



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ ЗА
ИНТЕЛИГЕНТЕН РАСТЕЖ

ПРОЕКТ BG05M2OP001-2.016-0004-C01
“ИКОНОМИЧЕСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ В БЪЛГАРИЯ 2030“ (EconEd2030)



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО
СТОПАНСТВО

UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD
ECONOMY

Приет с решение на АС на УНСС №:
/Adopted by the Academic Council of UNWE with Decision №/

/

Утвърждавам:

Approved by:

Ректор - проф. д-р Димитър Димитров
Rector - Prof. Dimitar Dimitrov, PhD

КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА QUALIFICATION DESCRIPTION

Специалност/ Degree Programme:		СТРАТЕГИЧЕСКИ МАРКЕТИНГ (СЪВМЕСТНА ПРОГРАМА) STRATEGIC MARKETING (JOINT PROGRAM)
Катедра/ Department:		МАРКЕТИНГ И СТРАТЕГИЧЕСКО ПЛАНИРАНЕ MARKETING AND STRATEGIC PLANNING
Факултет/ Faculty:		ФАКУЛТЕТ УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ FACULTY OF MANAGEMENT AND ADMINISTRATION
Професионално направление / Field of Study:		ИКОНОМИКА ECONOMICS
Област на висше образование/ Area of Study:		СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И ПРАВНИ НАУКИ / SOCIAL SCIENCES, ECONOMICS AND LAW
Образователно-квалификационна степен/ Educational and Qualification Degree:		МАГИСТЪР MASTER'S DEGREE
Професионална квалификация/ Professional Qualification:		МАГИСТЪР ПО ИКОНОМИКА MASTER OF ECONOMICS
Форма на обучение/Form of Study:		РЕДОВНО/REGULAR
Продължителност на обучението/ Duration of Study:		1 година (2 семестъра)/1 year (2 semesters) 540 часа, 540 classes
Форма на завършване/ Type of Final Exam:		МАГИСТЪРСКА ТЕЗА MASTER THESIS

www.eufunds.bg

Проект BG05M2OP001-2.016-0004-C01 „Икономическото образование в България 2030“, финансиран от Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейските структурни и инвестиционни фондове.



ПРОЕКТ BG05M2OP001-2.016-0004-C01
“ИКОНОМИЧЕСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ В БЪЛГАРИЯ 2030“ (EconEd2030)

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО

Магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ (2 семестъра) е предназначена за студенти, завършили бакалавърска или магистърска степен, без ограничение на професионалното направление. Програмата е от професионално направление „Икономика“ и има за цел да доразвие и надгради както знанията в областта на стратегическия маркетинг, така и мениджърските умения на студентите. В съдържателно отношение обучението в тази програма е процес на изграждане на специализирани по своя характер знания и умения, и на превръщане на участника в програмата в експерт, способен да ръководи дейностите и процесите по разработване и прилагане на стратегически маркетингови решения. Съвременните организации – били те комерсиални или нетърговски, частни или публични, държавни или недържавни – повече от всякога зависят от своите експерти и мениджъри. Навлизането на маркетинга като функция в съвременните организации е породено от необходимостта постоянно да се привличат и задържат потребители на услугите, които те предоставят. Организациите имат нужда от мениджъри и експерти, които да разбират, и на тази основа – да управляват, в т.ч. да изследват, анализират, създават, развиват и оползотворяват, отношенията с потребителите и с останалите елементи на обкръжаващата среда. Изброените дейности и задачи предполагат наличие на специалисти, подходящи за различни нива - изпълнителско, експертно, средно мениджърско и висше мениджърско. Основната цел на обучението в магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ е подготовката на високо квалифицирани специалисти за експертно, средно мениджърско и висше мениджърско равнище, които умеят да формулират, изследват и анализират неструктурирани проблеми, отнасящи се до обкръжението на организацията; умеят да разработват и прилагат специално създадени за дигиталния свят изследователски инструменти; и умеят да предлагат и обосновават нестандартни и творчески маркетингови решения, взети на базата на задълбочен анализ на голям брой фактори, въздействащи върху маркетинговите дейности в организации с различен предмет на дейност.

