

ОД 2-01-03 (3-8-М-4320\_1)



УЧЕБЕН ПЛАН – МАРКЕТИНГ, МАГИСТЪР, ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

ВЕЛИКОТЪРНОВСКИ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ"  
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

# УЧЕБЕН ПЛАН

Специалност **МАРКЕТИНГ**

(за завършили образователно-квалификационна степен “Професионален бакалавър” в същото професионално направление)

Форма на обучение:  
**ДИСТАНЦИОННА**

Образователно-квалификационна степен:  
**МАГИСТЪР**

Срок на обучение:  
**2 години**

Професионална квалификация:  
**ИКОНОМИСТ-МАРКЕТОЛОГ**

Кредити:  
**120**

Направление:  
**ИКОНОМИКА**

Приет от Факултетен съвет:  
Протокол №

Утвърден от Академически съвет:  
Протокол №

ДЕКАН \_\_\_\_\_  
/проф. д-р Георги Стефанов/

РЕКТОР \_\_\_\_\_  
/проф. д-р Пламен Легкоступ/



## **А Квалификационна характеристика**

### **НА СПЕЦИАЛНОСТ “МАРКЕТИНГ”, С ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН “МАГИСТЪР” ПО ИКОНОМИКА**

Програмата е насочена към кандидати с бакалавърска степен по икономически специалности с интерес към маркетинговата наука. В учебния план са включени дисциплини, даващи специализирани знания в областта на маркетинга и маркетинговото управление. Завършилите придобиват професионална квалификация по маркетинг, която им дава възможност за реализация като маркетинг мениджъри както в производствената, така и в непроизводствената сфера, а също и в управленски звена от държавната администрация.

Обучението в магистърска степен е подчинено на виждането, че трябва да бъде насочено главно към изграждане и развитие на способността на студентите да извършват самостоятелни анализи, да вземат решения на висше управленско равнище, да развиват и творчески да обогатяват научната и научно-приложната мисъл в областта на маркетинга и мениджмънта.

В обучението акцентът се поставя върху самостоятелната работа на студентите, активното участие в учебния процес, търсенето на източници за информация, проучванията, анализите, написването на реферати и курсови работи. Стимулира се творческото мислене, намиране на оптимални решения, критичното възприемане на специализираната литература.

Обучението в магистърска степен се осъществява от висококвалифицирани хабилитирани преподаватели, изявени специалисти в научно-изследователската област и от практиката.

Катедра “Маркетинг и туризъм” на Стопански факултет при ВТУ и преподаватели от Икономически институт на БАН осъществяват обучението на студентите от специалността.

След завършване на образователно-квалификационна степен „магистър”, студентите от специалност „Маркетинг” притежават знания и придобиват умения в сферата на:



- Разработване и провеждане на маркетингови изследвания; сегментиране на пазара, избор на целеви пазар и позициониране на стоки, услуги или идеи;
- Разработване на продуктова и продуктово-иновационна политика на фирмата;
- Използване на подходите и методите на фирменото ценообразуване като един от основните маркетингови инструменти; изграждане на ценова система;
- Изграждане и управление на комуникационния процес на фирмата;
- Избор на стратегия и управление на дистрибуционните канали, използване на съвременни логистични методи;
- Анализ, планиране и управление на маркетинг микса в условията на интернационално обкръжение и тенденциите в развитието на конюнктурата на международните пазари;
- Стратегическо планиране, прогнозиране и инвестиране в нови бизнес дейности; конкурентното позициониране на фирмата на пазара.

Дипломираните магистри по специалност „Маркетинг“ могат да работят в следните сфери:

- Производствена
- Непроизводствена
- В различни структури на държавната администрация
- Научната област
- Маркетинг мениджъри

Обучението се осъществява въз основа на учебна документация (учебни планове, програми и т.н.), съгласно действащата нормативна база (ЗВО, правилници на ВТУ и др.).



## Б. Съдържание на учебния процес

студентска заетост, форми на контрол и кредитна характеристика

Шифър	Наименование на дисциплината	Семестри, в които се изучава	Контрол		Хорариум и кредити										Общ хорариум	Общо кредити	
					Работа в Интернет среда (минимум 70%)				Други форми – практически и семинарни упражнения и самост. работа в обслужващите звена на ВТУ и ИИ на БАН (максимум 30%)								
					Работа с преподавател		Самостоятелна работа		Реферат		Курсова работа		Практика				
					Сем.	Форма	Хор.	Кр.	Хор.	Кр.	Хор.	Кр.	Хор.	Кр.			Хор.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
	<b>Задължителни</b>																
2007302	1. Продуктова политика	1	1	И	30	1	90	3			30	1			150	5	
20041434	2. Дистрибуционна политика	1	1	И	30	1	90	3			30	1			150	5	
20041436	3. Комуникационна политика	1	1	И	40	1,5	105	4			15	0,5			160	6	
2007303	4. Управление на рекламата	1	1	И	40	1,5	105	4			15	0,5			160	6	
20041390	5. Цени и ценообразуване	2	2	И	40	1,5	75	3,5			50	2			165	7	
20041421	6. Управление на маркетинга	2	2	И	40	1,5	75	3,5			50	2			165	7	
20041457	7. Банков маркетинг	2	2	И	40	1,5	75	3,5			50	2			165	7	
20041350	8. Стратегически маркетинг	3	3	И	40	1,5	145	5,5			50	2			235	9	
20045044	9. Фирмена стратегия и конкурентоспособност	3	3	И	40	1,5	30	1			30	1			235	9	

