



## ПРОГРАМА

ЗА КОНКУРСЕН ИЗПИТ ЗА ДОКТОРАНТИ ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ  
3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ

ЕФЕКТИВНИ КОМУНИКАЦИИ В ОНЛАЙН СРЕДАТА – 2018/2019 г.

1. Масова комуникация, медийна реконструкция на действителността, функции на медиите, PR и медии . Модели на комуникативния процес.
2. Система на медиите. Функции на медиите. Нови информационни и комуникационни технологии и производство на медийно съдържание. Мултимедийният нюзрум.
3. Конвергенция на медиите. Цифровизация при производството на медийното съдържание. Нови информационни и комуникационни технологии. Дигитални платформи. Комуникативни стратегии. Медии и цифрови пратформи. Правни и етични норми на разпространение на информацията.
4. Нови медии – понятие, характеристики, потребление, потребителски групи. Разпространение и потребление на мобилните комуникации. Уеб-базирани общности, характеристики. Професионални и социални групи в интернет. Блогът и блогосферата. Специфика на рекламата в Интернет Модерни методи за уебреклама. Ефективност на рекламата в интернет.
5. Ефективната публична комуникация Обществено мнение, формиране на общественото мнение, медии и публичен дебат. Корпоративен и персонален имидж. Политическа комуникация и дигитални платформи. Медийна публичност. Медийни елити.
6. Дигитално производство и разпространение на медийно съдържание. Глобализация и идентичност. Междукултурна комуникация. Глобализация и регионализация на информацията и портребление на медийното съдържание.
7. Работа на журналистите в условията на новите информационни технологии. Интернационализация, регионализация и персонификация на процеса на комуникация в условията на новите информационни и комуникационни технологии. Универсален достъп, универсална обществена услуга, основни комуникационни права на гражданите
8. Лобиране и намаляване на проблемите в комуникацията. Специфика на обучението на различни професионални групи за ефективни комуникативни умения.

9. Стратегически комуникации. Комуникационни стратегии и ефективни комуникационни канали. Инструменти за оценка на ефективността.
10. Изграждане на ефективни комуникационни стратегии. Функционално обучение на комуникативни умения. Методология за обучение за овладяване на комуникативни умения.

### **Библиография:**

1. Бондииков, В., Чакалов, Б. Методи за изследване на масовата комуникация. С., 2015.
2. Вълканова, В. Дизайн на вестника. Традиционни, хибридни и онлайн емисии на пресата. С., 2008
3. Гидънс, А. Социология. С., 2003.
4. Дуеи Милад, Големият дигитален обрат, НБУ/IF С2011
5. Кастелс, М. Информационната епоха: Икономика, общество и култура. Том 1: Възходът на мрежовото общество. 2004.
6. Кунчик, М., А. Ципфел, Въведение в науката за публицистика и масови комуникации. С., 1998.
7. Кътлип, Ск. и др. Ефективен пбблик рилейшънс. С., 2007.
8. Липман, У. Общественото мнение. С., 2001.
9. Михайлов, Н. Комуникацията – социален и морален контекст, С., 2016
10. Попова, М. Виртуалният човек, В. Т., 2012, Фабер (второ издание), достъпна на адрес: <http://www.newmedia21.eu/content/2012/03/Maria-Popova-The-Virtual-man-second-ed.pdf>
11. Петров, М. Персоналният имидж. С., 2005.
12. Петев, Т. *Теории за масовата комуникация*, София: ФЖМК на Софийски университет, 2004.
13. Рийд, Дж. В крак с онлайн маркетинга. С., 2012
14. Фидлър, Р. Медиаморфоза, С., 2005, „Кралица Маб“.
15. Хабермас, Ю. Структурни изменения на публичността. С., 1995.
16. Щефан-Р-Молр И Инджев, Журналистиката , С 2017
17. Медийно право ,речник на основните термини , Труд, С. 2005
18. The making of European Public Sphere CU Press, 2010
19. Durham, M. & Douglas KELLNER. Media and Cultural Studies Keywords. Malden, Ma and Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2001
20. Benson. R., Shaping the public sphere: Habermas and beyond <https://steinhardt.nyu.edu/scmsAdmin/uploads/006/243/Benson%202009%20American%20Sociologist%20FINAL.pdf>
21. *Годишници на СУ. Факултет по журналистика и масова комуникации*