Допълнителните цели на обучението в програмата по „Стратегически маркетинг“ са следните:

- задълбочаване и доразвиване на знанията в областта на маркетинговата логика и философия до специализирано/ експертно ниво;
- изграждане и обогатяване на знания за приложението на дигиталните технологии във всички сфери на маркетинга;
- изграждане и доразвиване на знания и умения за търсене, оценка, обработване и анализ на голямо количество структурирани и неструктурирани данни с цел формулиране и прилагане на маркетингови стратегии и нестандартни решения на маркетинговите проблеми, възникващи в съвременния свят;
- изграждане и доразвиване на знания и умения за средно и висше мениджърско ниво в областта на маркетинга, в т.ч. за вземане на решения; за подбор и управление на човешките ресурси в областта на маркетинга; за ръководство на процесите на разработване и изпълнение на стратегии и програми в областта на маркетинга; за оценка на представянето на индивидите, екипите и организациите въз основа на комплекс от маркетингови метрики.

СЪДЪРЖАНИЕ НА ОБУЧЕНИЕТО

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG05M2OP001-2.016-0004-C01 „Икономическото образование в България 2030“, финансиран от Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейските структурни и инвестиционни фондове.



ПРОЕКТ BG05M2OP001-2.016-0004-C01
“ИКОНОМИЧЕСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ В БЪЛГАРИЯ 2030“ (EconEd2030)

Обучението в магистърската програма „Стратегически маркетинг“ е свързано с овладяване на дисциплини, целящи да изградят/ доразвият знанията и уменията на студентите в областта на философията и логиката на стратегическия маркетинг. Последните са групирани в два блока:

- Първият блок обхваща задължителните маркетингови дисциплини. Такива са: „Стратегически маркетинг мениджмънт“, „Стратегически маркетингови изследвания“, „Продуктови иновации“, „Ценови стратегии“, „Дигитален маркетинг“;
- Вторият блок включва избираеми маркетингови дисциплини. Те дават възможност на студента да адаптира учебното съдържание към онези научни и приложни проблеми, които представляват най-голям интерес за него от гледна точка на обогатяване на знанията и уменията му.

Избираемите дисциплини от магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ покриват широк спектър от области и направления в стратегическия маркетинг, като съдържанието им отразява съвременните и актуални достижения на маркетинговата теория и практика. Сред избираемите дисциплини са „Мърчандайзингови стратегии“, „Стратегически бранд мениджмънт“, „Стратегическо маркетингово планиране“, „Управление на маркетинговата ефективност“, „Маркетингови бизнес-мрежи“, „Оценка на резултатите от маркетинговата дейност“, „Маркетингова аналитика“. Амбицията на тази програма е кръгът от избираеми курсове да се разширява и допълва.

ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И ПРОФЕСИОНАЛНИ КОМПЕТЕНТНОСТИ

Обучението в магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ е насочено към формиране на изискваните за образователно-квалификационната степен знания (теоретични и фактологически), умения (познавателни и практически) и компетентности (самостоятелност и отговорност, компетентности за учене, комуникативни и социални компетентности, професионални компетентности), в съответствие с Националната квалификационна рамка и Европейската референтна рамка на Ключовите компетентности за учене през целия живот .

Обучението в магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ предоставя следните основни знания:

- за извършване на критичен анализ и за прилагане на утвърдени подходи за синтезиране на решения при разработването на маркетингови стратегии;
- за прилагане на подходящи подходи и методи за анализ и проектиране на взаимодействието на организацията с обкръжението ѝ;
- за функционирането на дигиталните технологии в маркетинга при търсенето на решения за привличане и задържане на потребители.

Обучението в магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ изгражда следните основни умения:

- за бързо намиране, извличане, подреждане, синтезиране и оценяване на необходимата маркетингова информация в съвременната турбулентна среда;
- за анализ и предлагане на работещи решения чрез използване на инструментите и техниките на маркетинга в дигитална среда;
- за адекватна и своевременна реакция в условията на непредсказуемост и ограничена информация;
- за усъвършенстване на стандартните модели и подходи за управление в маркетинга и за развиване на иновативни решения, приложими към маркетинга, в т.ч. към маркетинга в дигитална среда.

