



КОНСПЕКТ

за конкурсен изпит за докторанти по професионално направление
3.5. Обществени комуникации и информационни науки

Медии и комуникации – Комуникационен мениджмънт и маркетинг на съдържание 2025/2026 г.

1. Комуникация, човек и общество. Система на комуникацията. Модели на комуникацията. Комуникационна ситуация. Класически и нови комуникационни мрежи и канали. Междоличностна, професионална и обществена комуникация в глобалното „общество на знанието“. Регулация на комуникационната среда. Свобода на словото и изразяването. Правото на информация и право на комуникация.
2. Система на медиите. Специфика на медиите. Функции на медиите. Нови медии – характеристики, потребление, аудитории. Конвергенция на медиите. Кросмедийни и трансмедийни технологии. Онлайн медии и дигитални платформи в глобалната медийна екосистема. Медийна и информационна сигурност.
3. Дигитална трансформация – спектър на промените в междоличностната, масовата и обществената комуникация. Нови роли и отговорности пред комуникационните субекти във виртуалното пространство. Регулаторни рамки, професионални кодекси на поведение и етични стандарти за комуникация в дигиталната среда. Изкуствен интелект и дигитален обрат.
4. Комуникация и промяна. Дигитални медии и комуникация с влиятелни лица. Дигитална комуникация със заинтересованите страни и управление на проблеми. Дигитална комуникация с инвеститорите. Политическа дигитална комуникация. Комуникация за социална отговорност и устойчивост. Стратегическа комуникация.
5. Комуникационен мениджмънт в социалните структури. Комуникация в управляема среда. Управление на информацията и комуникацията на организациите в медиите и социалните мрежи. Управление на очакванията. Управление на масовото въздействие. Комуникационен одит – измерване на ефективността на комуникационните събития и процеси. Изкуствен интелект в полза на комуникационния мениджмънт.
6. Управление на вътрешна комуникация. Дигитални платформи и инструменти за инсайдрски информационен обмен. Вътрешни комуникационни мрежи и медии. Самоуправление на професионалната комуникация. Комуникационен одит – метрики (измерими показатели) за успешна вътрешна комуникация,

- анализ на данните и оценка на ефекта. Изкуствен интелект в полза на вътрешната дигитална комуникация.
7. Имидж и бранд комуникация. Стратегии и техники за изграждане на имидж. Стратегии и техники за управление на бранд. Управление на впечатленията. Мениджмънт на публичен имидж и репутация. Комуникационен одит – метрики (измерими показатели) за успешна комуникация на имиджа и бранда, анализ на данните и оценка на ефекта. Изкуствен интелект в полза на имиджмейкинга и репутационния мениджмънт.
 8. Кризисна комуникация. Риск комуникация. План за комуникация при кризи, рискове и конфликти. Дезинформация и комуникационни измами. Регулаторни рамки, професионални кодекси на поведение и етични стандарти за комуникация при криза и риск. Синхронен подход към репутационния мениджмънт, кризисния мениджмънт и социално отговорните връзки с обществеността. Информационна и комуникационна почтеност.
 9. Комуникационен маркетинг. Маркетингови кампании и стратегическо планиране на комуникацията. Дигитална маркетингова комуникация. Социални медии и уеб анализи. Реклама и комерсиално медийно съдържание. Комуникационен одит – метрики (измерими показатели) за успешна маркетингова кампания в дигитална среда. Изкуствен интелект в полза на комуникационния маркетинг.
 10. Контент мениджмънт. Създаване и управление на съдържанието в комуникацията. Класификация, видове и функции на съдържанието за медиите. Дигитални технологии и визуален дизайн за уникално, креативно и ангажиращо съдържание. Копирайтинг. Спичрайтинг. Сторителинг. Инфографики. Видео контент. Управление на публично съдържание. Модериране на публично съдържание. Метрики (измерими показатели) за успешен публичен контент. Правни и етични норми на разпространението на медийно съдържание. Изкуствен интелект в полза на контент мениджмънта.
 11. Контент анализ на медийно съдържание. Първични, вторични и третични информационни ресурси за кумулиране, анализ и интерпретация на статистическите данни. Контент-аналитични изследвания за събития, продукти, услуги, личности, лидери, политици, икономически и държавни структури. Изкуствен интелект в полза на контент анализа.
 12. Контент маркетинг (маркетинг на медийно съдържание). Комуникационни продукти и услуги. Създаване на медийно съдържание за маркетингова кампания. Таргетиране на медийно съдържание. Медийни платформи и медийни аудитории. Технологични платформи и пазари и потребление на медийно съдържание. Комуникационен одит – измерване на потребление и ефективност. Изкуствен интелект в полза на контент маркетинга.

