

Факултет: ФАКУЛТЕТ ПО ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И МЕНИДЖМЪНТ
Катедра: МЕНИДЖМЪНТ В СЪОБЩЕНИЯТА
Професионално направление: 3.7 АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
Специалност: УПРАВЛЕНИЕ НА УСЛУГИ
Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР

ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

1. Наименование на курса: ЕЛЕКТРОНЕН МАРКЕТИНГ
2. Код на курса: 24.2.4.0.23
3. Вид на курса: *избираем*
4. Ниво: *магистър*
5. Година на изучаване: *втора*
6. Семестър: *четвърти*
7. Брой кредити: 4
8. Име на лектора: *проф. д.ик.н. Христо Иванов*
9. Резултати от обучението за дисциплината:

Целта на курса е да даде на студентите в систематизиран вид основни познания в областта на маркетинга и успешното му приложение в интернет. Обучението обхваща актуална проблематика в областта на Е-маркетингът, въз основа на принципите и техниките на традиционния маркетинг, електронните медии и в частност Интернет. Това е от ключово значение за удовлетворяване на нуждите на потребителите, а студентите ще познават някои от спецификите на е-маркетинговия микс и необходимия за целта инструментариум.

Студентите, приключили обучението си, трябва да придобият:

Основни знания с методико-приложен характер при професионалната им реализация за управление на е-маркетинг в различни браншови организации.

Практически умения за разработване на базисен маркетингов план за интернет среда.

Компетенции: След приключване на курса студентите, успешно завършили курса, трябва да са усвоили създаването на е-маркетингова стратегия, изграждането на атрактивен фирмен уеб сайт и реклама в интернет, приложението на алтернативни маркетингови похвати за привличането на потребители в интернет.

10. Начин на преподаване:

Начинът на преподаване е в лекционна форма, разработване на практически казуси с използване на информационно-комуникационни технологии и системи

11. Предварителни изисквания:

Студентите следва да имат задълбочени познания в областта на маркетинга, предприемачеството, интернет услугите. От значение са знанията придобити по дисциплините интернет услуги, маркетинг на услуги, предприемачество и малък бизнес.

12. Съдържание на курса:

История и развитие на електронния маркетинг. Събиране на маркетингова информация в интернет. Информационна икономика и интернет икономика. Предимства и недостатъци на електронния маркетинг. Маркетинг технологии в интернет. Форми на електронен маркетинг. Е-маркетинг микс. Компаниите в киберпространството. Маркетингова стратегия на фирмите в уеб пространството. Маркетинг чрез уебсайт. Съдържание и правила за корпоративен дизайн. Привличане на посетители към сайта. Създаване на връзки с потребителите. Маркетинг насочен към потребителя, технологии за персонализация.

13. Библиография:

Основна литература:

1. Банчев, П., Маркетинг. Фабер, 2012.
2. Благоев, В., Новият маркетинг: е-маркетинг, m-маркетинг, вирусен маркетинг, виртуален пазар, Зангадор, Варна, 2014.
3. Бърд, Др. Директен и дигитален маркетинг на здравия разум, Локус Пъблишинг, 2012.
4. Котлър, Ф., Джайн, Д. К., Месинси, С. Маркетингови ходове : нов подход към възможностите за печалба, растеж и обновяване. Изток-Запад, 2015.
5. Кръстева, Н., Тодорова, М., Енева, К., Гаврилова, Д. Дигитален маркетинг, Авангард прима, 2016.
6. Филева, П. Медиен маркетинг, СУ „Св. Климент Охридски“, 2013.

Допълнителна литература:

1. Кимберман, Т. На първо място в Google 2015, Франчайзинг БГ ЕООД, 2014.
2. Христова, Е. Комуникациите и организацията в 21 век, Рой Комюникейшън, 2012.
3. Beckwith, H. Selling the Invisible: A Field Guide to Modern Marketing, Grand Central Publishing, reprint edition, 2012.
4. Worre, E. Go Pro: 7 Steps to Becoming a Network Marketing Professional, Network Marketing Pro Inc, 2013.

14. Методи и критерии на оценяване:

Курсът завършва с текуща оценка, която се формира като средна аритметична от индивидуалната и екипна работа на студента през семестъра, чрез текущ контрол.

Отличен (6) – за добро познаване на информационните източници, задълбочено овладени ключови и допълнителни знания и умения, осмислено и правилно разбиране на материята, умения за решаване на сложни задачи, собствено мислене и аргументиране на решенията.

Мн. добър (5) – за много добре овладени ключови и допълнителни знания, осмислено и правилно разбиране на материята, умения за прилагане на наученото при сложни казуси и задачи.

Добър (4) – за овладени ключови и допълнителни знания за решаване на казуси и задачи, но без да може да ги развие до самостоятелно мислене.

Среден (3) – за усвоени ключови знания и решения на типови задачи.

15. Език на преподаване: *български*