



КАТЕДРА "МАРКЕТИНГ"

ЛИТЕРАТУРА

за държавен изпит на студентите от специалност „Дигитални медии и ПР

1. Станимиров, Е., Георгиева, Е., Кехайова-Стойчева М. и др., **Маркетинг, [Учебник за студентите от ИУ - Варна], Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2017.**
2. Станимиров, Е., Жечев, Вл. **Маркетинг на бизнес организациите**, Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2015.
3. Георгиева Е., Кехайова-Стойчева М., Станимиров Е., **Маркетинг – учебно пособие, второ преработено издание, “Стено”, Варна, 2012.**
4. Котлър Ф., Армстронг Г., **Въведение в маркетинга, Класика и стил, София, 2013**
5. Kotler, P. and Armstrong, G. (2012), *Principles of Marketing*. 14th Edition. Pearson Prentice Hall.
6. **Кехайова-Стойчева, М., Иванов, С., Недев, Й., Сербезова, Б. Устойчиво потребление на домакинствата : Електронен сборник с учебни материали. Варна : Знание и бизнес, 2023, 182., ISBN(онлайн) 978-619-210-074-2**
7. Иванов, С. **Семиотичен анализ в рекламните проучвания. Варна : Наука и икономика, 2021, 206. - (Библ. Проф. Цани Калянджиев ; Кн. 73).**
8. Creswell, J. and Poth, C. 2024. *Qualitative Inquiry and Research Design - International Student Edition Choosing Among Five Approaches*. 5th Edition. Sage Publications.
9. Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. 2016. *Research Methods for Business Students*, 7th Edition. Harlow, England: Pearson.
10. Станимирова, М. и Станимиров, Е. 2016. **Маркетингови проучвания в агробизнеса. Наука и икономика, ИУ-Варна.**
11. ESOMAR Guideline for online research.
https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR_Guideline-for-online-research.pdf



12. Василева, Б. **Основи на дигиталните медии и ПР. Издателство „Наука и икономика“, Варна, 2021 г.**
13. Пешева, М. и кол. Дигиталните медии. Речник на основните понятия, Издателство „Фабер“, 2012.
14. Станев, В. Какво е и какво не е PR, Издателство „Сиела“, 2013.
15. Стойков, Л., Пачева, В. Връзки с обществеността и бизнескомуникация, София, 2005.
16. Gershon, R. Digital Media and Innovation: Management and Design Strategies in Communication, Western Michigan University, USA, 2017.
17. **Градев, Д. 2005. Психология на масите. София: Наука и изкуство'**
18. Карастоянов, Г. 2012. Психология на преднамереното влияние. София: “Изток-Запад”.
19. Желев, С., Младенова, Г., Гълъбова, В., Забунов, Г., Кехайова-Стойчева, М., Кръстевич, Т., Михайлова, К., Костадинова, Е., Постаджиян, К., Стоименова, Б. Потребителско поведение : [Учебник за икономическите ВУЗ].София : Изд. комплекс УНСС, 2018, 468 с.
20. Кехайова-Стойчева, М., Иванов, С., Недев, Й., Сербезова, Б. Устойчиво потребление на домакинствата : Електронен сборник с учебни материали. Варна : Знание и бизнес, 2023, 182.
21. Георгиева, С., Стойнешка, Р., Михалева, Н. и др. 2013. Феноменът „обществено мнение“. Варна: „Наука и икономика“.
22. Докова, Соня ; Петров, Камен. 2008. Комуникации и връзки с обществеността: Масови нагласи, пропаганда, маркетинг. Лекционен курс. София. Тракия – М.
23. Липман, У. 2001. Общественото мнение. София: ЛИК.
24. Лъобон, Г., Психология на тълпите, Асеновци, 2021, 208 с.
25. Федерер, Д., Скритата психология на социалните медии, Рой Комюникейшън, 2022, 310 с.
26. Найденов, Н. 2008. Публика и политика: въведение в политическата антропология на модерността. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
27. Федерер, Д., Скритата психология на социалните медии, Рой Комюникейшън, 2022, 310 с.



