



РАКТИКИ

Информационно издание на БДВО

Годишно общо събрание на БДВО

15 март 2014, събота

(Конферентна зала на Софийски университет, Ректорат, Северно крило, ет.2)

На основание член 11, т.1 от устава на Дружеството, Управителният съвет на БДВО свиква Годишно общо събрание, което ще се проведе на **15 март 2014 г., събота, от 11:00 ч.** в Конферентна зала на Софийски университет.

Общото събрание ще премине при следния дневен ред:

- 1. Отчет на дейността на Управителния съвет на БДВО за 2013 г. и отчет на Комисията по етика към БДВО за 2013 г.**
- 2. Прием на програма за дейността на Дружеството за 2014 г.**
- 3. Разни**

На Общото събрание по всички точки от дневния ред могат да гласуват членовете на БДВО, които имат платен членски внос за 2014 г.

Напомняме, че съгласно решение взето на предходното Годишно отчетно-изборно събрание на БДВО, проведено на 23.02.2013 г., размерът на членския внос от 2014 г. е увеличен от 50 на 100 лв.

Плащането на членския внос може да бъде направено по банков път или на място, непосредствено преди началото на Общото събрание.

Онези членове, които нямат възможност да присъстват физически на събранието, могат да дадат своя глас като упълномощят свой колега – пълноправен член БДВО. Така вторият може да гласува от името на други свои колеги след представянето на упълномощаващ документ.

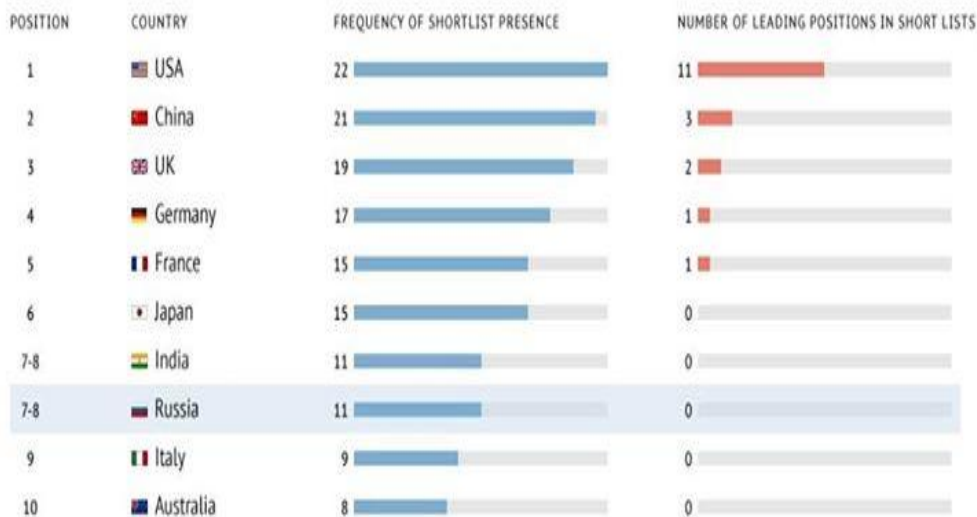
За контакт: Александър Христов, 0889499155, a.hristov@bdvo.org

Глобална Карта на Рейтинг в Медиите – представена в Давос!

Countries and their media mentions

In 2013 the USA was the clear leader in the shortlists of countries' frequency of media mentions; Russia made the Top 10

Countries in the Top 10 shortlists for frequency of mentions



* Commissioned by the Organizing Committee of the World Communication FORUM in DAVOS, Public.ru measured how often the media in 23 countries in various continents mentioned 177 countries

