

Информационно издание на БДВО



Покана за Общо събрание на БДВО



На основание член 11, т. 1 от Устава на Дружеството, Управителният съвет на БДВО свиква годишно общо събрание, което ще се проведе на 22 ноември 2014 г., събота, от 16:00 ч. в зала 2 на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

Общото събрание ще премине при следния дневен ред:

1. Отчет на дейността на Управителния съвет на БДВО за 2014 г.
2. Отчет на Комисията по етика към БДВО за 2014 г.
3. Избор на Управителен съвет с мандат 2015 – 2016 г.
4. Избор на Председател за 2015 г. и за 2016 г.

5. Избор на Комисия по етика с мандат 2015 - 2016 г.
6. Прием на програма за дейността на Дружеството за 2015 г.
7. Разни

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

Онези членове, които нямат възможност да присъстват физически на събранията, могат да дадат своя глас като упълномощят свой колега – пълноправен член БДВО. Така вторият може да гласува вместо своя колега – с 2 гласа, след представянето на упълномощаващ документ.

Напомняме на всички членове, че могат да заплатят своя членски внос, както за 2014 г., така и за 2015 г. в размер на 100 лв. (важи за календарна година) по банков път или на място, непосредствено преди събранията.

Обучение на тема: Как да напишем комуникационен проект по ЗОП?

Предназначено за:

Практически ориентиран курс, предназначен за младши специалисти по маркетинг и комуникации, които работят в компании или агенции за реклама и/или връзки с обществеността и неправителствени организации, чиито интереси са насочени към разработване и кандидатстване по открити процедури и проекти, финансирани от Европейския съюз.

Цел на обучението:

В рамките на обучението курсистите ще придобият ключови умения за подготовката на комуникационен проект по открити процедури по Закона за обществени поръчки (ЗОП), с европейско и национално финансиране. В програмата са обхванати всички основни етапи на работата – преглед на обявлението, процедура по кандидатстване и подготовка на техническа оферта, класиране и подготовка за изпълнение.

Обучението е с практическа насоченост, подходящо за специалисти с базови умения в подготовката на проекти по открити процедури, работещи в областта на създаване на комуникационни стратегии, провеждане на информационни кампании, разработка и производство на аудио, видео и печатни рекламни материали, планиране и организиране на събития и обучения, медиа планиране (телевизия, радио, преса, външна реклама, интернет), управление на дигитални комуникации, провеждане на социологически проучвания, стратегическо планиране, връзки с обществеността, логистични дейности и др., в съответствие с изпълнението на комуникационните планове на оперативните програми.

Продължава на стр. 4

Обучител:



Жанета Дядовска

Жанета Дядовска има 12 години опит в сферата на маркетинговите комуникации. Работила е по осъществяването на множество публични и политически кампании, ръководител на отдел „Връзки с медиите“ и пресаташе на парламентарна група в 39-ото Народно събрание.

През последните години основен фокус в работата ѝ заемат стратегическото планиране и бизнес развитие, изготвяне на комуникационни стратегии, продуктови и медийни кампании за български и международни марки.

Участва в разработката и реализацията на проекти за комуникация и публичност, финансирани по оперативни програми, за Министерство на икономиката и енергетиката (МИЕ), Министерство на околната среда и водите (МОСВ), Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията (МТИТС), Министерство на земеделието и храните (МЗХ), КТ Подкрепа и други бенефициенти на общинско ниво.

Лектор в M3 College, член на IPRA (International Public Relations Association) и БДВО (Българско Дружество за Връзки с Обществеността). Има отличени проекти за Политически PR, Проект в публичния сектор, Специално събитие и Имиджмейкинг в конкурса PR Приз 2012-2014.

Продължава на стр. 5

Програма на обучението:

В рамките на два модула с обща продължителност 8 часа, участниците ще бъдат запознати с:

9:00 – 9:30 часа Регистрация на участниците

9:30 – 10:45 часа Оперативни програми през новия програмен период 2014 – 2020. Ключови европейски институции, съдържание на програмите, законодателна база, ключови компетенции на участниците в процеса.

