



Програма 2020

Българско дружество за връзки с обществеността



Нашата визия през 2020

- Да повишим авторитета на БДВО като професионална организация в сферата на комуникациите.
- Да повишим имиджа на ПР професията в обществото и сред студентите.
- Да сме активен и важен партньор на комуникационната (и не само) общност в и извън страната (БАПРА, БАУХ, БАКА, БАР, IPRA, EACD).
- Да бъдем по-видими и по-добре чути в обществени дискусии за развитие и утвърждаване на добрите комуникационни практики.
- Да продължим да подпомагаме професионалното израстване на младите колеги, като работим с университетите, които подготвят бъдещите PR специалисти.



Приоритети 2020 Н1

- Разпределихме управлението на дружеството между членовете на УС:
 - Определихме зам-председател на УС с фокус - финанси
 - Определихме двама от членовете на УС с фокус - правни въпроси и администрация
 - Разпределихме ресори за всеки член на УС: работа с членове и партньори, студентски инициативи, организация на събития, ПР и визуално представяне.
- На извънредно ОС избрахме за пръв път в историята на организацията изпълнителен директор на БДВО.
- Провеждаме регулярни месечни срещи на УС - онлайн.
- Планираме активна съвместна работа с членовете на КПЕ и Контролния съвет чрез тримесечни съвместни срещи
- Активизирахме дейността на Обществения съвет към БДВО.
- Започнахме работа по темата Employer Branding съвместно с ЧР общността.
- Целта ни до края на 2020 г. е да увеличим членската маса сред физическите и юридически лица до кота 80 броя редовно отчетени членове.



Приоритети 2020 Н2

- Да създадем и комуникираме успешно допълнителни ползи за членовете чрез повече възможности за споделяне на опит и добри практики между комуникационните специалисти.
- Да развиваме каналите за комуникация с членовете: бюлетин, профили в социалните мрежи LinkedIn, FB, Instagram; интернет страница
- Да активизираме сайта на КЕ с активна комуникация за подаване на сигнали.
- Да продължим работата по създадения регистър на членове на БДВО, приели Етичния кодекс на ПР специалистите в България и популяризирането на обновения Етичен професионален кодекс - Софийска харта за етични комуникации.
- Да изпълним планираната част от календара със събития, макар и в различен формат поради COVID ситуацията.

Обществен съвет на БДВО

- Активизиране на дейността на Съвета.
- Общественият съвет ще работи заедно с УС и КПЕ и ще подпомага създаването на стратегия за развитие на Дружеството и на професията на комуникатора.
- Общественият съвет ще работи по проекти, които да задават еталон за PR практики – напр. бяла книга на PR практиките, PR Annual Index.

Календар на събитията Н1

Месец	Дейност
януари	<ul style="list-style-type: none">• Годишно парти на БДВО и БАПРА• Извънредно Общо събрание: избор на ИД
февруари	<ul style="list-style-type: none">• Начало на програмата с ФЖМК• Обявяване конкурс за стипендията на името на проф. Тодор Петев• Стартване на проучване на БДВО и БАУХ “Най-желаният работодател в България” от агенция Тренд
април	<ul style="list-style-type: none">• Представяне пред медиите и обществеността на резултатите от проучването “Най-желаният работодател в България”
май	<ul style="list-style-type: none">• Обявяване на победителя в конкурса за стипендията на името на проф. Тодор Петев
май	<ul style="list-style-type: none">• Обявяване на Двадесетото издание на PR Приз “Промените са ни в природата” - провеждане изцяло онлайн
юни	<ul style="list-style-type: none">• Открити представяния на проектите в PR Приз на живо във FB на PR Приз.• Обявяване на стипендиант на БДВО за 2020 г. сред рекордните 19 участника в конкурса.