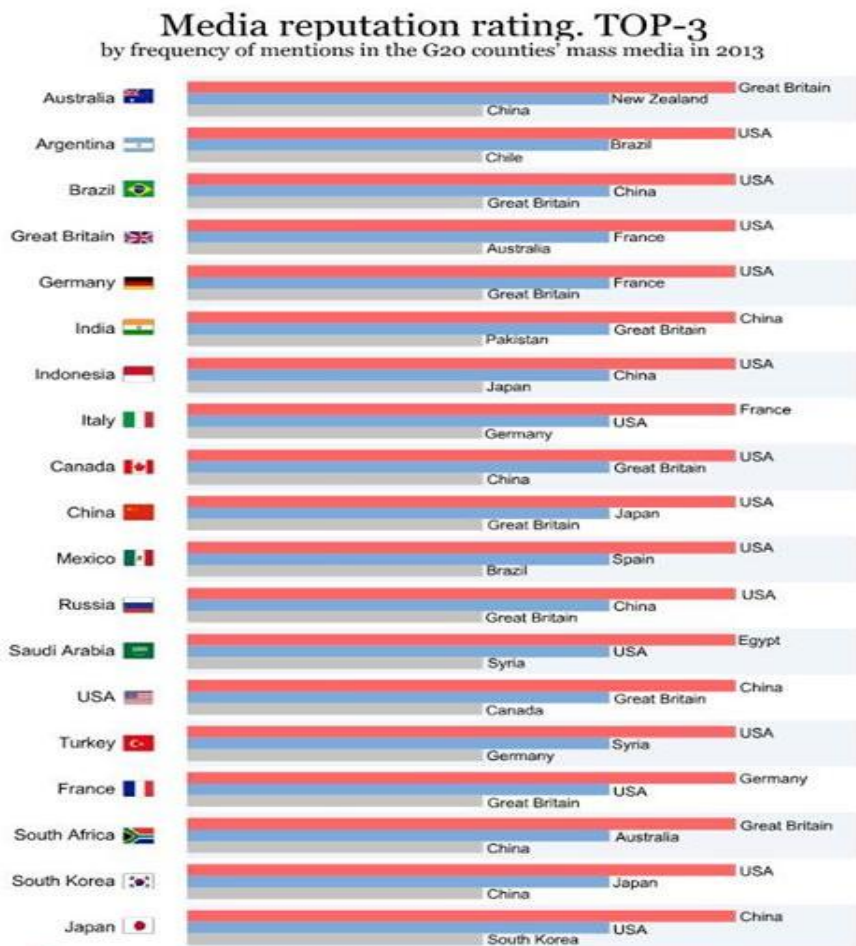
The data samples were based on Russian and foreign media content published in 2013. The Public.ru media database was used for the data collection and features content from over 10,000 media sources from Russia and 40,000 sources from 160 countries

Международният координационен комитет на **Световния Комуникационен Форум в Давос** стартира медийно изследване, което се проведе от компания **Public.ru** със съдействието на агенция **РИА Новости**. Резултатите отразяват честотата на упоменаване на общо 160 страни в медиите на държавите от Г-20. Безпрецедентно по своя характер, изследването обобщава огромен набор от данни, като създава отделна топ-листа за всяка от 19-те държави (с изключение на Европейския съюз). Класират се първите 10 от най-често упоменаваните страни в средствата за масова информация. Изследването се основава на руски и чуждестранни статии за 2013 година. Базата данни, която компания **Public.ru** използва за целите на изследвания и рейтинг в световните медии, има достъп до 10 000 руски медийни източника и 40 000 източника от 160 страни в света.

За 2013 г., **Съединените щати** печелят титлата на безспорен лидер по отношение на честотата на тяхното упоменаване в медиите на Г-20. Резултатите показват 18 (от общо 19) случая на регистрирано присъствие в десетката, като в повече от половината от случаите САЩ са водещата по рейтинг държава! Следващата страна с висок рейтинг е **Китай**, която също присъства в 18 от топ-листите (с общо 3 първи номинации). **Великобритания** се нарежда на трето място по рейтинг, с две първи позиции от общо 16 класации в десетката, а **Русия** и **Индия** си поделят позиции 7-8, съгласно резултатите на изследването.



Глобална Карта на Рейтинг в Медиите – представена в Давос!



Глобалната Карта на Рейтинг в Медиите за 2013 година и пълните резултати от изследването ще бъдат представени в рамките на петото издание на Световния Комуникационен Форум в Давос, което ще се проведе на 11-12 март, тази година, в Конгресния Център в град Давос.

По време на форума, всеки участник ще може да се осведоми за рейтинга и позицията на своята страна – в представената за пръв път глобална карта на рейтинг в медиите!

