

**РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ**  
**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ "Д.А.ЦЕНОВ" - СВИЩОВ**

<b>Факултет</b> <b>"Мениджмънт и маркетинг"</b>	<b>Катедра</b> <b>"Маркетинг"</b>
--	--------------------------------------

**Утвърждавам:**

Декан: .....  
Проф. д-р Виолета Краева

Приета от ФС, с Решение № 10 от 2017-04-12 г  
Приета от КС, с Решение № 4 от 2017-03-16 г

**УЧЕБНА ПРОГРАМА**

на

**Учебна дисциплина**

**"Интернет маркетинг"**

**Код на дисциплината: ФММ-КМА-М-314**

**Брой кредити по учебен план: (6)**

Код на документа:  
**УД/УПР-ФММ-КМА-М-314**  
Версия:

Образователно-квалификационна степен:

**МАГИСТЪР**

Форма на обучение:

**РЕДОВНА/ДИСТАНЦИОННА**

## I. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО

Таблица № 1

Учебна заетост /аудиторна и извънаудиторна/	Редовно обучение	Дистанционно обучение
<b>1. Аудиторна заетост (АЗ)</b>	<b>56</b>	<b>56</b>
1.1. Лекции		
- Присъствен период	28	2
- Синхронни и асинхронни онлайн лекции	0	26
1.2. Семинарни занятия		
- Присъствен период	28	2
- Синхронни и асинхронни онлайн консултации	0	26
<b>2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)</b>	<b>94</b>	<b>94</b>
2.1. Самостоятелна работа (50% от ИАЗ)	47	47
2.2. Академични задания (50% от ИАЗ)	47	47
2.2.1. Курсови разработки и проекти	40	40
2.2.2. Есета/доклади	0	0
2.2.3. Казуси и делови игри	0	0
2.2.4. On-line тестови и изпитни модули	7	7
<b>Всичко:</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

## Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина

Таблица № 2

Критерий	Тежест на критерия (% от комплексната оценка)	
	Редовно обучение	Дистанционно обучение
<b>1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
1.1. Посещение на учебни занятия	0	0
1.2. Курсови разработки и проекти	30	30
1.3. Есета/доклади	0	0
1.4. Казуси и делови игри	0	0
1.5. Семестриални тестове и изпитни задания	20	20
<b>2. Семестриален изпит</b> Начин на осъществяване: Писмен изпит в тестова форма, която съдържа отворени и затворени въпроси и задачи, покриващи цялото учебно съдържание.	50	50
<b>Общо за дисциплината:</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## **II. АНОТАЦИЯ**

### **2.1. Цел на курса**

През последните години сме свидетели на драматични обществени промени, продиктувани в огромната си степен от бързото развитие на информационните и комуникационни технологии, и в частност на интернет. Интернет е сравнително нова медия, успешно конкурираща класическите телевизия, радио, преса и др. най-вече поради наличие на свойството интерактивност. Интерактивността забавлява, дава възможност за самоизява, провокира реакция и в крайна сметка привлича по-голяма аудитория и ангажира по-дълго време нейното внимание. Възможността за достъп до нарастващ брой потенциални потребители логично привлича вниманието и на бизнесорганизациите. Налице е тенденция на отчетливо нарастване на усилията, средствата и времето, които предприятията инвестират в интернет активности за постигане на маркетингови цели. Интересът на бизнеса към интернет е знак, който образователните институции не бива да пропускат. В тази връзка, с особена актуалност е разработването и предлагането на вниманието на студентската аудитория на образователен курс за новите възможности, които интернет предоставя на маркетинговите специалисти. Курсът "Интернет маркетинг" има за цел да развива у студентите компетенции, необходими за изработването на ефективни маркетингови решения в интернет среда. За постигане на тази цел: - се предлагат теоретични знания посредством критично обработване на препоръчителните литературни източници; - се изграждат специфични умения за дефиниране и реализиране на интернет-маркетингови стратегии, тактики и оперативни мероприятия.

### **2.2. Предварителни изисквания**

Курсът е ориентиран към студенти от образователна и квалификационна степен "магистър". За ефективно усвояване на предлаганите знания и умения е необходима основополагаща подготовка по маркетинг, маркетингови политики и стратегии, потребителско поведение, информационни технологии.

### **2.3. Използвани методи на преподаване**

#### **2.3.1 Редовна форма**

Към момента магистърска програма "Маркетингови комуникации" не поддържа редовна форма на обучение.

#### **2.3.2 Дистанционна форма**

Обучението по дисциплината "Интернет маркетинг" в дистанционна форма се реализира посредством електронна система за обучение Moodle. В нея студентите разполагат с учебни материали, включващи текст по учебните теми и казуси за самоподготовка. Към отделните теми има тестове за проверка на усвоените знания и задания, предполагащи прилагане на изградени умения. Всички задания по дисциплината са индивидуални, но се стимулира взаимодействието между обучаем и преподавател, както и между самите обучаеми.

