



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ"
БЛАГОЕВГРАД

ПРАВНО-ИСТОРИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ

2700 Благоевград, тел/факс: +395/73/886617, e-mail: admin@law.swu.bg

Дисциплина:

Управление на медиите

Конспект:

1. Същност и специфики на медийния мениджмънт.
2. Същност и функции на медийната организация като обект на управление.
3. Пазарно и непазарно обкръжение на медийната организация.
4. Контролируеми и неконтролируеми фактори на медийното обкръжение.
5. Планирането като процес в медийната организация – определяне на мисия, поставяне на цели и разработване на планове за постигането на медийните цели.
6. Модели за структурна конфигурация в медиите.
7. Видове цели и значението на целеполагането в медийната индустрия.
8. Редакционен мениджмънт – понятие. Теоретично обяснение на дейностите в медийната редакция.
9. Процесът на вземане на решения в медийната организация.
10. Управление на човешките ресурси в медиите.
11. Модели за мотивация на журналистите.
12. Редакционна йерархия. Особенности на редакционните структури в печатните и електронните медии. Мултимедийната редакция.
13. Значение на маркетинга в управлението на медийната организация.
14. Специфики на медийния продукт.
15. Маркетингови проучвания в медиите за вземане на решения.
16. Специфика на комуникационния микс в медиите.
17. Българските обществените доставчици на медийни услуги – мисия, задачи и ръководни принципи.
18. Регулация на медийната дейност в Република България. Съвет за електронни медии.
19. Регулация на дейността на медиите при отразяване на предизборни кампании.
20. Европейска регулаторна рамка в областта на аудио-визуалните медийни услуги. Директива за аудио-визуалните медийни услуги (ДАВМУ).
21. Медийна саморегулация.

ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Алфандари, Е. (2012). Социална теория на масовата комуникация и медиите. София.
2. Ангелов, А. (1998). Основи на мениджмънта. София: Тракия-М.
3. Братанов, П. (2010). Комуникация и управление: Медиите като институция. София: Симолини-94.
4. Директивата за аудио-визуалните медийни услуги (ДАВМУ). <https://digital-strategy.ec.europa.eu/bg/policies/general-principles-avmsd>
5. Етичен кодекс на българските медии. Достъпен на: <https://mediaethics-bg.org/%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%BD->

- [%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-2/](#)
6. Закон за радиото и телевизията на Република България (в сила от 1.01.2025 г., доп., бр. 99 от 21.11.2025 г.)
https://www.cem.bg/files/1715773189_zakon_za_radioto_i_televizija.pdf
 7. Изборен кодекс на Република България. Достъпен на:
<https://www.cik.bg/upload/247940/%D0%98%D0%97%D0%91%D0%9E%D0%A0%D0%95%D0%9D+%D0%9A%D0%9E%D0%94%D0%95%D0%9A%D0%A1.docx>
 8. Истман, С. (2004). Маркетинг и реклама за електронни медии, кабелни системи и интернет. София: Слънце.
 9. Котлър, Ф. (2019). Маркетинг 4.0 – От традиционното към дигиталното. София: Локус Пъблишинг.
 10. Официален сайт на БНР. Достъпен на: <https://bnr.bg/aboutbnr/page/pravilnici-za-strukturata-i-deinostta-na-bnr>
 11. Официален сайт на БНТ. Достъпен на: <https://bnt.bg/pravilnici-i-zakoni-138pages.html>
 12. Официален сайт на СЕМ. Достъпен на: <https://www.cem.bg/infobg/25>
 13. Памукчиев, М. (2002). Основи на управлението. София: АВС Техника.
 14. Петров, М. съст. (2012). Медиите в Европа. София: Фабер.
 15. Попова, М. (2012). Журналистическата теория). София: Фабер.
 16. Станчева, А. (2004). Организация на управлението. Варна: ИК Стено.
 17. Стоицова, Т. (2004). Лице в лице с медиите: Въведение в медийната психология. София: Просвета.
 18. Съст. (2020). Медии и комуникации. Книга 1. София: УИ „Св. Климент Охридски“. Съст. (2022). Медии и комуникации. Книга 2. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
 19. Филева, П. (2008). Качество на управлението на медийните организации, Медии и обществени комуникации. София: УНСС, „Алма комуникация“. Достъпен на: http://media-journal.info/?p=author_view&aid=22
 20. Филева, П. (2013). Медиен маркетинг. София: Св. Климент Охридски.
 21. Филева, П. (2013). Медиен мениджмънт. София: Св. Климент Охридски.
 22. Филипов, Д. (2002). Медийната революция: икономическа теория на медиите. София: УИ „Стопанство“.
 23. Хопкинс, К. (2022). Моят живот в рекламата. София: Изток-Запад.
 24. Цветкова, М. (2000). Комуникационен мениджмънт. Велико Търново: GABEROFF.
 25. Yankova, M. (2018). Media Transparency and Its Impact on PP Activity, Fifth International Scientific Conference: SOCIAL CHANGES IN THE GLOBAL WORLD. Shtip, 2018, PROCEEDINGS, pp. 999-1015.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Арънсън, Е. (2009). Човекът – „социално животно“. София: Дамян Яков.
2. Дичев, И., Спасов, О. (2012). Нови медии – нови мобилизации. София: Общество.
3. Добрева, Е. (2012). Масовите комуникации в информационното общество. Шумен: Фабер.
4. Дракър, П. (2002). Ефективното управление. София: Класика и Стил.
5. Електронно научно списание „Реторика и комуникации“. <http://rhetoric.bg/>
6. Електронно списание „Медии и обществени комуникации“. <http://www.media->

- [journal.info/](#)
7. Електронно списание NewMedia 21.: <http://www.newmedia21.eu>
 8. Комисия за защита на конкуренцията. Секторния анализ на медийната среда от 2018 г: <https://reg.cpc.bg/Decision.aspx?DecID=300052380>
 9. Правилник за редакционната дейност на БНР <https://bnr.bg/aboutbnr/page/pravilnik-za-redakcionnata-deinost-na-bnr>
 10. Правилник за редакционната дейност на БНТ <https://p.bnt.bg/p/r/pravilnik-redakcionna-deinost-2011-522.pdf>
 11. Правилник за структурата и организацията на дейността на БНР <https://bnr.bg/aboutbnr/page/pravilnik-za-strukturata-i-organizaciata-na-bnr>
 12. Правилник за структурата и организацията на дейността на БНТ https://bnt.bg/f/news_parts/o/0/8395e8ec3a397ab058b3c265ef4f3063.pdf
 13. Репортери без граница. <https://rsf.org/en/index>
 14. Спасов, О., Огнянова, Н., Даскалова, Н. (2025). Мониторинг на медийния плурализъм в Европейския съюз: Резултати ММП 2025. Национален доклад: България. Достъпен на: <https://www.fmd.bg/?p=9793>

Изготвил:

гл. ас. д-р Милена Янкова