



УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(проф. д-р Станимир Кабаиванов)

Ректор:

(проф. д-р Румен Младенов)

Директор:

(проф. д-р Иванка Димитрова-Дюлгерова)

УЧЕБЕН ПЛАН

на специалност „**Маркетинг**”

образователно-квалификационна степен “бакалавър”

Учебният план

е утвърден от Академичен съвет с протокол № 19/07.06.2021 г.

приет от Факултетен съвет с протокол № 156/31.05.2021

приет от Филиален съвет с протокол № 3/01.07.2021 г.

Влиза в сила за първи курс от учебната 2021/2022 година

Факултет	ФИСН/Филиал-Смолян
Професионално направление	3.8. Икономика
Специалност	Маркетинг
Образователно-квалификационна степен	бакалавър
Професионално направление	икономика
Форма на обучение	задочна
Продължителност на обучението	4 години / 8 семестъра
Утвърден с протокол на АС	№ 19/07.06.2021
Приет с протокол на ФС на ФИСН	№ 156/31.05.2021
Приет с протокол на Филиалния съвет	№ 3/01.07.2021
Влиза в сила от:	2021/2022 г.

Анотация

Специалност 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

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. За участие в кандидатстудентски конкурс се заплаща определена такса.

- Успешно класиране, организирано от Университета бхИ (кандидатстудентски изпит по Български език или Математика, или История на България, или География на България) или бхДЗИ (ДЗИ: Български език или Математика, или География и икономика).

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 246 кредита, от тях 204 кредита от задължителни дисциплини, 24 кредита от избираеми дисциплини, 8 кредита от факултативни дисциплини и 10 за държавен изпит по специалността.

Профил на програмата (специалността)

Програмата се състои от два блока дисциплини:

- Общ блок за специалностите от професионално направление 3.8 Икономика – 1 и 2 курс включва: 17 задължителни дисциплини, 2 избираеми, 2 факултативни дисциплини. Първите две години включват основни дисциплини, определящи професионалното направление:

- придобиване на теоретични и приложни знания по микроикономика и макроикономика, икономически теории, счетоводство, планиране и прогнозиране, икономика на труда, маркетинг, геоикономика, публични финанси, социология на икономиката и основи на управлението, на правото и т.н.;

- използване на инструментариума на математиката, информатиката и статистиката.

- Специализиран блок за специалност Маркетинг (3 и 4 курс) включва: 19 задължителни дисциплини, 4 избираеми, държавен изпит по специалността или защита на дипломна работа.

Обучението през третата и четвъртата година включва: теоретични знания в областта на: Маркетингови политики – продуктова, ценова, комуникационна, пласментна; Маркетингови изследвания – същност, видове; Пазарни инфраструктури – борси, тържища, аукциони и механизмите за тяхното функциониране, борсови операции; Маркетингови информационни системи – изграждане и използване; 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.

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.

Професионален профил на завършилите с примери

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.).

К – ECTS кредити; **ФИ** – форма на изпитване (със стойности **И** – изпит, **Т** – текуща оценка, **З** – заверка, **П** – продължава следващ семестър/триместър). **Код по ECTS** – вж. поле 2. в ECTS макета на учебен курс.

