

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“  
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ  
КАТЕДРА „СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ“

**ВЪПРОСНИК ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ  
МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА „ГЕЙМИФИКАЦИЯ В БИЗНЕСА, ПУБЛИЧНИЯ И  
НЕПРАВИТЕЛСТВЕНИЯ СЕКТОР“  
РЕДОВНО ОБУЧЕНИЕ**

**Въпросникът за държавен изпит е  
утвърден с Протокол № 4/25.02.2022  
на ФС на Стопанския факултет  
и влиза в сила за випуск 2021/2022г.**

1. Основен модел на игровизация.
2. Приложение на игровизацията в различни области на икономиката и неправителствения сектор.
3. Предимства на прилагането на игровизация в образованието - видове мотивация, които се анализират при прилагане на игровизация в образованието.
4. Същност и особености на Окталисната рамка.
5. Типове играчи, които се различават в игровизацията?
6. Когнитивната психология и геймификацията.
7. Геймификацията и нейните възможности за развитието на мотивацията. Същност и специфики на мотивацията.
8. Геймификация и самосъзнание - условие за развитие на Аз-а на личността.
9. Геймификацията – психологическа предпоставка за развитието на асертивното поведение и емпатийните преживявания на личността.
10. Развитие на емоционалната интелигентност чрез геймификация.
11. Определение на онлайн маркетингово проучване. Онлайн анкетно проучване като инструмент за набиране на данни. Предимства и недостатъци на онлайн анкетите спрямо традиционните такива. Основни етапи на провеждане на анкетно проучване онлайн.
12. Планиране на онлайн анкетно проучване. Проучвания по е-мейл, в интернет или на мобилни устройства – характеристики и особености. Работа с лични данни – нормативни и етични измерения.
13. Планиране на извадката за онлайн анкетно проучване. Генерална съвкупност и извадка. Особенности на извадката в онлайн среда. Рискове при набиране на участници в интернет. Статистическа грешка.
14. Подготовка на анкетни въпроси за онлайн анкетно проучване. Валидност и надеждност на измерването. Формат на въпросите. Скала на измерване. Демографски въпроси. Пилотно тестване на въпросите.
15. Провеждане на за онлайн анкетно проучване. Методи за набиране на участници в онлайн среда. Средства за набиране на допълнителни данни. Среда и инструменти на провеждане на маркетинговото проучване. Методи за увеличение на процента отговорили.

16. Управление на маркетинговите комуникации и избор на правилните канали.
17. Анализирание на възможностите в маркетинговата комуникация.
18. Управление на бранда и на корпоративния имидж.
19. Игровизиране на преживяването за потребителя, персонализиране и създаване на модели за потребителско ангажиране.
20. Видове игри, модели и техники за игровизация в маркетинга; Модели за комбиниране на цифрови и не-цифрови (он-лайн и оф-лайн) маркетингови подходи.
21. Основни елементи на концепцията за маркетинг на взаимоотношенията?
22. Основни елементи на концепцията CRM?
23. Подходът „Маркетинг чрез съдържание“ – как се измерва ефективността на маркетинга чрез съдържание?
24. Измерване на ефективността на дигиталния маркетинг? Data Mining технологии за дигитален маркетинг.
25. Комплексни аналитични инструменти за непрекъснато наблюдение и анализ (Power BI).
26. Дидактиката като наука. Система на дидактиката. Дидактика на висшето образование.
27. Активни методи на обучение. Играта в системата от активни методи на обучение.
28. Основни разновидности на играта – същност, формат, предназначение.
29. Роли на обучаващия и обучаваните при различните групи методи на обучение и учене.
30. Играта в процеса на обучение и учене – съдържателно и процесуално структуриране.
31. Алгоритъм (алгоритми) за създаване на игрови формати.
32. Психологически ориентири при използването на игри в процеса на обучение и учене.

