



УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Станимир Кабаиванов)

Ректор:

(проф. д-р Запрян Козлуджов)

Директор:

(проф. д-р Илиян Иванов)

УЧЕБЕН ПЛАН

на специалност „**Маркетинг**”

редовно обучение

образователно-квалификационна степен „бакалавър”

професионално направление 3.8. Икономика

Учебният план

е приет от ФС на ФИСН с Протокол № 103/04.04.2016 г.

и утвърден от Академичния съвет с Протокол № 9/11.04.2016 г.

Влиза в сила от учебната 2016/2017 година за I и II курс

ECTS макет на учебен план на специалност

„Маркетинг”
ОКС „Бакалавър“

Факултет

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски”, **Филиал – Смолян**

Професионално направление

3.8. Икономика

Специалност

Маркетинг

Форма на обучение

Редовна

Анотация

„Маркетинг” предоставя задълбочена широкопрофилна подготовка на специалисти, с изградено бизнес маркетинг мислене и практически умения, необходими за успешното функциониране на всяка една организация. Процесът на обучението на бакалавърско ниво е проектиран по начин, осигуряващ реализирането на обявените мисия, цели и задачи на Университета. Програмите на дисциплините, включени в учебния план, отговарят на очакваните професионални компетенции, които студентите трябва да притежават след завършване. Осигурен е пълен достъп до информационни източници относно предлаганото обучение и възможностите за следващо развитие.

Професионална квалификация

Икономист

Равнище на квалификация

ОКС „бакалавър”

Специфични изисквания за достъп (прием)

• Българските граждани се приемат за студенти в ПУ “П. Хилендарски” в съответствие с изискванията на Закона за висше образование и Наредба за

държавните изисквания за приемане на студенти във висшите училища на Република България, по ред, определен от Правилника за устройството и дейността на ПУ "П. Хилендарски". Кандидатстудентските конкурсни изпити са съобразени с изискванията за входящо ниво на различните специалности. За участие в кандидатстудентски конкурс се заплаща определена такса.

- Успешно класиране, организирано от Университета (кандидатстудентски изпит по Български език или Математика или История на България или География на България; оценка от държавен зрелостен изпит по Български език и литература или Математика, или География.

Ред за признаване на предходно обучение

- Диплома за завършено средно образование.
- Решение на комисията по признаване на кредити, получени в друг университет.
- Признаването на придобито висше образование във чуждестранни ВУ се осъществява в съответствие със ЗВО, чл. 9, ал. 3 и по реда на Наредба за държавните изисквания за признаване на придобито висше образование и завършени периоди на обучение в чуждестранни висши училища.

Квалификационни изисквания и правила за квалификация

За придобиване на квалификацията са необходими 258 кредита, от тях 218 кредита от задължителни дисциплини, 24 кредита от избираеми дисциплини, 6 кредита от факултативни дисциплини и 10 за държавен изпит.

Профил на програмата (специалността)

Програмата включва 40 задължителни дисциплини, 6 избираеми (студентите избират от 28 избираеми дисциплини) и 2 факултативни дисциплини. Чужд език се изучава 2 семестъра.

Първите две години (рамките на 133 кредита) включват основни дисциплини, определящи професионалното направление:

- придобиване на теоретични и приложни знания по микро-, макро- и световна икономика, стопанска история, икономически теории, счетоводство, икономика на труда, маркетинг, геоикономика, публични и корпоративни финанси, социология на икономиката и основи на управлението, на правото и

Т.Н.;

- използване на инструментариума на математиката, информатиката и статистиката.

Обучението през третата и четвъртата година (125 кредита) включва: теоретични знания за: Маркетингови политики – продуктова, ценова, комуникационна, пласментна; Маркетингови изследвания – същност, видове; Пазарни инфраструктури – борси, тържища, аукциони и механизмите за тяхното функциониране, борсови операции; Същността и особеностите на правната система на Европейския съюз, създаване и функциониране на институциите на Европейския съюз; Пазарно-ориентирано управление на фирмите и управление на маркетинга; Принципите на електронния пазар; електронната търговия – модели, стратегии, разплащания по интернет; Работа със специализирана литература на чужд език; Фирмена култура и бизнес протокол.

