



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

УЧЕБЕН ПЛАН

Утвърждавам:

Утвърден от Академически съвет с протокол
№ /

Професионално направление: 3.7. Администрация и управление

ОКС „магистър“

Специалност:

И	Б	Б	5	6	2	1	1	7
---	---	---	---	---	---	---	---	---

СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ

Магистърска програма:

ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ (за неспециалисти)

Форма на обучение: РЕДОВНО

Продължителност на обучението (брой семестри): 5 (пет)

Професионална квалификация:

Магистър по Стопанско управление

Квалификационна характеристика

Специалност: Стопанско управление

Магистърска програма: ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ (за неспециалисти)

1. Насоченост, образователни цели

Появата на програмата е продиктувана от значимите промени света на бизнеса, които оказват радикално влияние върху маркетинговите практики, след като дигиталните и онлайн маркетинг инструменти спечелиха значително предимство в тази област. Дигиталният маркетинг и социалните медии заемат сериозно място в днешния свят на маркетинга. Висшисти и мениджъри от България, които желаят да разширят знанията си и да развият кариерата си в дигиталната ера на маркетинга, вече могат да го направят с магистърска степен в Стопански факултет. Академичната програма включва маркетинг събития, срещи с фирми, лекции и семинари водени от успешни маркетингови мениджъри и специалисти по социални медии. Комбинацията от модерни методи на преподаване и активности предлага на студентите по-добро разбиране за света на маркетинга.

Магистърската програма „ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ (за неспециалисти)” **има за цел** да подготвя висококвалифицирани професионалисти, които да умеят да развият успешно бизнес в бързо променяща се технологична среда. Програмата се **фокусира върху** използването на технологията, новите медии и интернет, за да се комуникират ценни предложения от фирма или организация към клиенти и обществото като цяло. Учебните дисциплини покриват всички ключови елементи на маркетинга като стратегия, бранд мениджмънт, етика, ефективност, проучвания, сегментиране, активиране. Допълнителният акцент е върху прилагането на придобитите знания и умения чрез технология в цифровия свят.

След завършване на програмата **студентът трябва да знае и да може** да разработва цялостни управленски и маркетингови стратегии, които се интегрират в интернет среда. Програмата цели да създаде разбиране за необходимостта от сериозна теоретична подготовка и да даде на обучаемите основа за непрекъснато самоусъвършенстване в практиката. Магистърската програма „Дигитален маркетинг“ цели да даде на студентите нови знания за инструментите за дигитален маркетинг и социални медии. Програмата се основава на съществуващите маркетингови практики и интегрираните към тях дигитални инструменти и приложения за социални мрежи, така че студентите да намерят своето място в бума на дигиталната ера. Завършилите програмата „Дигитален маркетинг“ ще бъдат подготвени да отговорят на нуждите на всяка маркетингова позиция и да използват своите авангардни знания и за тяхната компания, и за своето лично развитие.

2. Обучение (знания и умения, необходими за успешна професионална дейност; общо теоретична и специална подготовка и др.)

Магистърската програма „ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ (за неспециалисти)” е предназначена за кандидати с базово образование различно от специалностите „Стопанско управление”, „Икономика”, свързаните и произтичащи от тях. За прием в програмата кандидатите се явяват на проверка на икономическата и езикова грамотност (написване на есе по актуален управленски проблем), както и на устно събеседване. Балът се образува от средния успех от дипломата, успеха от държавния изпит (защита на дипломна работа) и оценките от есето и събеседването.

Продължителността на обучението е 2,5 години и обхваща:

- Подготвителен модул – 1 година (два семестъра) – управленски, икономически, математически, статистически и правни знания, с цел въвеждане в изучаваната проблематика и създаване на основа за усвояване на специалната подготовка.
- Специализиращ модул – 1 година (два семестъра) – базова задължителна и профилираща подготовка, включваща набор от задължителни и избираеми учебни дисциплини, изграждащи професионалната специализация на магистър по Стопанско управление с акцент върху дигиталния маркетинг.
- Финален модул – един семестър – една учебна дисциплина, свързана с подготовката, разработването и защитата на магистърска теза.

3. Професионални компетенции

Магистърската програма „Дигитален маркетинг“ подготвя професионалисти, които да умеят да развиват успешно бизнес в бързо променяща се технологична среда.

