СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

У Ч Е Б Е Н П Л А Н

Утвърждавам:	Утвърден от Академически съвет с протокол № 3/21.12.2022 г.

Професионално направление: 3.7. Администрация и управление

ОКС „Магистър”

Специалност: **СТБ41492**
СТОПАНСКО УПРАВЛЕНИЕ
Магистърска програма: ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

Форма на обучение: ДИСТАНЦИОННО
Продължителност на обучението (брой семестри): 2 (два), прием от зимен семестър за специалисти и неспециалисти

Професионална квалификация:
Магистър по дигитален маркетинг

Квалификационна характеристика

Магистърска програма: ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

Условия за кандидатстване:
Прием на специалисти: Завършена бакалавърска или магистърска степен в професионално направление 3.7. Администрация и управление или ПН 3.8 Икономика. За прием в магистърската програма кандидатите се явяват на проверка на мотивацията им на устно събеседване. Балът се образува от средния успех от дипломата, успеха от държавния изпит (защита на дипломна работа) и оценката от събеседването. Приемът се извършва в зимен семестър.
Прием на неспециалисти: Завършена бакалавърска или магистърска степен в професионално направление различно от 3.7. Администрация и управление или ПН 3.8 Икономика. За прием в магистърската програма кандидатите се явяват на проверка на мотивацията им на устно събеседване. Балът се образува от средния успех от дипломата, успеха от държавния изпит (защита на дипломна работа) и оценката от събеседването. Приемът се извършва в зимен семестър.

1. **Насоченост, образователни цели**

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 развиват 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" **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 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.
Завършилите програмата получават **квалификация „Магистър по дигитален маркетинг".**

2. Обучение

Продължителността на обучението е 1 година (два семестъра) и обхваща 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.

Студентите неспециалисти задължително избират две подготвителни дисциплини – „Основи на управлението“ и „Маркетинг“ през първия семестър. Целта е да се гарантира минимална базисна подготовка и знания по фундаментални управленски дисциплини, които да подпомогнат успешното овладяване на специализираната материя по включените в учебния план задължителни и избираеми дисциплини. В рамките на дисциплината „Основи на управлението“ студентите се запознават с развитието на управленските теории, същността на управленското решение и процеса на вземането на управленско решение, основните подходи към управлението на организацията, същността и основните функции на управление. По „Маркетинг“ последователно се изясняват особеностите на маркетинговата заобикаляща среда и маркетинговата концепция, характеристиките на маркетинговия микс и компонентите на маркетинговите политики в съответствие с микса.

Обучението завършва с държавен изпит. Обучението в програмата е **само в платена форма**.

3. Професионални компетентности

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 добри практики за изграждане на онлайн присъствие 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.

СТБ	4	1	4	9

код на спец.

Специалност "Стопанско управление"

Магистърска програма "Дигитален маркетинг"

Обучение в дистанционна форма

за випуска, започнал от учебната 2023/2024 година, прием от зимен семестър

№	код на дисциплината	Наименование на учебната дисциплината	Вид – З, И, Ф	семестър	ECTS кредити	Всичко часове	Всичко часове				Форма на оценяване* - и, то, ки, прод
							Лекции	Семинарни занятия	практически упр. / хоспетиране	неприсъствена форма	
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*
Задължителни дисциплини											
1	З	3	2	4	Стратегически маркетинг	З	1	4	120	6	3		36	КИ
2	З	3	0	6	Интегрирани маркетингови комуникации и геймификация в дигиталния маркетинг	З	1	4	120	6	3		36	И
3	З	3	1	5	Онлайн маркетингови проучвания	З	1	4	120	6	3		36	И
4	З	3	1	0	Маркетинг на взаимоотношенията (CRM) и аналитични инструменти на дигиталния маркетинг	З	1	4	120	6	3		36	И
5	З	3	2	0	Потребителско поведение в дигиталния маркетинг	З	1	4	120	6	3		36	И
6	З	3	1	1	М-бизнес	З	1	4	120	6	3		36	КИ
7	З	3	2	5	Стратегическо планиране на дигиталния маркетинг	З	2	3	90	6	0		24	И

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

8	З	3	0	2	Дигитален бранд мениджмънт	З	2	3	90	6	3		36	КИ
9	З	3	1	8	Основи на успешните продажби и мърчъндайзинг	З	2	3	90	6	3		36	КИ
Избираеми дисциплини – избраните дисциплини трябва да носят минимум 12 кредита за целия период на следването														
Студентите могат да избират само от дисциплините, посочени в настоящия учебен план.														
1	З	2	1	0	Организационно поведение	И	1	3	90	6	0		24	И
2	З	2	1	2	Статистически анализ на икономически данни	И	1	3	90	6	0		24	И
3	И	2	5	6	Проектен подход в управлението	И	1	3	90	6	0		24	И
4	З	3	0	9	Лидерство в мултикултурна среда	И	1	4	120	6	0		24	И
5	З	2	1	3	Топ инструменти за управление на бизнеса	И	2	3	90	6	0		24	И
6	З	3	0	8	Корпоративно предприемачество и иновации	И	2	3	90	6	0		24	И
7	И	3	5	3	Зелен маркетинг	И	2	3	90	6	0		24	И
8	И	7	1	7	Дигитални бизнес модели и процеси (на английски език)	И	2	3	90	6	0		24	И
Задължително избираеми дисциплини за студенти, които нямат бакалавърска или друга магистърска степен в ПН 3.7 Администрация и управление и ПН 3.8 Икономика														
1	З	2	1	1	Основи на управлението	И	1	3	90	6	0		24	И
2	З	2	0	7	Маркетинг	И	1	3	90	6	0		24	И

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

Факултативни дисциплини[1]													
1	3	2	0	2	Икономика	Ф	1	3	90	2	0		28	И
2	3	2	0	5	Икономически аспекти на правото	Ф	2	3	90	2	0		28	И

[1] Кредитите на факултативните дисциплини не се отчитат за изпълнение на учебния план. Изискванията по съответната дисциплина, вкл. разработване на курсов проект, са такива, каквито са в основния учебен план, от който тя е заимствана.

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.**								

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 № 17/08.11.2022 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

Специалност " Стопанско управление" / Магистърска програма "Дигитален маркетинг"

Обучение в дистанционна форма; срок на обучение 2 (два) семестъра; прием от зимен семестър

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	720	24	6	270	9	3																					990	33	9
Мин. избираеми дисциплини	180	6	2	180	6	2																					360	12	4
Държавен изпит / Защита на МТ	0	0	0	450	15	1																					450	15	1
Общо	900	30	8	900	30	6																					1800	60	14
От които в присъствена форма	66			36																							102		

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 № 17/08.11.2022 г.

Декан: .....
/доц. д-р Атанас Георгиев/