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА НА БЪЛГАРСКИ ЕЗИК:**

1. Александрова, Н. Х. (2020). *Психология*. Изд. Авангард прима, ISBN: 978-954-9870-91-6.
2. Андреев, М. (1987). *Дидактика*. Изд. Народна просвета.
3. Василева, Р. (2020). *Арт анимация в образованието. Учители и ученици в драматично взаимодействие*. УИ „Св. Климент Охридски“.
4. Гюрова, В., В. Божилова и др. (2006). *Интерактивността в учебния процес (или за рибаря, рибките и риболова)*. Изд. Европрес.
5. Гюрова, В., Г. Дерменджиева, В. Божилова, С. Върбанова (2006). *Приключението учебен процес. Ръководство за университетски преподаватели*. Изд. Европрес.
6. Давидков, Ц. (2018). *Предприемачество – 8 клас.*, Изд. БГ Учебник.
7. Давидков, Ц. (2019). *Ръководство за учителя (Предприемачество – 8 клас)*. Изд. БГ Учебник.
8. Давидков, Ц. (2021). *Управление на организациите (учебник + работна тетрадка)*. С., СУ – СтФ.
9. Димов, П. (2016) *SEO книга за български сайтове*.
10. Канеман, Д. (2012). *Мисленето*. Изд. Изток-Запад, ISBN: 978-619-152-058.
11. Котлър, Ф., Дж. Каслионе. (2009). *Хаотика. Мениджмънт и маркетинг в епохата на турбулентността*, Изд. Locus.
12. Котлър, Ф., Х. Картаджия и С. Сетианан. (2019). *Маркетинг 4.0 от традиционното към дигиталното*. Изд. Locus.
13. Кръстева Н. (2006). *Маркетинг и продажби*. Изд. Авангард-прима, ISBN 10; 954-323-190-7 ISBN13; 978-954-323-190-4.
14. Кръстева Н. (2010). *Управление на взаимоотношенията с клиенти. Продажби*. Изд. Авангард прима.

15. Кръстева, Н. и А. Потебня. (2019) *Дигитален маркетинг: Въведение*. Т. 1. Изд. Авангард Прима.
16. Кръстева, Н., Л. Кокарешкова-Пантелеева и Кр. Енева. (2019) *Дигитален маркетинг: Стратегическо планиране на дигиталния маркетинг*. Т. 2. Изд. Авангард Прима.
17. Кръстева, Н., М. Тодорова, Кр. Енева и Д. Гаврилова. (2016). *Дигитален маркетинг*. Изд. Авангард Прима, ISBN 978-619-160-646-7.
18. Кръстева, Н., Р. Каназирева, Л. Кокарешкова-Пантелеева и А. Потебня. (2019) *Дигитален маркетинг: Изкуствен интелект и потребителско поведение*. Т. 3. Изд. Авангард Прима.
19. Менчева, Л., О. Лозанов. (2003). *Маркетингови комуникации*, Изд. Тракия.
20. Цветанска, С. (2006). *Предизвикателства в педагогическото общуване*. Изд. Просвета.

### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК:**

1. Bartlett, Randy (2013). *A Practitioner's Guide to Business Analytics: Using Data Analysis Tools to Improve Your Organization's Decision Making and Strategy*. McGraw-Hill. (1st ed., Vol. 1) ISBN 978-0071807593.
2. Berman, B. (2016) Planning and implementing effective mobile marketing programs, *Business Horizons*, 59(4), 431-439. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.03.006>
3. Booz, A., Rivera, S., Mills, S., Sullivan, J. (2013). *The Field Guide to data science*. ResearchGate. Retrieved January 25, 2022, from [https://www.researchgate.net/publication/258698880\\_The\\_Field\\_Guide\\_to\\_Data\\_Science](https://www.researchgate.net/publication/258698880_The_Field_Guide_to_Data_Science)
4. Caponetto, I., Earp, J., & Ott, M. (2014). *Gamification and Education: A Literature Review* [E-book]. ITD-CNR, Genova, Italy.
5. Chaffey, D. (2020). *Digital marketing*. Pearson UK.
6. Chitty, W., Luck, E., Barker, N., Sassenberg, A., Shimp, T. & Andrews, J. (2018). *Integrated marketing communications (5th Asia Pacific Edition)*. Cengage Learning, South Melbourne.
7. Davenport, T. H., & Harris, J. G. (2007). *Competing on Analytics: The New Science of Winning* (1st ed.). Harvard Business Review Press.
8. Davenport, T. H., Harris, J. G. (2017). *Competing on analytics: The new science of winning*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.
9. Harrison, M., Cupman, J., Truman, O., & Hague, P. (2021). *Market research in practice: an introduction to gaining greater market insight*. (3rd ed.). Kogan Page Publishers.
10. Hollensen Sv. (2015). *Marketing management: a relationship approach – Third edition*, © Pearson Education Limited 2015, ISBN 978-0-273-77885-1
11. Kannan, P. (2017) “Digital marketing: A framework, review and research agenda“, *International Journal of Research in Marketing*, 34 (1), 22-45.
12. Kaufman I, Horton C. (2014) *Digital Marketing: Integrating Strategy and Tactics with Values, A Guidebook for Executives, Managers, And Students* [e-book]. Hoboken: Routledge; 2014. Available from: eBook Collection (EBSCOhost), Ipswich, MA.
13. Keller, Kevin Lane. (2022) *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. (3rd ed.).
14. Koivisto, J., J. Hamari. (2019) *The rise of motivational information systems: A review of gamification research*, *International Journal of Information Management* 45 (2019) 191–210 , journal homepage: [www.elsevier.com/locate/ijinfomgt](http://www.elsevier.com/locate/ijinfomgt)
15. Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016) “A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing: Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for Future Inquiry“, *Journal of Marketing*, 80 (6), 146-172.
16. Lecinski, J. & Google. (2021, August 23). *Winning the Zero Moment of Truth eBook* (2011). Think with Google. Retrieved January 25, 2022, from <https://www.thinkwithgoogle.com/future-of-marketing/emerging-technology/2011-winning-zmot-ebook/>