Facebook: www.facebook.com/WorldCommForumDavos

Twitter: www.twitter.com/WorldCommForum

YouTube: www.youtube.com/forumdavoscom

За регистрация и

участие: <http://www.forumdavos.com/registration>

The organizing committee of the World Communication FORUM in DAVOS commissioned media research company Public.ru to measure the frequency of mention of 160 countries in the G20 countries' mass media. The measurements were based on the Russian and foreign 2013 mass media data. Public.ru used its own database for the mass media measurements. The database consists of 10 000 Russian mass media

Инвестор АД с нов Мениджър за връзки с обществеността



Милена Атанасова е новият Мениджър „Връзки с обществеността“ в ИНВЕСТОР АД. Тя ще води корпоративните комуникации на компанията, външните връзки с бизнес партньори, НПО и медии, ще отговаря също за вътрешните връзки в онлайн медийната група. Г-жа Атанасова е магистър по българска и чешка филология (2001) и бакалавър по психология (2005). Има множество специализации и допълнителна квалификация в областта на публичните комуникации. Работи в областта на комуникациите от 1999 г. През годините практикува в различни сфери – изкуство, търговия, интериор и дизайн, фармация, медии, лека промишленост, политика, наука и други. Като мениджър комуникации работи от 2003 до 2010 г. в компаниите Хигия АД, Българска Радиокомпания (Петро Радио), Communicorp., Ficosota Syntez и VM Finance Group. От 2010 управлява агенция за комуникации и събитийен мениджмънт.

Председател е на Българско дружество за връзки с обществеността за мандат 2009/2010, председател на Комисията по професионална етика към Дружеството. Член на Управителния съвет на Българска конфедерация за връзки с обществеността от 2006 г.

Българските пиар агенции с първа благотворителна акция в подкрепа на децата бежанци



Българската асоциация на пиар агенциите (БАПРА) инициира първа благотворителна акция в подкрепа на децата бежанци, настанени в лагера във Военна рампа. В предаването "От петък до петък" пиар специалистът Деница Сачева разказа, че заедно с близо 100 деца са правили мартеници: *Разказахме им за българската традиция за Баба Марта. Научихме ги кои са Пижо и Пенда и се забавлявахме заедно.*

Тя сподели, че отдавна са искали да направят подобна инициатива, за да покажат и другото лице на българския пиар. Според Деница Сачева погрешно се счита, че пиарът непременно е свързан с манипулация, негативни страсти и пропаганда.

Децата бежанци са чудесна възможност да обединим усилията си точно около тема, която е трудна за комуникация. По-лесно бихме могли да направим една кампания, когато говорим за прах за пране, за луксозни стоки или за нещо, към което хората нямат предрасъдъци. Истинският професионализъм личи точно тогава, когато имаш смелостта, етиката и въображението да говориш пред хората неща, които те трудно биха приели, и за неща, с които човек би могъл да намалява агресията, коментира Сачева.

Освен на битовите условия, трябва да се наблегне и на интеграцията на децата бежанци, подчерта пиар специалистът и припомни, че по цялата южна граница на Европейския съюз има конфликти. Това, според нея, говори, че е илюзия овладяването на вълната от бежанци. Тя заяви, че трябва да се подготвяме за това, което потенциално предстои, защото много сигнали показват, че ще има нови приливи на бежанци.

Максим Бехар в журито на Европейските бизнес награди



Максим Бехар, водещ български PR експерт, който управлява M3 Communications Group, Inc. и офиса на Hill+Knowlton Strategies в Прага, заседава в журито на European Business Awards в Дюселдорф.

Това са най-престижните награди за предприемачество в Европа и в тях за втори път решаващ глас има българин, след като миналата година Бехар също бе избран за член на авторитетното жури.

През март 2013 Максим Бехар бе избран за председател на Борда на Световния комуникационен форум в Давос, Швейцария, а през октомври – за вицепрезидент на Световната PR асоциация – ICCO, в която членуват близо 1700 компании от целия свят. През октомври 2012 Максим Бехар бе обявен и за „Мениджър на годината“ в онлайн гласуване, проведено от телевизионния канал bTV и месечното списание „Мениджър“ в България.

Освен Максим Бехар в журито са и главният изпълнителен директор на турския мобилен оператор „Тюрксел“ Бахадир Пекан, главният икономист на германския всекидневник „Ханделсблад“ и директор на Института за проучвания на вестника Дирк Хайлман и Робърт Коулз, директор за Европа на световната одиторска компания RSM. Председател на журито е един от най-авторитетните световни маркетинголози и автор на безспорния бестселър Sold on Service Филип Форест.

Журито оценява десетте най-успешни работодатели в Европа, а резултатът ще бъде обявен официално на 27 май в Атина на официална галацеремония.

„Това е голяма чест за България. Надявам се през следващите години в първата десетка за най-добър работодател в Европа да има и българска компания, а не само българин – член на журито. Тогава честта ще се превърне в успех“, коментира участието си на заседанието в Дюселдорф Максим Бехар.