Основни резултати от обучението

Завършилият модула трябва: Да усвои способността за икономическо мислене и рационално икономическо поведение; Да владее и да прилага съвременни технологии за набиране, систематизиране и обработване на статистическа и друга оперативна информация за конюнктурата на националния и чуждите пазари; Да владее и прилага методите и техниките на статистическия анализ на икономическата активност и динамика; Да познава и да работи свободно с макроикономическите показатели и индикатори, характеризиращи пазарната конюнктура, динамиката на търсенето и предлагането на националния и на чуждите пазари; Да познава институционалните и организационни механизми и инфраструктури за функциониране на пазара; Да владее и прилага методите и техниките на стратегическо прогнозиране и планиране на динамиката на продажбите, промените на продуктите, поведението на агентите; Да познава и самостоятелно да прилага техниките на пазарните и маркетингови проучвания при подготовка и провеждане на конкретни емпирични изследвания за пазарите, поведението на потребителите, производителите, конкурентите; Да владее методиките и техниките за оценка на продуктова и фирмена конкурентоспособност на националните и международните пазари; Да притежава организационни умения за подготовка и провеждане на рекламни

кампании, отчитайки спецификата на продукта, етапа на неговия жизнен цикъл, потребителските нагласи, потребителското поведение, както и други фактори.

Възможности за продължаване на обучението

Завършилите програмата могат да продължат обучението си в магистърски програми към професионални направления: 3.8. Икономика и 3.7. Администрация и управление и др.

Диаграма на структурата на курсовете с кредити

Легенда

Аудиторни часове в семестъра/триместъра: **АО** – общ брой, от тях **Л** – за лекции; **С** – за семинарни (упражнения); **Лб** – за практикуми (лабораторни упражнения) и други часове (**Кл** – за колоквиуми, **Х** – за хоспетиране и пр.).

Извънаудиторни часове в семестъра/триместъра: **ИО** – общ брой, **Сп** – за самостоятелна работа/подготовка, и др..

К – ECTS кредити; **Фи** – форма на изпитване (със стойности **И** – изпит, **Т** – текуща оценка. **З** – заверка, **П** – продължава следващ семестър/триместър)

№	Код по ECTS	Учебен курс/дисциплина	Аудиторни						Извънаудит.			К	Фи
			АО	Л	У	Лб	Кл	Х	ИО	Сп	О		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1-ви семестър													
1.		Микроикономика	75	45	30				125		200	8	И
2.		Приложна математика	75	45	30				100		175	7	И
3.		Основи на управлението	60	45	15				115		175	7	И
4.		Стопанска история	45	45	0				80		125	5	И
5.		Чужд език	45	15	30				55		100	4	Т
6.		Спорт	30	0	30				0		30	1	Т
7.		Факултативна дисциплина 1	30	30	0				45		75	3	Т
Общо за 1-ви семестър			360	225	135				520		880	35	
2-ри семестър													
1.		Макроикономика	75	45	30				125		200	8	И
2.		Икономически теории	45	30	15				130		175	7	И
3.		Основи на правото	45	45	0				105		150	6	И
4.		Геоикономика	45	30	15				105		150	6	И
5.		Чужд език	45	15	30				55		100	4	Т
6.		Спорт	30	0	30				0		30	1	Т
7.		Факултативна дисциплина 2	30	30	0				45		75	3	Т
Общо за 2-ри семестър			315	195	120				565		880	35	
Общо за I-ва година			675	420	255				1085		1760	70	
3-ти семестър													
1.		Статистика	75	45	30				100		175	7	И
2.		Счетоводство	60	30	30				90		150	6	И
3.		Информационни системи и технологии	75	30	45				75		150	6	И
4.		Социология на икономиката	45	30	15				80		125	5	И
5.		Търговско право	45	30	15				80		125	5	И
6.		Избираема дисциплина 1	30	30	0				70		100	4	И
Общо за 3-ти семестър			330	195	135				495		825	33	

