

УЧЕБНА ПРОГРАМА

УТВЪРЖДАВАМ,

РЪКОВОДИТЕЛ КАТЕДРА:

/доц. д-р М. Великова/

ОПИСАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА
ПО УЧЕБЕН ПЛАН

Професионално направление: 3.7. Администрация и управление	Специалност: „Инфраструктура на администрацията“	
Образователно-квалификационна степен: <input type="checkbox"/> бакалавър <input checked="" type="checkbox"/> магистър	Курс: 1 Семестър: 1	Форма на обучение: <input type="checkbox"/> - редовно <input type="checkbox"/> - задочно <input checked="" type="checkbox"/> - дистанционно

Наименование на учебната дисциплина: Взаимоотношения и взаимовръзки в административната система	Код: ADM 3326 Език: български
Общ хорариум: 180 аудиторна заетост: 60 извънаудиторна заетост: 120 <input checked="" type="checkbox"/> - Курсови задачи <input type="checkbox"/> - Курсови проекти <input type="checkbox"/> - Стажове и практики <input type="checkbox"/> - Други форми	Седмична заетост: аудиторна заетост: 4 извънаудиторна заетост: 8 Статут на учебната дисциплина: <input checked="" type="checkbox"/> - задължителна <input type="checkbox"/> - избираема <input type="checkbox"/> - факултативна
Форма на финален контрол: Писмен изпит	ECTS кредити: 6
Титуляр на учебната дисциплина: доц. д-р Мария Великова, д-р Иванка Банкова	

ОПИСАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

1. Определение:

1.1. Наименование на учебната дисциплина: „**Взаимоотношения и взаимовръзки в административната система**”

1.2. Код на учебната дисциплина: ADM 3326

2. Описание на съдържанието на учебната дисциплина по тематични единици:

Лекционният курс по дисциплината „Взаимоотношения и взаимовръзки в административната система“ е от специализацията блок на учебния план на специалността, включва 3 модула, които се оценяват с текуща оценка. Семестриалната оценка е средноаритметична на текущите оценки и се обобщава от титуляра на учебната дисциплина, като крайния резултат се оповестява на обявената дата за изпит. Базовите модули са както следва: “Социално ориентирани управленски концепции“ „Комуникации в административната дейност“ и „Административен протокол“.

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

За студентите от дистанционна форма на обучение

Съдържанието на учебната дисциплина е разпределено за 15 учебни седмици

Учебна седмица	ТЕМА	Аудиторна заетост		Извънауд. заетост	
		Аудиторни консултации	Синхронни консултации в системата за ДО	Самостоятелна работа в системата за ДО	Практически задачи
	<i>Социално ориентирани управленски концепции</i>				
1	Съдържателен обхват на понятията “социум” и “социален”, “общество” и “общност”, “култура” и “културни ценности”. Културата като предпоставка за прилагане на социално ориентирани управленски маркетингови концепции.	1	2	4	
2	Социалните отношения като предпоставка за прилагане на социално ориентирани управленски маркетингови концепции.	0,5	1	4	
3	Същност на социално ориентирани маркетингови концепции. Същност на социалния маркетинг. Основни понятия.	0,5	1	4	
4	Разлика между социален маркетинг и: търговски маркетинг; маркетинг чрез социални медии и концепцията за “Корпоративна социална отговорност”.	0,5	1	4	
5	Идентифициране на социални проблеми, целеви общности и групи за влияние. Формулиране на социален продукт. Рискове при реализация на социално ориентирани маркетингови концепции.	0,5	2	4	

