

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

проф. д.ик.н. Невяна Кръстева,

Стопански факултет, МП СУ УП [класна стая на проф. Невяна Кръстева](#)

8 януари	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
8 януари	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
9 януари	Съответствие между бизнес стратегии и обкръжаваща среда	31:57
	Пазарна сегментация и целеви пазари	14:39
	Тест „Сегментиране, таргетиране и позициониране	
	Анализиране и приоритетизиране на потенциални целеви пазари	19:59
	Позициониране на пазара	15:42
15 януари	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
15 януари	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
16 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.

Презентациите са разположени в smarketing.org

Уважаеми колеги,

Започва новата учебна 2020-2021г. 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- 30 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 „Какво работи в маркетинга по време на пандемична криза?“. 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 neiconomisti marketing SU2021. Документът се прилага към мейла, а не се изпраща като писмо.

Краен срок за предаване 10 януари 2022г.

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

Желаем Ви успех!