

УНИВЕРСИТЕТ „ПРОФ. Д-Р АСЕН ЗЛАТАРОВ”-БУРГАС
ФАКУЛТЕТ ПО ОБЩЕСТВЕНИ НАУКИ

УТВЪРЖДАВАМ:
РЕКТОР:



/проф. д-р М. Миткова/

КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА

Магистърска програма: **МАРКЕТИНГ МЕНИДЖМЪНТ**

Специалност: **МАРКЕТИНГ**

Област на висше образование: **СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И ПРАВНИ НАУКИ**

Професионално направление: **3.8 ИКОНОМИКА**

Образователно-квалификационна степен: **МАГИСТЪР**

Професионална квалификация: **ИКОНОМИКА**

гр.Бургас, 2021 година

I. Основно предназначение на характеристиката

Квалификационната характеристика на магистърска програма "Маркетинг Мениджмънт" е предопределена от теоретико-методическите и практико-приложни изисквания към конкурентната пазарна активност на икономическите субекти в съвременния бизнес. Основното ѝ предназначение е в следните насоки:

- Характеризиране на съставните модулни блокове от учебни дисциплини и тяхното предназначение в процеса на магистърското обучение;
- Целево описание на придобиваните знания и умения по "Маркетинг, маркетингови комуникации и управление на бизнеса";
- Ориентиране избора на студентите при реализация на заеманите от тях професионални длъжности в бъдещата им кариера;
- Предоставяне на условия за бъдещи тенденции в усъвършенстването на учебния план и учебните програми, включени в процеса на обучение на магистрите от специалността;

Съобразно целите и спецификата на специалност "Маркетинг Мениджмънт", учебните дисциплини са структурирани в следните три работни модулни блока.

Първият учебен модул съдържа базови учебни дисциплини, насочени към целево формиране и осигуряване на основния профил на бъдещите специалисти. Той е съобразен с перспективните изисквания на съвременната теория и бизнес практиката на системите за управление на бизнес процесите.

Учебен модул „Маркетинг“ и учебен модул „Мениджмънт“ осигуряват професионални компетенции на студентите-магистри за бизнес комуникатори/мениджъри в условия на конкурентна динамика и технологична сложност за инвестиране и иновации на стопанските организации по пазари. Модул „Маркетингови комуникации“ е с фокус върху изграждането на теоретични и практически знания в областта на бизнес проектирането и организационния дизайн.

II. Професионални знания и умения

Учебният план на магистърската програма "Маркетинг Мениджмънт" е разработен в съответствие с изискванията на световните и европейски стандарти и добри практики в подготовката на магистри по маркетинг, бизнес управление и маркетингови комуникации, при осигуряване на модерните информационни и комуникационни технологии на оперативно, тактическо и стратегическо равнище на управление.

Целта на обучението по специалността е да осигури системни знания и интегрирани практически умения в следните професионални области:

A. Изследване и диагностициране на практически ситуации чрез:

- Маркетингови анализи и диагностика на бизнес процеси и модели;

- Системна интегрираност в мениджмънта на бизнес процесите с маркетинговите комуникационни решения;
- Изследване и анализ на технологиите в бизнес моделирането и комуникационния дизайн;
- Изследване и диагностика на корпоративните комуникации, бизнес процесите, маркетинговите конфликти и медийната манипулация в стопанската практика.

Б. Планиране и организация на бизнес процесите и маркетинговите комуникациите на фирмите чрез:

- Оценка на рисковете в проектирането на бизнес процесите и корпоративните комуникации;
- Организация и планиране на бизнес дейностите и маркетинговите решения в условия на динамични пазари;
- Маркетингов одит на организацията, планирането и проектирането на бизнес процесите и маркетинговите комуникационни дейности.

В. Проектиране и одитиране на бизнес проекти чрез:

- Изграждане, поддържане и използване на оптимални проектни задания и структури на планови проекти;
- Мениджмънт на бизнес проекти;
- Формиране, осигуряване и поддържане на бранд стойности в условията на динамични пазари.

