

ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

Връзки с обществеността или добилата през последните години популярност като PR специалност е една от най-масово търсените университетски дисциплини през последните десетилетия. Специалността често попада под един знаменател с програмите по масови комуникации, медийни науки, журналистика, издателска дейност, маркетинг. Най-често може е част от програмите във факултетите по комуникация и медийни науки, но може да се преподава и във факултетите по икономика, маркетинг и т.н. Не случайно почти всеки университет, който предлага някаква мениджърска специалност, включва в учебната си програма и обучение в областта на PR-а, ако не в бакалавърска, то поне в магистърска програма.

В България ролята на специалиста по връзки с обществеността често е ограничена до взаимоотношенията с медиите и/или различни бизнес партньори. Но в класическия случай PR експертът е обединяващото звено на различните отдели на компанията (правен, развойна дейност, IT, маркетинг, финанси, човешки ресурси и т.н.). Той е специалистът, който следва да „преведе“ на разбираем език решенията на всеки отдел и да го прегледа на съответните му ползватели. Затова много често в големите компании ръководителят на отдела Връзки с обществеността често е със статут на заместник-директор. Той е говорителят на компанията, в немалка част от случаите той е единственият човек, който може да говори от името на фирмата.

Кратко резюме

Както е видно от името, това е специалност, която трябва да подготвя кадри, които отговарят за връзката между дадена институция и обществото, която връзка най-често минава през медиите. Специалност Връзки с обществеността или PR (Public Relations) има допирни точки както с журналистиката и масовите комуникации, така и с функционирането на дадена организация или институция като административен или бизнес субект, което я прави в по-голяма степен бизнес ориентирана, сравнено с журналистиката. Специалистът по PR трябва да има познания върху това как функционират медиите, но и върху това какво произтича от взаимодействието между

Какво се изучава?

Обучението по PR протича в изучаването на няколко направления – филология, икономика, социология, журналистика и, разбира се, комуникационни науки. В зависимост от насочеността на университета може да се преподават и предмети в областта на антропологията, политическите науки, компютърни науки, психология, география, история, философия.

В българските университети се изучават предмети като журналистика, комуникация, социална психология и народопсихология, социология, управление на медиите, управление на PR агенции, връзки с обществеността в кризисни ситуации, реклама, маркетинг.

Във водещите световни университетски центрове в бакалавърската степен се включват и доста по-различни предмети, които са съобразени с тенденциите в последните години. Сред тях са социални медии, предприемачество в дигиталните медии, аргументации и убеждаване, публична реч, мултимедийен софтуер, невербална комуникация, межкултурни отношения, водене на преговори и т.н.

Съветът ни е при всички положения, когато избирате университет, в който да стартирате или да продължите образованието си по специалността, задължително да прегледате предметите, които се изучават, за да може да прецените дали отговарят на вашите изисквания.

тях и институцията, чиито интереси защитават. В образованието на PR специалистите е заложено да се изучава по нещо от маркетинг и мениджмънт, което липсва при специалност журналистика. Обичайна практика е журналисти да се преквалифицират като PR-и, обратното е по-рядко срещано. Тази специалност често се предлага в бизнес факултетите на висшите училища и има конкретни специализации според различните бизнес нужди. Владенето на чужди езици е съществен момент за качествено обучение и особено професионалното развитие в тази област.

Образование за тази професия

За професията на PR специалиста е необходимо да умееш да пишеш и да разбираш текстове, защото именно това ти дава свободата да работиш с думите и да си креативен. От друга страна, всякакъв тип образование, свързано с маркетинг и комуникации, може да е добра основа. Важното е да се учиш от практики, тъй като съвременната информационна среда е много динамична и това, което е релевантно днес, често вече не важи за утре. В България може да се учи маркетинг и PR в повечето големи университети.

Много е важно самообучението – търсенето на интересна информация в интернет може да е полезно, стига да е контролирано. За това могат да помогнат хора, които вече са в бранша. Стажантските програми на различните агенции и компании дават такъв шанс за практическо обучение.



**За професията на PR
специалиста е
необходимо да умееш да
пишеш и да разбираш
текстове, защото именно
това ти дава свободата
да работиш с думите и да
си креативен**

Къде да учите в България?

Бакалавърската степен по Връзки с обществеността ще ви даде възможност да обогатите общата си култура, да изградите полезни контакти и навярно да срещнете бъдещия си работодател още от студентската скамейка.

Като положителен следва да се отчете фактът, че повечето български университети, които предлагат курсове в областта, разработиха през последните години редици тясно специализирани магистърски програми, с които се опитват да запълнят празнотата в образователната система в областта.

Класация	Университет
1.	Американски университет в България - Благоевград
2.	Бургаски свободен университет
3.	Великотърновски университет
4.	Нов български университет
5.	Пловдивски университет

Класацията е според „Рейтингова система на висшите училища в България“ по професионално направление „Обществени комуникации и информационни науки“

Къде да учите в чужбина?