28. Хабермас, Ю. 1995. Структурни изменения на публичността. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
29. Хаджиев, Боян, Влиянието на новите медии върху гражданското общество, 2015, София, ИК – УНСС, 164 с.
30. Cialdini, R. B. 2009. Influence: The Psychology of Persuasion. Harper Collins.
31. Rohrs, J. K. 2013. The Audience: Marketing in the Age of Subscribers, Fans & Followers, John Wiley & Sons; 1 edition.
32. **Станимиров, Е., Жечев, В., Павлова, Д., Паламарова, П. Бранд мениджмънт : [Учебник за студентите от ИУ - Варна]. Варна: Наука и икономика, 2018.**
33. Станимиров, Е., Жечев, В. Търговска марка и бранд мениджмънт. Наука и икономика. ИУ-Варна, 2013.
34. Brown, S. Brands and Branding. SAGE, 2016.
35. Keller, K., Swaminathan, V. Strategic Brand Management, Pearson, 2019.
36. Keller, Kevin. Strategic Brand Management: Global Edition. Pearson Higher Ed, 2013.
37. Kapferer, Jean-Noel. The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. Kogan page publishers, 2012
38. O'Guinn, T., C. Allen and R. Semenik. Advertising and Integrated Brand Promotion, 5th Edt., Cengage Learning, 2009.
39. Киберман, Тим. На първо място в Google, Франчайзинг БГ ЕООД, 2013.
40. Chernatory, L. FromBrandVisiontoBrandEvaluation. Elsevier, Oxford, 2010.
41. Heding, T. etall. BrandManagement: Research, TheoryandPractice. Routledge, London, 2009.
42. **Конституция на Република България**
43. Закон за радиото и телевизията
44. Закон за електронните съобщения
45. Закон за авторското право и сходните му права
46. Закон за здравето
47. Закон за лекарствените продукти в хуманната медицина
48. Закон за защита на потребителите
49. Закон за административните нарушения и наказания
50. Закон за закрила на детето
51. Етичен кодекс на българските медии



52. Софийска харта за етични комуникации.
53. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация <http://www.nss-bg.org/kodeks.php>
54. Кършакова, Р., Венелинова, Н., Етични измерения на онлайн PR, 2014 <https://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp14/5.2/5.2-24.pdf>
55. Пешева, М.(ред.) (2011) Дигиталните медии – речник на основните понятия https://www.newmedia21.eu/content/2011/11/Margarita-Pesheva_Digitalnitemedii_rechnik.pdf
56. Попова, Д. (2010) Етика и връзки с обществеността. http://research.bfu.bg:8080/jspui/bitstream/123456789/70/3/BFU_2010_01_popova.pdf
57. Серафимова, М., Интернет комуникация, медия комуникация, пбблик рилейшънс в дигиталната ера: теоретични дилеми, сп. „Реторика и комуникации“, бр. 42, януари 2020 г.
58. **Бонджолова, В. Особенности на рекламния език и стил. Лексикален аспект. Велико Търново 2015.**
59. Досев, В. Манипулативната роля на метафорите в медийния дискурс. Варна 2014.
60. Досев, В. Комуникация и медийна манипулация. (учебник). Варна 2014.
61. Досев, В. Персонален маркетинг и политическа реч. В: „Маркетингът – опит и перспективи“. Варна 2017.
62. Досев, В. Социални, когнитивни и дискурсивни характеристики на медийната манипулация. В: Реторика и комуникация. 2012. Достъпна на <https://rhetoric.bg/%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%80-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%B5%D0%B2-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8-%D0%B8>
63. Ефтимова, А. Медиен език и стил: теория и съвременни практики. София 2014.
64. Павлова, И. Да споделяш в облаците. Новите медии и журналистиката. София 2012.
65. Кравчук, Н. Копирайтинг за социалните мрежи, уеб и медии.Изд. „Асеневци“, 2022.
66. Панда, П. Коирайтинг в INSTAGRAM. София, 2022.



