



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

УЧЕБЕН ПЛАН

Утвърждавам:

Утвърден от Академически съвет с протокол
№ 3/29.01.2020 г.

Професионално направление: 3.7. Администрация и управление

ОКС „магистър”

Специалност:
СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ

И	Б	Б	2	6	2	1	2	0
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Магистърска програма:
ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

Форма на обучение: РЕДОВНО

Продължителност на обучението (брой семестри): 2 (два)

Професионална квалификация:

Магистър по дигитален маркетинг

Квалификационна характеристика

Специалност: Стопанско управление

Магистърска програма: ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

1. Насоченост, образователни цели

Магистърската програма „Дигитален маркетинг“ е отворена за кандидати от всякакви специалности, притежаващи ОКС „Бакалавър“ или ОКС „Магистър“. За кандидатите, които притежават ОКС „Бакалавър“ или ОКС „Магистър“ по специалности, различни от „Стопанско управление“, „Икономика“, както и свързаните и произтичащи от тях, има изискване за покриване на допълнителна изравняваща подготовка (4 дисциплини във факултативна форма).

Появата на програмата е продиктувана от значимите промени в 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 Стопанския 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“ **има за цел** да подготвя висококвалифицирани професионалисти, които да умеят да развиват 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.)

Обучението се осъществява субсидирано от държавата и в платена форма.

За места, субсидирани от държавата, се кандидатства с: документ за завършена ОКС „Бакалавър“ или ОКС „Магистър“, писмен теоретичен изпит (тест) и устно събеседване с комисия. Балът се образува от средния успех от дипломата, успеха от държавния изпит (защита на дипломна работа), оценката от писмения изпит и оценката от събеседването, която е с „да“ и „не“. Оценка „да“ се приравнява на (0.00) и не променя бала. Оценка „не“ се приравнява на (-0,50) и намалява бала с половин единица.

За места, платена форма на обучение, се кандидатства с: документ за завършена ОКС „Бакалавър“ или ОКС „Магистър“ и устно събеседване с комисия. Балът се образува от средния успех от дипломата, успеха от държавния изпит (защита на дипломна работа) и

оценката от събеседването, която е с „да“ и „не“. Оценка „да“ се приравнява на (0.00) и не променя бала. Оценка „не“ се приравнява на (-0,50) и намалява бала с половин единица.

Обучението завършва с държавен изпит. Сесиите за дипломиране са през юли и септември.

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“ 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	2	6	2	1
---	---	---	---	---

Специалност "Стопанско управление"
Магистърска програма "Дигитален маркетинг"
от учебната 2020/2021 година, редовно обучение

код на спец.

№	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 (Ауд/Изв.Ауд)	Лекции	Семинарни занятия	практически упр. / хоспетиране		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Задължителни дисциплини

1	3	2	0	4	Стратегически маркетинг	3	1	6	180 (60/120)	30	30		2+2	КИ
2	3	2	1	6	Интегрирани маркетингови комуникации и геймификация в дигиталния маркетинг	3	1	4,5	135 (60/75)	30	30		2+2	И
3	3	2	9	1	Он-лайн маркетингови проучвания	3	1	4,5	135 (60/75)	30	30		2+2	И
4	3	2	9	2	Маркетинг на взаимоотношенията (CRM) и аналитични инструменти на дигиталния маркетинг	3	1	4,5	135 (60/75)	30	30		2+2	И
5	3	2	9	5	Потребителско поведение в дигиталния маркетинг	3	1	4,5	135 (60/75)	30	30		2+2	И
6	3	2	9	0	М-бизнес	3	1	6	180 (60/120)	30	30		2+2	КИ
7	3	5	1	3	Стратегическо планиране на дигиталния маркетинг	3	2	3	90 (45/45)	30	15		2+1	И
8	3	2	9	4	Дигитален бранд мениджмънт	3	2	3	90 (45/45)	30	15		2+1	КИ
9	3	2	1	5	Основи на успешните продажби и мърчъндайзинг	3	2	3	90 (45/45)	30	15		2+1	КИ

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

Избираеми дисциплини – избраните дисциплини трябва да носят минимум 6 кредита														
1	И	2	5	3	Топ инструменти за управление на бизнеса	И	2	2	60 (30/30)	30	0		2+0	ТО
2	И	2	0	2	Управление на организации с нестопанска цел	И	2	2	60 (30/30)	30	0		2+0	ТО
3	3	2	1	3	Лидерство в мултикултурна среда	И	2	2	60 (30/30)	30	0		2+0	И
4	3	2	2	7	Корпоративно предприемачество и иновации	И	2	2	60 (30/30)	30	0		2+0	И
5	И	2	5	5	Зелен маркетинг	И	2	2	60 (30/30)	30	0		2+0	ТО
6	И	6	1	8	Дигитални бизнес модели и процеси (на английски език)	И	2	2	60 (30/30)	30	0		2+0	И