	<i>Комуникации в административната дейност</i>				
6	Науката за комуникация – развитие, социални промени и съвременни тенденции. Същностни характеристики и видове комуникации	0,5	1	4	
7	Комуникационни умения. Междуличностна и междугрупова комуникация. Вербална комуникация. Невербална комуникация	0,5	1	4	
8	Писмени комуникации. Виртуални комуникации. Същност и правила. Възможности на социалните мрежи за провеждане на реторически практики.	0,5	1	4	
9	Бизнес етикет. Международен бизнес етикет. Същностни характеристики. Функции на бизнес етикета. Особености на етикета при: делови срещи и преговори; водене на телефонни разговори; провеждане на интервю; устно разпореждане; етикет на заседание; писмена комуникация.	0,5	2	4	
10	Същностни особености и значение на връзките с обществеността в държавната администрация. Ефективни комуникационни кампании на държавната администрация.	1	2	4	
	<i>Административен протокол</i>				
11	Същност на протокола. Формиране на първо впечатление. Елементи - облекло, представяне, вербална комуникация, визитни картички.	0,5	1	4	
12	Протоколната дейност в държавната администрация. Същност на протокола като система. Функции и задачи на звената от централната администрация по отношение на протоколното обслужване.	0,5	1	4	
13	Протоколът в дейността на задграничната администрация. Основни елементи в дейността на задграничната администрация. Норми и изисквания на протокола на международните организации.	0,5	1	4	
14	Държавен церемониал и протоколно обслужване при посещения на делегации. Видове делегации. Йерархично подреждане на официални лица по време на официални церемонии. Символи на държавата и тяхното използване по време на празнични и траурни церемонии	1	2	4	
15	Деловите разговори като невербална комуникация в протоколната практика. Форми на невербална комуникация. Взаимодействие на държавния служител с медиите. Правила	0,5	2	4	
	<i>Общо (аудиторна/извънаудиторна заетост)</i>	9 /21 = 30ч.		60 ч.	

За студентите от редовна и задочна форма на обучение

А. ЛЕКЦИИ

№	ТЕМА	Часа
	<i>Социално ориентирани управленски концепции</i>	
1	Съдържателен обхват на понятията “социум” и “социален”, “общество” и “общност”, “култура” и “културни ценности”. Културата като предпоставка за прилагане на социално ориентирани управленски	2

	маркетингови концепции.	
2	Социалните отношения като предпоставка за прилагане на социално ориентирани управленски маркетингови концепции.	2
3	Същност на социално ориентирани управленски концепции. Същност на социалния маркетинг като специфичен вид управленска концепция. Основни понятия.	2
4	Разлика между социален маркетинг и: търговски маркетинг; маркетинг чрез социални медии и концепцията за “Корпоративна социална отговорност”.	2
5	Идентифициране на социални проблеми, целеви общности и групи за влияние. Формулиране на социален продукт. Рискове при реализация на социално ориентирани маркетингови концепции.	2
	<i>Комуникации в административната дейност</i>	
6	Науката за комуникация – развитие, социални промени и съвременни тенденции. Същностни характеристики и видове комуникации	2
7	Комуникационни умения. Междуличностна и междугрупова комуникация. Вербална комуникация. Невербална комуникация	2
8	Писмени комуникации. Виртуални комуникации. Същност и правила. Възможности на социалните мрежи за провеждане на реторически практики.	2
9	Бизнес етикет. Международен бизнес етикет. Същностни характеристики. Функции на бизнес етикета. Особенности на етикета при: делови срещи и преговори; водене на телефонни разговори; провеждане на интервю; устно разпореждане; етикет на заседание; писмена комуникация.	2
10	Същностни особености и значение на връзките с обществеността в държавната администрация. Ефективни комуникационни кампании на държавната администрация.	2
	<i>Административен протокол</i>	
11	Същност на протокола. Формиране на първо впечатление. Елементи - облекло, представяне, вербална комуникация, визитни картички.	2
12	Протоколната дейност в държавната администрация. Същност на протокола като система. Функции и задачи на звената от централната администрация по отношение на протоколното обслужване.	2
13	Протоколът в дейността на задграничната администрация. Основни елементи в дейността на задграничната администрация. Норми и изисквания на протокола на международните организации.	2
14	Държавен церемониал и протоколно обслужване при посещения на делегации. Видове делегации. Йерархично подреждане на официални лица по време на официални церемонии. Символи на държавата и тяхното използване по време на празнични и траурни церемонии	2
15	Деловите разговори като невербална комуникация в протоколната практика. Форми на невербална комуникация. Взаимодействие на държавния служител с медиите. Правила.	2