Нова доброволческа инициатива - "Общество.бг" стартира с първия си проект в края на май



Нова доброволческа инициатива – "Общество.бг" (<http://obshtestvo.bg/>) – стартира с първия си проект в края на май 2014 г.

"Общество.бг" има за цел да даде инструменти на граждани и администрация за по-ефективен и пълноценен обмен на информация и услуги – от ниво кмет на район, през общини, до държавна администрация и парламент и правителство.

„Общество.бг“ е неправителствена организация, която съществува от края на 2013 г. Идеята за нея се роди през месец май същата година, като отговор на изискванията на обществото за ясна, полезна и прозрачна връзка с държавата и институциите. През изминалите месеци тя успя да привлече за каузата си и да изгради мрежа от хора, които работят в сферата на високите технологии, маркетинга, дизайна, стратегическото планиране, връзките с обществеността и др. „Общество.бг е работилница за дигитални проекти, където будни, активни хора с професионални умения и амбиции могат да се отдадат на страстта си, създавайки ползи за другите“, казва Антон Стойчев, основател на инициативата.

Към момента, под шапката на "Общество.бг" се развиват активно шест отделни проекта с различна насоченост, като се планира те да бъдат пускани в действие поетапно. Първият от тях – Pitaiigi.bg – се очаква да заработи пълноценно в края на май 2014 г.

Нова доброволческа инициатива - "Общество.бг" стартира с първия си проект в края на май

Целта на всеки един от тези проекти е да подобри достъпа на гражданите до определен тип информация и да улесни изпълнението на основни административни процедури, както и да им даде възможност да оказват влияние върху развитието на средата, в която живеят.

Проектите на "Общество" са:

Pitaigi.bg – Сайт за подаване на електронни заявления по Закона за достъп до обществена информация. Сайтът ще предлага събрана цялата необходима информация за попълването и изпращането на заявлението и ще направи общодостъпни запитвания, на които е отговорено. Той се организира със съдействието на Фондация "Програма Достъп до информация", чиито експерти ще бъдат на разположение за въпроси и консултации на потребителите.

Howto.bg – Уебсайт, който съдържа въпроси и отговори по различни теми. Това е мястото, където потребителите научават неща като как да изчислят данъците си, към кого да се обърнат, ако смятат, че сметките им за комунални услуги не отговарят на действителния им разход и др. Сайтът ще работи в сътрудничество с експерти от общините.

Grada.me – Платформа за разрешаване на проблеми в градската среда. Тя ще разполага и с мобилно приложение, с чиято помощ ще могат да се подават различен тип сигнали – неработещо улично осветление, дупки, опасни сгради и др. Сайтът ще съдейства за достигането на сигналите до точния адресат, както и за набирането на подкрепа за разрешаване на определен проблем.

Отворен парламент – Уебсайт, който автоматизирано ще събира, анализира и обобщава информация за български народни представители, министри и други публични фигури, от официални държавни сайтове и публични регистри, за да я покаже в разбираем и улеснен за обработка вид.

Опознай депутата – Целта на този сайт е да помогне на гражданите да опознаят народните представители, свързвайки име със снимка и партийна принадлежност. Това става под формата на интерактивна игра. Възможно е този проект да се свърже с "Отворен парламент".

Re:Cycle – Уебсайт под формата на карта с търсачка. В него всеки може да преглежда, търси и добавя пунктове за рециклиране, депа, места за хвърляне на батерии, скрап и др. Основна цел на сайта е да популяризира идеята за разделно събиране на отпадъци и да насърчава хората към по-екологичен начин на живот.

IAB Форум България 2014

11 март 2014 г. (вторник)
София

IAB България ви кани на четвъртия национален форум на дигиталната индустрия – IAB Форум България 2014. Събитието ще се проведе в зала 6 на НДК.

Посетете събитието и научете от първа ръка повече за горещи теми като Big Data, RTB и Native Advertising. Дискутирайте промяната в бизнес моделите на медиите и нарастващите изисквания към агенциите. Изследвайте новите тенденции в света на мобилната реклама и уловете динамиката на социалните медии.

Запознайте се с топ лектори и практики, оформящи тенденциите в дигиталния маркетинг в последните години.

Вижте какво е необходимо за изграждането на успешен бранд с помощта на дигиталния маркетинг и комуникации.