Факултативните дисциплини са задължителни за студентите, които нямат бакалавърска или магистърска степен по Стопанско управление или Икономика

1	3	5	0	1	Основи на управлението	Ф	1	5	150 (30/120)	30	0		2+0	ТО
2	3	5	0	2	Микроикономика	Ф	1	3	90 (30/60)	30	0		2+0	ТО
3	3	5	0	3	Макроикономика	Ф	1	3	90 (30/60)	30	0		2+0	ТО
4	3	5	0	4	Маркетинг	Ф	1	4	120 (30/90)	30	0		2+0	ТО

Учебни практики и курсови работи

№	код	Наименование на практиката	Вид - З, И, Ф	Семестър	ECTS - кредити	Седмици	Часове	Форма на контрол* - И, ТО, КИ
---	-----	----------------------------	------------------	----------	-------------------	---------	--------	-------------------------------------

Всички студенти задължително разработват проект по следните дисциплини: Стратегически маркетинг, М-бизнес, Дигитален бранд мениджмънт, Основи на успешните продажби и мърчъндайзинг.

***Студентите могат да избират само дисциплини от посочените в учебния план.**

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

Дипломиране

Начин на дипломиране	ECTS - кредити	Първа държавна сесия	Втора държавна сесия
Държавен изпит	15	юли	септември

Учебният план е приет на заседание на Факултетния съвет с протокол №12/10.12.2019 г.

ДЕКАН:

/доц. д-р Атанас Георгиев/

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 СПЕЦИАЛИСТИ
Специалност " Стопанско управление" / магистърска програма "Дигитален маркетинг"
форма на обучение редовно, срок на обучение 2 (два) семестъра

Натовареност, ECTS-кредити и оценки по семестри																																
Вид заетост	I семестър			II семестър			III			IV			V			VI			VII			VIII			IX			Общо				
	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки		
Задължителни дисциплини	900	30	6	270	9	3																								1170	39	9
Мин. избираеми дисциплини	0	0	0	180	6	3																							180	6	3	
Държавен изпит	0	0	0	450	15	1																						450	15	1		
Общо, от които (ауд.):	900 (360)	30	6	900 (225)	30	7																						1800 (585)	60	13		

Начин на дипломиране	ECTS - кредити	брой часове за подготовка	Първа държавна сесия	Втора държавна сесия
Държавен изпит	15	450	юли	септември

**Придобита професионална квалификация:
МАГИСТЪР ПО ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ**

Учебният план е приет на заседание на Факултетния съвет с протокол №12/10.12.2019 г.

Декан:

/доц. д-р Атанас Георгиев/

Софийски университет "Св. Климент Охридски"

Справка - извлечение от учебен план **НЕСПЕЦИАЛИСТИ**
 Специалност "Стопанско управление" / магистърска програма "Дигитален маркетинг"
 форма на обучение редовно, срок на обучение 2 (два) семестъра

Натовареност за студентите, които нямат бакалавърска или магистърска степен по Стопанско управление или Икономика

Натовареност, ECTS-кредити и оценки по семестри

Вид заетост	I семестър			II семестър			III			IV			V			VI			VII			VIII			IX			Общо		
	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки	натовареност (ч.)	ECTS – кредити	бр. оценки			
Задължителни дисциплини	900	30	6	270	9	3																						1170	39	9
Мин. избираеми дисциплини	0	0	0	180	6	3																						180	6	3
Факултативни дисциплини	450	15	4	0	0	0																						450	15	4
Държавен изпит	0	0	0	450	15	1																						450	15	1
Общо, от които (ауд.):	1350 (480)	45	10	900 (225)	30	7																						2250 (705)	75	17

Начин на дипломиране	ECTS - кредити	брой часове за подготовка	Първа държавна сесия	Втора държавна сесия
Държавен изпит	15	450	юли	септември

**Придобита професионална квалификация:
 МАГИСТЪР ПО ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ**

Учебният план е приет на заседание на Факултетния съвет с протокол №12/10.12.2019 г.

Декан:
 /доц. д-р Атанас Георгиев/