10:45 – 11:00 часа Кафе пауза / Почивка

11:00 – 12:30 часа Основни акценти от промените в Закона за обществени поръчки (ЗОП), влизащи в сила от 01.10.2014

12:30 – 13:30 часа Обяд

13:30 – 15:00 часа Основни принципи при подготовка на техническата документация. Как да „четем“ изискванията в документите за участие?

15:00 – 15:15 часа Кафе пауза / Почивка

15:15 – 16:45 Подготовка на техническа оферта, техническо оформление и представяне Концепция, логическа рамка на проекта и критерии за оценяване, етапи на оценяване и подготовка за изпълнение

16:45 – 17:30 Практически упражнения и дискусия

Продължителност: 8 часа

Дата: 7 ноември 2014 г. (петък)

Място на провеждане: Факултет по журналистика и масова комуникация на СУ “Св. Климент Охридски” – адрес: София, ул. “Московска” 49, зала 13.

Цена: 70 лв. Членовете на БДВО ползват 20% отстъпка от цената. За студенти и докторанти обучаващи се в редовни форми на обучение по “Връзки с обществеността” – бесплатно.

Можете да се регистрирате за участие в обучението на сайта на бдво – bdvo.org, местата са ограничени!

Асен Асенов – председател на БДВО

all about the approach

Асен Асенов:

Директор „Корпоративни комуникации“ на ПОК „Доверие“ от 2011 г.

Работи в ПОК „Доверие“ в периода 1998-2007 г., като заема позициите специалист маркетинг, координатор връзки с обществеността, координатор човешки ресурси, ръководител

отдел „Обслужване на клиенти“, директор „Маркетинг“, ръководител отдел „Връзки с обществеността“.

Избран е за член на Управителния съвет на Българско дружество за връзки с обществеността през 2005 г. и е негов председател през 2007, 2008 г. и 2014 г.

Преподава „Връзки с обществеността“ в Университета за национално и световно стопанство. Редовен докторант в катедра „Медии и обществени комуникации“ във факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС.



Г-н Асенов, какво предвижда програмата на БДВО до края на годината?

Предстоят няколко събития, с които вярваме, че ще бъдем полезни както за членовете на организацията, така и за цялата PR общност.

На първо място, на свое заседание Управителния съвет на БДВО определи датата за годишното общо събрание, което, съгласно Устава на организацията, ще бъде и отчетно изборно.

То ще се проведе на 22 ноември 2014 г., като за първи път от много години ще го проведем в календарната година, която отчитаме.

Продължава на стр. 7

Датата на Общото събрание този път не е избрана случайно. Това е рожденият ден на Едуард Бернайс, който мнозина определят за „баща на професията“ и се радвам, че колегите приеха по този начин да отбележим 123-годишнината от неговото рождение.

Разбира се, изборът на тази дата задължава и освен Общото събрание в рамките на един минифестивален ден ще проведем научна конференция, студентски конкурс и дискусия за състоянието и бъдещето на професията, като подробна информация за програмата на събитието ще бъде публикувана на сайта на БДВО и в следващите броеве на PРактики.

Вече анонсирахте обучение на тема „Как да напишем комуникационен проект по ЗОП?“. Кажете повече за предстоящите до края на годината обучения?

Това е второто обучение, което организирахме в рамките на настоящата година, като и този път целта е да се опитаме да сме полезни в това да надградим знанията на нашите членове и всички, които ще се включат в обученията, по конкретни теми пряко свързани с практиката.

Затова и се насочваме към обучители с висока експертиза в конкретната сфера. Така беше и с обучението по „Корпоративна социална отговорност“, водено от Елица Баракова. Така е и сега, когато обучител ще бъде Жанета Дядовска, PР практик със сериозен опит при кандидатстването и реализацията на успешни проекти и кампании, финансирани по програми на Европейския съюз.