3. Ниво:

3.1. Предпоставки:

За пълноценно провеждане на обучението по учебната дисциплина „Взаимоотношения и взаимовръзки в административната система“ от студентите се очаква да притежават знания по управление (обща теория, организация и технология, социология, психология), управление на човешките ресурси, публичен мениджмънт, държавно управление, социални комуникации, предприемачество, маркетинг, връзки с обществеността, бизнес етика, административна култура и придобити знания от други близки по съдържание учебни дисциплини. Допълнителни изисквания: работа с Интернет и владеене на чужд.

3.2. Цели и задачи

Тематиката на курса е със специфична актуалност от гледна точка на процесите, които протичат в дейността на модерната административно-организационна система и е ориентиран към придобиване на познания за някои основни взаимоотношения и взаимовръзки в процеса на държавното и административно управление, както и към необходимостта от формиране на обща социално-културна и комуникационна рамка при функциониране на държавата и на нейната администрацията.

Процесът на обучение по учебната дисциплина “Взаимоотношения и взаимовръзки в административната система” цели усвояването на необходимите базови знания за теоретичните аспекти на административно-управленската дейност от студентите и доразвиването им в практически ориентирани умения и компетенции чрез реализирането на комплекс от задачи, съчетаващи:

- теоретична и практическа подготовка;
- учебна и творческа дейност;
- самостоятелно търсене и създаване на информация.

Целта на курса е да се овладеят съвременни теоретични и практико-приложни подходи за реализирането на социално-ориентирани управленски концепции, на успешни делови комуникации и на спазване принципите на протокола в съвременния публичен мениджмънт. С оглед на това се обсъждат редица ключови понятия, знанията за които са необходими за по-нататъшното обучение на студентите съгласно логиката на учебния план и се надграждат чрез специализираните задължителни, избираеми и факултативни учебни дисциплини. Студентите следва да развият умения и компетенции, техника на мислене, които да позволяват извеждането на заключения за приложението и управлението на социалния управленски и маркетингов инструментариум, специфичните комуникативни техники и тактики, както и тънкостите на държавния протокол. Използват се инструменти за класическо и смесено обучение предвид дистанционната форма на обучение, което предполага използването на общодостъпни електронни платформи и инструменти за електронно и дистанционно обучение.

3.3. Библиография:

Основна литература:

1. Учебно ръководство по дисциплината „Социално ориентирани маркетингови концепции“, Парашкевова, А., 2017 г.

2. Курс по социален маркетинг, Community Tool Box, Chapter 45. Social Marketing of Successful Components of the Initiative, Sections: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8. - <http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/sustain/social-marketing/conduct-campaign/>

3. Електронен самоучител по социален маркетинг в областта на хранителните и двигателните навици, Social Marketing for Nutrition and Physical Activity web course, developed and maintained by the Centers for Disease Control and Prevention; Division of Nutrition, Physical Activity, and Obesity. - <http://www.cdc.gov/nccdphp/dnpa/socialmarketing/training/index.htm>

4. Калагларски, Г., Медиите и модерният свят, ВСУ, Ун.изд., 2010 г.

5. Калагларски, Г., Рецепти за успех, С, 2008 г.
6. Кафтанджиев, Хр., Хармония в рекламата, С, 2008 г.
7. Петев, Т., Съвременни теории за комуникацията, С, 2007 г.
8. Петров, М., Америка – социалният тропик, С, 2010 г.
9. Райков, Здр., Корпоративният гражданин, С, 2010 г.

