

**Факултет „Международна икономика и администрация”**  
**Катедра “Администрация, управление и политически науки”**  
**Професионално направление: „Администрация и управление“**  
**Специалност: “Бизнес администрация и мениджмънт”**  
**Магистърска програма “Управление на културния туризъм”**  
**Образователно-квалификационна степен: “магистър”**

### **ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС**

1. Код: MAN 3498
2. Наименование на учебната дисциплина: **Изграждане и управление на корпоративен имидж и репутация**
3. Вид: задължителна
4. Цикъл: втори
5. Година от обучението: първи
6. Семестър, в който се изучава: втори
7. Брой кредити: 3
8. Име на лектора: проф. д.ф.н. Милко Петров
9. Резултати от обучението: Да се подготвят студентите да анализират, съпоставят и оценяват корпоративни и персонални имиджи. Да придобият практически способности по изграждане и практическо прилагане в дейността на медиите на трансмедиялни имиджи като част от корпоративна стратегия, маркетингова и предизборна кампания като овладеят използването на регистъра от ефективни визуални и семантични изразни средства.
10. Начин на осъществяване: директно.
11. Предварителни и съпътстващи изисквания: Познанията и уменията по дисциплините връзки с обществеността, изграждане на имидж, теории на масовата комуникация, журналистически жанрове и специфичните изразни средства на видовете журналистическа дейност позволяват да се доразвие и специализира проблематиката, предлагана в рамките на курса.
12. Съдържание на курса: Курсът разглежда процеса на формиране на корпоративен и персонален имидж в медиите като се анализират носителите на престижа, формите, знаците и проявленията на престижа в чуждестранните и българските медии. Проследяват се етапите при моделиране на корпоративен и персонален имидж, използването на различните изразни средства при създаването на положителен и негативен образ на политици, бизнесмени, шоумени, администратори в рамките на корпоративни и предизборни кампании, при създаването на имиджа на звезди и знаменитости, както и при тяхното евентуално дискредитиране. Интегрална част на курса е овладяването и прилагането на аксеологематичния анализ, който представлява вид контент-аналитично изследване на вече изградени имиджи, тяхното оценяване и съпоставяне.
13. Препоръчителна или задължителна литература за четене или други образователни ресурси/инструменти: Милко Петров. Персоналният имидж. Изграждане. Контрол. Рецепция. С., 2007, Милко Петров, Америка – социалният тропик. Социум и медии на САЩ от Пулицър до Мърдок. С., 2012, Георги Л. Манолов. Политическият имидж. П., 2006, Байко Байков. Брендингът – предизвикателство към съвременната политическа теория. Велико Търново. 2007.; Жак Сегела. Имало едно време избори. С., 2005.; Любомир Стойков, Валерия Пачева. Връзки с обществеността и бизнескомуникации. С., 2005.; Здравко Райков. Корпоративният гражданин, С, 2010, Мария Попова. Виртуалният човек. Социално-комуникационни особености на Интернет потребителя. С., 2005.; Христо Катранджиев. Медияпланиране на рекламната кампания. С., 2006. Elizabeth Losch.Virtualpolitik. An Electronic History of Government Media-Making... Cambridge, Mass.,2009.;Г.Г. Почепцов. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев.2008., Kathleen Hall Jamieson. Packaging the President. N.Y., 2004; Жак Сегела, Холивуд пере най-добре. Азбука на рекламата в бизнеса и политиката . С., 2009.
14. Планирани дейности за обучение и методи на преподаване: лекции, упражнения, визуални и текстуални видеодемонстрации.

15. Методи за оценка и критерии: Оценяването е въз основа на разработването на една курсова работа по анализ на вече създаден имидж в медия по избор и на устен/ писмен изпит по теоретичната платформа на практическата дейност по изграждане на имидж. Съотношението е 40% към 60% в полза на теоретичното разработване на проблематиката като се отчита аргументираност, приложимост, адаптивност, креативност на прилагането на получените знания с оглед на бързо променящата се природа на трансмедиялните имиджи.
16. Език на преподаване: български.