



ПРОГРАМА

ЗА КОНКУРСЕН ИЗПИТ ЗА ДОКТОРАНТИ ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ

3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ

УПРАВЛЕНИЕ НА РЕПУТАЦИОННИ КРИЗИ – 2018/2019 г.

1. Комуникационна теория: комуникатор, съобщение, канал, адресат, контекст. Основни комуникационни теоретични традиции – семиотична, кибернетична, социално-психологическа, реторична.
2. Базови комуникационни модели: Аристотел, Ласуел, Шрам, Малецке, Роджърс, Томсън.
3. Влиятелни комуникационни концепции: Мийд (символният интеракционизъм), Тибо и Кели (теория за социалния обмен), Бергер (теория за редуциране на несигурността), Фишер (наративната парадигма).
4. Структура на масовата комуникация. Разлики и прилики между междуличностна, групова и масова комуникация.
5. Масова комуникация и медии: ограничен/неограничен ефект на медиите, акумулиран медиен ефект, публичен дневен ред, общественото мнение и спиралата на мълчанието, мрежово общество.
6. Комуникационни технологии: връзки с обществеността, пропаганда, реклама, журналистика, маркетинг. Дефиниции, взаимовръзки и отлики.
7. Репутация и обществено доверие. Дефиниции и взаимовръзки.
8. Репутация, имидж и корпоративен бранд. Дефиниции, взаимовръзки и отлики.
9. Репутацията като добавена стойност (goodwill).
10. Теория на кризисната комуникация: „теория на апологията/оправданието“ (apologia theory), „теория за възстановяване на имиджа“ (image restoration theory), „теория на решението“ (decision theory), „теория на разпръскването“ (difussion theory).
11. Интегративни модели на кризисната комуникация – Тиесен и Ингенхоф; Шварц, Ротенбергер, Шлейшър и Сруджис.
12. Теоретични модели (на Груниг и Хънт) – прес агентство/публичност, публична информация, двустранен асиметричен модел, двустранен симетричен модел. Критика на моделите. Връзка на моделите с кризисната комуникация.

13. Кризисни заплахи: видове и риск от кризи.
14. Поетапно развитие на кризите: характеристика на етапите. Трансформации и кризи в доверието. Измерване на кризи.
15. Предпазният принцип (precautionary principle) при репутационни кризи в екологичен аспект.
16. Репутационни аспекти на терористичните кризи.
17. Съвременни проблеми на кризисната комуникация. Кризи и риск в интернет. Видове онлайн репутационни заплахи.
18. Имидж: същност, характеристика, типология.
19. Корпоративен имидж: технология на изграждане.
20. Корпоративно гражданство: ценности и принципи. Връзка между корпоративното гражданство и корпоративната репутация.
21. Категории репутационни рискове: превенция и управление.
22. Управление на кризисни комуникации: организация, планиране и задачи на комуникационния мениджър.

Библиография

1. Атанасов, Пламен. Троловете – причинител на репутационни кризи. Тайно лобирание и предизвикателства за съвременния ПР. <http://www.newmedia21.eu/analizi/troloвете-prichinitel-na-reputatsionni-krizi-tajno-lobirane-i-predizvikatelstva-za-savremenniya-pr/>
2. Атанасов, Пламен. Мрежова същност на компютърно опосредстваната комуникация. Тролове, лидери и организации. В: Доклади от Пета юбилейна международна конференция за студенти и докторанти „Инфраструктура: бизнес и комуникации“ УНСС, София, 20 април 2016“, стр. 303 - 310 . София: УНСС, 2016
3. Атанасов, Пламен. Пропагандна техника и организационна репутация в онлайн пространството В: Сборник с доклади от Международна научна конференция „Лидерство и организационно развитие“, Китен, България 16-19 юни 2016 г., стр. 910-917. София: Изд. СУ „Св. Кл. Охридски“ 2016
4. Братанов, Пламен. Моделиране в социалната комуникация. Блг., 2006
5. Калинов, Калин. Тероризмът като форма на комуникация. <http://www.newmedia21.eu/analizi/terorizmat-kato-forma-na-komunikatsiya/>
6. Люки, Ричард. Управление на кризи. Прогнозиране и преодоляване. С., 2007.
7. Кърджилов, Петър. Предпазният принцип и темата за шистовия газ – изгубената риск комуникация, <http://www.newmedia21.eu/analizi/>

