



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

КАТЕДРА „МЕДИИ И ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ“



Бул. „8-ми декември“, Студентски град, 1700 София
unwemedia.com • media@unwe.bg • +35928195370

КОНСПЕКТ ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО СПЕЦИАЛНОСТ „МЕДИЯ ИКОНОМИКА“

1. Масмедии – модел и основни функции. Ефекти на медиите, модел на ефектите, фактори за медийните ефекти.
2. Четири теории за печата. Исторически развой на авторитарния и либералния модел. Идеалът за свободни и социално отговорни медии.
3. Революционната школа в българската журналистика. Георги Раковски, Любен Каравелов, Васил Левски, Христо Ботев, Захари Стоянов. Ролята на публицистичното им творчество за консолидиране на нацията. Журналистиката като „едно от първите средства на революцията“.
4. Социалистическият медиен модел в България – специфика, елементи и функции. Периодизация и начало. Принципи за печата. Цензурата. Езикът на социалистическата журналистика.
5. Фактори, определящи националния характер. Добродетелите и комплексите в българската народопсихология. Ценностната трансформация на българското общество през прехода
6. Информацията – понятие и същност. Информационни стойности. Пролуки в информираността.
7. Медиите и тяхната роля за формиране на общественото мнение. Същност и основни характеристики на общественото мнение.
8. Историческо възникване и развитие на компютърните технологии и комуникации. Първите компютри. Първите компютърни мрежи. Интернет и Уеб.
9. История на онлайн журналистиката. Вестниците – първите медии в интернет. Ключови характеристики на журналистиката в дигитална среда. Нови бизнес модели в онлайн медиите.
10. Трансформации на журналистическата професия в дигитална среда. Причини за трансформациите. Квалификационен профил на онлайн журналиста. Нови професионални роли и професионални компетенции.
11. Същност на медийната саморегулация. Медийна и журналистическа етика. Медийни етични кодекси – възникване, развитие, общи насоки.
12. Рекламна комуникация. Дефиниране на рекламата. Периодизиране на рекламната комуникация. Ключови характеристики на рекламната комуникация през различните периоди.
13. Пазарни трансформации на периодичния печат в България в периода от 2005 г. до наши дни.
14. Технология на специалните събития. Същност и специфика на специалните събития. Алгоритъм на специалното събитие. Корпоративният театър.

Пространствени аспекти на специалните събития. Ролята на знаменитостите като фактор за успеха на специалното събитие.

15. Планиране и програмиране по време на кризисна ситуация: стратегия и тактика на организацията при кризи. ПР дейности сред вътрешните публики на организацията. Видове кризисни сценарии.
16. Ефективна комуникация при преговори. Същност и особености на преговорите. Дистрибутивни и интегративни преговори. Ефективни тактики и техники по време на преговори. Вербална комуникация при преговори. Невербална комуникация при преговори.
17. Същност на общественото мнение. Властта на медийното послание. Техники за изследване и анализ на общественото мнение. Количествени и качествени методи.
18. Медии и политика. Култура на натиска. Изследвания върху свободата на словото.
19. Медиите в аспекта на културните и творчески индустрии (медии, културни индустрии, творчески индустрии). Медиите – културен и индустриален продукт. Социокултурни и икономически характеристики на медийния продукт. Икономически принос на медийната индустрия в България. Промяна на бизнес модела. Роля на конвергенцията.
20. Обществени медии – причини за държавна регулация на пазара на електронни медии (технически, икономически, културни). Финансиране на обществените медии – мисия и източници на финансиране, тенденции. Бюджетни, квази-пазарни и пазарни форми на финансиране (субсидия, такса, данък, фондове, реклама, спонсорство, продуктово позициониране).
21. Поява, развитие и роля на продуцентската институция. Продуцентски проект във филмовата индустрия (на примера за дебют в НФК). Основни етапи – от идеята до фестивала. Анотация, синопсис, режисьорска експликация. Бюджет, финансиране, възможни източници – национални и европейски.
22. Телевизионна индустрия. Структура: производство (вътрешно, външно), разпространение, показ. Телевизионна продукция: екип и видове продуценти. Етапи на телевизионно производство (развитие, предпродукция, продукция, постпродукция). Възможни финансови източници. Проблеми на независимите продуценти в България.
23. Аудиовизуален сектор (на примера на филмовата индустрия) – икономически характеристики. Европейското филмово производство – културно изключение. Българска филмова индустрия – основни подпазари, проблемни зони.
24. Аудиовизуална политика. Елементи на европейската аудиовизуална политика. Основни директиви и стратегически документи. Модели на аудиовизуална политика. Световна и европейска практика. Трансформации в моделиране и изграждане на аудиовизуална политика.
25. Регулация, саморегулация и корегулация. Правомощия, инструменти, функции и независимост на регулаторните органи.
26. Иновационна стратегия в медиите – основен концепт, планиране, финансиране и моделиране. Инструменти за разработване, прилагане и оценка на иновационни решения в медиите.
27. Управление на медийни проекти. Изграждане и позициониране на медиен бранд онлайн.
28. Икономически и социални трансформации в конвергентна медийна среда.
29. Маркетинг в медийните организации. Пазар на потребителите и пазар на рекламодателите. Медийните продукти като елементи на маркетинговия микс. Маркетинг в условията на медийна конвергенция.