III. Организация, планиране и контрол на обучението по специалността

Организацията и качеството на придобиваните компетенции в процеса на обучение в трите модула, се осигурява чрез съвременни специфични формати и стандарти на обучение, относно теоретични и практически изследвания, анализи и разрешаване на реални в компаниите проблеми и бизнес ситуации, проектиране и разработване на курсови задания, проекти и др. Всички дисциплини са взаимнообвързани и са базирани върху използването на съвременни софтуерни продукти, вкл. ERP, CRM системи. Студентите се обучават в условия на виртуална фирма, специално създадена за целите на магистърската програма.

Контролът в обучението по магистърска специалност "Маркетинг Мениджмънт" е перманентен, след всеки модул, семестриален (текущ контрол) и комплексен (чрез защита на дипломна работа).

Завършилите пълния курс на обучение получават ОКС Магистър по професионално направление "Икономика", специалност "Маркетинг Мениджмънт", в съответствие с националния класификатор на областите на висше образование и професионални направления и в съответствие с държавните изисквания за придобиване на висше образование на ОКС

Магистър.

IV. Възможности за реализация

Завършилите ОКС Магистър спец. "Маркетинг Мениджмънт", се реализират в следните главни направления:

- висши ръководни специалисти и експерти в маркетинговия и бизнес мениджмънт, модели и системи;
- научно-изследователски и аналитични мениджъри и специалисти в бизнес промените на стопански и нестопански организации; развойно-проектански мениджъри и специалисти по планове и стратегии при бизнес промени;
- функционални специалисти и изпълнители на оперативни бизнес дейности.

Завършилите студенти могат да се реализират приоритетно в следните професии и длъжности:

- експерти и одитори на корпоративен и маркетингов мениджмънт и развитие;
- мениджъри ЧР, агенти по ПР и медийни комуникации;
- бизнес анализатори и проектанти;
- специалисти по процеси и инженеринг на качеството;
- специалисти и мениджъри по интегрирани маркетингови комуникации, социален инженеринг и имидж;
- диагностично-аналитични оператори;
- консултанти по бизнес ситуации;
- оперативни мениджъри.

V. Компетентности, които ще бъдат придобити от студентите при обучение в специалността

Съгласно Националната квалификационна рамка, студентите придобиват следните компетентности:

➤ Самостоятелност и отговорност:

- умеят да изграждат административни и бизнес структури, самостоятелно да управляват екипи за решаването на сложни проблеми в непредсказуема конкурентна среда, с множество взаимодействащи фактори и алтернативни възможности;
- демонстрират овладяност в стратегическо и оперативно взаимодействие при управлението на промяна и конкурентни предизвикателства в сложна бизнес среда;
- проявяват творчество и новаторство при разработването на проекти и програми за бизнес развитие.

➤ **Компетентности за учене:**

- системно и задълбочено изследват и оценяват познанията с осигуряване на иновативна техника и технология за конкурентни предимства;
- проявяват висока степен на самостоятелност и оразмерен риск, прилагайки собствени подходи и методи към овладяването му; използват разнообразни методи и техники за усвояване на комплексно учебно съдържание;
- владеят богат понятиен апарат и проявяват способности за концептуално, абстрактно мислене и физическа устойчивост;

➤ **Комуникативни и социални компетентности:**

- умеят да представят ясно и достъпно собствени схващания, формулировки на проблеми и възможни решения пред специализирана и неспециализирана аудитория, използвайки богат набор от техники и подходи;
- разработват и излагат аргументирани схващания относно бизнеса, социалните процеси и практики, обосновавайки предложения за тяхното усъвършенстване или промяна;
- пълноценно общуват на някои от най-разпространените европейски езици.

➤ **Професионални компетентности:**

- изследват, събират, обработват и интерпретират специализирана информация и документация, необходима за решаването на сложни проблеми и променящи се ситуации от изучаваната област; целево обработват и интегрират широк спектър от знания и източници на информация при непозната и сложна среда на разнообразни взаимодействия;
- демонстрират професионални и физически способности за адекватно поведение и взаимодействие в професионална и/или специализирана среда, в условия на недостатъчна налична информация, в нова непозната среда;
- умеят да управляват процесите на бизнес развитието в сложни и дискуссионни научни, социални и нравствени граждански проблеми, възникващи в процеса на работата или обучението.

Настоящата квалификационна характеристика е приета на заседание на Факултетния съвет при:

Факултет обществени науки, протокол № 8..... от 17.06.11 и

одобрена от Академичен съвет, протокол № 27..... от 23.06.2011г