People Management Conference with David Smith

27 март 2014 г. (четвъртък)
София

На едnodневната конференция със звездата по управление на екипи в UK – Дейвид Смит, Вие ще научите как да бъдете основен катализатор на продуктивността на Вашия екип, да наемате правилните хора и да ги поведете към успех, заедно с 300 души, Мениджъри на малки, средни или големи екипи; Предприемачи и собственици на малък бизнес; HR професионалисти.

Онлайн PR и управление на онлайн репутация

12 - 27 март 2014 г.
София

По време на курса ще получите реални теоретични и практически знания в областта на PR онлайн, Web 2.0 средата в световен мащаб и спецификите за България, различните класически и нови инструменти, управление на репутацията в интернет.

Теми в програмата:

1. Въведение. Обзор на основните онлайн ресурси.
2. Аудитория. Кой е в интернет? Нашите публикации онлайн.
3. Класически начини за присъствие онлайн.
4. Уебсайтът като център на онлайн присъствие.
5. Web 2.0 инструментариум и PR – обзор и възможности.
6. Блогове. Блогосфери. Нашите корпоративни блокове. Ние в чуждите блокове. Микроблогинг.
7. Социални мрежи и социални медии. Начини на присъствие. Успешни практики.
8. Twitter – подценяван или просто малко хора знаят как да го използват?
9. Управление на репутацията онлайн.
10. Стратегии за успешно онлайн присъствие.
11. Примери и добри практики.

Лектор:

Жюстин Томс

Как да водим успешни бизнес преговори?

21 март - 11 април 2014 г.
София

Как да убедите клиентите си и да ги спечелите за партньори ще Ви покаже търговският директор на CSC CITROEN Димитър Танков.

Курсът е изключително практически ориентиран. В програмата са заложили разработването на казуси и участието в ролеви игри. Вие сами ще бъдете преговарящи, за да придобиете необходимата увереност за реалните ситуации.

Акценти в програмата:

Настоящите продажби – можем ли повече?
Ролята на търговеца като комуникатор.
Връзката с клиента.
Езикът като инструмент.
Превърнете маркетинговия успех в навик.
Тактики за продажба.
Продажбени техники.
Възражения – как да се справим с тях?
Природа на несловесните сигнали.
Ролеви игри (най-интересните ще са свързани с НЛП и езика на жестовете).

Лектор:

Димитър Танков

Доника Ризова - експерт „Връзки с обществеността“ на Медийна група „България он ер“



Доника Ризова е експерт „Връзки с обществеността“ на медийна група „България он ер“ и автор на единственото в българския телевизионен и радио ефир специализирано предаване, посветено на медии и PR. „Медиите ON AIR“ се излъчва всяка събота в 11 часа по телевизия и радио „България он ер“, както и на сайта www.bgonair.bg.

Водеща сте на единственото телевизионно предаване в България, посветено на медии и PR. Има ли българският телевизионен ефир нужда от специализирани предавания и канали?

Замислих се за първата дума от изречението : „водещ“. Тя означава, че си „лице от екрана“, което презентира готов продукт. „Медиите ON AIR“ е изцяло авторски проект, в който подбирам теми, гости, правя репортажи и дори редажурата, които се използват за „покритие“ на разговорите. Това ми позволява да работя без да имам качен текст на аутокою и да взимам решения за развитието на предаването според ситуацията в студиото и мненията на гостите, а не да следвам предварително подготвен сценарий.

В предаването каня журналисти, PR специалисти, медийни наблюдатели и анализатори, преподаватели, студенти, психолози и интересни личности, които с работата си имат отношение към медийната среда в България.

Предаването има стабилен рейтинг, своя вярна публика, която предлага теми, дава полезна обратна връзка чрез социалните мрежи или с директни разговори с мен. Наскоро ми се обади колега журналист с над 30 години опит в телевизия и ми предложи да направи пълен архив на предаванията, който да ми подари. Посъветва ме да не разчитам само на интернет и youtube, а да оформя разговорите в книга. Мисля, че идеята може да се окаже интересен медиен експеримент.

Разбира се, събеседниците правят разговорите и темите интересни. Аз се опитвам да се вслушвам в думите им и да давам посока на обобщенията.

Човек може да бъде специалист в дадена област, но не може да бъде професионално компетентен по всички теми. Така е и с телевизиите. Много говорене по всички теми от едни и същи хора кара зрителите да развият нетърпимост към всеядните коментатори.

