РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 4 от 17.12.2024 г. Приета от КС, Протокол № 7 от 10.12.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“ПР в сферата на туризма” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-310**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-310 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.03/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 10 | 20 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 10 | 20 | 10 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 10 | 10 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 17 | 11 | 17 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия** | | |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 20% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 40% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Писменият изпит се осъществява под формата на тест, комбиниращ затворени и отворени въпроси* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Учебната дисциплина „ПР в сферата на туризма" засяга основни концепции на пъблик рилейшънс, методи и начини за въздействие върху отделните целеви публики на организациите и фирмите. Дисциплината е предназначена за студенти от МП "Международен туризъм” към СА „Д.А. Ценов”.

**2.2. Предварителни изисквания**

Курсът по "ПР в сферата на турзима" използва знанията, уменията и компетенциите на обучаемите, придобити в бакалавърската степен по дисциплините "Бизнес коуникации" и "Търговски преговори".

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

При обучението на студентите се използват и съчетават различни традиционни и иновативни интерактивни методи на преподаване. В семинарните занятия се поставя акцент върху поставянето на студентите в активна позиция и се търсят възможности за развиване на аналитично мислене, креативност и работа в екип.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Акцент при организирането на обучението на студентите в дистанционна форма се поставя върху синхронните лекции и консултации, чрез интегрираната платформа за електронно и дистанционно обучение с отворен код Moodle. Разработени са подходящи интерактивни учебни ресурси - онлайн тестове, казуси, видео презентации, курсови задания с възможности за решаване самостоятелно или екипно

**2.4. Очаквани резултати**

След обучение по дисциплината студентите ще могат да дефинират областта на действие на ПР дейностите, да разбират тяхното значение за успеха и изграждането на добър имидж на фирмата, да използват инструментите в обхвата на корпоративните връзки с обществеността, за да могат да изградят антикризисиен план на фирмата за справяне със ситуации, изискващи подходяща комуникация, насочена към външните и вътрешни целеви публики на фирмата.

**III. разпространение на дисциплината**

1. Irkutsk State Linguistic University, Russia

2. International School of Law and Business, Lithuania

3. Universidad Europea del Atlántico, Spain

1. Икономически университет - Варна

2. УНСС

3. Нов български университет

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Същност на Пъблик Рилейшънс** | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 |
| *Дефиниране на пъблик рилейшънс. Основни подходи към дефинирането на ПР. Сфери на ПР.* |
| **Комуникационният процес като част от Пъблик Рилешшънс** | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 |
| *Комуникационен модел на ПР. Публики. Обществено мнение. Същност, основни характеристики, видове.* |
| **Форми на предаване на новини в ПР-организация** | 4 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 |
| *Речи. Прес-рилийз. Пресконференция. Презентация. Пресцентър и говорителска институция.  Собствени медии* |
| **Начини за въздействие върху общественото мнение( целеви публики)** | 6 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 |
| *Митологизиране. Бизнес ритуали. Корпоративния празник като бизнес ритуал.* |
| **Връзки с медиите** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *ПР чрез печатните медии. ПР чрез радиото и телевизията. Интернет и връзките с обществеността.* |
| **Управление на ПР дейностите** | 6 | 1 | 2 | 1 | 6 | 1 |
| *Планиране на ПР кампания. Служба на ПР в организацията - същност, функции.  Видове кампании* |
| **Управление при кризисен ПР** | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| *Дефиниране на криза. Подготовка за кризисна ситуация и информационна дейност на фирмата кризисна ситуация. Видове кризи* |
| **Корпоративна идентичност, корпоративен имидж и репутация** | 6 | 1 | 1 | 0 | 6 | 1 |
| *Същност и характеристики на корпоративния имидж. Видове имидж. Изграждане на корпорaтивни ПР (технология на изграждане на корпоративния имидж, инструменти).* |
| **Корпоративна социалната отговорност и ПР** | 4 | 1 | 1 | 0 | 4 | 1 |
| *КСО- същност, теоретична рамка, концепции. КСО- нематериален актив на фирмата. КСО в контекста на корпоративните комуникации.* |
| **Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование на**  **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** | |
| **Лекции** | **Семинарни**  **занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X |  |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс по "ПР в сферата на турзима" в Платформата за електронно и дистанционно обучение на СА "Д. А. Ценов" - https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=3675 |
| 2. К.Саркисян, Г. Захариева, ПР сферата на туризма, учебно пособие за достанционно обучение |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Цонева, Ив., Връзки с обществеността. АИ Ценов, 2001 |
| 2. Кътлип, С., А.Сентър, Г. Бруум. Eфективни ПР, 2007 |
| 3. Scott, D.M., The new rools of Marketing and PR, 2011 |
| 4. Seitel, Fraser P., Practice of Public relations, 2010 |
| 5. March, Ch., D.Guth, Public Relations:A Value Driven Apporach , 2011 |
| 6. Wilcox, D., Public Relations Writing and Media Techniques, 2011 |
| 7. Edward T. V., Jr., Y.Li , Public Relations PlanningA Practical Guide for Strategic Communication, Routledge,2024 |
| 8. Mae Kim,C, Social Media Campaigns:Strategies for Public Relations and Marketing, Routledge, 2020 |
| 9. Harasta, J., The Fundamentals of Public Relations What it is and How to Do it Well (Second Edition), Cognella, Inc, 2019 |
| 10. O'Donnell, A.,Public Relations and CommunicationsFrom Theory to Practice, Routledge, 2023 |
| 11. McGee, P., How to Succeed with People: Remarkably Easy Ways to Engage, Influence and Motivate Almost Anyone (Paperback), John Wiley & Sons Inc, 2024 |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**



Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (доц. д-р Карина Саркисян-Дикова) |
| …………………………………  (доц. д-р Галина Захариева) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Драгомир Илиев) |  |