УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

КАТЕДРА
„МЕДИИ И ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ“

Район „Студентски“, ул. „8-ми декември“ № 19, 1700 София
unwemedia.com • media@unwe.bg • +35928195370

УТВЪРДИЛ:…....…….
ДОЦ. Д-Р МАРИЯ ВОДЕНИЧАРОВА
ЗАМЕСТНИК - РЕКТОР НА УНСС ПО
НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКАТА ДЕЙНОСТ

ИЗПИТНА ПРОГРАМА

За провеждане на конкурсен изпит за прием на докторанти по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации)“

ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящата програма е разработена в съответствие с Правилника за прием на докторанти в УНСС.

Приемът на докторанти в катедра „Медии и обществени комуникации“ по научната специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации)“ се осъществява чрез конкурс. Конкурсният изпит се състои от две части – писмен и устен, с отделни оценки за всяка част.

Писменият конкурсен изпит се състои от два модула, а изпитната програма включва две части, които обхващат цялата материя, която е предмет на конкурсния изпит. Първият модул на конкурсния изпит се провежда под формата на развиване на писмена тема по въпрос от първата част на изпитната програма. Вторият модул се провежда под формата на написване на научно есе по тема, свързана с въпроси от втората част на изпитната програма.

Изпитът по специалността се провежда от комисия, която включва трима преподаватели − хабилитирани лица или лица, притежаващи образователна и научна степен „доктор“, в рамките на професионалното направление на конкурса.

Писменият изпит се провежда анонимно и продължава 4 (четири) астрономически часа общо за двата модула.

До устен изпит се допускат кандидатите, получили оценка от писмения изпит не по-ниска от „много добър“ (4,50). За успешно положили изпита се считат кандидатите, получили средна оценка от писмения и от устния изпит не по-ниска от „много добър“ (5,00).

ИЗПИТНА ПРОГРАМА

За кандидат-докторантски конкурсен изпит по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации)“

1. Първа част: развиване на тема от изпитната програма

При развиването на тема се очаква демонстриране на структурирани базови теоретични знания в съответната научна област. Кандидат-докторантите трябва да покажат умение за логично и аргументирано изложение, добро познаване на научната литература и водещите автори, употреба на специализирана терминология, добър стил и езикова култура.

1.1 Изисквания към изложението на темата:

- елементите на текста следва да бъдат: увод в проблема, теза, аргументация и изводи;
- увод: представяне на логическата връзка между основната тема и подтемите; посочване на водещи изследователи по проблема; познаване на актуални научни изследвания;
- теза: ясно и добре структурирано извеждане; представяне на дефиниции и сравнителен анализ на сродните и различни елементи в техните характеристики; обосноваване на тезата; критичен обзор на работата на водещи изследователи; актуални проекции на темата;
- аргументация: акцент върху фактологическата и логическата аргументация, подкрепена с подходящи примери;
- изводи: направени въз основа на собствен опит или чужди изследвания.

Конспект с писмени теми за кандидат- докторантски изпит по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации)“

1. **Медийни и комуникационни системи: организация, управление и икономически модели. Структура и развитие на медийните и комуникационните системи. Медийни пазари, собственост, конкуренция и концентрация. Организация и управление на медийни и комуникационни организации. Бизнес модели и икономическа устойчивост. Регулация, саморегулация, корегулация и професионална етика.**

   Литература:

   Томова, Б. *Медиите в аспекта на културните и творчески индустрии*. Научни трудове на УНСС, 2013.

   Филева, П. (2017). *Медийна икономика*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.

   Lotz, A. D., & Havens, T. *Media Industries in the Digital Age: How Media Businesses Work Today*. Polity, 2025.

2. **Дигитална трансформация на медиите и обществените комуникации. Дигитализация, конвергенция и платформизация. Трансформации в създаването, разпространението и потреблението на медийно и комуникационно съдържание. Аудитории, публики и целеви групи в дигитална среда. Алгоритми, данни, автоматизация и изкуствен интелект. Медийна и информационна грамотност.**

   Литература:

   Ангова, С., Цанкова, С., Осиковски, М., Николова, М., Вълчанов, И., Коларова, М., Русланов, И., Минев, Г., Димитрова, А. *Картографиране на дигиталното медийно съдържание*. София: ИК – УНСС, 2019.

   Цанкова, С., Ангова, С., Николова, М., Вълчанов, И., Вълков, И., Минев, Г., Осиковски, М. *Медийна грамотност*. София: ИК – УНСС, 2022.

   van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press, 2018.