30. Особенности на медийния мениджмънт. Фактори на контактната и обкръжаващата среда на медиите. Йерархична структура в медийните организации. Специфики на труда в медийните организации.

ЛИТЕРАТУРА

На български език:

- Ангова, Стела. „Първите онлайн медии: нова конфигурация на медийния наратив и журналистическите практики“. *Проблеми на постмодерността*. Том 8, бр. 1/2018.
- Вълков, Илия. „Голямото завръщане на политическия натиск“. АЕЖ-България, 2017 – годишно изследване за свободата на словото в България, <http://www.aej-bulgaria.org/bul/p.php?post=8738&c=5>
- Вълков, Илия. „Нови форми на натиск: слухове и клевети срещу журналистите“. АЕЖ-България, 2015 – годишно изследване за свободата на словото в България. 2015, <http://www.aej-bulgaria.org/bul/p.php?post=6910>
- Вълков, Илия. *Комуникация на граждански движения*. София, 2014.
- Константинова, Стела. „Трансформации на медийната среда.“ *Реторика и комуникации* 23 (юли 2016).
- Константинова, Стела. „Трансформирана компетентност: квалификационен профил на онлайн журналиста“. *Научни трудове на УНСС*, т. 3, 2013.
- Кулевски, Цветан. „Криза на политическия коментар.“ *Реторика и комуникации* 13 (2015).
- Кулевски, Цветан. *Реторика на публичното послание*. София, 2014.
- Липман, Уолтър. *Обществено мнение*. София, 2012.
- Мелтев, Михаил. *Кино и електронни медии*. София, 2012.
- Мелтев, Михаил. *Телевизията културна индустрия*. София, 2007.
- Михалев, Иван. *Вестникът в епохата на интернет*. София, 2011.
- Огнянова, Нели. *Медийна политика и право на Европейския съюз*. София, 2014.
- Осиковски, Мартин. „Възвишената проповед на Милтън (2)“. *Християнство и култура* 134 (2018).
- Осиковски, Мартин. „Извори на журналистическата теория. Милтъновата „Ареопагитика“ в България“. *Научни трудове на УНСС*, т. 3, 2013 г.
- Панайотов, Филип. *Вестници и вестникари*. София, 2008.
- Пейчева, Добринка. *Масмедийното въздействие*. Университетско издателство „Неофит Рилски“, 2013.
- Петров, Милко, Мария Попова, Мария Вазински, съст. *Медиите в Европа*. София, 2012.
- Стойков, Любомир, Валерия Пачева. *Връзки с обществеността и бизнес комуникация*. София, 2009.
- Стойков, Любомир. *Ефективна бизнес комуникация*. София: Алма комуникация, 2017.
- Стойков, Любомир. *Управление на връзките с обществеността*. София: Алма комуникация, 2016.
- Тодоров, Петко. *Етюди по иновации в масмедийните*. София, 2003.
- Томова, Биляна. „Българската филмова индустрия: „Слънцето и сянката“ на прехода. Пазари. Политики. Дефицити.“ *Научни трудове на УНСС* 3 (2014).
- Томова, Биляна. „Медиите в аспекта на културните и творчески индустрии.“ *Научни трудове на УНСС* 3 (2013).
- Филева, Петранка. *Медиен маркетинг*. София, 2013. <http://www.newmedia21.eu/content/2015/09/medienmarketing2013-Fileva.pdf>

- Филева, Петранка. *Медиен мениджмънт.* София, 2013.
<http://www.newmedia21.eu/content/2015/09/medien-management-2013-Fileva.pdf>
- Христов, Ивайло. *Основи на българската народопсихология.* София, 2016.
- Христов, Ивайло. *Публицистика и национална самобитност.* София, 2012.
- Цанкова, Светла, и др., съст. *Икономически и професионални трансформации в конвергентна медийна среда.* София, 2016.
- Цанкова, Светла. „Периодичният печат в България – съвременни пазарни асиметрии (2010-2012 г.)“. *Научни трудове на УНСС*, Том 3/2013.
- Цанкова, Светла. *Въведение в медиазнанието.* София, 2007.
- Цанкова, Светла. *Периодичният печат в България: пазар и реклама.* София, 2010.
- Цанкова, Светла. *Съвременна българска преса (пазарни и качествени трансформации).* София, 2018
- Чолаков Г., И. Попйорданов. *Професия продуцент.* София, 1993.

На чужди езици:

- Conboy, Martin. *Journalism: A Critical History.* London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2004.
- Hallin, Daniel C., Paolo Mancini. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics.* Cambridge, 2004.
- Keirstead, P. *The World of Telecommunication: Introduction to Broadcasting, Cable, and New Technologies.* Focal Press, 1990.
- Siebert, Fred, Theodore Peterson, Wilbur Schramm. *Four Theories of the Press.* University of Illinois Press, 1956.