Завършилите програмата придобиват **знания и компетенции за:**

- изграждане на ефективна онлайн маркетингова стратегия за привличане на клиенти и тяхното задържане;
- използване на социални медии, мобилни и нови технологии като маркетингови и промоционални тактики;
- проследяване и измерване на онлайн маркетингови кампании, използвайки аналитични услуги;
- използване на новите технологии за изграждане и популяризиране на уеб присъствие, в т.ч. способност да се определят критичните фактори за успех, свързани с уеб представянето;
- прилагане на стратегии и модели за електронен бизнес.

Студентите ще черпят опит от университетски преподаватели и признати специалисти от маркетинг индустрията, като:

- ще се научат да планират, представят, изпълняват и измерват интегрирани дигитални маркетинг кампании;
- ще се запознаят с най-добри практики за изграждане на онлайн присъствието на една марка, сред които онлайн search, display и video маркетинг;
- ще разберат как да навигират „пътешествието на клиента“ в различните онлайн канали, да създават ангажиращо съдържание и да водят онлайн разговори.

4. Професионална реализация

Магистърската програма „ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ (за неспециалисти)“ дава възможност за профилиране и специализиране на обучаваните, за надграждането на знания и умения, необходими за успешното изпълнение на изискванията на определена длъжност или група длъжности, за изпълнението на конкретни трудови функции. Програмата дава възможност на студентите да се подготвят, освен за работа в стопанската сфера, също така и при желание от тяхна страна – и за работа в нестопанската сфера, да специализират по определен клас от методи, използвани във виртуалното пространство за комуникация и управление на управленски и маркетингови стратегии..

Завършилите магистърската програма могат да се реализират като ръководители на разнообразни по големина и специфика организации, като мениджъри по дигитален маркетинг, като специалисти в маркетинговите отдели на организацията, занимаващи се със стратегическо управление, планиране, управление на човешките ресурси, оперативно управление и др. Успешно завършилите могат да заемат ръководни и административни длъжности в стопански организации, средните и висшите равнища на държавната администрация, организациите от третия сектор; да работят като консултанти; да продължат обучението и изследователската си работа в докторантура; да бъдат преподаватели в различните степени от системата на висшето образование; да работят в научноизследователски и развойни звена.

Б 5 6 2 1

Специалност "Стопанско управление"

Магистърска програма "Дигитален маркетинг (за неспециалисти)"

код на спец.

за випуска, започнал през учебната 2017/2018 година

№	код на дисциплината	Наименование на учебната дисциплината	Вид – З, И, Ф	семестър	ECTS кредити	Часове - общ брой				Седмична заетост	Форма на оценяване* - И, ТО, ки, прод
						Всичко	Лекции	Семинарни занятия	практически улр. / хоспетиране		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Задължителни дисциплини

1	3	5	0	1	Основи на управлението, вкл. БПК	3	1	9	270	45	45		3+3	КИ
2	3	5	0	2	Микроикономика	3	1	4	120	60	0		4+0	И
3	3	5	0	3	Макроикономика	3	1	4	120	60	0		4+0	И
4	3	5	0	4	Маркетинг	3	1	6	180	30	30		2+2	КИ
5	3	5	0	5	Гражданско право	3	1	3	90	45	0		3+0	И
6	3	5	0	6	Информационни технологии и системи	3	1	4	120	30	30		2+2	ТО
7	3	5	0	7	УЧР и ОП	3	2	11	330	45	45		3+3	КИ
8	3	5	0	8	Търговско право	3	2	3	90	45	0		3+0	И
9	3	5	0	9	Бизнес статистика	3	2	4	120	30	30		2+2	И
10	3	5	1	0	Финанси (държавни и корпоративни)	3	2	3	90	45	0		3+0	ТО
11	3	5	1	1	Счетоводство	3	2	5	150	45	30		3+2	И
12	3	5	1	2	Пари, банки и финансови пазари	3	2	4	120	30	30		2+2	И

форма на оценяване:
и-изпит, то-текуща оценка,
ки-комбинирано изпитване,
прод.- продължава в сл. семестър