67. Хандли, Ан. Всички пишем. Как да създаваме ефективно и ангажиращо съдържание. София. 2023.
68. Dosev, V. Personal Marketing and Political Rhetoric. In: "Dialogue in Politics". Dialogue Studies. Vol. 18. John Benjamins Publishing Company. Northeastern Illinois University / University of Würzburg 2012. (pp. 113–126).
69. 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
70. 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.atlantipress.com/proceedings/iccessh-19/125912055>
71. Томс, Ж., Георгиева, К. Инструменти за социални мрежи. изд. Сиела, 2012.
72. Котлър Ф., Джайн Д., Месинс, С., Маркетингови ходове, Изток-Запад, 2015.
73. Томс, Ж., Успешен онлайн маркетинг с 65 примера от практиката; Сиела, 2010.
74. Скот, Д. Новите правила в маркетинга и ПР. Рой комюникейшън, 2009.
75. Matthews, D. (ed.) Online Business all-in-one for Dummies, Wiley, 2007.
76. Smith, B. E. & Bebak. A. Creating Web Pages for Dummies, 8th edition, Wiley, 2007.
77. Warner, J. Web Sites do-it-yourself for Dummies. Wiley, 2008.
78. Woods, D. & Thoeny, P. Wikis for Dummies, Wiley, 2007.
79. Василева, Б., Паламарова, П., Иванов, С. (2023). Управление на корпоративните комуникации. Варна: Наука и икономика.
80. Узунова, Ю. (2015). Корпоративен ПР, Варна: Наука и икономика.
81. Василева, Б. (2021). Основи на дигиталните медии и ПР, Изд-во „Наука и икономика”, Икономически университет-Варна.
82. Василева, Б., Паламарова, П., Иванов, С. (2023). Управление на корпоративните комуникации: учебно помагало. Варна: Наука и икономика
83. Райков, Здравко. Креативната комуникация, Изд-во „Дармон”, 2010.
84. Томс, Жюстин, Стефанова, Марина, Корпоративна социална отговорност и комуникации за устойчиво развитие на бизнеса, София, Сиела, 2014.
85. Тиберман, К. На първо място в Google. Франчайзинг БГ. 2023



86. Янев, Е. Компас за дигитален маркетинг. А5 books. 2023
87. Negricea, Costel & Purcarea, Ioan Matei. The Connection between Digital Marketing and Relevant Public Relations. The Brand Building Role of Digital Communication. 2020, 08-20.
88. Moz. The Beginner's Guide to SEO. <https://moz.com/beginners-guide-to-seo>
89. Google Analytics Support:
<https://support.google.com/analytics?sjid=3913470817099965399-EU#topic=14090456>
90. Google Analytics Academy: <https://analytics.google.com/analytics/academy/>
91. Google Ads Support: <https://support.google.com/google-ads?sjid=3913470817099965399-EU#topic=10286612>
92. Meta for Business: <https://www.facebook.com/business>
93. Сингх, Ш., Даймънд, С. Маркетинг в социалните медии For Dummies. Алексофт, 2021.
94. Hair Jr., J. F., Ortinau, D. J., Harrison, D. E. ISE Essentials of Marketing Analytics. McGraw-Hill Education, 2021.
95. Kingsnorth, S. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page, 2019.
96. Perreault, W., Cannon, J., McCarthy, J. ISE Essentials of Marketing. McGraw-Hill Interamericana de España S.L., 2021.
97. Scott, D. M. The new rules of marketing and PR: How to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly. John Wiley & Sons, 2017.
98. **Колисниченко, Д., HTML 5 & CSS 3. Практическо програмиране за начинаещи. Изд. Асеневи, 2017.**
99. Уилямс, Р. Наръчник на начинаещия дизайнер. Изд. Асеневи, 2016.
100. Academy, D. Да направим собствен блог с WordPress, София: Асеневи, 2018
101. Колисниченко, Д. Адаптивен веб дизайн с Bootstrap. Изд. Асеневи, 2017.
102. Колисниченко, Д., Да направим собствен сайт. Изд. Асеневи, 2015.
103. Малешков, С. и В. Георгиев, Компютърна графика и фотореалистична визуализация. София: изд. НБУ, 2014.
104. Сълова, С. и др. Интернет технологии, Варна: Изд. Наука и икономика, ИУ – Варна, 2018.