3. **Комуникацията – понятие и същност. Видове комуникация. Комуникационни модели и функции.**

Литература:

Петев, Т. *Теории на масовата комуникация*. София, 2004

Буркард, Р. *Наука за комуникацията.* Велико Търново, 2000

Добрева, Е. *Тезиси по теория на масовата комуникация*. Шумен, 2013

4. **Медии – модел и функции. Медийно въздействие – основни теории и фактори за ефектите.**

Литература:

Пейчева, Д. *Масмедийното въздействие*. Благоевград, 2013

Буркард, Р. *Наука за комуникацията.* Велико Търново, 2000

Попова, М. *Медийни функции и медийни ефекти.* София, 2025

5. **Формиране на българската нация. Българската народност в навечерието на Възраждането. Материалната основа на българската национална общност. Културно-психически стереотип на възрожденският българин. Демографски и социален потенциал.**

Литература:

Генчев, Николай. *Българско възраждане*. С., Изд. „Изток-Запад“, 201

Христов, Ивайло. *Българският национален характер (19-20-ти век.) Еволюция и трансформации*. С. Изд. „Изток-Запад“, 2014

Христов, Ивайло. *Основи на българската народопсихология*. Изд. на УНСС, 2016

6. **Ценностният модел на посттоталитарното общество. Същност и характер на политическата промяна на 10 ноември 1989 г. Трансформация на основните български черти: трудолюбие, пестеливост, ученолюбие, гостоприемство и пр. Утвърждаване на нова версия за жизнен успех. Легитимиране на социалното неравенство.**

Литература:

Митев, Трендафил. Българ*ознание. Теория и история на българския народностен характер*. С., Македонски научен институт. 2015

Христов, Ивайло. *Основи на българската народопсихология*. Изд. на УНСС, 2016

Семов, Марко. *Българска народопсихология*. С., Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2008

7. **Връзките с обществеността: теоретични основи, модели и стратегическа роля в дигиталната комуникационна среда. Кризисни комуникации и връзки с медиите в съвременната информационна среда.**

   Литература:

   Стойков, Л. (2019). *Управление на връзките с обществеността (2-ро изд.)*. Алма комуникация

   Серафимова, М. (2020). *PR: Теоретични основи и историческо развитие*. Ваньо Недков

   Николова, М. (2023). Управление на кризи в социалните медии. Авангард Прима

8. **Интернет като комуникационна среда: трансформации на медиите, обществените комуникации и аудиториите. Основни теоретични подходи към тяхното изследване.**

   Литература:

   Castells, M. (2010). *The rise of the network society (2nd ed., with a new preface)*. Wiley-Blackwell.

   Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

   Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity

9. **Икономически характеристики на медиите и трансформации на медийните пазари и бизнес модели в дигитална среда.**

   Литература:

   Doyle, G. (2013). *Understanding media economics (2nd ed.)*. SAGE Publications.

   Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies (2nd ed.)*. Fordham University Press.

   Albarran, A. B. (2024). *The media economy (3rd ed.)*. Routledge.

10. **Етика в медиите и публичните комуникации. Регулация, саморегулация и корегулация в медийната среда. Професионални етични кодекси в ПР, рекламата и маркетинга – ценности, морални категории и модели на поведение.**

    Литература:

    Огнянова, Н. (2014). *Медийна политика и право на ЕС*. Изд. Софийски университет „Св. Климент Охридски“.

Николова, Мария. (2020). *ПР етика в управлението на онлайн кризисните комуникации*. Реторика и комуникации, бр. 42, с. 73–91. ISSN 1314-4464.
Вълков, И. (2026). *Професионални стандарти в радиото и телевизията*. София: Академично издателство - УНСС, 177 с.

2. Втора част. Научно есе

Научното есе е академичен текст с обоснована и аргументирана защита на теза по значим научен проблем. Характеризира се със следните особености:

- ясно формулирана авторова теза по разглеждания проблем;
- научна аргументация, включваща разглеждането на различни (противоположни) гледни точки;
- свобода в композиционно отношение, но в общата рамка на класическата структура на научен текст: увод (въведение), теза, изложение (аргументация), заключение (изводи);
- логична последователност и свързаност между отделните структурни единици;
- използваната лексика е свързана с основните научни термини в съответната област;
- възможен е експресивен стил на изложението, но емоционалните и оценъчните съждения се базират на рационални аргументи;
- спазване на нормите на съвременния книжовен български език.

