

# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

## ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“

### КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

Приета от ФС: протокол №12/29.04.2024г.

Приета от КС: протокол №10/15.04.2024г.

**УТВЪРЖДАВАМ:**

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

## УЧЕБНА ПРОГРАМА

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „РЕГУЛАЦИЯ И ЕТИКА НА ДИГИТАЛНИТЕ МЕДИИ И ПР ”

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

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

### 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	120	-

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц. д-р Владимир Жечев)

2. ....  
(гл. ас. д-р Боряна Сербезова)

Ръководител катедра: .....  
„Маркетинг“ (доц. д-р Владимир Жечев)

## I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Регулации и етика на дигиталните медии и ПР“ разглежда много важен аспект на дигиталните маркетингови комуникации, а именно - тяхното правно и етично регламентиране. Обръща се специално внимание на законите, подзаконовите актове и кодексите, от които специалистите следва да се ръководят при използването на дигитални медии и провеждането на дигитални ПР кампании. Дискутират се основни аспекти, свързани с етиката и етичното поведение в дигиталните медии. Разглежда се същността и обхвата на саморегулацията като форма на етично поведение. Основен фокус в дисциплината се поставя върху регулациите и етиката при проектирането и провеждането на ПР кампании в дигитална среда. Обсъждат се важни в тази насока теми като: етичен кодекс на ПР специалистите в България; измеренията на етиката в ПР; етика в създаването и отразяването на събития и др. Обръща се внимание на неетичното поведение и неговите форми на проявление.

След приключване на обучението студентите трябва да могат:

1. Да познават и тълкуват с лекота действащите регулативни механизми в дигиталните медии и ПР.
2. Да познават в детайли същността и обхвата на саморегулацията като форма на етично поведение.
3. Да познават и разбират етичните принципи и приложението им при дигиталните медии и ПР.
4. Да планират, изпълняват и контролират дигитални ПР кампании в съответствие с действащото законодателство и етичните кодекси, норми и правила.

Да идентифицират и разграничават формите на неетично поведение.

Съдържанието и работата по дисциплината „Регулации и етика на дигиталните медии и ПР“, позволяват на студентите да формират цифрова, личностна, гражданска и предприемаческа, ключови компетентности.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>Тема 1. Основни правни положения в регулацията на дигиталните медии</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	
1.1.	Ролята на СЕМ като основен регулаторен орган.			
1.2.	Инструменти за реализиране дейността на СЕМ – акценти от прилаганата нормативна уредба в България.			
<b>Тема 2. Медийна саморегулация като форма на етично поведение</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
2.1.	Същност и обхват на медийната саморегулация онлайн.			
2.2.	Саморегулация на редакционното онлайн съдържание.			
2.3.	Търговското слово в онлайн саморегулацията.			
<b>Тема 3. Аспекти на етичното поведение в средата на дигиталните медии</b>		<b>9</b>	<b>9</b>	
3.1.	Защита на децата в дигиталната епоха.			
3.2.	Защита на личния живот, безопасност и сигурност.			
3.3.	Реклама в цифровата среда.			
3.4.	Управление на дигиталните права за разпространение на съдържание.			
<b>Тема 4. Регулация на ПР дейността</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	

4.1.	Национални етични правила за реклама и търговска комуникация.			
4.2.	Софийска харта за етични комуникации.			
<b>Тема 5. Измеренията на етиката в ПР</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
5.1.	Тълкуване на етиката, истината и лъжата в ПР практиката.			
5.2.	Принципи на етичното поведение в ПР практиката.			
<b>Тема 6. ПР Етика и медии</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
6.1.	Етичен кодекс на българските медии.			
6.2.	Етика в създаването и отразяването на събития.			
6.3.	Практики на неетично поведение (феноменът „фалшиви новини”, ролята на „троловете”, „хайтърството като форма на поведение”).			
<b>Тема 7. Модели на етично поведение в дигиталната среда и ПР</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
7.1.	Бенчмарк модели на етично поведение.			
7.2.	Модели, нарушаващи принципите на етично поведение.			
<b>Общо:</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ**

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА <sup>1</sup>	Брой	ИАЗ ч.
<b>1.</b>	<b>Семестриално оценяване</b>		
1.1.	Тест	<b>1</b>	<b>10</b>
1.2.	Курсов проект	<b>1</b>	<b>40</b>
1.3.	Практически казус	<b>1</b>	<b>10</b>
<b>Общо за семестриалното оценяване:</b>		<b>3</b>	<b>60</b>
<b>2.</b>	<b>Сесийно оценяване</b>		
2.1.	Изпит - тест	<b>1</b>	<b>60</b>
<b>Общо за сесийното оценяване:</b>		<b>1</b>	<b>60</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>4</b>	<b>120</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Конституция на Р България
2. Закон за радиото и телевизията
3. Закон за електронни съобщения
4. Закон за авторското право и сродните му права
5. Закон за здравето
6. Закон за лекарствените продукти в хуманната медицина
7. Закон за защита на потребителите

<sup>1</sup> При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

8. Закон за административните нарушения и наказания
9. Закон за закрила на детето
10. Дигиталните медии - речник на основните понятия - Margarita-Pesheva\_Digitalnite-medii\_rechnik.pdf
11. Етика и връзки с обществеността - ВФУ\_2010\_01\_popova.pdf
12. Етичен кодекс на българските медии
13. Софийска харта за етични комуникации
14. Етични измерения на онлайн PR
15. Серафимова, М., Интернет комуникация, медия комуникация, публичен рилейшънс в дигиталната ера: теоретични дилеми, сп. „Реторика и комуникации“, бр. 42, януари 2020 г.
16. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация - <http://www.nss-bg.org/kodeks.php>

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Публикации на сайта на Съвета за електронни медии - <http://www.cem.bg>
2. Публикации на сайта на Националния съвет за саморегулация (НСС) - <http://www.nss-bg.org>