Библиография:

1. Бондигов, В. Методи за изследване на комуникацията в Интернет. София: Холотера, 2016.
2. Буркарт, Р. Наука за комуникацията. В. Търново: ПИК, 2000.
3. Бърд, Д. Директен и дигитален маркетинг на здравия разум. София: Locus, 2012.
4. Василев, С. Медийна екосистема: Предизвикателства на трансформацията. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2023.
5. Василев, С. В спиралата на споделянето: Медийно съдържание и социални мрежи. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2022.
6. Вълканова, В. Медии & Уеб дизайн: Култура и функционалност на онлайн комуникацията. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2019.
7. Гидънс, А. Социология. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2004.
8. Годин, С. Маркетинг на позволенията. София: Locus, 2022.
9. Дерменджиева, Г. Онлайн журналистика: Медиите в дигиталния свят. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2012.
10. Дигиталните медии: Речник на основните понятия. В. Търново: Фабер, 2012.
http://www.newmedia21.eu/content/2011/11/Margarita-Pesheva_Digitalnite-medii_rechnik.pdf
11. Дуеи, М. Големият дигитален обрат. София: НБУ, 2011.
12. Калинов, К. и др. 270° Комуникационен мениджмънт в България. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2021.
13. Калинов, К. Убеждаваща комуникация и комуникационен мениджмънт. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2021.
14. Кастелс, М. Информационната епоха: Икономика, общество и култура. Т. 1-2. София: Лик, 2004-2006.
15. Кафтанджиев, Х. Интегрирани маркетингови комуникации. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2016.
16. Комуникационен мениджмънт: Стратегическо създаване на комуникационни мениджъри. София: ФЖМК на СУ "Св. Климент Охридски", 2024.
<https://www.cceol.com/search/book-detail?id=1263981>
17. Котлър, Ф. Латерален маркетинг: Нови техники за нестандартни идеи. София: Locus, 2007.
18. Котлър, Ф. Маркетинг 5.0: За технологиите и хората. София: Локус, 2022.
19. Кунчик, М.; Ципфел, А. Въведение в науката за публицистика и комуникации. София: Фонд. Фридрих Еберт, 1998.
20. Кътлип, С. и др. Ефективен публичен рилейшънс. София: ROI Communication, 2007.
21. Маклуън, М.; Маклуън, Е. Закони на медиите. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 1995.
22. Манлихерова, М. Медии и елит. София: Авангард Прима, 2007.
23. Медии и комуникации: Научна библиография 1990–2022. Авт.-състав. М. Цветкова. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2022. <https://fjmc.uni-sofia.bg/science/bibliography>
24. Медийно право: Речник на основните понятия. София: Труд, 2005.
25. Милкова, А. Маркетинг на медийното съдържание: БНТ и ВВС. В. Търново: Фабер, 2022.
26. Михайлов, Н. Етика и комуникации. София: Мейкър артс, 2018.
27. Михайлов, Н. Комуникацията – социален и морален контекст. София: Мейкър артс, 2016.
28. Огилви, Д. Изповедите на един рекламист. София: Panorama, 2011.
29. Петев, Т. Комуникационната спирала: Трансформации и конфликти. София: Аскони-Издат, 2009.

30. Петев, Т. Теории за масовата комуникация. София: ФЖМК, 2004.
31. Петров, М. Персоналният имидж: Изграждане; Контрол; Рецепция. София: ФЖМК, 2005.
32. Петрова, Т. Телевизионната програма. София: ФЖМК, 2002.
33. Станкова, С. Бежанските движения към България в периода 2011–2015 г.: Комуникационни ситуации и медийни практики. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2019.
34. Станкова, С. Пресата – политически посредник. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2010.
35. Стоянов, Р. Комуникационна демокрация. София: Нов бълг. унив., 2016.
36. Стоянов, Р. Политически комуникационни практики. София: Нов бълг. унив., 2017
37. Томс, Ж. Онлайн маркетинг: Мисия още по-възможна. София: Ciela, 2007.
38. Тотева, М. Ефективни инструменти на дигиталния маркетинг в „бизнес към бизнес“ организации. София: Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2022.
39. Тофлър, А.; Тофлър, Х. Новата цивилизация. София: Обсидиан, 1995.
40. Фидлър, Р. Медиаморфоза. София: Кралица Маб, 2005.
41. Хабермас, Ю. Едно ново структурно изменение на публичността и делиберативната политика. София: Критика и хуманизъм, 2023.
42. Хабермас, Ю. Комуникативният разум. София: Критика и хуманизъм, 2021.
43. Цветкова, М. Комуникационен мениджмънт. В. Търново: Gaberoff, 2000.
44. Badham, M.; Luoma-aho, V. Digital Communication Management: Theories and Practices for a Global and Volatile World. London: Routledge, 2025.
45. Cameron, S. Enterprise Content Management: A Business and Technical Guide. Swindon: BCS, 2011.
46. Clow, K.; Baack, D. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. Harlow: Pearson Education, 2016.
47. Communication Management: Theory and Practice in the 21st Century. Sofia: Fac. of Journalism and Mass Communication, 2020. <https://www.cceol.com/search/book-detail?id=881576>
48. Diamond, S. Content Marketing Strategies for Dummies. Hoboken: John Wiley & Sons, 2016.
49. Mahoney, J. Strategic Communication: Principles and Practice. South Melbourne: Oxford University Press, 2013.
50. Mueller, M. E.; Rajaram, D. Social Media Storytelling. Abingdon: Routledge, Taylor&Francis, 2023.
51. O'Rourke, J. Management Communication: A Case Analysis Approach. New York: Routledge, 2023.
52. Teaching Content Management in Technical and Professional Communication. New York: Routledge, 2020.
53. The Management Game of Communication. Brighton: Emerald, 2016.