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

№	Код по ECTS	Учебен курс/дисциплина	Аудиторни						Извънаудит.			Общо	К	Фи
			АО	Л	У	ЛБ	Кл	Х	ИО	Сп	...			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1-ви семестър														
1.		Микроикономика (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
2.		Приложна математика (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
3.		Основи на управлението (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
4.		Геоикономика (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
5.		Факултативна дисциплина 1 (1)	15	15	0	0	0	0	85	85	0	100	4	ТО
Общо за 1-ви семестър			180	120	60	0	0	0	570	570	0	750	30	
2-ри семестър														
1.		Макроикономика (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
2.		История и теория на счетоводството (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
3.		Информационни системи и технологии (1)	45	15	30	0	0	0	130	130	0	175	7	И
4.		Основи на правото (1)	30	30	0	0	0	0	95	95	0	125	5	И
5.		Факултативна дисциплина 2 (1)	15	15	0	0	0	0	85	85	0	100	4	ТО
Общо за 2-ри семестър			180	120	60	0	0	0	570	570	0	750	30	
Общо за I-ва година			360	240	120	0	0	0	1140	1140	0	1500	60	
3-ти семестър														
1.		Икономически теории (1)	30	15	15	0	0	0	145	145	0	175	7	И
2.		Обща финансова теория (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
3.		Маркетинг (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
4.		Търговско право (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
5.		Избираема дисциплина 1 (1)	15	15	0	0	0	0	85	85	0	100	4	И
Общо за 3-ти семестър			165	105	60	0	0	0	585	585	0	750	30	
4-ти семестър														
1.		Публични финанси (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
2.		Статистика (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
3.		Планиране и прогнозиране (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
4.		Икономика на труда (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
5.		Социология на икономиката (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
6.		Избираема дисциплина 2 (1)	15	15	0	0	0	0	85	85	0	100	4	И
Общо за 4-ти семестър			195	120	75	0	0	0	630	630	0	825	33	

Общо за II-ра година			360	225	135	0	0	0	1215	1215	0	1575	63	
			5-ти семестър											
1.		Корпоративни финанси (1)	45	30	15	0	0	0	130	130	0	175	7	И
2.		Комуникации и комуникационна политика (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
3.		Продуктова политика (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
4.		Потребителско поведение (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
5.		Иновации в бизнеса (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
6.		Избираема дисциплина 3 (1)	15	15	0	0	0	0	85	85	0	100	4	И
Общо за 5-ти семестър			180	105	75	0	0	0	595	595	0	775	31	
			6-ти семестър											
1.		Анализ на риска (1)	30	15	15	0	0	0	120	120	0	150	6	И
2.		Маркетингови изследвания (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
3.		Маркетинг на индустриалния пазар (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
4.		Икономика на предприятието (1)	45	30	15	0	0	0	105	105	0	150	6	И
5.		Цени и ценова политика (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
6.		Избираема дисциплина 4 (1)	15	15	0	0	0	0	85	85	0	100	4	И
Общо за 6-ти семестър			180	105	75	0	0	0	595	595	0	775	31	
Общо за III-та година			360	210	150	0	0	0	1190	1190	0	1550	62	
			7-ми семестър											
1.		Управление на качеството (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
2.		Международен маркетинг (1)	45	30	15	0	0	0	105	105	0	150	6	И
3.		Реклама и рекламна политика (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
4.		Стокови борси (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
5.		Дистрибуция и маркетингова логистика (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
6.		Избираема дисциплина 5 (1)	15	15	0	0	0	0	85	85	0	100	4	И
Общо за 7-ми семестър			180	105	75	0	0	0	570	570	0	750	30	
			8-ми семестър											
1.		Маркетингов мениджмънт (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
2.		Директен маркетинг (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
3.		Връзки с обществеността (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
4.		Стратегически маркетинг (1)	30	15	15	0	0	0	95	95	0	125	5	И
5.		Държавен изпит / Защита на дипломна работа (1)	0	0	0	0	0	0	250	250	0	250	10	И

Общо за 8-ми семестър	120	60	60	0	0	0	630	630	0	750	30
Общо за IV-та година	300	165	135	0	0	0	1200	1200	0	1500	60
Общо за целия курс на обучение:	1380	840	540	0	0	0	4745	4745	0	6125	245
Общ брой кредити:											245

Забележка: Списъкът с предлаганите избираеми и факултативни дисциплини е Приложение към учебния план и е неделима негова част. Списъкът може да се актуализира всяка учебна година с решение на ФС.

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.

Координатор

гл.ас. д-р Малина Шиблова
Мобилен телефон: 0878 699 911
служебен телефон: 0301/6-23-39
e-mail: shiblova@abv.bg

Ръководител катедра „Природо-математически и стопански науки“

доц. д-р Мариана Ламбова
Мобилен телефон: 0889 488 891
служебен телефон: 0301/6-23-39
e-mail: lambova_ussm@abv.bg

Директор Филиал-Смолян

проф. д-р Иванка Димитрова-Дюлгерова