Най-добре развитият университетски пазар за програми в областта на PR-а е САЩ. Реномираните университети там предлагат разнообразни програми, някои от които са доста скъпи, но гарантират успех при професионалната реализация.

В Европа с добро образование в областта се славят Великобритания, Холандия, Дания и Италия също имат традиции и добри постижения в университетското преподаване.

В областта на масовите комуникации прави впечатление, че азиатските университети са представени изключително добре. Държави като Сингапур, Южна Корея, Китай все по-често стават предпочитани дестинации за топ-образование в областта. Сред лидерите е и далечна Австралия.

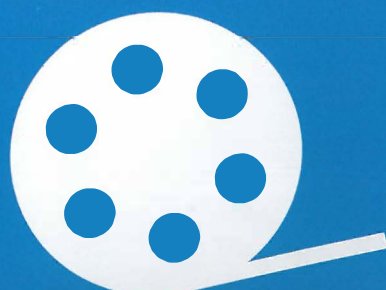
Като цяло, добрите училища в областта на връзките с обществеността са разположени там, където са добрите компании от сектора. Това е напълно разбираемо, защото компанията има възможност да предоставя преподаватели, които излизат от практиката.

Умения и опит

Едно от най-важните неща са лидерските умения – това е нещо, което развиваш и изграждаш, за да може екипът да работи добре и да се чувства добре в работата си. Както казаха, уменията за работа с текстове също е важно. Говоренето пред хора, презентационните умения – това са неща, които са особено важни, защото колкото и да е добър проектът, който си направил, ако не го представиш хубаво, няма да впечатли аудиторията. Това е като да изгледаш филм и да си кажеш „много яка идея и сценарият не беше зле, ама тъпо го разказаха“. Това се придобива с опит, а той идва с работата. Не е случайна поговорката „Не питай старило, а питай патило“. Практиката дава най-големия опит във всяко едно отношение.



Най-добре развитият университетски пазар за програми в областта на PR-а е САЩ



Източници на информация, когато работиш

Информация се черпи буквално отвсякъде – книги, списания, колеги, но предимно от интернет. Не е необходимо да се търси информация само на едно място. Напротив, доста полезно е да напишеш в търсачката ключови думи като „презентационни умения“ и да по-ровиш, за да видиш кое ще е най-подходящо за теб. Често комбинирам информация от различни професионални сайтове, медиите, включително и от социалните мрежи – youtube, facebook, 9gad. Да, не е нужно да са специализирани, за да научите нещо ново, което може да ви свърши работа

Хубаво е да се ходи и по семинари или работилници, в университетите организират такива. Дори на пръв поглед темата да не звучи интересно, можеш да почерпиш опит от това как самият човек е представил проекта, как е направил презентацията си и е провел лекцията.

Най-важното за специалността: Какви качества са нужни, за да работите като успешен PR?

Харизма – това е ключовата дума за всички тези, които искат да се впуснат в тази професия. Хората, които притежават харизма, могат да създават емоции, да правят впечатление и да дават необходимата информация.

Етика е другата дума, която е отличителна за добрия PR. Етиката е това, което е морално правилно или грешно в представите на обществото, и често е определено като такова от професионални, фирмени или индивидуални стандарти.

Добрите специалисти по връзки с обществеността следва да имат и добра преценка за случващите се

около тях и компанията събития. Изключително важно е и да имат богата обща култура и да награват постоянно своите знания и умения. Ако планирате да градите успешна кариера в областта е важно да се интересувате от икономика, политика (национална и световна), култура, спорт, да сте готови да четете разнообразна информация и да се информирате постоянно за новостите в различни сектори.

Отличните писмени умения и грамотност също са сред задължителните качества на всеки кандидат за PR. Умението да се изразяваш правилно дава предимство в професията и е задължително условие за професионален успех. Много чест PR специалистът е този, който създава цялата писмена комуникация в компанията – от текстовете в брошури, интернет-страницата на фирмата, до прес-информации и дори по-сложните годишни отчети и финансови рипорти.

Важно качество в съвременния свят е и перфектното владение на поне един чужд език, като английският език е със статут на задължителен. Повечето от литературата в областта е на езика на Шекспир, компаниите, държавните и международните институции работят на английски и т.н.

Важно качество за желаещите да работят в сферата е да са креативни. Те трябва да притежават усет или да се обучат в съвременните тенденции в дизайна (може да им се наложи да разработват интернет-страницата на компанията), да подхождат нестандартно към разрешаването на специфични проблеми, да генерират идеи за подобряване на имиджа на компанията и т.н.



Етика е другата
дума, която е
отличителна за
добрия PR