4-ти семестър													
1.		Маркетинг	60	30	30				115		175	7	И
2.		Публични финанси	75	45	30				100		175	7	И
3.		Икономика на труда	60	30	30				90		150	6	И
4.		Демография	45	30	15				105		150	6	И
5.		Избираема дисциплина 2	30	30	0				70		100	4	И
Общо за 4-ти семестър			270	165	105				480		750	30	
Общо за II-ра година			600	360	240				975		1575	63	
5-ти семестър													
1.		Потребителско поведение	45	30	15				80		125	5	И
2.		Комуникации и комуникационна политика	45	30	15				80		125	5	И
3.		Корпоративни финанси	60	30	30				115		175	7	И
4.		Продуктова политика	30	30	0				95		125	5	И
5.		Интернет маркетинг	30	15	15				70		100	4	И
6.		Избираема дисциплина 3	30	30	0				70		100	4	И
Общо за 5-ти семестър			240	165	75				510		750	30	
6-ти семестър													
1.		Цени и ценова политика	60	30	30				90		150	6	И
2.		Маркетингови изследвания	45	30	15				80		125	5	И
3.		Маркетинг на индустриалния пазар	45	30	15				80		125	5	И
4.		Икономика на предприятието	60	30	30				90		150	6	И
5.		Анализ на риска	60	30	30				90		150	6	И
6.		Избираема дисциплина 4	30	30	0				70		100	4	И
Общо за 6-ти семестър			300	180	120				500		800	32	
Общо за III-та година			540	345	195				1010		1550	62	
7-ми семестър													
1.		Международен маркетинг	30	30	0				70		100	4	И
2.		Стокови борси	45	30	15				105		150	6	И
3.		Управление на качеството	60	30	30				90		150	6	И

4.		Реклама и рекламна политика	45	30	15				105		150	6	И
5.		Избираема дисциплина 5	30	30	0				70		100	4	И
6.		Избираема дисциплина 6	30	30	0				70		100	4	И
Общо за 7-ми семестър			240	180	60				510		750	30	
8-ми семестър													
1.		Пласмент и пласментна политика	45	30	15				80		125	5	И
2.		Връзки с обществеността	45	30	15				80		125	5	И
3.		Стратегически маркетинг	45	30	15				80		125	5	И
4.		Маркетингов мениджмънт	30	30	0				70		100	4	И
5.		Директен маркетинг	30	30	0				70		100	4	И
Общо			195	150	45				380		575	23	
Форма на дипломиране:									250		250	10	
Държавен изпит по специалността													
Общо за 8-ми семестър			195	150	45				630		825	33	
Общо за IV-та година			435	330	105				1140		1575	63	
Общо за целия курс на обучение:			2250	1455	795				4210		6460	258	
Общ брой кредити:													258

Правила за изпитите, оценяване и поставяне на оценки

По време на обучението студентите се оценяват с текущи оценки на базата на тестове, контролни и курсови работи, проекти и презентации. В края на обучението по даден курс студентите полагат писмен или устен изпит. Указания за това има в учебната програма на всеки отделен курс. Оценката за задължителните курсове включва текуща оценка и оценка от изпит. Оценяването за избираемите и факултативните курсове може да бъде на базата на текуща оценка или изпит.

Изисквания за завършване

Дипломиране с полагане на държавен изпит по специалността.

Форми на обучение

Редовна

Директор на програма или еквивалентен отговорник

Координатор на специалността:

гл.ас. д-р Малина Шиблова;
служебен GSM: 0885 899 569;
служебен телефон: 0301/6-23-39;
e-mail: shiblova@abv.bg

Ръководител на катедра „Природо-математически и стопански науки“:

доц. д-р Мариана Ламбова;
служебен GSM: 0889488891;
служебен телефон: 0301/6-23-39;
e-mail: lambova_ussm@abv.bg

Директор на Филиал Смолян:

проф. д-р Илиян Иванов