ОД 2-01-03 (3-8-М-4320\_1)



УЧЕБЕН ПЛАН – МАРКЕТИНГ, МАГИСТЪР, ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

20041437	10. Маркетингови изследвания	4	4	И	30	1	15	0,5			15	0,5			60	2
	<b>Избираеми</b>															
	За 1 семестър се избира 1 от 4 дисциплини															
2000222	1. Връзки с обществеността	1	1	И	25	1	50	2			25	1			100	4
1997511	2. Европейски структури, институции и организации	1	1	И	25	1	50	2			25	1			100	4
20041430	3. Управление на продажбите	1	1	И	25	1	50	2			25	1			100	4
20041344	4. Организационно поведение	1	1	И	25	1	50	2			25	1			100	4
	За 2 семестър се избират 2 от 5 дисциплини															
1997582	5. Управление на човешките ресурси	2	2	И	25	1	25	1			25	1			75	3
1997880	6. Организационно развитие	2	2	И	25	1	25	1			25	1			75	3
20041398	7. Стопанска логистика	2	2	И	25	1	25	1			25	1			75	3
20041355	8. Количествени методи в управлението	2	2	И	25	1	25	1			25	1			75	3
20041391	9. Икономика на труда	2	2	И	25	1	25	1			25	1			75	3
	За 3 семестър се избират 3 от 6 дисциплини															
20041444	10. Международен маркетинг	3	3	И	25	1	25	1			25	1			75	3
20041447	11. Конюнктура на международните пазари	3	3	И	25	1	25	1			25	1			75	3
1998752	12. Бизнес икономика	3	3	И	25	1	25	1			25	1			75	3

ОД 2-01-03 (3-8-М-4320\_1)



УЧЕБЕН ПЛАН – МАРКЕТИНГ, МАГИСТЪР, ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

2007305	13. Банкова комуникационна политика	3	3	И	25	1	25	1			25	1			75	3
1997870	14. Индустириална организация	3	3	И	25	1	25	1			25	1			75	3
20041451	15. Потребителско поведение	3	3	И	25	1	25	1			25	1			75	3
	За 4 семестър се избират 4 от 6 дисциплини															
20041450	16. Електронни разплащания	4	4	И	25	1	25	1			25	1			75	3
20041434	17. Европейска икономическа интеграция	4	4	И	25	1	25	1			25	1			75	3
2000224	18. Политически маркетинг	4	4	И	25	1	25	1			25	1			75	3
2000214	19. Политически брендинг	4	4	И	25	1	25	1			25	1			75	3
20041349	20. Иновационна политика	4	4	И	25	1	25	1			25	1			75	3
20041399	21. Международно търговско право	4	4	И	25	1	25	1			25	1			75	3
	<b>Факултативни</b>															
	За 1 семестър се избира 1 от 2 дисциплини															
20041413	1. Фирмена сигурност	1	1	Т.О.	15	0,5	60	2			40	1,5			115	4
20041448	2. Електронен маркетинг	1	1	Т.О.	15	0,5	60	2			40	1,5			115	4
	За 2 семестър се избира 1 от 2 дисциплини															
1997747	3. Управление на екипи	2	2	Т.О.	15	0,5	40	1,5			30	1			85	3
20041460	4. Интелектуална собственост	2	2	Т.О.	15	0,5	40	1,5			30	1			85	3
	За 3 семестър се избира 1 от 2															

**ОД 2-01-03 (3-8-М-4320\_1)**



УЧЕБЕН ПЛАН – МАРКЕТИНГ, МАГИСТЪР, ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

	дисциплини															
2007306	5. Оперативно планиране	3	3	Т.О.	15	0,5	40	1,5			30	1			85	<b>3</b>
20041359	6. Устойчиво развитие	3	3	Т.О.	15	0,5	40	1,5			30	1			85	<b>3</b>
	За 4 семестър се избира 1 от 2 дисциплини															
20041412	7. Бизнес анализ	4	4	Т.О.	15	0,5	15	0,5							30	<b>1</b>
20041458	8. Дипломен спец-семинар	4	4	Т.О.	15	0,5	15	0,5							30	<b>1</b>