105. Preece, J., Sharp, H., Rogers, Y., Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. Wiley, 2015.
106. Levy, J., UX Strategy: How to Devise Innovative Digital Products that People Want. O'Reilly Media, 2015.
107. Krug, S., Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. New Riders, 3 edition, 2014.
108. Steane, J., The Principles and Processes of Interactive Design. Fairchild Books, 2014.
109. Salmond, The Fundamentals of Interactive Design. AVA Publishing, 2013.
110. Axure RP – Training and Support, <https://www.axure.com/support>, 2.03.2020.
111. **Василева, Б., Паламарова, П., Иванов, С. (2024). Дигитален ПР: стратегии и практики. Варна: Наука и икономика.**
112. Kelleher, T. (2017). Public Relations, 1st Ed., Oxford Press.
113. Mark Sheehan, M., Quinn-Allan, D. (2015). Crisis Communication in a Digital World, Cam-bridge University Press.
114. **Александрова, Св. (2021) Европейско финансиране и управление на проекти. УНСС.**
115. Пенчев, Р. (2008) Управление на проекти. Нов български университет
116. Harvard Business Review (2008) Управление на проекти. Класика и Стил
117. Атанасова-Генчева, И. (2023) Методът BRAVO – мастърклас по маркетинг. Business Clinic.
118. Симон, П. (2006) Практически наръчник за работа по проекти. Бит и техника.
119. Kerzner, H. / Kerzner, H.R. (2017) Project management: a system approach to planning, scheduling, and controlling. John Wiley & Sons.
120. Kleinaltenkamp, M. et al. (2016) Business Project Management and Marketing. Springer
121. Cox, E. et al (2017) CIM Coursebook: Project Management in Marketing. Routledge
122. Cova, B. et al. (2002) Project Marketing: Beyond Competitive Bidding. John Wiley & Sons
123. **Коев, Й. П. (2016). Кратък курс по предприемачество. Варна: СТЕНО.**
124. Костов, Г., Цонева, И., Кискинов, Н., Николаев, С. (2023). От идея до успешен онлайн бизнес. София: Пощенска кутия за приказки.
125. Тодоров, К. (2011). Бизнес предприемачество. София: БАРМП



126. Нарлев, Ю. (2017). Социални предприятия и социални иновации – теория и практика. Варна: ИК “Ларго сити“ ООД.
127. Радев, Н., Русанова, Л. (2010). Основи на социалното предприемачество. В. Търново: Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий.
128. Тийл, П. (2016). От нула до едно. Размисли върху стартъпите или как да изградим бъдещето. София: Книгомания.
129. Фотев, Г. (2015). Социалното предприемачество. Социологически проблеми. Год. XLVII. 3-4. с. 250 – 270.
130. Li, W., Du, W., & Yin, J. (2017). Digital entrepreneurship ecosystem as a new form of organizing: the case of Zhongguancun. *Frontiers of Business Research in China*, 11(1), 5. Available: <https://link.springer.com/article/10.1186/s11782-017-0004-8>.
131. Lian, J. W., & Yen, D. C. (2017). Understanding the relationships between online entrepreneurs' personal innovativeness, risk taking, and satisfaction: Comparison of pure-play and click-and-mortar. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 27(2), 135-151. Available: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10919392.2017.1297650>.
132. Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation* – self published.
133. Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselsbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300-310. Available: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JSBED-01-2017-0014>.
134. Antonizzi, J., & Smuts, H. (2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology: 19th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, I3E 2020, Skukuza, South Africa, April 6–8, 2020, Proceedings, Part I*, 12066, 239–251. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_20
135. Soltanifar, M., Hughes, M., & Göcke, L. (2021). *Digital Entrepreneurship*. Springer Nature.
136. Мюлер-Ротерберг, К. *Дизайнерско мислене For Dummies*. Изд. АлекСофт, 2020.
137. Strauss, J. *E-marketing*. Routledge, 2016.



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • www.ue-varna.bg

138. Marchant, C., Nicholson, L., Cameron- Kitchen, T. & Labiak, M. (Editor). The Ultimate Guide To Content Marketing & Digital PR, Exposure Ninja, 2016.

18.11.2025 г.

Ръководител катедра:

/доц. д-р В. Жечев/