



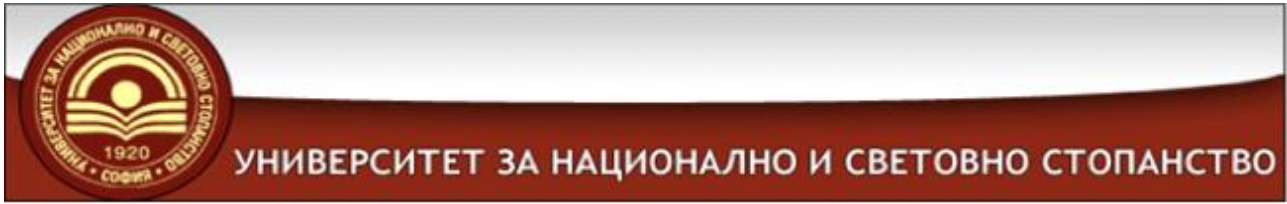
УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИТЕ ПУБЛИКАЦИИ

на ас. д-р Димитрина Николаева Папагалска
катедра „Интелектуална собственост и технологичен трансфер“
Бизнес факултет на УНСС

Кандидат в конкурс за заемане на академичната длъжност “главен асистент” по професионално направление **3.8. Икономика, научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“**, обявен в ДВ, брой 71/27.08.2021 г.

София, 2021 г.



ABSTRACTS OF SCIENTIFIC ARTICLES AND CONFERENCE PAPERS

Of Assist. Prof. Dimitrina Nikolaeva Papagalska, Ph.D.
Intellectual Property and Technology Transfer Department
Business Faculty, UNWE

A candidate for the academic position Chief Assistant Professor in professional field **3.8. Economics, Scientific Specialty “Organization and Management outside the Sphere of Material Proceeding”**, published in State Gazette, Issue 71 on 27.08.2021

Sofia, 2021

I. Статии, публикувани в научни списания, реферирани и индексирани в други международни бази данни с научна информация

1.1. Папагалска, Д. Използване на музикални произведения в телевизионни продукти, сп. Бизнес посоки, ISSN 1312 - 6016 (Print), ISSN 2367 - 9247 (Online), бр. 1/2021, стр. 85-88

Резюме: Телевизионните продукти представляват творчески продукти, които могат да бъдат закриляни като самостоятелни обекти на интелектуална собственост. Характерно за процесите по създаването на тези продукти е използването на други творчески продукти, които служат като ресурс за дейността на телевизионната индустрия и които от своя страна също могат да бъдат закриляни като самостоятелни обекти на интелектуална собственост. Многообразието на тези продукти, специфичните им характеристики, както и спецификата при управлението на правата на интелектуална собственост върху тях, предопределят необходимостта от подробното изследване на конкретните бизнес модели, приложими при използването им като ресурси за създаване на телевизионните продукти. Обект на изследване в настоящата статия е телевизионната индустрия, а предмет на изследването са приложимите в съвременната телевизионна индустрия в България бизнес модели за използване на музикални произведения в телевизионните продукти.

Ключови думи: телевизионна индустрия, музикална индустрия, интелектуална собственост, творчески продукт

JEL: 034

Use of Musical Works in Television Products

Summary: Television products are creative products that can be protected as independent intellectual property objects. Characteristic of the processes of creating these products is the use of other creative products that serve as a resource for the activities of the television industry and which in turn can also be protected as independent objects of intellectual property. The diversity of these products, their specific characteristics, as well as the specifics of the management of intellectual property rights over them, predetermine the need for detailed study of specific business models applicable to their use as resources for the creation of television products. The object of study in this article is the television industry, and the subject of the study are the business models applicable in the modern television industry in Bulgaria for the use of musical works in television products.

Keywords: television industry, music industry, intellectual property, creative product

1.2. Папагалска, Д. Разпространение на телевизионни продукти в дигитална среда, сп.

Икономически и социални алтернативи, ISSN (online): 2534-8965, бр. 1/2019, стр. 20-26

Резюме: Настоящата статия изследва моделите на разпространение на телевизионни продукти, които са възможни в следствие на развитието на дигиталната среда. Технологичните възможности, предоставяни от дигиталната среда, дават възможност за задоволяване в по-висока степен на масовите потребности, свързани с потребяването на творчески продукти, каквито безспорно са телевизионните такива. Съвременният потребител на творчески продукти иска да ги потребява по определен начин в избрано от него време и на избрано от него място. На практика дигиталната среда прави тези негови желания реализуеми. Настоящата статия изследва интерактивната телевизия като бизнес модел за разпространение на телевизионни продукти в дигитална среда. Поради изпреварващия законодателството в областта на интелектуалната собственост технологичен напредък, са налице редица неуредени въпроси, чието скорошно решаване е определящо за защитата на икономическите интереси на участниците в телевизионната индустрия, титуляри на интелектуална собственост.

