техники на PR – прессъобщение (същност, предварителен етап, елементи); пресконференция (същност и етапи).
5. Анализ на ситуацията. Същностни компоненти - социален контекст, организация, публики и медии.
6. Процес на управление в PR. Планиране в PR и видове PR-кампания.
7. Дефиниране и видове специални събития в PR-практиката. Събитийен мениджмънт – дефиниции и процес на управление (изследване, замисляне, планиране, координиране и оценяване).
8. Рекламна комуникация. Дефиниране на рекламата. Функции на рекламата. Прилики и разлики между ПР и реклама. Седемте “К” на рекламната комуникация. Рекламен четириъгълник.
9. Целеполагането в рекламата. Определяне на рекламната цел. Моделът ДАГМАР. Характеристики на рекламната цел. Принципи за измерване на рекламните ефекти. Йерархия на комуникационните ефекти.
10. Медия планирането в рекламата. Същност и значение. Проблеми. Фактори, влияещи върху избора на медия. Параметри на стратегическото медия планиране на рекламата – обхват, честота, продължителност.
11. Преимущества на Интернет за PR. Характеристики на онлайн комуникацията.
12. Уеб-сайтът на организацията като средство за PR. Уеб сайтът – необходимост в PR-дейността. Видове сайтове. Изисквания при проектиране на сайта. PR-цели и задачи пред сайта. Страница за медиите.

13. Убеждаващата комуникация в PR като основен метод. Дефиниране на понятието и характеристика на убеждаваща комуникация. Етапи на развитие на убеждаващата комуникация. Основни цели и основни правила за успешна реализация на убеждаването в ПР. Структурни нива. Речта в убеждаващата комуникация. Убеждаване и контрол.
14. Публична отчетност и социална отговорност на убеждаващата комуникация в PR.
15. Типове култури по Едуард Хол и Хеерт Хофстеде. Проблеми на PR-общуването в поликултурна среда.
16. . Комуникацията като обект на емпирично изследване. Разбирания и концепции за общественото мнение. Изследвания на общественото мнение. Видове изследвания на ОМ: сондажни, барометри, тематични, електорални, референдуми, панелни.
17. Същност и специфика на качествените методи за изследване на комуникациите: дълбочинно интервю, фокус групи, включено наблюдение, case study. Приложение на контент анализа в PR практиката.
18. . Същност и функции на политическата комуникация. Вербален канал на политическата комуникация, функции на вербалното поведение. Комуникационни техники в процеса на политическа комуникация. Убеждаващата комуникация в политиката и формулата RACE.
19. Същност и характеристики на политическия имидж, видове имидж според различни класификации. Подходи за изграждане на политически имидж. Елементи и особености на невербалната комуникация за изграждане на политически имидж.
20. Особенности на средата на медийната организация: Външни (неконтролируеми) фактори и вътрешни (контролируеми) фактори на медийното обкръжение. Специфика на факторите и влиянието им. Характеристиките комплексност, динамичност и враждебност. Пазарно и непазарно обкръжение на медийната организация. Процес на приспособяване на медиите към обкръжението им.
21. Същност на медийната информация. Критерии за информационни стойности.
22. Характеристика на масово-комуникативния текст.
23. Езикови стратегии за убеждаване и манипулиране.
24. Същност и основни признаци на PR текста.
25. Стилистика на PR текст. Съвременни теории за езиковия стил. Дефиниране на понятието „стил” в българската стилистика. Класификация на стиловете. Функционално-стилистична диференциация на речта. Функционални стилове - разговорен, научен, официално-делови, публицистичен. PR- стил – същност. Изграждане на PR- стил.