

**Колеж по Мениджмънт, Търговия и Маркетинг - София**



**ПРОГРАМА “МАРКЕТИНГ”**

**ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.8. ИКОНОМИКА  
ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН:  
ПРОФЕСИОНАЛЕН БАКАЛАВЪР ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ  
РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/АЛЕТРНАТИВНА**

**София 2016**

Програмата е разработена въз основа на Наредбата за държавните изисквания за придобиване на висше образование на ОКС "професионален бакалавър", Националната квалификационна рамка на Р България, Системата за натрупване и трансфер на кредити в КМТМ и решения на АС на КМТМ.

**Целите**, които трябва да се постигнат чрез обучението, определяме като "Знания", "Умения" и "Компетентности", т.е. способността да се комбинират знания, умения и подходи (опит), за да може випускникът да има очакваните от работодателя способности и поведение, когато изпълнява професионални задачи в национален или межкултурен контекст (среда).

**Знанията**, които следва да бъдат получени по време на обучението се групират основно в:

- Натрупване на детайлни, теоретични и конкретни практически знания в областта "Маркетинг";
- Прилагането на получените знания при осъществяването на критичен анализ на принципи и процеси.

**Основните теоретични знания**, които професионалният бакалавър трябва да усвои през време на следването са:

- знания относно основните концепции, принципи и терминология на икономическата теория, както и за специфичните проблеми на развитието на българската икономика. Фундаменталният характер на тези знания следва да дооформи светогледа на специалиста;

- знания за методите за проучване и анализ, в т. ч. статистически, както и знания за методите за оценка на външната и вътрешната среда на организацията, методите за определяне на конкурентноспособността на организацията на пазарите, на които оперира;
- знания за приложното поле на правото като социален регулатор, свързани с понятията правна норма, правен източник и правно отношение, за да могат да се ориентират в конкретни юридически казуси и да намират решения на възникнали практически въпроси, както и правния режим на търговските отношения;
- знания за теоретичния фундамент на счетоводството, счетоводната методология и фирмени финанси; знания за банкова структура, технология и политика, банкови продукти.

**Детайлните знания**, които професионалният бакалавър трябва да усвои през време на следването са:

- знания относно теорията на маркетинга, стратегическия и международния маркетинг, за да се формират основите на маркетингово мислене;
- знания за методите и техниките за прогнозиране, анализ, проучване, сегментиране, позициониране, целеполагане и др.;

- знания за съдържанието на маркетинговата и включените в нея стокова, ценова, дистрибуторска и промоционна политика, както и развитието на информационните технологии в стратегическия маркетинг.

**Практическите знания**, които професионалният бакалавърът трябва да усвои през време на следването са:

- осъществяване на общи и специализирани маркетингови проучвания, чрез следване на етапите и прилагане на аргументирани техники за най-широк обхват маркетингови изследвания;
- разбиране и прилагане на практика на класическия инструментариум на маркетинг-метод;
- разкриване и анализ на потребителското поведение, изисквания, предпочитания и прилагане на методи на въздействие;

Професионалният бакалавър по маркетинг трябва да може да прилага усвоени **умения**:

- да извършва проучване на пазара и да оценява влиянието му върху маркетинга;
- да извършва сегментиране на пазара и позициониране на продукта;
- да формира ценова стратегия, като прилага успешно методите на ценообразуване;

- да разработва и прилага подходяща дистрибуционна политика и комуникационен микс (реклама, лични продажби, PR, стимулиране на продажбите).

Професионалният бакалавър по маркетинг трябва да притежава следните **компетентности**:

### ***Самостоятелност и отговорност***

- способност да се поемат инициативи и да се изпълнява водеща роля в рамките на екип (работещ по проект) с оглед на постигането на определена цел;
- способност да се осигурява надзор (контрол) и ръководство на малък екип;
- способност да председателства на малки групови събрания;
- способност да се формулират задачи на групата;
- способност да се наблюдава и ръководи група;
- способност да използва аргументи и да убеди другите;

### ***Компетентности за учене***

- критично оценява степента на своята подготовка и съответствие на знанията си с необходимите за професията;
- определя своите образователни потребности за повишаване на квалификацията и/или за преквалификация;

- способност да познава силните и слабите си страни, да посочва границите на своята компетентност, да приема критика.