----- www.eufunds.bg -----



ПРОЕКТ BG05M2OP001-2.016-0004-C01
“ИКОНОМИЧЕСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ В БЪЛГАРИЯ 2030“ (EconEd2030)

Обучението в магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ развива следните основни компетентности:

- за интерпретиране и прилагане на акумулираните знания и умения в областта на стратегическия маркетинг;
- за придобиване на нови знания и учене през целия живот, с което да надгради вече получената теоретична и практическа подготовка;
- за самостоятелност и отговорност при формирането на работни екипи и управлението на проекти, свързани с осъществяване на стратегически маркетинг;
- за придобиване на цифрови знания и умения, гарантиращи достъпа и конкурентоспособността на пазарите на труда в дигиталния свят;
- за инициране на промени и управление на дейностите и процесите в областта на маркетинга в дигитална среда;
- за висока лична отговорност, за самостоятелност и инициативност в професионална среда;
- за самостоятелно и обосновано формулиране на собствени схващания и вземане на управленски решения;
- за детайлно разбиране на техники за решаване на маркетингови проблеми, прилагани на експертното ниво и нивото на средния и висшия мениджмънт;
- за изграждане на меки умения като лидерство, комуникативност, умения за екипна работа, управление на времето и вземане на решения.

(1) Националната квалификационна рамка на Република България (РМС № 96/02.02.2012) дефинира знанията, уменията и компетенциите, които се изискват като резултат от обучението в съответните образователно-квалификационни степени във висшето образование.

(2) Европейската референтна рамка на Ключовите компетентности за учене през целия живот (Официален вестник на Европейския съюз С 189/7 4.6.2018 г.) дефинира осем ключови компетентности необходими за личностна реализация и развитие, пригодност за заетост, социално приобщаване, устойчив начин на живот, успешен живот в едни мирни общества, организиране на живота по здравословно осъзнат начин и активно гражданско участие.

ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПРОДЪЛЖАВАНЕ НА ОБУЧЕНИЕТО

Магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ отваря вратите както за попрището на бизнеса, така и за управление на маркетинговите дейности на нетърговските организации. Отличните възможности за професионална реализация се дължат на знанията, уменията и компетентностите да се анализират проблемите и да се предлагат работещи решения чрез използване на инструментите и техниките на маркетинга в съвременната среда.

Със своите знания, умения и професионални компетентности завършилите магистри по стратегически маркетинг са добре подготвени за заемане на експертни и средни управленски позиции, а в перспектива – и на висши управленски позиции, в широк кръг организации: органи на държавната и местната власт (министерства, комитети, агенции, регионални администрации); големи, средни и малки фирми, холдинги, сдружения, корпорации; държавни и частни организации в областта на здравеопазването, образованието, социалните дейности; финансови институции (банки, борси, застрахователни дружества, пенсионни фондове); синдикални и работодателски организации, отраслови камари и палати; фондации;

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG05M2OP001-2.016-0004-C01 „Икономическото образование в България 2030“, финансиран от Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейските структурни и инвестиционни фондове.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ ЗА
ИНТЕЛИГЕНТЕН РАСТЕЖ

ПРОЕКТ BG05M2OP001-2.016-0004-C01

“ИКОНОМИЧЕСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ В БЪЛГАРИЯ 2030“ (EconEd2030)

международни организации. Освен това те могат да работят и в специализирани агенции за маркетингови услуги: дигитални рекламни агенции, дигитални PR агенции, агенции за медийно планиране, агенции за директен маркетинг, консултантски и одиторски компании в областта на дигиталния маркетинг, и др.

Завършилите магистърската програма по „Стратегически маркетинг“ могат да продължат развитието си и като докторанти в университети, институти и изследователски центрове.

Квалификационната характеристика е приета на КС на катедра "МАРКЕТИНГ И СТРАТЕГИЧЕСКО ПЛАНИРАНЕ" от 30.5.2022 г. с протокол № 9 и от факултетен съвет на факултет "Факултет Управление и администрация" на _____ с протокол № _____.

The qualification description is approved by the Department of Marketing and Strategic Planning on 30.5.2022 г. (Record № 9) and by the Faculty Council of Faculty of Management and Administration on _____ (Record № _____).

РЪКОВОДИТЕЛ КАТЕДРА: _____

(проф. д-р Христо Катранджиев)

ДЕКАН: _____

(проф. д.н. Симеон Желев)

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG05M2OP001-2.016-0004-C01 „Икономическото образование в България 2030“, финансиран от Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейските структурни и инвестиционни фондове.