Наред с това, върви подготовката и за третото обучение, което ще е по „Презентационни умения“ и планираме да се проведе в края на месец ноември.

През настоящата година в програмата на БДВО има много събития и дейности, реализирани в партньорство с други организации и фирми, какви са ползите от тези сътрудничества и предвиждате ли още такива до края на годината?

Да, това е акцент в начина, по който осъществяваме дейността си през тази година – търсим партньорства, които от една страна да носят пряка добавена стойност към съдържанието и ползи за членовете, а от друга – да имат измерим резултат в организационно, финансово, имиджово отношение за Дружеството. **Продължава на стр. 8**

По този начин можем да сме по-гъвкави и да направим много повече неща, изпълнявайки както приетата годишна програма, но и работейки за постигане на стратегическите цели на организацията.

Няма как да не спомена партньорството с Българската академична асоциация по комуникации (БААК), което ни дава възможност да работим пряко с академичната общност; с Факултета по журналистика, който на 30 октомври ще отбележи своята четиридесетгодишнина; с M3 college; с DEA Solutions и Айдия Адвартайзинг, на които дължим новия сайт на БДВО и новата визия на PRактити; рекламна агенция The Smarts, която изготвя визуалните решения на голяма част от събитията, които организираме. И разбира се – на корпоративните ни партньори, благодарение на които имаме и финансова стабилност за осъществяване на дейността ни като "Мтел", "Софарма", "Пощенска банка", „Булстрад Виена Иншурънс Груп“ , ЧЕЗ България и др.

Новото, което предстои до края на годината, е, че на 14 ноември в партньорство с denkstatt България ще проведем дискусия на тема „Корпоративният доклад за устойчивост: Ще се заемем ли?“.

Предстои също така още до края на месец октомври да подпишем договор за партньорство с фондация “Български център за нестопанско право”, с които ще си сътрудничим с цел подобряване на качеството на комуникациите в неправителствения сектор, както и ще помогнем за популяризиране на един добър инструмент за получаване на полезна информация и познание за дейността на НПО, какъвто представлява порталът www.ngobg.info

Кога ще бъде другото „марково събитие“ на БДВО новогодишното парти на PR професията?

От няколко години обсъждаме, но сега решихме и ще реализираме на практика идеята да проведем тази превърнала се в традиционна и харесвана от колегията среща не в изключително натоварения откъм събития месец декември, а през „поспокойния“ в това отношение месец януари. Така че този път ще се съберем в началото на 2015 г., за да започнем новата година с едно приятно и ненатоварващо събитие, в което да споделим своя оптимизъм и надежди за една много по-успешна в професионално отношение година.



Елена Тошева

Елена Тошева е специалист по „Връзки с обществеността“ с повече от 11 години опит в сферата на комуникациите. От 2009 година е мениджър "Маркетинг и комуникации" на Хюлет-

Пакард България. На тази позиция отговаря за корпоративните и вътрешните комуникации, социалните и доброволчески инициативи на НР, маркетинг и ПР активностите, свързани с продуктите и услугите на технологичната компания.

Преди да се присъедини към екипа на Хюлет-Пакард е заемала позицията старши съветник "Връзки с обществеността" в БТК и vivatel, а 2003 до 2006 година е експерт "Връзки с обществеността" в "Нилана". В продължение на три години работи в телевизионния и кабелен оператор Евроком.

Елена е магистър по "Връзки с обществеността" към Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ "Св. Климент Охридски". Притежава бакалавърска степен по специалностите „Икономика на масмедииите“ и „Международен туризъм“ от Университета за национално и световно стопанство (УНСС).

Завършила е London School of PR и е преминала редица специализирани обучения по управление на събития, публична реч, бизнес етикет и протокол, водене на преговори, мотивация и др.