Когато търсите информация в интернет задавате ключова дума. Така получавате точната информация в синтезиран вид.

Живеем във време на информационна канонада и вече по-ревниво пазим сетивата си от „странични шумове“, а търсим конкретика и най-доброто.

Нишовите телевизионни и специализираните предавания не само, че имат своето място в ефира, но и ще се превръщат все повече в търсен продукт с добавена стойност.

Ако трябва да посочите топ 3 теми, касаещи PR практиката, които сте разглеждали в предаването, кои биха били те? Защо?

До къде се простират правомощията на един ПР? Невидими ли са компаниите за медиите, когато са социално отговорни?

Къде се къса нишката между теорията и практиката?

Какви са заплахите пред свободата на словото? Как да ги преодолеем?

Основната заплаха в България е автоцензурата. И нежеланието на гилдията да промени отношенията вътре в нея. Една от най-трудните и отговорни професии-тази на журналистите, търсеща „сметка“ на обществото за кривините му, не иска да види собствените си пробойни. Самата гилдия не може да се обедини в подкрепа на колега и не може да излезе с единно становище, по какъвто и да е проблем.

Имаме съюзи, асоциации, фондации, медийни комисии, които следят обстановката наравно със зрителите, читателите, потребителите. Просто свидетелстват, че ситуацията е тежка и доста нестабилна.

Саморегулацията от самите журналисти е това, което липсва.

Освен телевизионен водещ, Вие сте и PR на телевизията, в която работите – може да се каже, че работите от двете страни на комуникационния канал. В тази връзка какво е мнението Ви за регулациите на електронните медии, касаещи споменаването на марки – особено в контекста на дарителство и корпоративната социална отговорност?

Факт е, че моите 55 ефирни минути в една от най-младите и амбициозни телевизионни в България дават и на ПР-ите възможност да имат своя телевизионна арена за споделяне и отстояване на принципи и идеи. Този „комуникационен канал“, за който говорите няма две страни. ПР практиците и журналистите плуват в едни води, в една посока – честно разказаната история.

На PR-ите по-често им се налага да разказват историята на успеха. За журналистите тя рядко е новина. Но е повод за гордост, за създаване на чувство за колективно усилие, за споделени ценности, за налагане на етични стандарти. И медиите освен да информират трябва да бъдат и обществено отговорни и да възпитават, да дават на обществото примерите за благотворителност, добровлчество, социална ангажираност. СЕМ излезе с препоръки относно този казус. Идеята е компаниите да бъдат споменавани, когато това е в интерес на информираността на зрителите. Направих няколко предавания на тази тема и в студиото се чуха различни коментари и от PR-и, и от представители на бизнеса, и СЕМ. Смятам, че ако една телевизия иска да е коректна в споменаването на марки и компании, би могла да го направи като раздели търговския си и новинарски отдел, не само в различни офиси.

А какво трябва да се промени в законодателството, касаещо

PRактики, брой 86, 11 март 2014 г.

работата на PR професионалистите?

Ако се спазват моралните закони няма нужда от други. Fairplay в PR професията би трябвало да изисква да се спазват правата на човека, да се подхожда с достойнство и честност, да съществува дискретността и лоялността към клиентите. Да има акуратност в представянето на информацията, честна конкуренция и всеки да заства зад думите си със своето лице и позиция.

И тук както при журналистите гилдията сами би могла да отсее „житото от плявата“.

Кои са били най-интересните Ви събеседници в ефира на Bulgaria On Air?

Всичките ми събеседници са били поканени в студиото на предаването не, за да запълнят времето или да вдигнат рейтинга, а защото са ме впечатлили с позиция, професионален успех или защита на непопулярна, но важна кауза. Ако

трябва да дам примери, може би част от тях са:

Соня Рув-Увалиева, съпруга на Петър Увалиев. Невероятно информиран и добронамерен човек, който обича България с цялото си сърце.

Емил Спахийски - събеседник, който респектира с точните си анализи, исторически познания и прекрасното си чувство за хумор.

Момчетата от сайта

<http://www.bulgarian-history.org/>

Доброволци, които изнасят лекции в училищата на тема българска история и поводи за национална гордост.

Кой е най-често задаваният от Вас въпрос към гостите ви в предаването „Медиите On Air“? Бихте ли отговорили на него?

Най-често питам: Кое е най-важното събитие от изминалия месец? Това е дежурен въпрос от рубриката „Арбитраж“, в която открояваме важните събития и тяхното медийно отразяване.

