

ПРОГРАМА НА КУРС : "СТРАТЕГИЧЕСКИ МАРКЕТИНГ", учебна 2020-2021

проф. д.ик.н. Невяна Кръстева, асистенти: ас. Ирена Младенова

Стопански факултет/МП ДМ [класна стая на проф. Невяна Кръстева](#)

6 ноември	Маркетингова стратегия за начинаещи	6:11
	Същност, елементи и характеристика на маркетинговата обкръжаваща среда на фирмата- част 1	24:01
	Същност, елементи и характеристика на маркетинговата обкръжаваща среда на фирмата -2	15:36
	"Син океан" - как да приложим стратегията, която повишава жизнения статус на потребителя?	12:05
	Влияние на факторите от обкръжаващата среда на фирмата върху формирането на маркетинговата стратегия	19:31
7 ноември	Базови маркетингови стратегии	16:51
	Корпоративни, маркетингови и бизнес стратегии	16:43
	Еволюция на системите за планиране	25:09
	Елементи на корпоративните бизнес стратегии . Мисията и визията като мотивация за фирмата	18:18
	Обща стратегия за развитие	26:28
13 ноември	Съответствие между бизнес стратегии и обкръжаваща среда	31:57
	Пазарна сегментация и целеви пазари	14:39
	Тест „Сегментиране, таргениране и позициониране	
	Анализиране и приоритетизиране на потенциални целеви пазари	19:59
	Позициониране на пазара	15:42
14 ноември	Концепция на позиционирането	17:38
	Маркетингови стратегии и криви на жизнения цикъл на продукта	29:29
	Маркетингови стратегии за навлизане на нови пазари	27:18
	Маркетингови стратегии за разрастващи се пазари	25:46
	Маркетингови стратегии за разрастващи се пазари - част 2	25:08
	Маркетингови стратегии за зрели пазари	27:27
	Маркетингови стратегии за спадащи пазари	9:32
	Обща структура на стратегическия маркетингов план	21:29
	Планиране на бизнес портфолио. Матрица на Бостънската консултантска група.	12:22
11 януари	Международни маркетингови стратегии	21:46
	Тест онлайн – ще получите инструкции	
	Онлайн тест видео Стратегически маркетинг част 1 Тест Стратегически маркетинг – част II	

Литература:

1. Кръстева Невяна, Петрова Ива, "Стратегически маркетинг - маркетингови стратегии", Авангард, 2007
2. Кръстева Невяна, Петрова Ива, "Стратегически маркетинг" Български център по производителност и качество, София, 2001, 2005г. второ издание

Допълнителна литература:

1. Кръстева Н. и др., Дигитален маркетинг. Въведение, том 1, Авангард Прима, 2019, ISBN 978-619-239-235-2, стр.290
2. Кръстева Н. и др., Дигитален маркетинг. Стратегическо планиране на дигиталния маркетинг, том 2, Авангард Прима, 2019, ISBN 978-619-239-234-5, стр.334

Книгите се продават в книжарница „Хеликон“ и книжарницата в ректората на СУ "Св. Кл. Охридски". ", както и в книжарницата на МВБУ, ул. Винсент Ван Гог 7, недалече от МОЛ Парадайз, тел. на книжарката- +359 (0)2 400 16 30. от 09:00 до 14:00ч.

Можете и да поръчате книги на : <https://edubooks.bg/index.php/all-products/brands-listing/category/115-nevyana-krasteva>

Само това са официалните доставчици. Ако някой друг Ви предлага електронно книги- той заработва незаконно на гърба на авторите и печатницата! Моля съобщете , ако попаднете на такива оферти.

Презентациите са разположени в smarketing.org

Уважаеми колеги,

Започва новата учебна 2021-2022г. Предстои ни заедно да опознаем основите на маркетинга. Пред вас е програмата за курса лекции. С вашия асистент ще провеждате упражнения.

Оценката ще се формира от:

Тест за текущ контрол - тест- 40 точки

Упражнения- 40 точки

Курсова работа- 20 точки

Възможно е през семестъра преподавателят да поставя допълнителни задачи.

Оценка отличен се формира при набрани 90-100 точки.

Курсова работа – Писмена работа на тема „Приложение на класическите теории за маркетинг в дигитална среда (проучване)“. Курсовата работа на тази тема се подготвя в обем от ок. 8-10 стр., **без copy paste (работите ще минат turn it in).** Може да се **направи и на английски език.** Запознайте се с този текст:

<https://baricada.org/2018/08/07/bullshit-jobs/?fbclid=IwAR0bVPNxXx7DYx2d1TNEdxQgie8NPPDvEjdfj2M3qOpsshjc6uzOIKKUjMq>

Изградете си стратегия за проучването, което ще направите. Проведете го и отразете резултатите.

1) **Оценяването** на курсовите работи се извършва по следните критерии:

- значимост (актуалност) на избраната тема - 20т.
- пълнота на анализа - 30 т.
- подходящ език и стил - 10 т.
- графики и таблици - 10т.
- правилно цитиране на източниците - 20 т. –източниците да не са по-стари от 2015г.

Например: Hilbert, M., Lopez, P. , 'The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information', Science (2015, 1 April)

- правилно оформление- 10т.

Обемът на курсовата работа да е 8-10 стр., Times New Roman 12, междуредие 1.5.

Файлт се наименова с факултетния номер на студента- например 1122.doc.

Файловете да са запомнени в Word за Windows. Посочването на използваните

източници и цитати **става под линия на същата страница и е задължителен елемент**, който се оценява с 1 единица от оценката. Цитирането става като се

посочва фамилията на автора, абривиатура на името, година на издаване, заглавие,

източник, интернет сайт, ако е взет от такова място. Курсови работи в други формати няма да се разглеждат и оценяват. Готовите курсови работи се изпращат на мейл neviaanak@yahoo.com. В subject на мейла се посочва- kursova rabota DM marketing SU2021. Документът се прилага към мейла, а не се изпраща като писмо.

Краен срок за предаване 10 януари 2022г.

Дата за предварителен тест: 11 януари 2022г.

Неразделна част от тази програма са приложенията за всеки учебен ден лекции.

Желаем Ви успех!