
	ФОРМУЛЯР	Индекс: Фо 04.01.01-02
	УЧЕБНА ПРОГРАМА	Издание: П
		Дата: 10.01.2013 г.
		Страница 1 от 5

	ФОРМУЛЯР	Индекс: Фо 04.01.01-02
	УЧЕБНА ПРОГРАМА	Издание: П
		Дата: 10.01.2012 г.
		Страница 1 от 5 стр.

МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ПЛЕВЕН
ФАКУЛТЕТ „ОБЩЕСТВЕНО ЗДРАВЕ”

ОДОБРЯВАМ:
 Декан на ФОЗ
 (Проф. д-р С. Янкуловска, д.м.н.)

ВЛИЗА В СИЛА
 ОТ УЧЕБНАТА 2019/2020 Г.

УЧЕБНА ПРОГРАМА

ПО

„ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”


ЗА ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН
„БАКАЛАВЪР”

СПЕЦИАЛНОСТ:
„УПРАВЛЕНИЕ НА ЗДРАВНИТЕ ГРИЖИ”

ЗАДОЧНО ОБУЧЕНИЕ

ПЛЕВЕН

2019 г.

	ФОРМУЛЯР	Индекс: Фо 04.01.01-02
	УЧЕБНА ПРОГРАМА	Издание: П
		Дата: 10.01.2013 г.
		Страница 2 от 5

По учебен план на МУ - Плевен - избираема дисциплина

Учебен семестър: втори

Хорариум: 15 часа (15 часа лекции)

Кредити: 2

Преподавател:

Доц. Макрета Драганова, дм, Магистър по педагогика, Магистър по здравен мениджмънт, Доктор по социална медицина и организация на здравеопазването и фармацията. Ректорат 2, ст. 319 тел. 064 884-197

1. АНОТАЦИЯ

Целта на курса по Връзки с обществеността (PR) е да изгради базата от основни познания в областта на връзките с обществеността и приложението им при управлението на здравните реформи, вътрешната комуникация в колектива и маркетинговите комуникации.


Връзките с обществеността и резултатите от анализите на социологическите проучвания са от изключително значение за здравните системи в период на повсеместни реформи, каквито се прилагат в България през последното десетилетие. Основна цел на предлаганият обучителен курс е да се възстановят комуникационните процеси в българското здравеопазване, които през последните години в голяма степен са прекъснати или изкривени.

Съдържанието на лекционният курс е фокусирано върху историческото развитие и основните понятия в съвременната теория на PR, значението на общественото мнение за здравните реформи, принципи на комуникацията с колектива и външните медии, етапите в управлението на връзките с обществеността, създаването и управлението на медийния имидж, както и значението на PR в периоди на кризи.

Изучаването на дисциплината „Връзки с обществеността” е насочена към преодоляване на различията в нагласите, интересите и вижданията на основните участници в здравната система – пациентите и здравните професионалисти чрез включването и в обучението на специалистите по „Управление на здравните грижи”.

ФОРМИ НА ОБУЧЕНИЕ:

- Лекции
- Семинари

	ФОРМУЛЯР	Индекс: Фо 04.01.01-02
	УЧЕБНА ПРОГРАМА	Издание: П
		Дата: 10.01.2013 г.
		Страница 3 от 5

МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ:

- лекционно изложение
- обсъждане в семинарни занятия
- ситуационни задачи
- дискусии

КОНТРОЛ И ОЦЕНКА НА ЗНАНИЯТА

- заключителен контрол: дидактически програмиран контрол

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЧЕБНИЯ МАТЕРИАЛ ПО ТЕМИ

N	Тема	Лекц.
1	Същност на „Връзките с обществеността“ - основни понятия	2
2	Исторически аспекти и структура на съвременните ВО	2
3	PR-комуникация. Елементи и фази	2
4	Канали за вътрешна комуникация.	2
5	Комуникация с външните публики	2
6	Управление на връзките с обществеността	3
7	Маркетингови комуникации и връзки с обществеността	2
	Общо	15


ТЕМАТИЧЕН ПЛАН

1. Същност на „Връзките с обществеността“ – основни понятия. (2 ч. лекция)

Разгледани са различни дефиниции за PR, както и отношението на здравните мениджъри към функциите и задачите на връзките с обществеността. Дискутира се значимостта на връзките с обществеността за ефективното управление на организацията. Връзките с обществеността са разгледани като функция на управлението, която налага и поддържа взаимноизгодни отношения между една организация и нейните публики

2. Исторически аспекти и структура на съвременните връзки с обществеността (2 ч. лек.).