И вероятно питам по-често „Защо?“. Защото съм запазила детското си любопитство към света.

Неправомерна употреба на социалните канали за комуникация онлайн – генериране на съдържание с цел манипулиране на общественото мнение

Във връзка с тенденцията за създаване на фалшиви профили в социалните мрежи и генерирането на поръчкови коментари от нереални лица с цел манипулиране на общественото мнение в онлайн пространството, Комисията по етика отново иска да напомни, че използването на т.нар. „трол-активност“ не е етична комуникационна практика. Комисията по етика не подкрепя използването ѝ от професионалистите в България, независимо от целите и сферата на дейност. Считаме, че изграждането на психологически модели посредством нереалното мултиплициране на съдържание е порочна практика.

Състав на Комисията/ 2014:

Милена Атанасова
Елица Наумова
Кремена Георгиева

На първо място в Google – в 222 стъпки от Тим Киберман



Не вярвам в категорични професионални постулати и обещания от типа „направи това и гарантирано ще се случи онова“. Вярвам обаче в добрите практики и работещите решения. Именно затова, макар да не съм докрай уверен в 100%-овото действие на **SEO оптимизацията** (оптимизацията за търсачки и най-вече за Google), просто трябваше да прочета „**На първо място в Google**“ от екипа на Kiberman. Книгата ще ви преведе в 222 стъпки (толкова са съветите в нея) **от създаването до оптимизирането на уебстраницата**, която сте избрали за собствения си бизнес, та чак до извеждането ѝ на първо място в резултатите на Google (тук в главата ми светва една лампичка, но вече обясних защо). Започва се от предварителния анализ на онлайн представеността на съответния бизнес сектор, през избора на домейн и система за управление на съдържанието (CMS), хостинг, URL адреси, структура на самия сайт, специфики при писането на текстовете, изграждане на линкове от и към сайта, интегриране със социалните мрежи и др. Много от нещата бях чувал, но сега ми се изясниха. В края на книгата има и **подробен речник**, който със сигурност ще ви помогне да доуточните неясноти. Разбира се, подозирам, че това е четиво за стартиращи или поне не много напреднали в SEO-областта. Поне така се надявам :) Всъщност изданието е нещо като професионална мистификация, тъй като не е дело на един автор, но има написан такъв. **Тим Киберман** се оказва събирателно име за „отбора“ от SEO-професионалисти във франчайзинг системата за онлайн позициониране internetreklama.bg, която оперира на външния пазар под името Kiberman. Това обаче не личи да се е отразило в стилово отношение и текстът изглежда еднакво във всички секции.

„**На първо място в Google**“ е сред добрите примери, които винаги съм давал за възможност за развитие на книгоиздаването в 21-ви век – с обособени секции за позициониране на рекламодатели и абсолютно ненатрапчиво продуктово позициониране на места. Разбира се, брендирането можеше да бъде една идея по-тактично, но можем да преглътнем логата на всяка страница.

Всички Оферти търси Специалист Social Media Marketing

<http://www.jobs.bg/f2118384>

Изисквания:

- Интерес в областта на и-нет рекламата
- Активно използване на Facebook, Twitter, Google+ и др.
- Способност за организиране на времето за работа
- Креативност и идейност
- Писмена грамотност на български език
- Базова компютърна грамотност (работа с MS Word, Excel, Outlook) и английски език на работно ниво
- Уменията за работа с Photoshop ще бъдат сметени за предимство

Отговорности:

- Изготвяне на месечни отчети на поддържаните страници
- Откриване на подходящо съдържание
- Комуникация с онлайн аудитории
- Помагане в изготвянето или промяната на стратегии/концепции
- Проследяване на проектите и анализ на постигнатото.

Фирмата предлага:

- Развитие на професионалните умения
- Работа с млад и амбициозен екип
- Отлични условия на труд
- Добро заплащане

Редакционен екип на броя:

Радина Ралчева r.ralcheva@bdvo.org

Александър Христов a.hristov@bdvo.org

Мила Миленова m.milenova@bdvo.org

**Очакваме вашите мнения, коментари и предложения
за материали на координатите на редакцията:**

Българско дружество за връзки с обществеността

София 1574, ул. „Кирил Божиков“ 20

Тел: 02/ 495 85 82

Ел.поща: office@bdvo.org

www.bdvo.org

www.prpriz.info

