

# **ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ “ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР”**

## **КОНСПЕКТ**

по учебната дисциплина  
**„Връзки с обществеността”**

специалност

**“Стопанско управление”**

учебна 2009/2010 г., редовно обучение

1. Теории за комуникациите. Съвременни тенденции в развитието на теорията за публична комуникация.
2. Същност, характеристика и функции на бизнескомуникацията.
3. Същност на социалната технология на ВО. Характеристики. Поява и съвременно развитие в бизнеспрактиката.
4. Обществено мнение и бизнескомуникация. Създаване и управление. Въздействие.
5. Манипулиране на ОМ. Конкретни техники и ефекти.
6. Изграждане на персонален и корпоративен имидж.
7. Масова комуникация, бизнескомуникация и ВО.
8. Манипулация и бизнескомуникация. Въздействие на целеви групи.
9. Връзки с обществеността, бизнескомуникации и масмедии.
10. Медийна политика на бизнесорганизация. Техники за взаимодействие с медиите.
11. Режикура на обществения скандал в бизнескомуникацията. Търсени ефекти. Превенция на скандала. Елеминиране на последиците.
12. ВО и кризисни ситуации в бизнескомуникацията.
13. Планиране на кампании по ВО в специфични и специални ситуации.
14. Мултимедийни информационни системи и възможностите за въздействие чрез ВО.
15. Връзки с обществеността в публичната администрация.

### ***Библиография:***

1. Стойков Л., Пачева В., Връзки с обществеността и бизнескомуникация, С, 2005 .
2. Сентър. А. Ефективен пбблик рилейшънс. С, 1999.
4. Сборник, Калагларски Г., Рецепти за успех, С, 2008.
5. Райков, Здр., Техники и технологии на ВО, С, 2000.
6. Маринов Р., Неосъзнатата сила, С, 2001.
7. Буркарт Р., Наука за комуникацията, С, 2001
8. Петев Т, Теории за комуникациите, С, 2004.
9. Сп. “Обществена комуникация”, С, 1998-2004.

Изготвил: доц. д-р Георги Калагларски