



СМ 432

РЕГИОНАЛНИ МЕДИИ И ПР КОМУНИКАЦИЯ

Приета: прот. 35/03.06.2010 Г., актуализирана с прот.№ 14/07.03.2016 г.

Лектор: ас.д-р Юлия Шаповалова

АНОТАЦИЯ

Дисциплината предлага основни познания за използването на регионалните медии в социалната технология пбблик рилейшънс /връзки с обществеността. Разглеждат се актуални проблеми от теорията и практиката, чрез които се постигат по-пълноценни ефекти при взаимодействието на държавната, политическата и бизнес власти със структурите на обществеността. Лекциите и семинарните упражнения запознават студентите със съвременните тенденции в световен и национален мащаб.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ

1. Да бъдат разработени основните проблеми в теорията и практика, свързани с развитието на регионалните медии и тяхното използване за постигане на конкретни ефекти в обществото.

2. Бъдещите медийни специалисти да владеят техниките за взаимодействие на регионалните медии с регионалните структури на властта.

3. Студентите да бъдат запознати с технологиите, чрез които регионалните медии допринасят за взаимодействието на обществените структури.

ПРЕДПОСТАВКИ

Дисциплината е въвеждаща в комуникационната теория и практика за обществените отношения на регионално равнище и приноса на регионалните медии. Желателна е предварителна подготовка по медиазнание, обществени науки и регионално развитие.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	Редовно обучение			задочно обучение			
			л	С	у	общ	л	С	у
Журналистика	Задължителна	4	30	10	40	20			20
Връзки с обществеността	Задължителна	4	30	10	40	20			20
Журналистика и връзки с обществеността	Задължителна	5	30	20	50	25			25
Обществени комуникации и социална психология	Задължителна	5	30	20	50	25			25

СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

- Тема 1. Регионални медии. Специфични характеристики.
- Тема 2. Глобализация и развитие на регионалните медии. Съвременни тенденции
- Тема 3. Централизирани и регионални медийни системи.
- Тема 4. Медии и социални общности. Функционални характеристики.
- Тема 5. Взаимодействие на регионалните медии с аудиториите.
- Тема 6. Икономически и политически зависимости на регионалните медии.
- Тема 7. Регионалните медии в условия на корпоративни и персонални интереси.
- Тема 8. Поведение на регионални медии в условията на специфични ситуации.
- Тема 9. Регионалните медии като основни медиатори в локалните общности.
- Тема 10. Регионалните медии и взаимодействие с местните власти.
- Тема 11. Регионалните медии и ПР комуникация.
- Тема 12. Регионални медии и обществено мнение. Взаимно въздействие и зависимости.
- Тема 13. Регионални медии и информационно осигуряване на обществеността.
- Тема 14. Регионални медии и изграждане на корпоративен и персонален имидж.
- Тема 15. Регионални медии и манипулационно въздействие.

МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Работата на всеки студент през семестъра се оценява с текуща оценка. Тя се получава от изпълнение на поставени задачи – анализ на конкретни ситуации. Изпитът писмен и устен.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Кътлип С, Сентър А, Бруум Г, Ефективният ПР, С, 1999 г.
2. Стюарт, С, Как да общуваме с медиите, С, 2005 г.
3. Бондиков, В, Манипулации в комуникацията, С, 2007 г.
4. Райков, З, Креативната комуникация, С, 2010 г.
5. Петров, М., Америка – социалният тропик, С, 2010 г.
6. Стойков, Л., Култура и медии, С, 2006 г.
7. Калагларски, Г., Рецепти за успех, сборник, Варна, 2008 г.
8. Калагларски, Г., Медиите и модерният свят, Варна, 2010 г.



ИЗПИТЕН ВЪПРОСНИК

СМ 432

РЕГИОНАЛНИ МЕДИИ И PR КОМУНИКАЦИИ

Лектор: ас.д-р Юлия Шаповалова

1. Поява и развитие на регионалните медии и ПР комуникация– исторически анализ.
2. Характерни особености на регионалните медии и взаимодействие с обществото.
3. Приоритетни функции на медиите в регионален аспект.
4. Взаимодействие власт – медии в регионален аспект. Модели и зависимости.
5. Регионална власт и регионални медии. Приоритети.
6. Икономически отношения и регионални медии.
7. Маркетингова и рекламна политика на регионална медия.
8. Взаимодействие с аудитория. Целеви групи.
9. Регионални медии и формиране на обществено мнение.
10. Взаимодействие и конкуренция на регионалните с централните медии.
11. Прегрупиране на регионалните медии. Медийни холдинги. Монополизация на медийното пространство и манипулативно въздействие.
12. Качествена журналистика и ПР комуникация.
13. Регионални медии и поведение при специфични ситуации. Конфликти и скандали.
14. Регионални медии и изграждане на корпоративен и персонален имидж.
15. Регионални медии и изграждане на доверие. Взаимодействие с елитите на обществото.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Кътлип С, Сентър А, Бруум Г, Ефективният ПР, С, 1999 г.
2. Стюарт, С, Как да общуваме с медиите, С, 2005 г.
3. Бондиков, В, Манипулации в комуникацията, С, 2007 г.
4. Райков, З, Креативната комуникация, С, 2010 г.
5. Петров, М., Америка – социалният тропик, С, 2010 г.
6. Стойков, Л., Култура и медии, С, 2006 г.
7. Калагларски, Г., Рецепти за успех, сборник, Варна, 2008 г.
8. Калагларски, Г., Медиите и модерният свят, Варна, 2010 г.