Ключови думи: телевизионна индустрия, интелектуална собственост, дигитална среда, интерактивна телевизия

JEL: O33, O34

Dissemination of Television Products in Digital Environment

Summary: This article studies the models for disseminating television products that are possible due to the development of the digital environment. Technological capabilities provided by the digital environment make it possible to better meet the mass needs associated with the consumption of creative products, which the television products certainly are. The modern consumer of creative products wants to use them in a certain way at a time and place that he has chosen. In practice, the digital environment makes these wishes possible. This article studies interactive television as a business model for disseminating television products in a digital environment. Due to the fact that technology advancement gets ahead of the legislation in the field of intellectual property, there are a number of unsettled matters, the recent resolution of which is defining for the protection of the economic interests of the participants in the television industry who are intellectual property rights holders.

Key words: television industry, intellectual property, digital environment, interactive television

II. Доклади, публикувани в сборници от научни конференции, проведени в чужбина или в България, ако са организирани от международни научни или професионални организации

2.1. Папагалска, Д., Ролята на интелектуалната собственост за функционирането на телевизионните предприятия, Сборник от Национален семинар с международно участие на тема „Създаване на култура за интелектуална собственост сред малките и средни предприятия“, организиран от Патентно ведомство на Р България, катедра Творчески индустрии и интелектуална собственост на УНСС и Световната организация за интелектуална собственост, сп. Нет сайънс, ISSN (online): 2535-1362, бр. 2/2017, София

Резюме: Настоящият доклад изследва ролята на интелектуалната собственост за функционирането на телевизионните предприятия в България. Разгледана е от една страна ролята ѝ като ресурс за осъществяване на телевизионна дейност, а от друга – като средство за закрила на телевизионните продукти като самостоятелни обекти на художествена собственост. Специално внимание е обърнато и върху ролята на интелектуалната собственост за технологичното развитие на телевизионната индустрия в нейната цялост, както и за охарактеризирането на телевизионните продукти като комплексни творчески продукти. Акцент е поставен и върху значението, което имат за телевизионните предприятия: познаването на различните обекти на интелектуална собственост и техните характеристики; способността на предприятията за своевременното идентифициране на тези обекти и техните правоносители; своевременното придобиване на необходимите права за използване на обектите при създаването и разпространението на телевизионни продукти, в които са включени тези обекти; познаване на възможните начини за управлението на тези права.

Ключови думи: телевизионна индустрия, телевизионни предприятия, интелектуална собственост, творческа индустрия

The Role of Intellectual Property for the Functioning of Television Enterprises

Summary: This report examines the role of intellectual property in the functioning of television organisations in Bulgaria. On the one hand, its role as a resource for television activity is presented, and on the other - as a means of protection of television products as independent objects of artistic property. Special attention is given to the role of intellectual property for the technological development of the television industry as a whole, as well as for the characterization of television products as complex creative products. Emphasis is also placed on the importance they have for

television companies: knowledge of the various objects of intellectual property and their characteristics; the ability of enterprises to identify these objects and their right holders in a timely manner; the timely acquisition of the necessary rights for use of the objects in the creation and distribution of television products in which these objects are included; knowledge of possible ways to manage these rights.

Keywords: television industry, television enterprises, intellectual property, creative industry

2.2. Papagalska, D. Teaching Television Business. Binding Theory to Practice and Practice to Theory, The Future of Education International Conference, Florence, Italy, 18-19, June 2020

Abstract

The course is taught to students in their final year of bachelor study and aims for them to:

1. Acquire theoretical knowledge of the contemporary television industry in Bulgaria and understand the role of digital technologies and intellectual property in its development and for achieving digital competitiveness.
2. Acquire skills for solving practical cases.
3. Have media literacy regarding the recognition and use of official sources to obtain reliable information in practical cases.
4. Acquire and develop systemic learning, presentation and teamwork skills

Some of the activities involved in the learning process to achieve the above goals are:

1. Each topic of the course ends with the presentation of specific practical cases, that help students to get to know the practice and to be able to apply the lessons learned during the lecture in solving the cases.
2. As additional extracurricular work, students select relevant topics and practical cases for discussion at the beginning of the next lecture.
3. Attention is paid to the development of digital technologies for the creation and distribution of television products.
4. At the end of the course, students have an exam testing their theoretical knowledge on the subject matters.
5. In addition to the television industry, students also study disciplines regarding other creative industries. At one of the last lectures in Television business, when they have acquired theoretical knowledge in those other disciplines as well, students are divided into groups of 5 to 10 students. Each team works in a group activity: identifying the inter-industrial connections of the television industry with one of the following industries: music, film, publishing, telecommunications, software. The groups present their findings during the last class activity.

During the training the teacher monitors each student - the acquired and demonstrated knowledge, teamwork, presentation of ideas, cases and other project activities. On this basis, an assessment is formed, which enables the students who perform best during the semester to be exempted from the discipline exam with a high grade.

Keywords: Television industry, intellectual property, digital technologies, new business models, digital competitiveness, teaching

Преподаване на дисциплината „Телевизионен бизнес“. Обвързване на теорията с практиката и на практиката – с теорията.