Discovery Networks' Program Highlights 2013 на All Channels Communication Group

Представянето на програмата на Discovery Networks за 2013 г. е проектът-победител в категория "PR проект на медиа" в тазгодишното издание на конкурса PR Приз. All Channels Communication Group получава първа награда в категорията "PR проект на медиа" за втора поредна година – отново с проект за Discovery Networks.



През пролетта на 2013 г. All Channels Communication Group събира на едно място журналисти, кабелни и сателитни оператори, за да ги пренесе в света на Discovery Channel, TLC и Animal Planet. Целта на проекта е Discovery Networks да представи предстоящите премиери в ефира на каналите от портфолиото си.

Пътуването в света на Discovery Networks започва седмица преди събитието, когато гостите получават персонализирана покана във формата на самолетен билет.

В деня на срещата присъстващите са посрещнати от банда гангстери (от предаването „Гангстерски империи“, Discovery Channel), които ги водят до необичаен асансьор. Там гостите попадат в един нов свят – светът на предаването „Градове на показ“, в който гид предлага пътешествие от центъра на Земята.

За 66 клаустрофобични секунди пътниците се запознават с това, което се крие в различните пластове на Земята – от вкаменелости на динозаври и забравени съкровища и артефакти, през инфраструктурната мрежа, положена в днешни дни, до самата повърхност на Земята (<http://youtu.be/PPF5awdBRY>).

Продължава на стр. 11



В залата гостите са посрещнати от стюардеса, която ги настанява, за да изгледат трейлърите на ключовите нови предавания в ефира на телевизиите от портфолиото на Discovery Networks.

След вълнуващото начало, последвано от интерактивна презентация на Александра Тиганас, програмен директор на "Дискавъри" за Югоизточна Европа, гостите преминават през специални кътове. Експерти представят тайните на магията (предаването „Динамо: Невероятни магии“ по Discovery Channel). Гостите научават трикове за оцеляване в екстремни условия (от предаванията на Бър Грилс). Всеки има възможност да създаде интересни предмети със собствените си ръце (предаването „Най-сръчните ръце“ по TLC). Финалът е отпразнуван с декорация на торта, посветена на предаването „Кралят на тортите“ по TLC.

Проектът събира в едно силни емоции, интригуващи предавания и поредното нестандартно събитие, реализирано по идея на All Channels Communication Group за Discovery Networks.





 **НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ**

ДЕПАРТАМЕНТ „МАСОВИ КОМУНИКАЦИИ“ ГОДИШНИК 2013

На 11 март 1991 г. стартира първата учебно-квалификационна програма с четири курса „Пъблик рилейшънс (Връзки с обществеността)“ на департамент „Масови комуникации“, Нов български университет. Това е първата крачка в преподаването на ПР в България. Точно 20 години по-късно, през 2011 г. БДВО връчва приз на департамент „Масови комуникации“ за принос в развитието на ПР образованието в България.

Департамент „Масови комуникации“ е между първите департаменти на Нов български университет. Започва своята работа под ръководството на проф. Владимир

Михайлов, доктор на изкуствознанието, с програма по „Пъблик рилейшънс (Връзки с обществеността)“, последвана от програмите „Продуцентство в средствата за масова комуникация“ и „Персонифицирана аудиовизуална журналистика“. От академичната 1997/1998 г. се въвеждат и магистърската програма „Управление на масовите комуникации“ и две години по-късно - в магистърска програма „Управление на връзките с обществеността“. По същото време се открива и докторската програма „Масови комуникации“.