Проследява се историческото развитие на връзките с обществеността. Дискутират се професионалните функции на дейността като вътрешни взаимоотношения, публичност, реклама, пресагентство, пбблик афеърс, лобизъм, управление на резултатите, взаимоотношения с инвеститори и

	ФОРМУЛЯР	Индекс: Фо 04.01.01-02
	УЧЕБНА ПРОГРАМА	Издание: П
		Дата: 10.01.2013 г.
		Страница 4 от 5

развитие.

3. PR-комуникация. Елементи и фази (2 ч. лек.).

Обсъден е съвременния модел на комуникационен процес и неговите елементи – източник на комуникацията, съобщение, комуникационни канали, получател на съобщението, контекст на взаимоотношенията и социална околна среда.

4. Канали за вътрешна комуникация (2 ч. лек.).

Разгледано е значението на PR за ефективната комуникация вътре в здравната организация и управлението на човешките ресурси. Анализирани са структурата и съдържанието на вътрешната комуникация – визията на организацията, мисията, фирмените документи и учебни материали.

5. Комуникация с външните публики (2 ч. лек.).

Съвременните технологии променят представата за масовите медии и предлагат нови приложения на традиционните медии – вестници, информационни агенции, списания, радио, телевизия и интернет. Разгледани са спецификите на различните видове медии и целевите им аудитории.

6. Управление на връзките с обществеността (3 ч. лек.).


Представя се процеса на управление на връзките с обществеността. При планирането на PR програмата са разгледани последователните етапи – създаване на сценарий, предвиждане на кризисни ситуации, изграждане на информационен център, определяне на бюджета, предварително тестване на PR програмата и нейното продаване на потенциалните клиенти. Разгледани са двата основни компонента на PR-стратегията – действието и комуникацията.

7. Маркетингови комуникации и връзки с обществеността (2 ч. лек.).

Прави се сравнителен анализ между маркетинг и връзките с обществеността. Разглеждат се основните цели на връзките с обществеността като функция на управлението в дадена организация. Представят се Международен етичен кодекс на връзките с обществеността и европейски кодекс на професионално поведение за връзките с обществеността.

КОНСПЕКТ ЗА СЕМЕСТРИАЛЕН ИЗПИТ

1. Определение и основни понятия в теорията за връзки с обществеността
2. Исторически аспекти и структура на съвременните връзки с обществеността.
3. Професионални функции на PR – дейността.

	ФОРМУЛЯР	Индекс: Фо 04.01.01-02
		Издание: П
	УЧЕБНА ПРОГРАМА	Дата: 10.01.2013 г.
		Страница 5 от 5

4. PR-комуникация. Елементи и фази
5. Взаимоотношенията в колектива като част от връзките с обществеността. Канали за вътрешна комуникация
6. Комуникация с външните публики – основа за развитието на PR
7. Ролята на PR – специалистите в организацията на комуникацията с журналистите
8. Управлението на връзките с обществеността – етапи на анализи и планиране
9. Управление на връзките с обществеността – етапи на реализация и оценка на резултатите
10. Управление на медийния имидж
11. Маркетингова комуникация и връзки с обществеността.
12. Принципи на връзките с обществеността
13. Международен етичен кодекс по връзки с обществеността
14. Европейски кодекс на професионално поведение на връзките с обществеността
15. Стратегии за връзки с обществеността

ПРЕПОРЪЧВАНА ЛИТЕРАТУРА

1. **Веков Т.**, Връзки с обществеността и маркетингови комуникации, изд. Български Кардиологичен Институт, 2011 г., 260 стр.
2. **Веков Т.**, Връзки с обществеността и маркетингови комуникации, изд. МУ - Плевен, 2013 г., 155 стр.
3. **Дейвис А.**, Всичко, което трябва да знаете за PR, изд. Рой Комюникейшън, 2007 г., 287 с.
4. **Стойков Л.**, Управление на връзките с обществеността, изд. Авангард Прима, 2007 г., 356 с.

АВТОР НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

доц. Макрета Драганова, дм