13	3	2	0	4	Стратегически маркетинг	3	3	7.5	225	45	45		3+3	КИ
14	3	2	2	7	М-бизнес	3	3	4.5	135	30	30		2+2	КИ
15	3	2	2	8	Он-лайн маркетингови проучвания	3	3	4.5	135	30	30		2+2	КИ
16	3	2	2	9	Маркетинг на взаимоотношенията (CRM) и аналитични инструменти на дигиталния маркетинг	3	3	4.5	135	30	30		2+2	КИ
17	3	2	3	0	Планиране на дигиталния маркетинг	3	3	4.5	135	30	30		2+2	КИ
18	3	2	3	1	Дигитален бранд мениджмънт	3	3	4.5	135	30	30		2+2	КИ
19	3	2	3	2	Потребителско поведение в дигиталния маркетинг	3	4	7	210	30	30		2+2	КИ
20	3	2	3	3	Геймификация в дигиталния маркетинг	3	4	7	210	30	30		2+2	КИ
21	3	2	2	6	Писане на магистърска теза	3	4, 5	0+15	450	60	0		2+0	ТО
Избираеми дисциплини – чрез избираемите дисциплини трябва да се наберат минимум 16 кредита														
1	И	2	0	3	Топ инструменти за управление на бизнеса	И	4	4	120	30	30		2+2	ТО
2	3	2	1	5	Основи на успешните продажби	И	4	4	120	30	30		2+2	ТО
3	3	2	1	6	Интегрирани маркетингови комуникации	И	4	4	120	30	30		2+2	ТО
4	3	2	1	7	Мърчъндайзинг	И	4	4	120	30	30		2+2	ТО
5	И	2	0	1	Управление на веригата на доставките	И	4	4	120	30	30		2+2	ТО
6	И	2	0	2	Управление на организации с нестопанска цел	И	4	4	120	30	30		2+2	ТО
7					Студентите могат да избират и учебни дисциплини предлагани в друга магистърска програма на факултета	И	4							

форма на оценяване:
и-изпит, то-текуща оценка,
ки-комбинирано изпитване,
прод.- продължава в сл. семестър

Учебни практики и курсови работи

№	код	Наименование на практиката	Вид – З, И, Ф	Семестър	ECTS - кредит	Седмици	Часове	Форма на контрол
<p>Всички студенти задължително разработват проект по следните дисциплини: Основи на управлението, вкл. БПК, Маркетинг, УЧР и ОП, Стратегически маркетинг, М-бизнес, Онлайн маркетингови проучвания, Маркетинг на взаимоотношенията (CRM) и аналитични инструменти на дигиталния маркетинг, Дигитален бранд мениджмънт, Планиране на дигиталния маркетинг, Потребителско поведение в дигиталния маркетинг, Геймификация в дигиталния маркетинг и Писане на магистърска теза</p>								

Дипломиране

Начин на дипломиране	ECTS - кредит	Първа държавна сесия	държавна сесия
Защита на магистърска теза	15	февруари	ноември

Учебният план е приет на заседание на Факултетен съвет с протокол № 01 от 31.01.2017 г.

ДЕКАН:/доц.д-р Теодор Седларски/

форма на оценяване:
и-изпит, то-текуща оценка,
ки-комбинирано изпитване,
прод.- продължава в сл. семестър

Софийски университет "Св. Климент Охридски"

Справка - извлечение от учебен план

Специалност " Стопанско управление" / магистърска програма "Дигитален маркетинг (за неспециалисти)"

форма на обучение редовно, срок на обучение 5 (пет) семестъра

Натовареност, ECTS-кредити и оценки по семестри																																	
Вид заетост	I			II			III			IV			V			VI			VII			VIII			IX			Общо					
	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натоваре-ност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки						
Задължителни дисциплини	900	30	6	900	30	6	900	30	6	420	14	2	450	15	1																3570	119	21
мин. избираеми дисциплини	0	0	0	0	0	0	0	0	0	480	16	4	0	0	0																480	16	4
учебни практики	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																0	0	0
Общо:	900	30	6	900	30	6	900	30	6	900	30	6	450	15	1																4 050	135	25

Начин на дипломиране	ECTS - кредити	брой часове за подготовка	Първа държавна сесия	Втора държавна сесия
Защита на магистърска теза	15	450	февруари	ноември

Придобита професионална квалификация:
МАГИСТЪР ПО СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ
 № на решението на ФС:№ 01 от 31.01.2017 г.

Декан: /доц.д-р Теодор Седларски/

форма на оценяване:
 и-изпит, то-текуща оценка,
 ки-комбинирано изпитване,
 прод.- продължава в сл. семестър