

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: „ДИГИТАЛНИ ПР СТРАТЕГИИ И ПРАКТИКИ ”

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.
(проф. д-р Бистра Василева)

2.
(ас. Теодора Данева)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“

.....
(доц. д-р Владимир Жечев)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Дигитален ПР: стратегии и практики” осигурява знания, умения и компетенции на студентите относно теоретичните постановки, моделите, стратегията и практиките на дигиталния ПР. Ключовите теми в дисциплината са свързани с изучаване на спецификите на планирането и технологията на ПР в дигитална среда. Основният фокус на дисциплината е върху процеса на разработване на стратегия за дигитален ПР и съответния план.

След приключване на обучението по тази дисциплина студентите трябва да могат:

По отношение на знанията: да познават и разбират същността и моделите на дигиталния ПР; базовите концепции и понятия при разработване на стратегия за дигитален ПР; практиките на дигиталния ПР, включително разработване на съдържание, блогове и редакционни материали, спонсорирано съдържание; специфичните характеристики на средствата за дигитален ПР и маркетинг на съдържанието; да познават и разбират същността на работата с блогъри и влияещи.

По отношение на уменията: изследват и анализират дигиталната среда, нейните потребители и дигиталното общество; разбират и прилагат моделите за дигитален ПР; разработват стратегии, програми и кампании на дигитален ПР; прилагат практики за дигитален ПР; прилагат етичните принципи на дигиталния ПР; разработват блогове и редакционни материали, спонсорирано съдържание; работят в екип на проектен принцип.

Знанията и уменията, придобивани от студентите в рамките на дисциплината “Дигитален ПР: стратегии и практики” надграждат знанията и уменията, придобити в дисциплината „Основи на дигиталните медии и ПР”.

Дисциплината развива следните ключови компетентности: езикова, цифрова, личностна, гражданска, предприемаческа и културна осведоменост и изява от рамката, определена от Съвета на Европейския съюз на 22 май 2018г.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Теоретични постановки на дигиталния ПР		3	2	
1.1.	Същност и характеристики на дигиталния ПР.			
1.2.	Принципи на мениджмънта на дигиталния ПР.			
1.3.	Етични принципи на дигиталния ПР.			
Тема 2. Модели на дигиталния ПР		3	3	
2.1.	Еволюция на моделите на ПР и на дигиталния ПР.			
2.2.	Дефиниране на цели за дигитална ПР кампания.			
2.3.	Таксономия на ПР целите.			
2.4.	Конвергенция на дигиталния ПР.			
Тема 3. Стратегия на дигиталния ПР		10	8	
3.1.	Цикълът R-P-I-E при разработването на стратегия на дигиталния ПР.			
3.2.	Модул „Изследвания“.			
3.3.	Модул „Планиране“.			
3.4.	Модул „Внедряване“.			
3.5.	Модул „Оценка и коригиращи действия“.			

3.6.	Идентифициране на целеви аудитории. Разработване на персонализирана дигитална ПР стратегия.			
3.7.	План за дигитален ПР.			
Тема 4. Тактики на дигиталния ПР		6	10	
4.1.	Маркетинг на съдържанието в дигиталния ПР.			
4.2.	Разработване на съдържание, блогове и редакционни материали.			
4.3.	Спонсорирано съдържание.			
4.4.	Сторителинг.			
4.5.	Създаване на съдържание за посредници: новинарски медии, социални медии, търсачки.			
4.6.	Създаване на бизнес съдържание.			
Тема 5. Управление на взаимоотношения в дигиталния ПР		5	5	
5.1.	Управление на взаимоотношения с блогъри и влияещи.			
5.2.	Управление на взаимоотношения с виртуални общности.			
5.3.	Творческа стратегия в дигиталния ПР – генериране на идеи, изграждане на връзки с медиите.			
Тема 6. Правни аспекти на дигиталния ПР		3	2	
6.1.	Интелектуалната собственост и дигиталния ПР.			
6.2.	Публична информация.			
6.3.	Защита на личността и личното пространство.			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Практико-приложни задания по структурата на дисциплината	1	60
1.2.	Тест (смесени въпроси)	1	20
1.3.	Практически казус	1	40
Общо за семестриален контрол:		3	120
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		4	180

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

- Василева, Б., Паламарова, П., Иванов, С. (2024). Дигитален ПР: стратегии и практики. Варна: Наука и икономика.
- Василева, Б. (2021). Основи на дигиталните медии и ПР. Варна: Наука и икономика.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

- Kelleher, T. (2017). Public Relations, 1st Ed., Oxford Press.

2. Mark Sheehan, M., Quinn-Allan, D. (2015). Crisis Communication in a Digital World, Cambridge University Press.