10. Андреев, Е. Дипломатически протокол и церемониал. Административен и бизнес етикет, С., 2013.
11. Кацамунска, П., Павлов, П., Протокол в публичната администрация, УИ «Стопанство» УНСС, С., 2011.
12. Кожухаров, Й., Етика и протокол, изд. Труд, 2002.
13. Наръчник по протоколно обслужване на дейността на общините, изд. Национална асоциация на секретарите на общините в Република България, Габрово, 2000.
14. Милков, Л., Общуване, култура, професия, изд. „Юни Експрес”, С., 2009
15. Павлов, П., П., Кацамунска, Въведение в административния протокол, ВСУ „Ч. Храбър”/ Албатрос, 2003.
16. Павлов, П., П. Кацамунска, Г. Калагларски, Държавният служител – делови вид и комуникации, Атлантикс – ГК, С., 2000.
17. Романов, Д., Държавен и дипломатически протокол. Церемониал. Кореспонденция. Бизнес етикет. УИ „П. Хилендарски”, 2010.

НОРМАТИВНИ АКТОВЕ И ДРУГИ ДОКУМЕНТИ

1. Виенската конвенция за дипломатически отношения от 18.04.1861 г., Ратифицирана с Указ № 766 на Президиума на Народното събрание от 19.10.1967 г.,- ДВ., бр. 28 от 9.4.1968 г., Обн., ДВ, бр. 28.4.1968 г., в сила за България от 15.02.1968г.
2. Закон за държавния протокол, Обн. ДВ. бр.32 от 18 Април 2000г., изм. ДВ. бр.35 от 12 Май 2009г.
3. Закон за ордените и медалите на Република България, обн. ДВ, бр. 54 от 13.07.2003.; доп., бр. 86 от 30.09.2003 г.; изм. и допл., бр. 43 от 21.05.2004 г.
4. Закон за държавния печат и националното знаме на Република България, в сила от 25.05.1998 г., Обн. ДВ. бр.47 от 24 Април 1998г., доп. ДВ. бр.33 от 9 Април 1999г., посл. изм. ДВ. бр.24 от 21 Март 2006г.
5. Закон за герб на Република България, Обн. ДВ, бр. 62 от 5.08.1997 г.
6. Правилник за структурата, организацията и реда за използване на Националната гвардейска част, обн. ДВ, бр.48 от 22.05.2001 г.
7. Правилник за прилагане на Закона за държавния протокол, ПМС № 172 от 10.07.2009 г., Обн., ДВ, бр.57 от 24.07.2009 г.

Допълнителна литература:

4. Интернет адреси (теория, примери, свързани статии)
5. Мая Хавлина, Социален маркетинг - <http://www.slideshare.net/bardabg/ss-12076767>
6. Изкуството на уличния маркетинг - <http://m.profit.bg/news/Izkustvoto-na-ulichniya-marketing/nid-129440.html>
7. Key Social Marketing Concepts - http://www.orau.gov/cdcynergy/soc2web/Content/activeinformation/SOC_key_sm_concepts.htm#4psofmarketing
8. Definition of social marketing concept - <http://www.businessdictionary.com/definition/social-marketing-concept.html>
9. Matt O'Brien of Mint Social Shares Video Marketing Strategy - <http://www.businessdictionary.com/videos/?89584059>