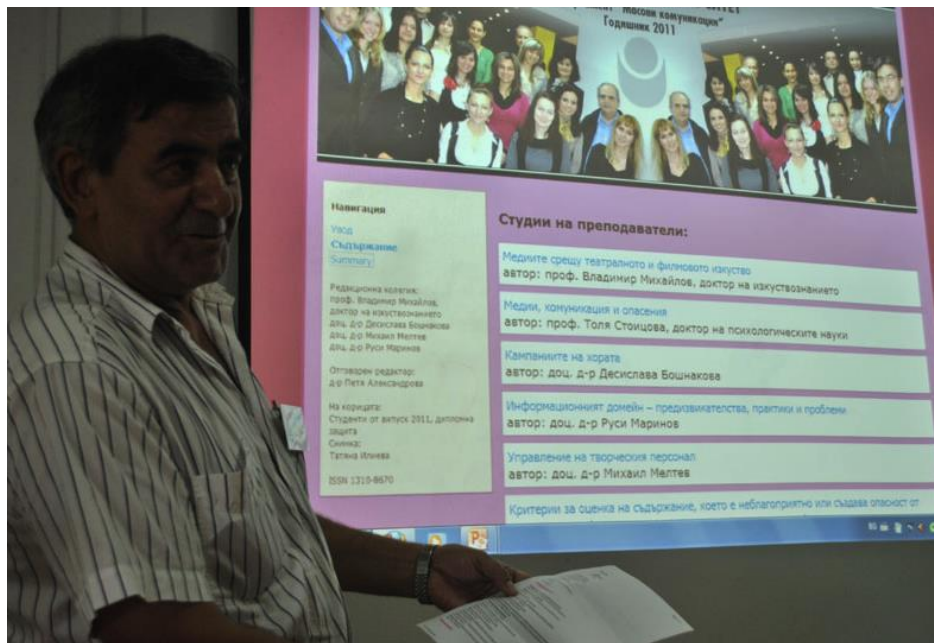
Продължава на стр. 13



Около 1200 са специалистите, преминали през програмите на департамент Масови комуникации в областта на журналистиката и ПР. По-голямата част от тях в момента работят в българските медии и комуникационни агенции. Сред завършилите програмите има управители на ПР агенции, множество специалисти по политически ПР, корпоративни комуникации, ПР в сферата на бързооборотните стоки. Наши възпитаници работят и в неправителствения сектор, както и в държавната и общинска администрация. Част от агенциите, възникнали през годините са на екипи от хора, завършили ПР

програмата на НБУ, сред тях и специализирани – за специални събития, за онлайн комуникации, за работа в специфични сфери като спортен ПР. Редица специалисти са се реализирали в комуникацията в сектора на здравеопазването – пациентски организации, фармацевтични фирми и асоциации. Множество от завършилите бакалавърските програми заминаха в чужбина и сега работят там, интересното е, че много от тях работят по специалността си, преодолявайки една от големите трудности – чуждият език.

Продължава на стр. 14



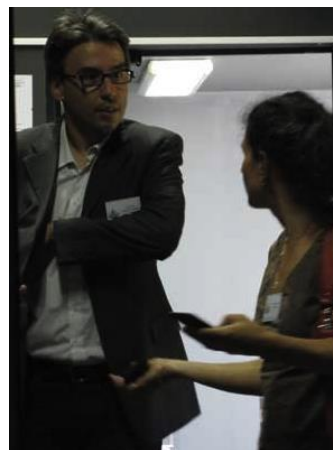
- От 1996 г. департаментът издава редовно „Годишник на департамент „Масови комуникации“, в който се публикуват научноизследователски студии на преподаватели и докторанти, проекти и курсови разработки на студенти, преводни специализирани материали и се представят завършилите през текущата година бакалаври, магистри и доктори. През 2006 г. департамент „Масови комуникации“ за първи път в НБУ издава електронен годишник и от тогава изданието е свободно достъпно онлайн.

- От 1999 г. се организира всяка година „Лятна школа по връзки с обществеността“, а от 2006 г. - пролетни и есенни научни конференции. Докладите и обсъжданията на Лятната школа и конференциите се документират в сборници или се поместват в електронната страница на университета.
- През настоящата 2014 г. Лятната школа по PR беше включена в календара на кандидатурата на София и Югозападен регион за културна столица на Европа 2019 и събра над 50 учени, практики и студенти от 6 български университета.
- През последните години, във връзка с все по-глямото влияние на онлайн технологиите в световен и в национален план, магистърските програми на университета са изцяло обновени. Целта е да отговарят на изискванията на съвременните професионални изисквания и дори да изпреварят нуждите на пазара на труда. Програмите, в които в момента се обучават и могат да се обучават желаещите да придобият висока квалификация са:
 - **Връзки с обществеността в социалните медии и социалните мрежи;**
 - **Журналистика 3.0 (онлайн преса, радио и телевизия);**
 - **Международни бизнес комуникации (на английски език)**

