

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ  
"СВ.КЛ.ОХРИДСКИ"  
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

България, София 1113  
Бул."Цариградско шосе"125, бул. 3  
Тел.: (+359 2) 73 83 10  
Факс: (+359 2) 73 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg



SOFIA UNIVERSITY  
" ST. KLIMENT OHRIDSKI "  
FACULTY OF ECONOMICS AND  
BUSINESS ADMINISTRATION  
Bulgaria, Sofia 1113  
125 Tzarigradsko chaussee blvd., bl. 3  
Tel.: (+359 2) 73 83 10  
Fax: (+359 2) 73 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg

<b>Наименование на учебната дисциплина</b> <b>Основи на рекламата</b>	
<b>Титуляри на курса: д-р Камен Ковачев</b>	
<b>Характер на дисциплината</b> Изборна	<b>Образователно-квалификационна степен</b> Бакалавър
<b>Година</b> III-та	<b>Семестър</b> VI-ти
<b>Кредити - 2</b>	<b>Часове</b> 30 часа лекции
<b>Характер на обучението</b> Редовна форма	<b>Език на обучението</b> Български

### **Цели на курса**

**Основната цел на курса** е да представи схващания и теории за рекламата като вид масово общуване и по този начин да обогати теоретическите и практическите знания на студентите за тази така важна комуникативна област и да им даде практически подходи за ефикасно въздействие върху различни публики.

**Специфичната цел на курса** е да формира критично отношение към масовата комуникация в нейните публицистични и рекламни форми

### **Методи на преподаване**

Лекционен курс, изискващ активно участие на студентите в съчетание с извънаудиторна работа от тяхна страна като подготовка на доклади, реферати и пр.

### **Методи на оценяване**

изпит в две части: 1. изработване на печатна реклама по предварително зададена тема и комуникационен модел и 2. устен изпит върху теорията.

### **Предварителни изисквания**

Познания в областта на социологията, маркетинга и теориите за управлението.

### **Съдържание на дисциплината**

Чрез адаптация на теоретичните постановки към съвременната българска и световна рекламна практика да подготви студентите за разнообразни пазари и съответстващите им комуникативни казуси. Втората задача е да бъдат интериоризирани от студентите техники за наблюдение, контрол и въздействие върху комуникативни ситуации, типични за бъдещата им професионална дейност. Третата задача е да бъдат усвоени техники за анализ на ситуацията и подходи за вземане на управленски рекламни решения.

## СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА:

### Лекции:

№	Тема:	Брой часове
1	Възникване и исторически развой на рекламата, основни понятия	1
2	Рекламата в системата на обществената комуникация	2
3	Първи стъпки на рекламата в България	2
4	Рекламата в системата на маркетинг-микса	2
5	Рекламата в сравнение с PR, агитацията, пропагандата и лобизма	2
6	Публики и аудитории. Сегментация на аудиторията	2
7	Видове реклама от гледна точка на канала за връзка, обща характеристика	2
8	Видове реклама според жизнения цикъл на продукта, обекта и маркетинговата цел	2
9	Психологическа ос на рекламната комуникация	2
10	Корпоративни, маркетингови и рекламни цели	2
11	Рекламното послание, правила за извеждането му	2
12	Планиране на комуникацията	2
13	Взаимодействие с масмедииите	2
14	Глобализация на рекламата, ролята на Интернет	2
15	Видове реклама, институционалната реклама и PR. Правни и етични проблеми на рекламната практика в Интернет	2
16	Етични стандарти за лоялна рекламна практика	1
	Общо:	30

### Г. Основна литература:

1. Доганов, Д., Дуранкев, Б., Катранджиев, Хр. Интегрирани маркетингови комуникации, С., 2003.
2. Кафтанджиев, Хр., Хармония в рекламната комуникация, С., 1995.
3. Маринова, Е., Маркетинг, продукт, реклама, С., 1995.
4. Джефкинс, Фр., Основи на маркетинга, рекламата и връзките с обществеността, С., 1994.
5. Комуникацията, ФЖМК, С., 1992.
6. Психотехника на убеждаващото въздействие, ФЖМК, С., 1992.
7. Връзки с обществеността и изграждане на доверие, ФЖМК, С., 1996.
8. Хопкинс, Кл., Научната реклама, Princeps, 1994.
9. Рийвс, Р., Реализмът в рекламата, Princeps, 1994.

### Д. Допълнителна литература:

- Робинсън, Дж. Манипулаторите, Конспирацията на големите в рекламата, С., 2001.  
Огилви, Д., Изповедите на един рекламист, Princeps, 1999.  
Сегела, Ж., Холивуд пере най-добре, С., 1995.

Съставил програмата: д-р КАМЕН КОВАЧЕВ