10. Web 2.0 and the Marketing New 4Ps - <http://www.futurelab.net/blog/2008/02/web-20-and-marketing-new-4ps>
11. What is SWOT Analysis in Marketing - <http://www.conceptdraw.com/How-To-Guide/what-is-swot-analysis-in-marketing>
12. Marketing — Mind Maps - <http://www.conceptdraw.com/samples/marketing-sale-diagrams-mind-maps>
13. Marketing — Matrices - <http://www.conceptdraw.com/samples/marketing-sale-diagrams-matrices>
14. “Concept to Practice: Road testing a definition of social marketing in practice.” - <http://www.slideshare.net/stephendann/concept-to-practice-road-testing-a-definition-of-social-marketing-in-practice>
15. 011 Emerging Social Marketing Concepts - <http://www.slideshare.net/davidamirault/aypa-2011-emerging-social-ideas>
16. Social Media Rocks—and Rolls - <http://www.localspeak.com/blog/216/a-lesson-in-social-concept-testing--pg-steamboost-gets-mopped-by-women-bloggers-.html>
17. The 4 E's of Social Media Marketing - <http://sonncomonlinemarketing.wordpress.com/2011/09/22/the-4-es-of-social-media-marketing/>
18. Support Your Social Strategy With a Metrics Framework - <http://diy-marketing.blogspot.com/2010/05/support-your-social-strategy-with.html>, <http://www.barda.bg/bg/projects/isede-net/1033-sotzialen-marketing.html>
19. Can Soda Companies Engage in Social Marketing? - <http://socialmarketing.blogs.com/>
20. Module 1: What is Social Marketing? - <http://www.uniteforsight.org/social-marketing/module1>
21. Module 2: Social Marketing at the Base of the Pyramid - <http://www.uniteforsight.org/social-marketing/base-of-pyramid>
22. Module 3: Household Marketing - <http://www.uniteforsight.org/social-marketing/household>
23. Module 4: Marketing Strategies for Health Clinics - <http://www.uniteforsight.org/social-marketing/marketing-clinics>
24. Module: Social Marketing in Community-Based Health Care Delivery, Health-Seeking Behaviors - <http://www.uniteforsight.org/social-marketing/marketing-community>
25. Module: Mobile Health Marketing Strategies - <http://www.uniteforsight.org/social-marketing/marketing-mobile>
26. Module 7: Social Mobilization - <http://www.uniteforsight.org/social-marketing/social-mobilization>
27. Social Marketing Concepts and Principles, Professor Jeff French - <http://www.scribd.com/doc/47964741/Social-Marketing-Concepts-and-Principles>
28. Nedra Kline Weinreich, What is Social Marketing? - <http://www.social-marketing.com/Whatis.html>
29. What Is Societal Marketing Concept And Give Its 3 Example? - <http://business-finance.blurtit.com/262214/what-is-societal-marketing-concept-and-give-its-3-example>
30. Progress and Limitations of Social Marketing: a Review of Empirical Literature on the Consumption of Social Ideas. - <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=7484>
31. Social Nomics & Social Marketing Concepts - <https://www.youtube.com/watch?v=8pjMyc5b9sQ>
32. NWPHO, Social marketing - http://www.nwpho.net/nwpho/publications/Synthesis_6_Socialmarketing.pdf
33. How to go beyond social marketing - <http://talkingclimate.org/wp-content/uploads/2011/10/How-to-go-beyond-social-marketing.pdf>

34. Wymer Walter, Developing more effective social marketing strategies - https://www.academia.edu/957907/Developing_more_effective_social_marketing_strategies
35. Social Marketing vs. Commercial Marketing. What are similarities and difference between social marketing and commercial marketing? – <http://www.marketinginfo.org/2013/06/commercial-marketing-vs-social-marketing.html>
36. Societal Marketing Concept - <http://www.marketing91.com/societal-marketing-concept/>
37. Community-Based Social Marketing (CBSM): Extension's New Approach to Promoting Environmental Behavior Change - <http://edis.ifas.ufl.edu/wc119>
38. 3 Concepts 4Ps 7Qs and 6 Phases (basic social marketing) - <http://www.stampedesecret.com/web20/socialsteps/>
39. European Social Marketing Association - <http://europeansocialmarketing.weebly.com/learn-more-about-social-marketing.html>
40. Материали, свързани с насърчаване на промяната в различни направления или насочени към провокиране на размисъл за предприемане на промяната:
41. Да подкрепим децата в приемни семейства - <https://www.youtube.com/watch?v=XZ0pkEtxnek>
42. Една от силните социални кампании в последната година - <http://www.manager.bg/>
43. Рекламните послания - <http://www.lifehack.bg/how-to-sell/podsaznatelnite-poslania-v-reklamata-3/>

4. Преподавателски състав: проф. д-р Павел Павлов, доц. д-р Александра Парашкевова и д-р Иванка Банкова

5. Методи на преподаване и усвояване на материята:

В процеса на обучението се използват: концептуалното, проблемното и тезисното поднасяне на лекционния материал; прилагане на активни методи. За усвояване на материята от студентите се използва интерактивен подход – чрез диалог, дискусии, решаване на казуси и практически задачи.

