



МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ПЛОВДИВ
ФАКУЛТЕТ „ОБЩЕСТВЕНО ЗДРАВЕ“
ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

Лекция № 1

СЪЩНОСТ НА ВРЪЗКИТЕ С ОБЩЕСТВЕНОСТТА
– ОСНОВНИ ПОНЯТИЯ

За дистанционна самоподготовка по „Връзки с обществеността“ за студенти от специалност „Управление на здравните грижи“

Доц. Макрета Драганова, д.м.



Здравейте!

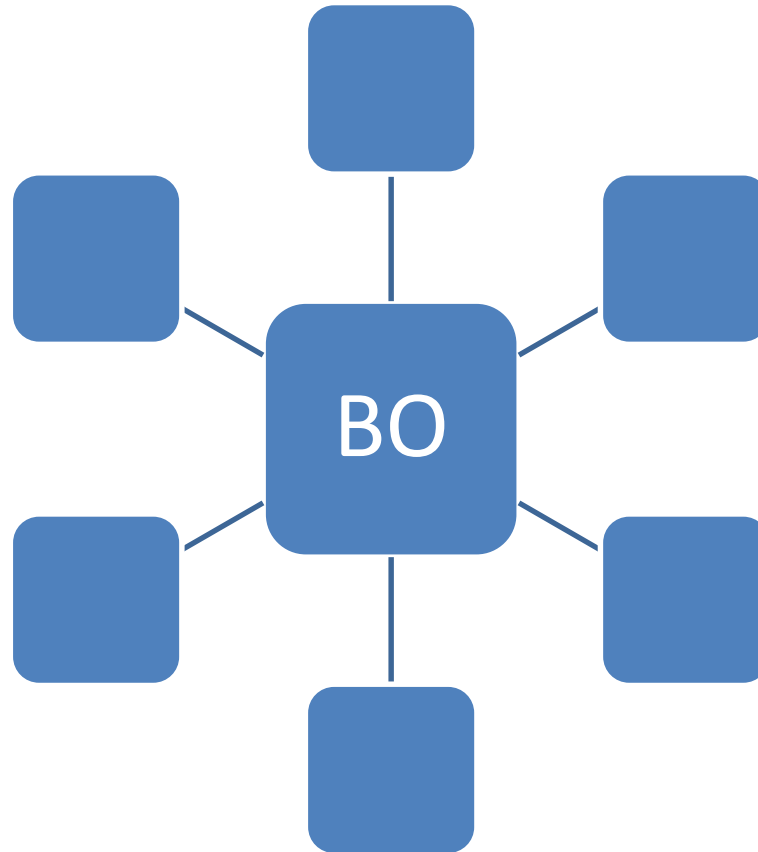
Как сте?



Връзки с обществеността

Макрета Драганова

С какво свързвате „Връзките с обществеността“ в дадена организация?



Задача: Прочетете и определете мин. 5 ключови думи

„Пъблик рилейшънс е отличителна управленска функция, която помага за установяване и поддържане на двустепенна комуникация, разбирателство, одобрение и сътрудничество между една организация и нейните потребители. Включва управление на проблемите и на резултатите; помага на мениджмънта да бъде непрекъснато информиран и отзивчив към общественото мнение; определя и наблюдава на управленската отговорност за обслужване на обществените интереси; помага на управлението да е винаги наясно със ситуацията и ефективно да използва промените, за да служи като една ранна предупредителна система. Необходимо е да се предвиждат тенденциите, да се използват изследвания и етични комуникационни техники като принципни инструменти.“

Фондацията за ПР-изследвания и образование, формулирана след анализ на 472 определения

Връзки с обществеността

„Пъблик рилейшънс е отличителна **управленска функция**, която помага за установяване и поддържане на двустепенна комуникация, разбирателство, одобрение и сътрудничество между една организация и нейните потребители. Включва управление на проблемите и на резултатите; помага на мениджмънта да бъде непрекъснато информиран и отзивчив към общественото мнение; определя и наблюдава на управленската отговорност за обслужване на обществените интереси; помага на управлението да е винаги наясно със ситуацията и ефективно да използва промените, за да служи като една ранна предупредителна система. Необходимо е да се предвиждат тенденциите, да се използват изследвания и етични комуникационни техники като принципни инструменти.“

Фондацията за ПР-изследвания и образование, формулирана след анализ на 472 определения

Какво представляват ВО?

