

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“**  
**КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“**

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

( Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ДИГИТАЛЕН ПР: СТРАТЕГИИ И ПРАКТИКИ”;**

**ЗА СПЕЦ: „Дигитални медии и ПР“; ОКС „бакалавър“**

**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 Бистра Василева)

2. ....  
(ас.д-р Дарина Павлова)

3. ....  
(ас. Пламена Паламарова)

Ръководител катедра: .....  
„Маркетинг“ (проф.д-р Евгени Станимиров)

## 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 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, придобитите в дисциплината „Основи на дигиталните медии и ПР”.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No • по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>Тема 1. Теоретични постановки на дигиталния ПР</b>		<b>3</b>	<b>2</b>	
1.1.	Същност и характеристики на дигиталния ПР.			
1.2.	Принципи на мениджмънта на дигиталния ПР.			
1.3.	Етични принципи на дигиталния ПР.			
<b>Тема 2. Модели на дигиталния ПР</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
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.			
<b>Тема 3. Стратегия на дигиталния ПР</b>		<b>10</b>	<b>8</b>	
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.			
<b>Тема 4. Тактики на дигиталния ПР</b>		<b>6</b>	<b>10</b>	
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.			
<b>Тема 5. Управление на взаимоотношения в дигиталния ПР</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
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.			
<b>Тема 6. Правни аспекти на дигиталния ПР</b>		<b>3</b>	<b>2</b>	
6.1.	Интелектуалната собственост и дигиталния ПР.			
6.2.	Публична информация.			
6.3.	Защита на личността и личното пространство.			
		<b>Общо:</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№. по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Курсова работа (по предварително избрана или зададена тема)	1	60
1.2.	Тест (смесени въпроси)	1	20
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>2</b>	<b>80</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тест)	1	100
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>100</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>3</b>	<b>180</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

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

1. Станев, В. Какво е и какво не е PR, Издателство „Сиела“, 2013.
2. Стойков, Л., Пачева, В. Връзки с обществеността и бизнескомуникация, София, 2005.
3. Marchant, C., Nicholson, L., Cameron-Kitchen, T. & Labiak, M. (Editor). The Ultimate Guide To Content Marketing & Digital PR, Exposure Ninja, 2016.

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

1. Mark Sheehan, M., Quinn-Allan, D. Crisis Communication in a Digital World, Cambridge University Press, 2015.
2. Kelleher, T. Public Relations, 1<sup>st</sup> Ed., Oxford Press, 2017
3. Yaverbaum, E. Public Relations for Dummies, 2nd edition, Wiley, 2006.

