



ПРОГРАМА

за конкурсен изпит за докторанти по професионално направление

3.5. Обществени комуникации и информационни науки

Медии и комуникации- Интегрирани маркетингови комуникации

2024/2025 г.

1. Концепция за Интегрираните маркетингови комуникации (ИМК). Възникване и развитие, кратка история. Основни теоретични постановки
2. Интегрирани маркетингови комуникации, бранд и имидж на бранда. Роля на ИМК за развитие на брандовете – основни постановки
3. Синергията като център на ИМК. Стратегии и тактики за постигане на синергия
4. Значимост на стратегията и на комуникационното послание в интегрираните маркетингови комуникации. Формулиране на послание
5. Рекламата в ИМК – определения, функции, класификации
6. Връзките с обществеността в ИМК – определения, функции, класификации
7. Насърчаването на продажбите в ИМК – особености и роля
8. Съвременни развития в интегрираните маркетингови комуникации - маркетинг в социалните мрежи, инфлуенсър маркетинг
9. Дигитализация в маркетинговите комуникации. Интегрирани кампании в дигитална среда. Създаване на съдържание и ангажираност
10. Комуникационните кампании – примери и проявления
11. Интегрираните маркетингови комуникации в практиката на компаниите. Интеграция на каналите
12. Интегрираните маркетингови комуникации в практиката на компаниите. Интеграция при ресурсите и професионалистите. Работа с комуникационни агенции. Управление на екипи
13. Интегрираните маркетингови комуникации в практиката на компаниите. Интеграция във времето и интеграция на дейностите и посланията
14. Ефективност при ИМК. Комуникационна и организационна ефективност
15. Етическо осмисляне на рекламата като комуникативна дейност. Проблемите на професионално - нравствената мотивация и комерсиалното съдържание на посланието. Регулация и саморегулация.

Основна литература

1. Доганов, Д., Б. Дуранкев, Х. Катранджиев (2003) Интегрирани маркетингови комуникации. Издателство УИ "Стопанство", 2003
2. Кутевски, Б. (2019) Интегрирани маркетингови комуникации: презареждане. С., Джей Пойнт Плюс.
3. Кафтанджиев, Х. (2020) Интегрирани маркетингови комуникации. С., УИ „Св. Климент Охридски“.
4. Серезлиев, С. (2012) Интегрираните маркетингови комуникации – новият стар трамплин на бранда – част I и II. В: Медиите на 21 век
5. Христов, А. (2023) Интегрирани маркетингови комуникации и дигитализация. София, AMG publishing.
6. Belch, George E., Michael A. Belch. (2010) Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communication Perspective. – 8th edition, New York, Irwin/McGraw-Hill, 2010
7. Михайлов, Н. (2021) Мишел Фуко, паресията и моралната истина, http://philosophical-alternatives.com/wp-content/uploads/2021/03/Philosophical-Alternatives_1-2021_11.pdf

Допълнителна литература

<https://www.google.com/search?tbm=bks&q=semiotics+and+advertising>
<https://www.academia.edu/search?utf8=%E2%9C%93&q=semiotics+and+advertising>
<https://www.google.com/search?tbm=bks&q=integrated+marketing+communication&oq=integrated+>
<https://www.academia.edu/search?utf8=%E2%9C%93&q=integrated+marketing+communication>