- Понятие?
- Област?
- Специалност?
- Професия?

Връзки с обществеността-понятие

- **област**, занимаваща се с поддържането на публичния имидж на известни или публични личности, организации и програми.
- **дейност**, която създава взаимноизгодни взаимоотношения между дадена организация и нейните потребители, от които взаимоотношения зависи нейният успех или провал.

Връзки с обществеността - специалност

- модерна и перспективна **специалност**, чиято основа е съвременната социална технология за убеждаваща комуникация.
- Мисията на специалистите от връзки с обществеността е да осигуряват успеха на каузи, организации, политически партии и обществени доктрини като печелят общественото доверие, преодоляват информационните дефицити, поддържат активни социални връзки и да съдействат за постигането на позитивна идентичност на организацията, в която работят, осигурявайки ѝ взаимодействие с различни групи хора и **обществени структури**.

Връзки с обществеността – професия

- **Експерт ВО** - Разработва планове за промоции, реклама и разпространение на нови продукти, стоки и услуги пред крайни потребители или фирми. За целта използва специално подготвени рекламни материали, разпространени в пресата, държи речи, организира представяния и конференции.

Връзки с обществеността – професия

- Съставя програми за по-добро информиране на клиентите за нови продукти, постижения и нововъведения.
- Подготвя и изпраща представяне на новите продукти или услуги на медиите или потребителите.
- Отговаря за създаването на добър имидж на продукта или услугата.

Връзки с обществеността – професия

- Консултира се с рекламни агенции относно организирането на презентации, рекламни кампании, разпространение на материали и други.
- Запазва рекламни места във вестници, списания, билбордове според изискванията на клиентите си.
- Проследява общественото мнение за даден продукт, за да се ориентира какви действия да предприеме за подобряване на имиджа на продукта или услугата за постигане на по-добри продажби и съответно по-големи печалби.

Изисквания за заемане на длъжността

- Висше образование по специалност от сферата на връзките с обществеността
- - масови комуникации;
- - медийни науки;
- - журналистика;
- - издателска дейност;
- - маркетинг.

Пример: Обява за Експерт ВО (1)

- Позиция: ЕКСПЕРТ „ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА“ (по заместване)
- Работна сфера: Здравеопазване и социални дейности, Медии и информация, Реклама и PR;
- Задължения и отговорности:
- Фондация „Сийдър“ обявява свободно работно място по заместване за длъжността **Експерт „Връзки с обществеността“** в централния си офис в гр. София. Търсим енергичен, инициативен и отговорен човек, който:

Задължения и отговорности (2)

- Разработва и прилага на практика Комуникационна стратегия на организацията;
- Поддържа благоприятен обществен облик на фондацията, достига до по-широк обществен кръг и ангажира възможно най-много поддръжници;
- Поддържа ефективна връзка с медиите;
- Поддържа и развива социалните медийни канали, информационния бюлетин, интернет страницата и всички останали канали;
- Участва в организирането на събития и кампании за набиране на средства или събития с цел популяризиране дейността на фондацията.

Изисквания (3)

- Завършено образование, минимум Бакалавър, в областта на връзки с обществеността, маркетинг, бизнес администрация или сходна сфера;
- Отлични междуличностни качества, както и много добри комуникационни умения на писмено и устно ниво;
- Много добри организационни умения, аналитичен подход и развит усет към детайлите;

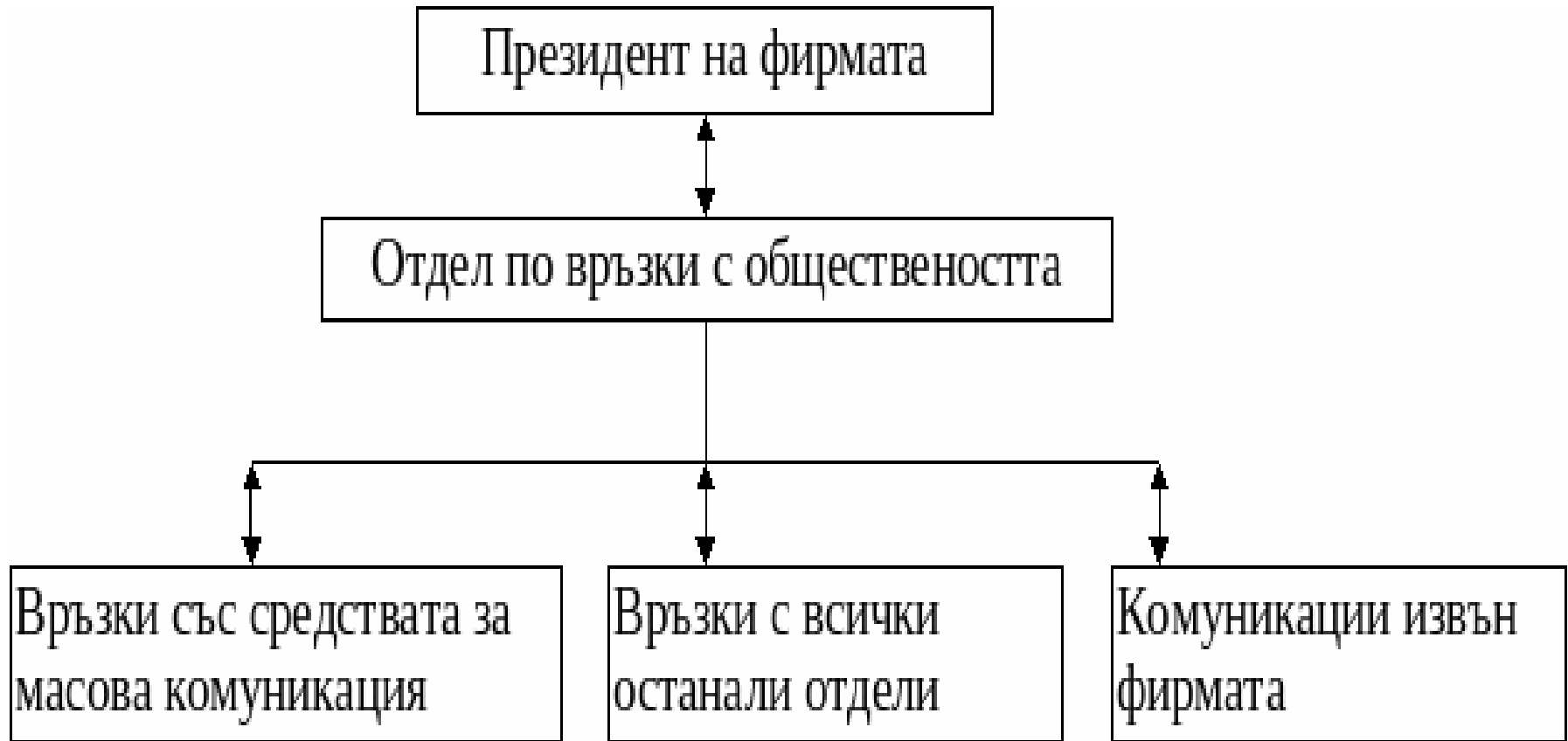
Изисквания (4)

- Отлично владение на английски и български език на писмено и устно ниво;
- Опит в използването на социални медии и други онлайн платформи;
- Тя/той е енергичен и инициативен, притежава предприемаческа етика и способност да работи самостоятелно, когато е нужно;

Изисквания (5)

- Има високо чувство за отговорност, висок морал и етични стандарти;
- Има силно развито чувство за социална справедливост и е убеден защитник на правата на човека, като и има уменията да привлича останалите към каузата;
- Ефективно работи в екип.

Мястото на ВО в организацията



Задача

Всеки да се опита да припомни по
3 – 5 ключови думи на „Връзките с
обществеността“

Ключови думи на ВО

- Обществено мнение;
- Имидж;
- Медии;
- Реклама;
- Маркетинг;

ПРОЦЕС НА ТРАНСФОРМИРАНЕ НА НАГЛАСИТЕ ЧРЕЗ ПР

- ВРАЖДЕБНОСТ – СИМПАТИЯ
- ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ – ПРИЕМАНЕ
- АПАТИЯ – ИНТЕРЕС
- НЕЗНАНИЕ - ПОЗНАНИЕ



Моля, отговорете писмено/устно на въпросите

1. Защо според вас се изучава дисциплината „Връзки с обществеността“?
2. Какво очаквате да научите от модула „Връзки с обществеността“?

Благодаря за вниманието!

Приятна почивка!