- 5.1. Лекции (*4 часа на седмица, 15 седмици*)
- 5.2. Консултации (конвенционални форми или условия за индивидуални консултации) (*4 часа на седмица, 15 седмици*)
- 5.3. Групови семинари и работни срещи (*4 часа на седмица, 15 седмици*)
- 5.4. Лабораторна работа – НЕ
- 5.5. Проекти и изследователска работа - НЕ
- 5.6. Друга практическа работа – НЕ
- 5.7. Методи за неprisъствено обучение (където е възможно) – НЕ
- 5.8. Други методи: задачи за самостоятелна работа и дискусия (1 час на седмица, 15 седмици)

6. Оценяване:

а. Писмени и устни изпити

За студентите на дистанционно обучение крайната комплексна оценка се формира на база процентно съотношение от текущите оценки получени от модулите: “Социално ориентирани управленски концепции”, “Комуникации в административната дейност” и “Административен протокол”.

Текущото оценяване на студентите, предвижда разработването на задания и решаването на тестове, методическите насоки за разработването на които са дадени съответно в системата на do.vfu.bg:

Текущата оценка по модула “Социално ориентирани управленски концепции”, се формира въз основа решаване на следните практически задачи:

Задача 1. Анализ на управленски социален проблем, по модел;

Задача 2. Уличния маркетинг като социален проблем - сравнителен анализ, по предварително зададен модел;

Задача 3. Казус “Социален маркетинг или маркетинг на социални услуги”?

Текущата оценка по модула “Комуникации в административната дейност” се формира въз основа на разработване на изследователски проект при предварително зададени критерии в системата на do.vfu.bg по една от предложените теми:

- Проблеми и възможности при изграждането на комуникативни умения
- Комуникация и социална трансформация - предизвикателства при формирането екипи
- Особенности на планирането и реализирането на кампании за специални събития.
- Принципи на планиране на обществените комуникации – добри практики
- Предизвикателства при изграждането на доверие в държавната администрация

Обем на разработката 10-12 стр. [Paragraph Special: First Line 1,25 cm; Font Times New Roman, size 14, Regular].

Основните моменти от изследването се подготвят под формата на мултимедийна презентация в MS POWER POINT формат

Текущата оценка по модула “Административен протокол” се формира въз основа решаване на следните практически задачи:

Задача 1. Дефиниране и историческо развитие на “етикет” и “протокол”;

Задача 2. Основни елементи и функции на дипломатическия протокол;

Задача 3. Теоретичен тест

Финалната оценка по учебната дисциплина “Взаимодействия и взаимовръзки в административната система” се оформя като средноаритметична от текущите оценките по трите модула, при желание от страна на студентите за повишаване на оценката, в деня на обявената дата за изпит имат възможност да решат тест за финално оценяване.

Посочените форми на оценка имат следната максимална „тежест”:

<i>№</i>	<i>Модул</i>	<i>Процент</i>
1	“Социално ориентирани управленски концепции”	30 %
2	“Комуникации в административната дейност”	30 %
3	“Административен протокол”	30 %
4	Финален тест	10 %
	Общо:	100 %

Крайната оценка по дисциплината се съобщава по време на изпита. Тя се въвежда и в електронен протокол на сайта на ВСУ в „Студентски статус” (<https://student.vfu.bg:8443/index.jsp>). При получаване на резултатите от изпита студентите могат да поискат разясняване на поставените оценки (по време на изпита, в

рамките на предвидените консултации по дисциплината, по e-mail). В случай, че желаят да повишат успеха си, по преценка могат да им бъдат поставени допълнителни задачи - или да решат изпитен тест. Студентът може да се обърне към преподавателя и на служебния и мобилния телефон, които са известни на студентите чрез електронната поща и сайта на университета.