## В. Заетост по семестри

Шифър	Наименование на дисциплината	Контрол		Кре- дита	Обща заетост			Заетост по семестри									
		Семе- с-тър	Форм а		Общо	Работа с преподава- -тел	Самост. работа	1		2		3		4		5	
								РП	СР	РП	СР	РП	СР	РП	СР	РП	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	<b>Задължителни</b>																
2007302	1. Продуктова политика	1	И	5	150	30	120	30	12 0								
20041434	2. Дистрибуционна политика	1	И	5	150	30	120	30	12 0								
20041436	3. Комуникационна политика	1	И	6	160	40	120	40	12 0								
2007303	4. Управление на рекламата	1	И	6	160	40	120	40	12 0								
20041390	5. Цени и ценообразуване	2	И	7	165	40	125			40	12 5						
20041421	6. Управление на маркетинга	2	И	7	165	40	125			40	12 5						
20041457	7. Банков маркетинг	2	И	7	165	40	125			40	12 5						
20041350	8. Стратегически маркетинг	3	И	9	235	40	195					40	19 5				
20045044	9. Фирмена стратегия и конкурентоспособност	3	И	9	235	40	195					40	19 5				
20041437	10. Маркетингови изследвания	4	И	2	60	30	30							30	30		

ОД 2-01-03 (3-8-М-4320\_1)



УЧЕБЕН ПЛАН – МАРКЕТИНГ, МАГИСТЪР, ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	<b>Избираеми</b>																
2000222	1. Връзки с обществеността	1	И	4	100	25	75	25	75								
1997511	2. Европейски структури, институции и организации	1	И	4	100	25	75	25	75								
20041430	3. Управление на продажбите	1	И	4	100	25	75	25	75								
20041344	4. Организационно поведение	1	И	4	100	25	75	25	75								
1997582	5. Управление на човешките ресурси	2	И	3	75	25	50			25	50						
1997880	6. Организационно развитие	2	И	3	75	25	50			25	50						
20041398	7. Стопанска логистика	2	И	3	75	25	50			25	50						
20041355	8. Количествени методи в управлението	2	И	3	75	25	50			25	50						
20041391	9. Икономика на труда	2	И	3	75	25	50			25	50						
20041444	10. Международен маркетинг	3	И	3	75	25	50					25	50				
20041447	11. Конюнктура на международните пазари	3	И	3	75	25	50					25	50				
1998752	12. Бизнес икономика	3	И	3	75	25	50					25	50				
2007305	13. Банкова комуникационна политика	3	И	3	75	25	50					25	50				
1997870	14. Индуриална организация	3	И	3	75	25	50					25	50				

ОД 2-01-03 (3-8-М-4320\_1)



УЧЕБЕН ПЛАН – МАРКЕТИНГ, МАГИСТЪР, ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

20041451	15. Потребителско поведение	3	И	3	75	25	50					25	50				
20041450	16. Електронни разплащания	4	И	3	75	25	50							25	50		
20041434	17. Европейска икономическа интеграция	4	И	3	75	25	50							25	50		
2000224	18. Политически маркетинг	4	И	3	75	25	50							25	50		
2000214	19. Политически брендинг	4	И	3	75	25	50							25	50		
20041349	20. Иновационна политика	4	И	3	75	25	50							25	50		
20041399	21. Международно търговско право	4	И	3	75	25	50							25	50		
	<b>Факултативни</b>																
20041413	1. Фирмена сигурност	1	Т.О	4	115	15	100	15	100								
20041448	2. Електронен маркетинг	1	Т.О	4	115	15	100	15	100								
1997747	3. Управление на екипи	2	Т.О	3	85	15	70			15	70						
20041460	4. Интелектуална собственост	2	Т.О	3	85	15	70			15	70						
2007306	5. Оперативно планиране	3	Т.О	3	85	15	70					15	70				
20041359	6. Устойчиво развитие	3	Т.О	3	85	15	70					15	70				
20041412	7. Бизнес анализ	4	Т.О	1	30	15	15							15	15		
20041458	8. Дипломен спец-семинар	4	Т.О	1	30	15	15							15	15		



## Учебни практики и стаж

Наименование на практиката или стажа	Място	Сем.	Брой часове		Кредити
			Работа с преподавател	Самостоятелна работа	

## Форми на дипломиране

Вариант	Описание	Сем.	Брой часове		Кредити
			Работа с преподавател	Самостоятелна работа	
I	Писмен държавен изпит	4		375	15
II	Защита на дипломна работа (при успех над 5,00)	4		375	15

## Натовареност по семестри

Вид дисциплини	СЕМЕСТЪР															Общо		
	1			2			3			4			5					
	кр.	РП	СР	кр.	РП	СР	кр.	РП	СР	кр.	РП	СР	кр.	РП	СР	кр.	РП	СР
Задължителни	22	140	480	21	120	375	18	80	255	2	30	30				63	370	1140
Избираеми	4	25	75	6	50	100	9	75	150	12	100	200				31	250	525
Факултативни	4	15	100	3	15	70	3	15	70	1	15	15				11	60	255
Държавен изпит/ дипломна работа										15		375				15		375
Общо	30	180	655	30	185	545	30	170	475	30	145	620				120	680	2295