2.1 Изисквания за написването на научното есе

При развиването на научното есе по тема, посочена във втория модул от конкурсния изпит, кандидатите трябва да:

- формулират ясна авторова теза по конкретизиран от тях проблем (възможно е и допускането на антитеза, която съдържа противоположна гледна точка);
- да изразят собствено отношение и лична авторова позиция;
- се стремят да използват научна аргументация;

- да спазват общата рамка на композиционното изложение, характерна за научно есе: уводна част, изложение, балансирана аргументация, заключение и основни изводи;
- следват логична последователност между отделните части на текста;
- покажат познаване на терминологията в съответната сфера;
- спазват книжовните норми в българския език.

Ако темата на научното есе е обвързана с проблем, който кандидат-докторантът ще разработва в бъдещо дисертационно изследване, то в изложението на текста може да се посочи следното:

- аргументация за избора на темата, актуалността и нуждата от изследване на конкретния проблем;
- основна хипотеза, която се допуска и която ще бъде потвърдена или отхвърлена в хода на изследването;
- какви изследователки методи ще бъдат използвани за целите на научното изследване (количествени и качествени);
- какви биха били научно-приложните или практико-приложните резултати на дисертационния труд.

Теми за научно есе за кандидат-докторантски изпит по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (Медии и комуникации):

1. Медиите: актуални тенденции и проблеми.
2. Журналистиката: актуални тенденции и проблеми.
3. Връзките с обществеността: актуални тенденции и проблеми.
4. Културните и творчески индустрии: актуални тенденции и проблеми.
5. Медийната грамотност: актуални тенденции и проблеми.

Литература:

Harvard College Writing Center, *Strategies for Essay Writing,* https://writingcenter.fas.harvard.edu/pages/strategies-essay-writing (2018).

University of Toronto Scarborough, Centre for Critical Development Studies, *How to Write an Essay*, https://www.utsc.utoronto.ca/ccds/how-write-essay (2018).

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА НА КОНКУРСНИЯ ИЗПИТ

Първи модул на писмения изпит (развиване на писмена тема)

При оценяването на теоретичния въпрос от конспекта, комисията взема предвид следното:

- ✓ Коректно и правилно дефиниране на понятията, включени във формулировката на въпроса
- ✓ Добро познаване на авторите, работили в съответното направление и техните основни тези и трудове
- ✓ Правилна употреба на специализирана терминология
- ✓ Познаване на актуални изследвания и тенденции в развитието на съответната област
- ✓ Умение за тяхното интерпретиране и обвързване със собствена позиция
- ✓ Логично структуриран текст с добре формулирани изводи
- ✓ Много добра езикова култура и стилистично издържан текст

Втори модул на писмения изпит (научно есе)

Научното есе се оценява по четири основни критерия:

- ✓ структура
- ✓ съдържание
- ✓ стил на изложението
- ✓ развита лична авторова позиция.

Критерии	**Изисквания**

Структура	Съдържание на три задължителни елемента: увод, теза, изложение, заключение. ***Увод*** Кратко въведение в темата, формулиране на авторовата теза ***Изложение*** Развиване на аргументация, която защитава авторовата теза. Допустимо е и разглеждането на антитези с противоположни гледни точки. ***Заключение*** Съдържа изводи, формулирани на базата на изложените аргументи, ясно подчертаване на авторовата теза
Съдържание	При прегледа на съдържанието се следи за следното: ➢ Формулране на ясна и конкретна теза, обвързана с поставената в темата проблематика ➢ Балансирано излагане и критично осмисляне на аргументи ➢ Способност за критично осмисляне на различни научни позиции, релевантни на съответната тема ➢ Интерпретации на научна информация и изследвания по темата ➢ Конкретно формулирани изводи и заключения
Стил	Научното есе трябва да бъде издържано стилистично по отношение на: ➢ Използваните основни понятия от сферата на медиязнанието, журналистиката, публичните комуникации, продуцентството, теория на масовата комуникация ➢ Книжовният български език и граматическите правила
Представяне на личната авторова позиция	В текста на есето се търси: ➢ Добре формулирана лична позиция ➢ Интерпретиране на проблема в нов контекст спрямо новите комуникационни, медийни и продуцентски практики ➢ Описание на нови концепции или се предлагат нови дефиниции на научни понятия

	➢ Посочване на конкретни добри практики и примери в съответната област ➢ Предположения за практико- приложния характер на възможните решения, след излагането в есето на конкретния научен проблем

РЪКОВОДИТЕЛ КАТЕДРА .....

доц. д-р Мария Николова