### **2.4. Очаквани резултати**

След успешно завършване на курса обучаемите ще могат да: - разграничават предимствата и недостатъците на интернет маркетинга; - коментират елементите на интернет-маркетинговия микс; - проектират и реализират онлайн маркетингови изследвания; - дискутират особеностите на affiliate-програмите; - дискутират особеностите на интернет-комуникационните форми (банери, блогове, вирусен маркетинг, e-mail, PR, текстови линкове, игри, RSS, видео и др.); - реализират базови кампании по оптимизиране на уеб-сайт за търсещи машини; - създават и поддържат PPC-програми (Pay-per-Click-програми); - използват социалните медии за постигане на маркетингови цели; - планират и реализират A/B-и многовариантни експерименти; - проследяват и анализират поведението на посетителите на уеб-сайт; - проектират и изпълняват e-mail-кампании и оценяват ефекта от тях; - съставят интернет-медийен план; - проектират структурата на сайт от типа онлайн-магазин; - управляват мобилни маркетингови кампании.

## **III. РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА**

1. University of Economics, Prague Сайт на университета: <http://www.vse.cz/> Сайт на курса: <https://isis.vse.cz/katalog/syllabus.pl?predmet=73055> 2. University of San Francisco Сайт на университета: <http://www.usanfranonline.com/> Сайт на курса: <http://www.usanfranonline.com/online-classes/internet-marketing-classes.aspx> 3. University of Texas Arlington Сайт на университета: <http://www.uta.edu> Сайт на курса: <http://www.uta.edu/faculty/richarme/>

#### IV. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

Теми	Редовно обучение		Дистанционно обучение	
	Л	СЗ	Л	СЗ
<b>Въведение в интернет маркетинга</b>				
История на развитие на интернет маркетинга. Специфика на интернет маркетинга.	4.00	4.00	0.40	0.40
<b>Интернет-маркетинг микс</b>				
Продукт. Цена. Комуникация. Дистрибуция. Обслужване на клиентите. Изграждане на общност. Уеб-сайт. Персонализиране. Поверителност. Сигурност.	4.00	4.00	0.40	0.40
<b>Онлайн маркетингови изследвания</b>				
Набиране на вторични данни. Качествени изследвания. Количествени изследвания.	4.00	4.00	0.40	0.40
<b>Онлайн реклама</b>				
Банерна реклама. Видео реклама. PPC-програми. Affiliate-програми.	4.00	4.00	0.40	0.40
<b>E-mail маркетинг</b>				
Ключови понятия и концепции. Приложения за управление на e-mail-кампании. Предимства и недостатъци на e-mail-маркетинга.	4.00	4.00	0.40	0.40
<b>Маркетинг чрез социални мрежи</b>				
Социални мрежи – история, настояще, тенденции. Използване на Facebook за маркетингови цели. Използване на YouTube за маркетингови цели. Използване на Twitter за маркетингови цели.	4.00	4.00	0.50	0.50
<b>Уеб-анализ</b>				
Понятие за уеб-анализ. Приложения за уеб-анализ. Състояние на пазара на приложения за уеб-анализ в България и в света. Използване на Google Analytics за маркетингови цели.	4.00	4.00	0.50	0.50
<b>Общо:</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

#### V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА

Наименование на Учебно-техническото средство	Използвани учебно-технически средства	
	Редовна форма	Дистанционна форма
1. Мултимедийни системи за презентирание	X	X
2. Интернет	X	X
3. Платформа за електронно обучение	X	X
4. Специализирани програмни продукти:		
3.1 Qualtrics	X	X
3.2 Google AdWords	X	X
3.3 Google Analytics	X	X

Наименование на Учебно-техническото средство	Използвани учебно-технически средства	
	Редовна форма	Дистанционна форма
3.4 MailChimp	X	X
3.5 Facebook Ads Manager	X	X

## VI. ПРЕПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ

### 6.1. Основна литература

1. Томс, Ж., Белогушева, Г. Онлайн маркетинг – мисия още по-възможна, Ciela, София.
2. Stokes, R. eMarketing: The Essential Guide to Online Marketing, 2nd Edition.
3. Strauss, J., Frost, R. E-Marketing, 6th Edition.
4. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mr. Johnston K., Mayer, R. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice.
5. Ryan, D., Jones, C. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation.
6. Kaushik, A. Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity.

### 6.2. Допълнителна литература

1. Parkin, G. Digital Marketing: Strategies for Online Success.
2. Molenaar, C. e-Marketing: Applications of Information Technology and the Internet within Marketing.

### 6.3. Нормативни документи

1. Закон за електронната търговия

### 6.4. Интернет ресурси

1. <https://dl.uni-svishtov.bg/>
2. <https://support.google.com/adwords/>
3. <https://support.google.com/analytics/>
4. <https://www.facebook.com/business/help/>
5. <https://mailchimp.com>

Съставил/и: .....  
(Доц. д-р Пенка Горанова)

.....  
(Гл. ас. д-р Радослав Йорданов)

.....  
(Ас. Костадин Башев)

Ръководител катедра: .....  
Доц. д-р Тодор Кръстевич