[predpazniyat-printsip-i-temata-za-shistoviya-gaz-izgubenata-risk-komunikatsiya/](http://www.newmedia21.eu/analizi/simetrichniyat-model-na-dzhejms-grunig/)

8. Марков, Стефан. „Симетричният модел“ на Джеймс Груниг: Възход и упадък на една парадигма в публична рилейшънс теорията. <http://www.newmedia21.eu/analizi/simetrichniyat-model-na-dzhejms-grunig/>
9. Марков, Стефан. Теоретични модели и парадигми в съвременния PR. С., 2013
10. Пачева, Валерия. Кризата под контрол. С., 2009
11. Петев, Тодор. Теории за масовата комуникация. С., 2004
12. Петев, Тодор. Комуникационната спирала. С., 2008
13. Петров, Милко. Персоналният имидж. С., 2005
14. Христов, Александър. Интернет троловете в политическите комуникации: етика и смисъл. <http://www.newmedia21.eu/analizi/internet-troloвете-v-politicheskite-komunikatsii-etika-i-smisal/>
15. Христов, Чавдар. Как да победим кризата. С., 2002
16. Христов, Чавдар. Убеждаване и влияние. С., 2008
17. Христов, Чавдар. Войната на идеите. С., 2014
18. Христов, Чавдар. Измерване на кризи. Годишник на СУ „Св. Климент Охридски“, ФЖМК, том 17, С., 2012, с. 235-254
19. Христов, Чавдар. Пропагандната сила на акумулирания медиен ефект. // Радио, разказ, реч. Юбилеен сборник в чест на проф.дсн. Снежана Попова, София, 2014.
20. Христов, Чавдар и др. Управление на репутационни кризи. СУ „Св. Климент Охридски“, ФЖМК, София, 2017
21. Чутуркова, М., Кризисен PR, 2012
22. Bardhan, N., Weaver, C.K. Public Relations in Global Cultural Contexts: Multi-paradigmatic Perspectives, Routledge, New York, NY, 2011
23. Benoit, W.L. Image repair discourse and crisis communication; Public Relations Review, 1997
24. Coombs, T & Holladay, S. The Handbook of Crisis Communication, Blackwell Publishing, 2010
25. Coombs, W. Attribution theory as a guide for post-crisis communication research, Public Relations Review, 2007
26. Coombs, W. Impact of past crises on current crisis communication: Insights from situational crisis communication theory, Journal of Business Communication, 2004
27. Coombs, W. T., Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory, Corporate Reputation Review, 2007

28. Coombs, W. T. & Holladay, S. J., How publics react to crisis communication efforts: Comparing crisis response reactions across sub-arenas, *Journal of Communication Management*, Vol. 18, Iss 1, pp. 40-57, 2014
29. Dell'Atti, S. & Iannuzzi, A. P., *Reputation, Reputational Crisis and Corporate Social Responsibility of Banks: Measurement and Relationships*, Springer, 2016
30. Jaques, T, *Issue Management and Crisis Management: An Integrated, Non-linear, Relational Construct*, *Public Relations Review*, 2007
31. Fearn-Banks, K. *Crisis Communications. A Casebook Approach (Third Edition)*, 2007
32. Gilpin, D & Murphy, P. *Crisis Management in a Complex World*. Oxford University Press, Oxford, New York, 2008
33. Griffin, E. *A First Look at Communication Theory (Eight Edition)*, McGraw-Hill, New York, NY, 2012
34. Heath, R., O'Hair, H.D. *Handbook of Risk and Crisis Communication*, Routledge, New York, 2009
35. Heath, R. *The SAGE Handbook of Public Relations*, SAGE Publications, Thousand Oaks, California, CA, 2010
36. Helm, S., Liehr-Gobbers, K. & Stork, C. *Reputation Management*, Springer, Berlin, 2011
37. Doorley, J. & Garcia, F. H. *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*, Rutledge, NY, 2007
38. Schwarz, A., Seeger, M. W. & Auer, C., *The Handbook of International Crisis Communication Research*, Wiley-Blackwell, 2016
39. Thiessen, A. & Ingenhoff, D., Safeguarding reputation through strategic, integrated and situational crisis communication management, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 16, Iss 1, pp. 8-26, 2011

Съставил: Проф. д-р Чавдар Христов