



ПРОГРАМА

за конкурсен изпит за докторанти по професионално направление

3.5. Обществени комуникации и информационни науки

**Медии и комуникации- Интегрирани маркетингови
комуникации**

2026/2027 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 съдържанието на посланието. Регулация и саморегулация.

Основна литература

1. Вангелов, Никола, Валентина Маринова, Кирил Янев, Ирена Матеева, Моника Мишева, Габриела Богутева (2024) Дигиталните бизнес маркетингови комуникации - предизвикателства, иновации и тенденции, Университетско издателство "Св. Климент Охридски", София
2. Вангелов, Никола (2020) Дигиталното потребителско проучване в маркетинга и рекламата, Недланд, София
3. Доганов, Д., Б. Дуранкев, Х. Катранджиев (2003) Интегрирани маркетингови комуникации. Издателство УИ "Стопанство".
4. Кафтанджиев, Х. (2020) Интегрирани маркетингови комуникации. С., УИ „Св. Климент Охридски“
5. Кутевски, Б. (2019) Интегрирани маркетингови комуникации: презареждане. С., Джей Пойнт Плюс
6. Михайлов, Н. (2021) Мишел Фуко, паресията и моралната истина, http://philosophical-alternatives.com/wp-content/uploads/2021/03/Philosophical-Alternatives_1-2021_11.pdf
7. Петкова, Д., Ефтимова, А. (съст.) Комуникация във времена на глобални кризи, София: СУ, 2026
8. Серезлиев, С. (2012) Интегрираните маркетингови комуникации – новият стар трамплин на бранда – част I и II. В: Медиите на 21 век
9. Христов, А. (2023) Интегрирани маркетингови комуникации и дигитализация. София, AMG publishing.
10. Ценкова, Мирослава (2023) Иновации в дигиталната комуникация на бизнес организациите, Ноу Хау Дизайн, София
11. Ценкова, Мирослава (2022) Дигитална комуникация и ПР инструментариум в бизнес среда, Ноу Хау Дизайн, София
12. Belch, George E., Michael A. Belch. (2010) Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communication Perspective. – 8th edition, New York, Irwin/McGraw-Hill, 2010

Допълнителна литература

<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>