Календар на събитията H2

Месец	Дейност
юли -	<ul style="list-style-type: none">Обединената общност на ПР-специалистите и ПР-агенциите прие и подписа обновен етичен професионален кодекс – Софийска харта за етични комуникации в деня на ПР специалиста
септември	<ul style="list-style-type: none">Общо събрание: отчет за 2019; програма за 2020 гБДВО Summer Camp
октомври	<ul style="list-style-type: none">Обявяване на програмата за “Деня на Бернайс”Дигитално обучение по кризисни комуникацииКомуникационен форум с други организации от бранша
ноември	<ul style="list-style-type: none">Провеждане на Денят на БернайсСтудентски конкурс „Като Бернайс“
декември	<ul style="list-style-type: none">Коледно парти - tbc в зависимост от COVID ситуацията

Работа със студенти Н1

- Програма на БДВО във Факултета по журналистика и масова комуникация (ФЖМК) на СУ „Св. Климент Охридски“

Практическата програма по PR за студенти във втори курс на специалност „Връзки с обществеността“ обхваща 8 теми, представени от 8 членове на БДВО:

Комуникационна стратегия (Илияна Захариева)

Връзки с медиите и публична комуникация (Елена Стефанова)

Отношенията вътрешен отдел – комуникационна агенция и организиране на процеса на работа (Александър Христов)

Управление на бранда/ Бранд мениджмънт (Костадин Крантев)
Управление на репутация/ Репутационен мениджмънт (Пепи Димитрова)

Организиране на събития (Анита Бедин)

Кризисни комуникации (Даниел Киряков)

Изграждане и управление на работодателска марка/ Employer branding (Мила Миленова)

Програмата стартира на 8.02.2020 г. със студенти в задочна форма и ще продължи с същия випуск редовни студенти от 18.02, развита в 60 часа.



Работа със студенти Н2

- Годишна стипендия на БДВО „Проф. Тодор Петев“
- Студентски конкурс „Като Бернайс“
- Включване на носителите на стипендия в работата на УС на БДВО



Членство в Дружеството:

- Увеличаване на членската база - физически и юридически лица.
- Достигане на кота 80 брой редовно отчетени членове до края на 2020 г.
- Увеличаване на събираемостта на членски внос, включително редовно следене на постъпилите плащания.

Ползи за членовете:

- Създаване на допълнителни ползи за членовете чрез повече възможности за споделяне на опит и добри практики между комуникационните специалисти.
- Развитие и дигитализиране на каналите за комуникация с членовете.
- Предоставяне на отстъпки и пропуски за събития и обучения
- Насърчаване на използването на каналите за комуникация на Дружеството – публикуване на новини, авторски материали.

Employer Branding 1/2

Проучване “Най-желаният работодател в България”

- В края на 2019 година съвместно с **БАУХ** иницирахме представително проучване сред студентите на най-добрите работодатели в страната на социологическа агенция **Trend**.
- В проучването взеха участие над 1 000 студенти - редовна форма на обучение в български висши учебни заведения.
- То имаше за цел да изследва какви са **очакванията** на хората, които тепърва ще започват трудовия си път, както и **техните нагласи и предпочитания** към работодателите в страната.
- Поради COVID кризата анонсирането се случи без физическа прес конференция, а с прес съобщение, публикации в традиционни и социални медии, интервюта.



ПРОУЧВАНЕ

Половината студенти искат до 2000 лв.

А1 България и Летище София са сред най-желаните работодатели в страната. Това показва проучване по инициатива на Българската асоциация за управление на хора (БАУХ) и „Българското дружество за връзки с обществеността“ (БДВО), направено сред повече от 1000 студенти.

78% от студентите са уверени, че в България има компании, които отговарят на всички техни изисквания, а 62% вярват, че могат да намерят желаното работно място у нас. Близко половината от анкетиранияте студенти (49%) биха искали стартовата им заплата в някоя от тези компании да е между 1201 лв. и 2000 лв. Ако компанията бяха хора, то студентите искат от тях да са честни, съвременни, креативни, както и да може да се разчита на тях.

ПРОУЧВАНЕ НА „ТРЕНД“

Всеки втори студент се надява на стартова заплата между 1200 и 2000 лв.

- Сигурността и стабилността определящи за избора на работното място
- 78% уверени, че в България има компании, които отговарят на всички техни изисквания

Сигурността и стабилността са сред ключовите фактори за младите хора при избор на работно място, показват резултатите от представително проучване „Най-желаният работодател в България“, проведено през февруари 2020 г. Евидентите от COVID-19 осъзнаха сериозно значение върху пазара на труда у нас, затова сигурността и стабилността в началото на кариерния път придобиват още по-голяма важност.

Изследването е проведено от социологическа агенция „Тренд“ в инициатива от Българската асоциация за управление на хора (БАУХ) и Българското дружество за връзки с обществеността (БДВО). В него са взели участие над 1000 студенти – редовна форма на обучение в български висши учебни заведения.

Нивото на възнаграждение, възможността за развитие, интересно на работа и балансирана работа – тези неща все още са в топ 5 на интервюваните студенти. Мотивираността от тях (70%) са убедени, че в България има компании, които отговарят на всички техни изисквания към работното място, а 62% смятат, че могат да си намерят такова идеална работа у нас. Близко половината от анкетиранияте студенти (49%) биха искали стартовата им заплата в някоя от тези компании да е между 1201 лева и 2000 лева.

Очакванията на младите хора стават още по-актуални в ситуация като настоящата, ко-

гато осигуряването на адекватни доходи, стабилност и грижа за служителите се превръщат в приоритет за участниците на пазара на труда. Ако компанията била хора, то студентите искат те да са честни, съвременни, и креативни, на които може да се разчита.

На първите пет места в класацията за най-желани работодатели погледат 11 фирми от сфери като бързооборотните стоки, телекомуникациите, телекомуникативната, храната и фармацевтиката, като някои от тях поделят равни резултати.

Топ 5 на най-желаните работодатели в България:
1. „Косма-Косма ХХС“
2. А1 България и Летище София
3. БТК (Vivacom) и Теленор България
4. IBM България, „Лукойл България“, „Лукойл Нефтохим“ – Бургас, Nestle България, Softbank

Очакванията на младите хора са, че ако започнат работа в някоя от желаните компании, те ще постигнат кариерно развитие, добри доходи, нови умения и опит и не на последно място – сигурност и стабилност. Всички тези очаквания придобиват още по-голямо значение в периода на измирването по отношение, което влезе на сцената на здравеопазването у нас, но и на състоянието на икономиката.

(Продължава на 16-а стр.)

manager.bg 11 фирми в Топ 5 на най-желаните работодатели у нас
economy.bg Къде искат да работят българските студенти и каква стартова заплата

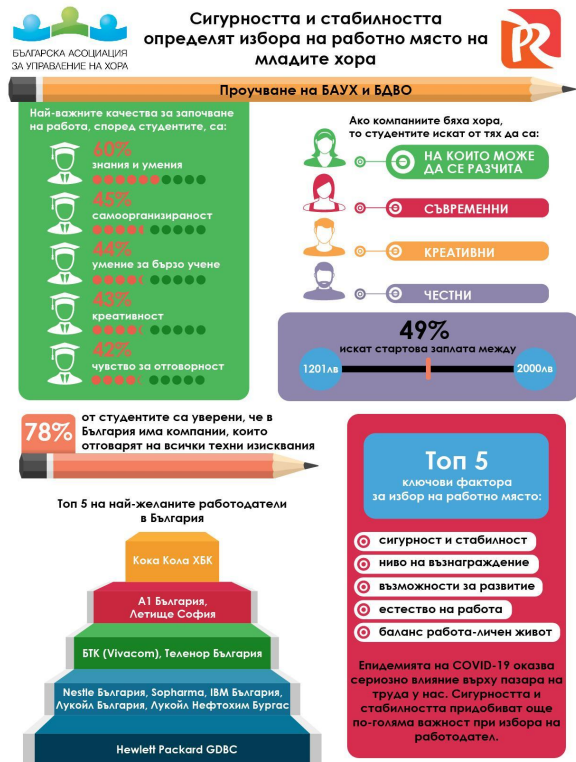
banker.bg Сигурността и стабилността са определящи за избора на работно място от българските студенти

economic.bg Кои са най-желаните работодатели от българските студенти
profit.bg Най-желаните работодатели у нас

money.bg Най-голяма част от студентите у нас искат стартова заплата между 1 500 и 2 000 лева
hicommm.bg Важна информация за избора на работно място

news.bg 50% от студентите у нас очакват 1200 минимум за старт на труда
actualno.com Проучване на БАУХ и БДВО: сигурността и стабилността са

определящи за избора на работно място
Dir.bg Изследване посочи Топ 5 на най-желаните работодатели у нас



Проучването е проведено сред 1004 студенти - редовна форма на обучение в български висши учебни заведения. Методология - пряко полустандартизирано интервю "лице в лице".

trend

Резултати от проучването:

- 78% от студентите са уверени, че в България има компании, които отговарят на всички техни изисквания
- 62% вярват, че могат да намерят желаното работно място тук.
- 49% биха искали стартовата им заплата в някоя от тези компании да е между 1201 лева и 2000 лева
- 77% биха искали да работят по специалността си
- Основните мотиватори за работа на новото поколение на пазара на труда са справедливото възнаграждение (69%), научаването на нови неща и саморазвитието (68%), оценяването на усилията от страна на работодателя (51%) и връзката между личните постижения и възможностите за растеж (50%).
- Своите качества, които те посочват като най-важни за започване на работа, са: знания и умения (60%), самоорганизираност (45%), умение за бързо учене (44%), креативност (43%) и чувство за отговорност (42%).
- Трите най-често използвани канала, чрез които младежите се информират за потенциалните възможности за работа, са специализираните портали за работа (40%), препоръки от приятел (29%) и социалните мрежи (21%).
- Предпочитанията на младежите към българските и чуждестранните работодатели в страната са на сходно ниво, с лек превес към международните компании - 21% спрямо 19% за местните фирми.

Стратегически партньорства

- Създаване на нови партньорства в комуникационната общност: БАУХ, БАКА, БАР, БАПРА, IPRA, EACD
- Продължаване на партньорства с медийни партньори и инициране на нови : b2b Media, Сп. Мениджър, Медиите на 21 век, списание Enterprise, списание Твоят Бизнес и др.
- Поддържане на партньорства с образователни институции: УНСС, СУ, Медицински университет Варна; НБУ;
- Продължаване на ключови партньорства с бизнеса, бизнес организации, НПО: КРИБ, А1, Пощенска банка, Евроинс, Софарма, Инициатива за финансова грамотност, БДФ, BCause
- Поддържане на връзки с ключови ресорни журналисти в секторите от интерес за групите/клубовете в Дружеството
- Разглеждане на всяко постъпило предложение за партньорство и проактивно намиране на нови с допълнителни ползи за членовете.

Канали за комуникация

- Уебсайт
- Facebook страница
- LinkedIn страница
- Неформални и формални срещи с членовете
- Информационен бюлетин на БДВО РРактики:
- Възстановяване на периодиката на информационното издание РРактики
- Увеличаване на брой на абонатите

Обучителна дейност

- Програма на БДВО във Факултета по журналистика и масова комуникация (ФЖМК) на СУ „Св. Климент Охридски“
- **Обучения и уъркшопи:**
 - Кризисни комуникации и/или Public Affairs
 - Разнообразяване на обучителните формати
- **Лекции** - в партньорски образователни институции с цел популяризиране на Дружеството сред студентите.



БДВО



Благодаря за вниманието!