Продължава на стр. 15

Най-новата програма на департамента е магистърската програма “Връзки с обществеността в социалните медии и социалните мрежи”, която е насочена именно към покриване на нарастващите нужди от професионални онлайн комуникации. Програмата се провежда в три семестъра.

Два от тях покриват необходимата теоретична подготовка, а теритият е изцяло съсредоточен върху практическите аспекти на работата. В преподавателския екип са поканени известни практики, работещи най-вече в областта на онлайн комуникациите.



Продължава на стр. 16



Компетенциите, които ще придобият завършилите програмата:

- познават механизмите за организиране и управление на връзките с обществеността в съвременните социални медии и мрежи;
- имат задълбочени познания относно комуникационни модели и теории и тяхното специфично приложение в практиката на връзките с обществеността в новите социални канали за комуникация;
- владеят механизмите за организиране на управлението на връзките с обществеността в модерните, ориентирани към комуникациите организации;
- притежават умения да управляват самостоятелно кампании в новите социални медии и мрежи;
- умеят да използват интердисциплинарен подход при анализ и оценка на информационния и медиен контекст в съвременните общества;
- познават спецификите на отделните социални медии и мрежи;
- знаят как да ги използват, за да постигнат стратегическите цели на организациите в практиката.

All Channels Communication Group пусна „Саундтракът на града“



Една от най-любопитните комуникационни кампании тази есен носи името „Саундтракът на града“. Целта на проекта е да улови звуците на града, да ги представи в аудио изложба и да миксира с тях саундтрак, вдъхновен от колекцията слушалки Philips CitiScare. Кампанията е създадена по идея на All Channels Communication Group. Креативната концепция на българската агенция ще бъде реализирана в няколко европейски градове. Първият град, който ще има собствен саундтрак, е София.

Авторите на първата аудио изложба в България, събрали звуците на София, са Мартен Роберто, Бат Венци от Ъпсурт, певицата Рут Колева и SAVA от Camp Sessions. Визуализациите към аудио изложбата са изготвени от Милен Гълъбов, Senior Art Director в All Channels Communication Group.

Всичко започва през септември, когато музикантите разделят София помежду си, за да уловят как звучат 8 централни градски района. Рут Колева взема района на Народния театър и Храм-паметника „Св. Александър Невски“. Бат Венци от Ъпсурт се заема с изучаването на „Попа“ и района около Софийски университет. DJ SAVA получава Львов мост, района около Халите и Борисовата градина, а Мартен Роберто решава да слуша „Витошка“ и НДК. В продължение на няколко седмици, оборудвани със специална техника, те записват как звучи София. Пречупвайки градския шум през собствената си артистичност, четиримата подбират най-характерните за различните софийски райони звуци. Уникалните по рода си аудио картини са придружени от 120 фотографии, направени от арт директора на All Channels Communication Group Милен Гълъбов. Изложбата беше представена в Централната софийска баня в средата на октомври.

Продължава на стр. 18



Предстои всеки от артистите да включи звуците от града в по 2 свои авторски парчета, които ще бъдат представени на малки партита в различните градски части до края на годината. Музикантите черпят вдъхновение и от предложенията за градски звуци от жителите на София. Всеки може да изпрати своя звук на сайта на кампанията. Песните ще бъдат пуснати за свободно теглене в интернет, като минувачите ще се натъкват на тях и благодарение на специални указателни стикери в съответния регион, от който са записани.

Редакционен екип на броя:

Асен Асенов
Десислава Василева
Мила Миленова

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

С любезното съдействие на:

