



КОНСПЕКТ

ПО „ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”

ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА СЕМЕСТРИАЛЕН ИЗПИТ ПРЕЗ УЧЕБНАТА 2014/2015 ГОД.

**със студенти образователно-квалификационната степен “Магистър”
специалност „Обществено здраве и здравен мениджмънт”**

- 1 Определение и основни понятия в теорията за връзки с обществеността
- 2 Исторически аспекти и структура на съвременните връзки с обществеността
- 3 PR-комуникация. Елементи и фази
- 4 Значение на общественото мнение за процеса на здравни реформи в България
- 5 Комуникация с външните медии – основа за развитието на PR
- 6 Ролята на PR – специалистите в организацията на комуникацията с журналистите
- 7 Управлението на връзките с обществеността – методи на анализ.
- 8 Планирането като етап от управлението на връзките с обществеността.
- 9 Управление на връзките с обществеността – етапи на реализация. и оценка на резултатите
Оценката на резултатите – същност, модели за оценка на резултатите.
- 10 Управление на медийния имидж
- 11 Маркетинг и връзки с обществеността. Проектиране на PR и маркетингови комуникации
- 12 Информация и маркетингово проучване.
- 13 Проектиране и управление на интегрираните маркетингови комуникации
- 14 Стратегии за връзки с обществеността