Резюме

Дисциплината се преподава на студенти, които са в последна година на обучение в бакалавърска специалност и цели студентите да придобият:

1. Теоретични познания за съвременната телевизионна индустрия в България и да разберат значението на дигиталните технологии и интелектуалната собственост за нейното развитие и постигането на дигитална конкурентоспособност.
2. Умения за решаване на практически казуси.
3. Медийна грамотност по отношение на признаването и използването на официално източници с оглед придобиването на надеждна информация за решаване на практически казуси.
4. И развият умения за системно учене, презентирание и работа в екип.

Някои от заложените в учебния процес дейности за постигане на горепосочените цели са:

1. Всяка тема от курса приключва с представяне на конкретен казус, чрез който студентите могат да приложат наученото по време на лекцията.
2. Като допълнителна извънаудиторна дейност студентите избират подходящи теми и практически казуси за обсъждане в началото на следващата лекция.
3. Обръща се внимание на развитието на дигиталните технологии за създаване и разпространение на телевизионни продукти.
4. В края на курса студентите полагат изпит, чрез който се проверяват придобитите по време на курса теоретичните познания.
5. Предвид това, че в четвърти курс студентите изучават дисциплини, свързани и с други творчески индустрии, на една от последните лекции по „Телевизионния бизнес“, когато са на края на обучението си и по тези други дисциплини, студентите са разделят на групи от 5 до 10 студенти. Всеки екип работи по екипно задание: идентифициране на междуиндустриалните връзки на телевизионната индустрия с една от индустриите: музикална, филмова, издателска,

телекомуникационна, софтуерна. Групите представят своите констатации по време на последното аудиторно занятие.

По време на обучението лекторът наблюдава развитието на всеки студент - придобитите и демонстрирани знания, работа в екип, представяне на идеи, казуси и други проектни дейности.

На тази база се формира оценка, която позволява на студентите, които се представят най - добре през семестъра, да бъдат освободени от изпита по дисциплина с висока оценка.

Ключови думи: телевизионна индустрия, интелектуална собственост, дигитални технологии, нови бизнес модели, дигитална конкурентоспособност, преподаване

2.3. Papagalska, D. Teaching Television Business in Digital Environment during Covid 19. Opportunity not Limitation, The Future of Education International Conference, Florence, Italy, 1-2 July 2021

Abstract

The pandemic in which both students and teachers have transferred the learning process entirely or mainly to the digital environment, has been going on for more than a year. Two of my classes of students were affected in this situation, each of which is facing the challenges that accompany this change for the second academic year in a row. Despite the initial difficulties and the necessary period for adaptation for both students and teachers, learning in a digital environment has become a reality. We were provided with a cloud environment for teaching and collaboration but not with the devices. Every student used their own resources to be able to attend the classes regularly and with the necessities needed for a fulfilling participation in all of them – computer device, stable internet, microphone, camera, etc.

For the second academic year I have been teaching ‘Television Business’ to fourth-year students in a digital environment. At the very start I had to mobilize all my knowledge for the cloud platform that I have used so far in my professional path and adapt that knowledge for the competitive cloud platform that was introduced at the university. Logically, the next step was to adapt the curriculum and the learning approaches that I have used so far in the physical environment. It turned out, as I have expected, that teaching ‘Television Business’ in digital environment revealed a range of opportunities for interactive learning that would be difficult to implement in the traditional form of attendance. Now the more difficult task remained - to convince the students of this.

Keywords: Television business, digital environment, cloud technologies

Преподаване на дисциплината „Телевизионен бизнес“ в онлайн среда по време на Covid-19. Възможност, а не ограничение.

Резюме

Пандемията, по време на която учебния процес за студентите и преподавателите бе пренесен изцяло или главно в дигитална среда, продължава повече от година. Два последователни курса със студенти, на които преподавам дисциплината, бяха засегнати, всеки от които е изправен пред предизвикателствата, които съпътстват тази промяна за втора поредна учебна година.

Въпреки първоначалните трудности и необходимия период за адаптация както за студентите, така и за преподавателите, обучението в дигитална среда се превърна в реалност. Предоставена ни бе облачна среда, в която да осъществяваме учебни процес, но не и технически устройства. Студентите използват собствени устройства, за да участват в онлайн обучението като за пълноценното им участие в него е необходимо да си осигурят и стабилен интернет, микрофон, камера, др.

За втора учебна година преподавам „Телевизионен бизнес“ в дигитална среда на студенти в четвърти курс. Необходимо бе да мобилизирам всичките си знания за друга облачна платформа, с която имах солиден опит и да адаптирам тези знания за конкурентната облачна платформа, въведена в университета. Логично следващата стъпка беше да адаптирам учебната програма и подходите, които прилагах до сега в присъствена образователна среда. Първоначалните ми очаквания се оправдаха и установих, че преподаването на „Телевизионен бизнес“ в дигитална среда разкрива редица възможности за интерактивно обучение, които биха били трудни за прилагане в традиционната присъствена форма на обучение. Следващата стъпка бе да убедя и студентите в ползите от тази форма на обучение, за да ги ангажирам в учебния процес, макар и от разстояние.

Ключови думи: телевизионен бизнес, дигитална среда, облачни технологии