17. Majuri, J., J. Koivisto, J. Hamari. (2018) Gamification of education and learning: A review of empirical Literature, CEUR Workshop Proceedings vol 2186. CEUR-WS. ISSN: 1613-0073 <http://ceur-ws.org/Vol-2186/paper2.pdf>.
18. Pal, M. (2015). Microsoft Dynamics CRM 2015 Application Design: Master professional-level business application designs using Microsoft Dynamics CRM 2015 and its xRM features. Packt Publishing.
19. Reiners, T. & L.C. Wood. (2015). Gamification in Education and Business. Cham: Springer International Publishing AG.
20. Richardson, I., Hjorth, L., & Davies, H. (2021). Understanding Games and Game Cultures (1st ed.). SAGE Publications Ltd.
21. Ritterfeld, U., Cody, M.J., & Vorderer, P. (2009). Serious games: mechanisms and effects.
22. Sarstedt, M., & Mooi, E. (2019). Introduction to market research. In A Concise Guide to Market Research (pp. 1-9). Springer, Berlin, Heidelberg.
23. Sue, V. & Ritter, A. (2012). Conducting Online Surveys, 2nd Edition. US: Sage Publications.
24. Sarstedt, M., & Mooi, E. (2019). Introduction to market research. In A Concise Guide to Market Research (pp. 1-9). Springer, Berlin, Heidelberg.
25. Ulicsak, M. (2010, June 1). Games in Education: Serious Games. NFER. Retrieved January 25, 2022, from <https://www.nfer.ac.uk/games-in-education-serious-games/>
26. Wolenik, M. (2016), Microsoft Dynamics CRM 2016 Unleashed, SAMS, ISBN-10: 0672337606

*Допълнителна литература:*

1. Lifehack.bg. (2022). 12-те основни човешки архетипа. Достъпно на 25.01.2022, от <https://www.lifehack.bg/lifehealth/archetypes/>
2. Canvanizer. (n.d.). Canvanizer. Retrieved January 25, 2022, from <https://canvanizer.com/new/gamification-model-canvas>
3. Chou, Y. (2013, June 7). User and Player Types in Gamified Systems. Yu-Kai Chou: Gamification & Behavioral Design. <https://yukaichou.com/gamification-study/user-types-gamified-systems/>
4. Chou, Y. (2021, March 8). Octalysis: Complete Gamification Framework - Yu-kai Chou. Yu-Kai Chou: Gamification & Behavioral Design. Retrieved January 25, 2022, from <https://yukaichou.com/gamification-examples/octalysis-complete-gamification-framework/>
5. Darina Dicheva, Christo Dichev, Gennady Agre, & Galia Angelova. (2015). Gamification in Education: A Systematic Mapping Study. Journal of Educational Technology & Society, 18(3), 75–88. <http://www.jstor.org/stable/jeductechsoci.18.3.75>
6. Harrison, M., Cupman, J., Truman, O., & Hague, P. (2016). Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight (3rd ed.). Kogan Page.
7. Silva, R., Rodrigues, R., & Leal, C. (2020). STUDENT LEARNING MOTIVATIONS IN THE FIELD OF MANAGEMENT WITH (AND WITHOUT) GAMIFICATION. Journal of Management and Business Education, 3(1), 47–71. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2020.0005>
8. Zorrilla, P.; Rincón, V.; & Sáiz, M. (2020). Ikasekin: design of an holistic learning model for the development of entrepreneurial competence. Journal of Management and Business Education, 3(1), 16-28. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2020.0003>