



## ПРОГРАМА

за конкурсен изпит за докторанти по професионално направление

3.5. Обществени комуникации и информационни науки

**Медии и комуникации – Комуникационен мениджмънт и маркетинг на съдържание**

2021/2022 г.

1. Масова комуникация, система на медиите. Функции и специфика на медиите. Медии и цифрови платформи за разпространение на медийно съдържание. Правни и етични норми на разпространение на медийно съдържание.
2. Нови медии – понятие, характеристики, потребление. Видове дигитално медийно съдържание. Дигитална комуникационна среда. Потребление на медийно съдържание. Работа на журналистите и специалистите по комуникации в условията на новите информационни технологии.
3. Таргетиране на медийно съдържание. Изграждане на аудитории и потребителски навици. Медийни корпоративни комуникации и онлайн продажба на медийно съдържание. Технологични платформи и пазари на медийно съдържание
4. Дигитален маркетинг. Цели и инструменти за постигане на измерими резултати. Социални медии и уеб анализи. Технологии и канали на комуникиране на видове медийно съдържание.
5. Контент маркетинг (маркетинг на медийно съдържание). Продукти и услуги. Инструменти и канали, използване за контент маркетинг. Тестване и измерване на ефективността на комуникацията.
6. **Управление на съдържание. Процеси, свързани с управлението на съдържание. Технологии за събиране, управление и публикуване на дигитално съдържание. Типове дигитално съдържание.**
7. Комуникационната ситуация. Ключови теоретични концепции. Компоненти на комуникационната ситуация. Типология на комуникационните ситуации.
8. Имидж, характеристики на имиджа. Компоненти на имиджа. Техники за изграждане на имидж в медиите. Типология на имиджите. Технология на моделиране на трансмедиялен имидж.
9. Ефективната публична комуникация. Обществено мнение, формиране на общественото мнение, медии и публичен дебат. Политическа комуникация и дигитални платформи. Медийна публичност и медийни елити.
10. Стратегически комуникации. Комуникационни стратегии и ефективни комуникационни канали. Инструменти за оценка на ефективността. Изграждане на ефективни комуникационни стратегии. Функционално обучение на комуникативни умения. Методология за обучение за овладяване на комуникативни умения.

### Библиография:

1. Бондигов, В., Чакалов, Б. Методи за изследване на масовата комуникация. С., 2015.

2. Буркарт, Наука за комуникацията. Велико Търново: ПИК, 2000
3. Бърд, Д. Директен и дигитален маркетинг на здравия разум. LOCUS, 2012.
4. Вълканова, В. Дизайн на вестника. Традиционни, хибридни и онлайн емисии на пресата. С., 2008
5. Гидънс, А. Социология. С., 2003.
6. *Годишници на СУ. Факултет по журналистика и масова комуникация*
7. Дерменджиева, Г. "Онлайн журналистика. Медиите в дигиталния свят" УИ, С2013
8. Дигиталните медии, Речник на основните понятия, <http://www.newmedia21.eu/content/2011/11/Margarita-Pesheva-Digitalnite-medii-rechnik.pdf>
9. Добрева, Елка и Ивелина Савова. Текстоллингвистика: Уводен курс. Шумен: Фабер, 2004.
10. Документи на СЕ: <http://www.daits.government.bg/>
11. Дуеи Милад, Големият дигитален обрат, НБУ/IF С2011
12. Кастелс, М. Информационната епоха: Икономика, общество и култура. Том 1: Възходът на мрежовото общество. 2004.
13. Кафтанджиев, Хр. Хармония в рекламната комуникация. София: Сиела, 2000.
14. Котлър, Ф. Латерален маркетинг. С., 2007.
15. Кунчик, М., А. Ципфел, Въведение в науката за публицистика и масови комуникации. С., 1998.
16. Кулевски, Цветан. Логика и аргументация в медийната комуникация и документалистиката. София: Изток-Запад, 2015.
17. Кътлип, Ск. и др. Ефективен пбблик рилейшънс. С., 2007.
18. Маринов, В. Мултимедийният нюзрум в България, <http://www.newmedia21.eu/content/2013/02/Valeri-Marinov-Multimedijniyat-nyuzrum-v-Ba-lgariya.pdf>
19. Медийно право, речник на основните понятия. София: Труд, 2005.
20. Медийно право, речник на основните термини, Труд, С. 2005.
21. Михайлов, Н. Комуникацията – социален и морален контекст, С., 2016
22. Михалев Ив. Вестникът в епохата на интернет, <http://www.newmedia21.eu/content/2012/04/Vestnika-t-v-epochata-na-internet.pdf>
23. Огилви, Д. Изповедите на един рекламист. С., 2006.
24. Огнянова, Н. Аудиовизуална политика и законодателство на Европейския съюз. София: Св. Климент Охридски, 1996 и 2005.
25. Петев, Т. Комуникационната спирала. Трансформации и конфликти. София, 2009.
26. Петев, Т. Теории за масовата комуникация. София, 2004.
27. Петров, М. Персоналният имидж. С., 2005.
28. 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>
29. Продукцентски наръчник. Стандарти и ценности на Би Би Си. София: ФЖМК, СУ, БНТ, БНР, 2002.
30. Райчева, Л. Феноменът телевизия: Трансформации и предизвикателства, С., "Типтоп прес", 2016.
31. Томс, Ж. Интернет рекламата. София: Сиела.
32. Тофлър, А. и Х. ТОФЛЪР. Новата цивилизация. София: Обсидиан, 1995.

33. Фидлър, Р. Медиаморфоза, С., 2005, „Кралица Маб”.
34. Хабермас, Ю. Структурни изменения на публичността. С., 1995.
35. Хабермас, Юрген. Структурни изменения на публичността. София, 1995.
36. Щтефан-Р-Молр И. Инджев, Журналистиката, С., 2017
37. Bardoel, J.L.H. Beyond journalism: A Profession between information society and civil society // *European Journal of Communication*, Vol. 11, 1996, p. 283–302.
38. Benson. R., Shaping the public sphere: Habermas and beyond  
<https://steinhardt.nyu.edu/scmsAdmin/uploads/006/243/Benson%202009%20American%20Sociologist%20FINAL.pdf>
39. Bernier, Mark-François. *Ethique et déontologie du journalisme*, 2004.
40. Boylan, J. The Critics: A Thousand voices bloom // *Columbia Journalism Review* (March/April), at <http://www.cjr.org/year/00/2/voices.asp>, accessed 29 November 2000 A. Bunn, 2001. *Human Portals, Brill's Content* (May)
41. Durham, M. & Douglas KELLNER. *Media and Cultural Studies Keywords*. Malden, Ma and Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2001.
42. [Envoûtement : Emmanuel Faye et la réaction allemande](http://www.sens-public.org/?lang=fr) <http://www.sens-public.org/?lang=fr>
43. Lister, Martin, Jon DOVEY, Seth GIDDINGS, Iain GRANT & Kieran KELLY. *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge, 2003.
44. McLuhan, Marshall. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. London: Routledge and Kegan Paul, 1962.
45. *The making of European Public Sphere* CU Press, 2010.