

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ИНФОРМАТИКА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ДИГИТАЛНИ И СОЦИАЛНИ МЕДИИ”;

ЗА СПЕЦ: „Реклама и медийни комуникации“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО; СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 11 за ДНДО;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 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	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	165	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Снежана Сълова)

2.
(ас. Радка Начева)

Ръководител катедра:
„Информатика“ (проф. д-р Владимир Сълов)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината запознава студентите с използването на съвременните компютърни технологии при създаване и работа с реклами, предназначени за различни медии. Лекционният материал и семинарните занятия имат за цел да формират следните знания и умения:

- за основните понятия, свързани с компютърната графика и мултимедията;
- за създаване на рекламни материали с помощта на софтуер за векторна и растерна графика;
- за използване на Интернет технологии при създаване и разпространение на рекламни послания.

Знанията, които получават студентите по дисциплината намират приложение във всички сфери на обществения живот – икономика, публична администрация, образование и др. Студентите ще могат да прилагат своите знания при:

- проектиране и създаването на рекламни материали (плакати, брошури, банери и др.), предназначени за различни медии;
- създаване на ефективни Интернет маркетингови инструменти за популяризиране, промоотиране и рекламиране на продукти, услуги, бизнес организации.

Обучението по дисциплината “Компютърни технологии в рекламата и медийните комуникации” спомага за разширяване на знанията на студентите и формиране у тях умения за:

- за работа в екип и координиране на задачите по създаване на реклами с помощта на софтуерни средства;
- усъвършенстване и непрекъснато обучение;
- за вземане на решения в стандартни и относително неопределени ситуации.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Дигитални и социални медии		8	7	
1.1.	Въведение в основните концепции и технологии на дигиталния маркетинг и социалните медии.	2	1	
1.2.	Дигитални медии – анализ и характерни особености.	3	3	
1.3.	Социални медии – различия по страни и използване.	3	3	
Тема 2. Корпоративният уеб сайт като маркетингово средство		15	10	
2.1.	Изграждане на имидж чрез корпоративния уеб сайт	3	2	
2.2.	Планиране и проектиране на уеб сайт	4	2	
2.3.	Промоция на сайта. Стратегии за привличане и задържане на посетителите	4	2	
2.4.	Софтуерни платформи за създаване на уеб сайтове.	4	4	
Тема 3. Рекламата в Интернет		12	5	
3.1.	Особености на рекламата в Интернет.	4	1	
3.2.	Рекламни формати.	4	2	
3.3.	Избор на рекламна медия.	4	2	

Тема 4. Блоговете и социалните мрежи като маркетинг и PR инструменти в Интернет		10	8	
4.1.	Блогът – особености и средство за маркетинг . Инструменти за създаване на блокове.	5	4	
4.2.	Социалните медии – платформи и инструменти.	5	4	
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Самостоятелно задание	1	40
1.2.	Курсова работа	1	40
Общо за семестриален контрол:		2	80
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	45
2.2.	Защита на курсова работа	1	40
Общо за сесиен контрол:		2	85
Общо за всички форми на контрол:		4	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Илиев, П. и др. Електронен бизнес 1 част, Варна: изд. Наука и икономика, ИУ-Варна, 2012.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Русев, П. Властта на хората. Новият маркетинг. Варна: изд. eACADEMY publishing, 2011.
2. Славова, М. Дигитален маркетинг // Икономически и социални алтернативи, брой 3, 2016, <http://www.unwe.bg/alternativi/bg/journalissues/article/9601>, (29.11.2016).
3. Томс, Ж. Интернет рекламата. Мисията – възможна. София: изд. Сиела, 2012.
4. Blogger. // <http://www.blogger.com/>, (29.11.2015).
5. Google Apps for Work – Email, Collaboration Tools And More. // <http://www.google.com/apps>, (29.11.2016).
6. Sites - Google Apps for Work. // <https://apps.google.com/products/sites/>, (29.11.2016).
7. Weebly Website Builder: Create a Free Website, Store or Blog. // <http://www.weebly.com>, (29.11.2016).
8. WIX.com: Free Website Builder | Create a Free Website. // <http://www.wix.com>, (29.11.2016).
9. WordPress.com: Create a free website or blog. // <https://wordpress.com/>, (29.11.2016).