

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“

КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

Приета от ФС: протокол №12/29.04.2024 г.

Приета от КС: протокол №10/15.04.2024 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

УЧЕБНА ПРОГРАМА

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „СЪЗДАВАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕ“

ЗА СПЕЦ: „Дигитални медии и ПР“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
Т.ч.		
● ЛЕКЦИИ	30	2
● УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	180	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Свилен Иванов)
2.
(доц. д-р Владимир Досев)
3.
(прен. Анелия Герчева)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“

.....
(доц. д-р Владимир Жечев)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината цели да запознае студентите с теорията и практиката на ефективната интернет комуникация, с начините за интерактивно представяне на информация и с принципите на управление на комуникационния процес в мрежата. Курсът представя основните прийоми и проблеми при създаването на творчески авторски текст. Изясняват се ключови понятия, свързани с различните дискурсивни ситуации, жанрове и стилове. Студентите се запознават с някои от основните принципи на граматиката, текстолингвистиката, стилистиката, контент анализа и психоллингвистиката. Анализират се и проблеми, свързани със семиотиката и употребата на невербални езикови знаци в интернет.

Основна цел на дисциплината е да даде на студентите и практически инструментариум за създаването и редактирането на медиен (устен и писмен) текст в интернет. С помощта на разнообразни творчески задания у тях се изграждат умения за работа с различни стилове и жанрове и в различни социоллингвистически ситуации. В края на курса на обучение студентите трябва да умеят сами да създават грамотни и открояващи се авторски текстове, предназначени за публикуване в мрежата.

В рамките на учебната дисциплина се формират и развиват следните компетентности – Цифрова, Езикова, Личностна, Предприемаческа и Културна осведоменост и изява.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1 Интернет комуникация		1	1	
1.1.	Лингвистични особености на общуването в интернет			
1.2.	Комуникационни модели на общуването в интернет			
1.3.	Авторство в мрежата			
ТЕМА 2. Комуникативна и езикова компетентност на автора на медиен текст		2	2	
2.1.	Книжовен език			
2.2.	Диалекти и социолекти в интернет			
2.3	Правопис и граматика на медиен текст			
ТЕМА 3. Медиен дискурс		2	2	
3.1	Специфични особености на медийния текст			
3.2	Типология на медийните текстове. Жанрове.			
3.3	Езикът на медийните комуникации			
ТЕМА 4. Текст и социокултурен контекст		2	2	
4.1	Характеристики и параметри на контекста			
4.2	Социокултурна ситуация в интернет			
ТЕМА 5. Функционални стилове в интернет		4	4	
5.1	Същност на понятието <i>функционален стил</i> . Функционални разновидности на българския книжовен език			

5.2	Разговорен, публицистичен и научен стил в мрежата. Прагматична употреба на различните стилове. Писане на текстове в различна стилистика			
ТЕМА 6. Адресант и адресат в медийното общуване		2	2	
6.1	Особености на адресанта в интернет			
6.2	Особености на адресата (публиките) в интернет			
ТЕМА 7. Текстолингвистика, Жанрови особености.		4	4	
7.1	Заглавия и други паралингвистични текстове. Стилистични, граматични и дискурсивни похвати за привличане на внимание в мрежата			
7.2	Характеристики на текста - кохезия, кохерентност, интенционалност, акцептабилност, информативност, ситуационалност, интертекстуалност			
7.3	Текст и дискурс			
ТЕМА 8. Лингвостилистичен анализ на интернет текст		2	2	
8.1	Анализ на различни по жанр и стил текстове, публикувани в интернет			
ТЕМА 9. Особенности на PR текстовете в интернет		3	3	
9.1	Убеждаващата комуникация			
9.2	Езикови похвати за изграждане на онлайн имидж			
ТЕМА 10. Интернет наративите		3	3	
10.1	Обществено мнение и интернет			
10.2	Обществените митове в интернет			
10.3	Манипулативни характеристики на интернет разказа			
ТЕМА 11. Реторични похвати в интернет		2	2	
11.1	Реторични похвати в полза на убеждаващата комуникация			
11.1	Тропи и фигури в медийните текстове			
ТЕМА 12. Приложна интернет семиотика		3	3	
12.1	Теории за езиковите знаци (вербални и невербални)			
12.2	Видове знаци – индекси, икони, символи			
12.2	Употреба на невербални знаци при създаване на интернет съдържание			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Контролни работи (изготвяне на документи)	1	40
1.2.	Тест	1	20
1.3.	Практическа задача	1	40
Общо за семестриален контрол:		3	100

2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит	1	80
	Общо за сесиен контрол:	1	80
	Общо за всички форми на контрол:	4	180

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Досев, В. Комуникация и медийна манипулация. Варна 2014.
2. Ефтимова, А. Медиен език и стил: теория и съвременни практики. София 2014.
3. Павлова, И. Да споделяш в облаците. Новите медии и журналистиката. София 2012.
4. Официален правописен речник на българския език. БАН. София 2012.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Борисова, Е. Жанрове в медиите. Шумен 2011.
2. Бонджолова, В. Особенности на рекламния език и стил. Лексикален аспект. Велико Търново 2015.
3. Досев, В. Манипулативната роля на метафорите в медийния дискурс. Варна 2014.
4. Досев, В. Манипулятивное употребление экономических метафор в медийных текстах. В: Путь науки. N:9 (31). Волгоград 2016.
5. Досев, В. Метафората като когнитивен инструмент. В „Реторика и комуникации” бр. 19, София 2015.
6. Досев, В. Персонален маркетинг и политическа реч. В: „Маркетингът – опит и перспективи”. Варна 2017.
8. Кравчук, Н. Копирайтинг за социалните мрежи, уеб и медии. Изд. „Асеновци“, 2022.
9. Панда, П. Копирайтинг в INSTAGRAM. София, 2022.
10. Хандли, Ан. Всички пишем. Как да създаваме ефективно и ангажиращо съдържание. София. 2023.
11. Dosev, V. Manipulative use of economic metaphors in Bulgarian political discourse// Bulletin of the Transilvania University of Braşov, 2016, (pp. 27 – 36).
Достъпна на http://webbut.unitbv.ro/Bulletin/Series%20IV/BULETIN%20I/03_DOSEV.pdf
12. Dosev, V. Cognitive Metaphors in the Bulgarian Economic Discourse// Proceedings of the 4th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities (ICCESSH 2019) In: Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Atlantis-Press. Достъпна на <https://www.atlantis-press.com/proceedings/iccessh-19/125912055>