### ***Комуникативни и социални компетентности***

- анализира идеи, изразява проблеми и предлага решения в професионална среда на равнопоставени и висшестоящи, както и пред неспециалисти;
- формулира убедителни становища, като използва качествени и количествени факти, аргументи и критерии;
- излага разбираемо възгледите си по частни и глобални проблеми, оценява и приема аргументите на събеседниците си;
- способност активно да допринася в груповия продукт или резултат;
- способност да реагира положително на приноса на другите;
- способност да обменя информация/ знания и идеи с групата;
- пълноценно общуване на някои от най-разпространените европейски езици, а именно:
  1. общо ефективно владение на английски език в определен обхват от ситуации, като например – принос в дискусии, изразяване на идеи, предложения и представяния (ниво B 2);

2. втори чужд език: владенето на езика ограничено в необходимия обхват от познати ситуации, обмен на проста фактическа информация.

### ***Професионални компетентности***

- опит при събиране на емпирични данни и анализ;
- опит при работа в екип, ефективни комуникации и обединяване на усилията;
- опит в презентирание на резултатите от екипната дейност;
- опит при анализиране на данни до оптимизационни или крайни решения или иновационни идеи:
  1. да взема под внимание няколко аспекта от даден проблем в рамките на по-широка представа;
  2. да може да формулира цели и критерии за решения;
  3. способност да намери решения, които са по-малко предвидими и по-нестандартни, и които не произтичат пряко от представените инструменти;
  4. способност да намери способ за оценка на резултата от решението.
- осигурява принос при решаване на оперативни задачи в стандартни и нестандартни ситуации;
- намира решения на казуси от социален, морален и етичен характер, особено при работа в екип и при обучение;

- работни умения за създаване на организационна и маркетингова структура, съобразно мисията и целите;
- поддържане и управление на маркетингови информационни системи;
- професионално прилагане на знанията и придобития практически опит чрез нови, нестандартни подходи и добре аргументирани решения.

***Етична отговорност:***

- способност да приеме и да действа, съгласно ценностите, нормите и кодексите на поведение, които му налага културата или организацията;
- способност да приведе собствената си дейност в съответствие с културата и целите на организацията или обществото, без да бъде подканван към това;
- способност да демонстрира тези норми и ценности с убеждение;
- способност да бъде лоялен към ценностите и убежденията на средата и решенията на ръководството.

Програмата съответства на четирите принципа на ESG за осигуряване качеството в сферата на висшето образование в ЕС (ЕНЕА):

- КМТМ носи основната отговорност за качеството на предлаганите от него образователни програми;

- Осигуряване на качество, съответстващо на разнообразието от системи за висше образование, институции, програми и студенти;
- Осигуряване на качество, подпомагащо развитието на култура на качеството;
- Отчитане на потребностите и очакванията на всички заинтересовани страни, на обществото и преди всичко на студентите.

**Спазени са и основните цели на ESG, а именно:**

- Установяване на рамка за системно осигуряване на качеството при преподаването и усвояването на знания;
- Поддържане на процес на непрекъснатото усъвършенстване на качеството на образованието и обучението;
- Оказване на взаимна подкрепа, в рамките на съществуващото доверие при сътрудничество със сходни на КМТМ институции и при осъществяването и признаването на мобилности в сферата на висшето образование в ЕС (ЕНЕА);
- Непрекъснато информационно осигуряване относно качеството на предлаганите програми на национално равнище и на равнище висше образование в ЕС (ЕНЕА).

**Знанията, уменията и опитът,** които придобива професионалният бакалавър трябва да го подготвят за приспособяване към процесите на професионална промяна и афинитет към непрекъснато подобряване на първоначалното образование и повишаване на квалификацията.

**Професионалният бакалавър по маркетинг, с придобити знания, умения и опит, е подготвен за успешна кариера** като нает служител в частни или държавни фирми, или да развива свой собствен бизнес.

Срокът на обучение в Програма "Маркетинг" в ОКС "Професионален бакалавър" е шест семестъра, в рамките на 3 академични години. Обучението се осъществява в редовна, задочна и алтернативна форма, като завършва с преддипломна практика и комплексен държавен изпит. Получената ОКС дава възможност за продължаване на образованието в магистърска степен по тази или други избрани икономически програми. Квалификационното наименование по диплома е ОКС "Професионален бакалавър", специалност "Маркетинг".