**Факултет: Международна икономика и администрация**
**Катедра: Информатика и икономика**
**Професионално направление Икономика**
**Специалност: Дигитална икономика**
**Образователно-квалификационна степен: бакалавър**

## ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

1. Код на курса: MAR1004
2. Наименование на курса: **Въведение в маркетинга**
3. Вид на курса: задължителен;
4. Ниво: бакалавър
5. Година на изучаване:втора
6. Семестър: четвърти
7. Брой кредити: 6
8. Име на лектора: проф. д.с.н. Лорретта Парашкевова; проф. д. ик.н. Лилия Каракашева
9. Резултати от обучението за дисциплината – по-нататъшно задълбочаване, разширяване и конкретизиране на знанията, необходими за осъществяване на ефективна маркетинг дейност на равнище фирма
10.Начин на преподаване: директно и дистанционно;
11.Предварителни изисквания: много добри познания по «Основи на управлението», «Макроикономика», «Микроикономика»
12. Съдържание на курса: същност на маркетинга и направления на развитие; стратегическо маркетинг планиране; поведение на потребителя; подходи за избор на пазар; маркетинг проучвания; организация и управление на маркетинг дейността; маркетинг инструментариум.
13. Библиография:


1. Каракашева, Л. Маркетинг, УИ „Стопанство”, УНСС, С. 2009.
2. Каракашева,Л. и кол., Маркетинг, I и II част, София, Призма, 2006
3. Котлър, Ф. Как да създаваме, печелим и управляваме пазарите, С., Класика и стил. 2003.
4. Портър, М.Е., Конкурентното предимство на нациите, С., Класика и стил, 2004.
5. Стиглиц, Дж. Глибализацията и недоволните от нея, Университетско издателство Стопанство, УНСС, София, 2003.
6. ScottThe New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly, Д.М., Kindle Edition, 2011.
7. Marketing 27 Feb 2014 by Paul Baines and Chris Fill.
8. Principles and Practice of Marketing 1 Mar 2016 by David Jobber and Fiona Ellis-Chadwick.


14. Планирани учебни дейности и методи на преподаване: лекции, презентации, семинарни занятия.
15. Методи и критерии на оценяване: тестове, покриващи целия учебен материал, оценявани по приложена схема: 41% верни отговори за среден 3,00, респ. през половин единица до отличен 6,00.Тестовете са със закрити и открити въпроси. Закритите могат да предполагат повече от 1 верен отговор.В крайната оценка участвт с по 20% резултатите от задължително представяни курсови проекти и участие на студента в семинарните занятия, оценено от асистента, водещ тези занятия. Студентите имат възможност да представят курсовите работи по интернет и да внасят подобрения по препоръка на преподавателя преди явяване на изпит.

16. Език на преподаване: български;
17. Практика: няма