6.1.1. Конспект

Първи модул: “Социално ориентирани управленски концепции”

1. Съдържателен обхват на понятията “социум” и “социален”, “общество” и “общност”, “култура” и “културни ценности”.
2. Културата като предпоставка за прилагане на социално ориентирани управленски маркетингови концепции.
3. Социалните отношения като предпоставка за прилагане на социално ориентирани управленски маркетингови концепции.
4. Същност на социално ориентирани управленски концепции.
5. Същност на социалния маркетинг като специфичен вид управленска концепция. Основни понятия.
6. Разлика между социален маркетинг и: търговски маркетинг; маркетинг чрез социални медии и концепцията за “Корпоративна социална отговорност”.
7. Идентифициране на социални проблеми, целеви общности и групи за влияние. Формулиране на социален продукт.
8. Рискове при реализация на социално ориентирани маркетингови концепции.

Втори модул: “Комуникации в административната дейност”

9. Науката за комуникация – развитие, социални промени и съвременни тенденции.
10. Същностни характеристики и видове комуникации.
11. Комуникационни умения. Междуличностна и междугрупова комуникация. Вербална комуникация. Невербална комуникация.
12. Писмени комуникации. Виртуални комуникации. Същност и правила. Възможности на социалните мрежи за провеждане на реторически практики.
13. Бизнес етикет. Международен бизнес етикет. Същностни характеристики. Функции на бизнес етикета.
14. Особености на етикета при: делови срещи и преговори; водене на телефонни разговори; провеждане на интервю; устно разпореждане; етикет на заседание; писмена комуникация.
15. Същностни особености и значение на връзките с обществеността в държавната администрация.
16. Ефективни комуникационни кампании на държавната администрация.

Трети модул: “Административен протокол”

17. Същност и особености на протокола. Формиране на първо впечатление.
18. Елементи на протокола - облекло, представяне, вербална комуникация, визитни картички.
19. Протоколната дейност в държавната администрация. Същностни характеристики на протокола като система.
20. Функции и задачи на звената от централната администрация по отношение на протоколното обслужване.
21. Протоколът в дейността на задграничната администрация. Основни елементи в дейността на задграничната администрация. Норми и изисквания на протокола на международните организации.
22. Държавен церемониал и протоколно обслужване при посещения на делегации. Видове делегации. Йерархично подреждане на официални лица по време на официални церемонии. Символи на държавата и тяхното използване по време на празнични и траурни церемонии.

23. Деловите разговори като невербална комуникация в протоколната практика.
Форми на невербална комуникация.
24. Взаимодействие на държавния служител с медиите. Правила.

- b. Есета – НЕ
- c. Дипломни работи – ДА - при постигнати високи резултати от студентите и показване на висока мотивираност, разработените изследователски задачи могат да се доразвият в дипломна работа - магистърска теза.
- d. Проекти или практика – НЕ
- e. Оценяване в процеса на обучение – ДА (описано в т. 6)
- f. Други форми – ДА (описани в т. 6)

7. Речник: социално ориентирани управленски концепции, социални отношения, социален маркетинг, маркетинг в социалните мрежи, социален проблем, социална промяна, социална маркетингова концепция, социален продукт, групи на влияние, корпоративна социална отговорност, създаване на споделена стойност, комуникации, писмени комуникации, виртуални комуникации, комуникационна политика, комуникационни кампании, връзки с обществеността в държавната администрация, култура, етика, етикет, делови етикет, протокол, дипломатически протокол, държавен церемониал, символи на държавата.

Разработили програмата:
проф. д-р Павел Павлов
доц. д-р Александра Парашкевова
д-р Иванка Банкова

Обобщил,
д-р Иванка Банкова

Учебната програма е приета на заседание на Катедра „Администрация, управление и политически науки” с протокол № 3/ 25.10.2017 г.