

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „ИНФОРМАТИКА“
КАТЕДРА „ИНФОРМАТИКА“

Приета от ФС (протокол № 35/25.01.2023 г.)

Приета от КС (протокол № 6/ 23.01.2023 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(проф. д-р Владимир Сълов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ТЕХНОЛОГИИ В ДИГИТАЛНИЯ МАРКЕТИНГ“

ЗА СПЕЦ: „Информационен мениджмънт в бизнеса“

ОКС „магистър“ – задочно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 - СС и СНУ, 6 - ДНДО

СЕМЕСТЪР: 9 - СС и СНУ, 11 - ДНДО

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 38 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:	
т.ч.	
• ЛЕКЦИИ	15
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	23
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	202

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Снежана Сълова)

2.
(доц. д-р Янка Александрова)

Ръководител катедра:
„Информатика“ (проф. д-р Юлиан Василев)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Технологии в дигиталния маркетинг” е предназначена за студенти от спец. „Информационен мениджмънт в бизнеса”. Тя има за цел да предостави теоретична подготовка, знания и практически умения за съвременните технологии в дигиталния маркетинг (ДМ). Поставя се акцент на: системите за автоматизиране на маркетинговата дейност; оптимизацията на уеб съдържанието за търсещите машини (SEO); уеб сайтът и социалните медии като маркетингови средства; онлайн рекламирането; методите за анализ на клиентите и работа с уеб аналитични платформи.

Получените знания и умения може да бъдат приложени при изграждането на онлайн присъствието на фирмата, SEO, анализа на данните от използваемостта на уеб сайтове.

Дисциплината формира у студентите способности за работа с динамично развиващите се дигитални технологии и стремеж за непрекъснато разширяване получените знания. Ползена е за подобряване на конкурентоспособността на всяка една фирма, открива перспективи за работа в ИТ фирми, маркетингови агенции и др.

В хода на обучение се прилагат и развиват следните ключови компетентности, съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2018 г, а именно:

1. Математическа компетентност и компетентност в областта на точните науки, технологиите и инженерството – група 3. Способност за развиване и прилагане на математическо мислене с цел прилагане на най-подходящите инструменти за дигитален маркетинг.

2. Цифрова компетентност – група 4. Способност за работа с множество технологии за провеждане на дигитални маркетингови кампании. Умения за разработване на нови софтуерни инструменти.

3. Предприемаческа компетентност – група 7. Способност за планиране и управление на проекти, свързани с дигиталния маркетинг, което предполага работа в екип, ефективно управление на времето и информацията.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
1. Въведение в ДМ		2	1	
1.1	Обхват и значение. Канали и средства за ДМ – SEM, социални медии, онлайн рекламиране, контент маркетинг, маркетинг в мобилните мрежи и др.	1	-	
1.3	Организационни въпроси: изграждане на стратегия и план; екип за ДМ	1	1	
2. Маркетинг в търсещите машини (SEM)		2	4	
3.1	Механизми на работа на търсачките. Органично и платено търсене	1	2	
3.2	SEO – принципи, практики и средства. Избор на ключови думи. Google Adwords	1	2	
4. Уеб сайтът като средство за ДМ		2	6	
4.1	Изграждане на имидж чрез фирмения уеб сайт.	1	3	
4.2	Промотиране и популяризиране на маркетингови кампании чрез уеб сайт	1	3	

5. Маркетинг в социалните медии		2	2	
5.1	Основни характеристики на социалните медии	1	1	
5.2	Възможности на социалните медии за ДМ	1	1	
6. Имейл маркетинг		2	2	
6.1	Същност и функции на имейл маркетинга. Системи за имейл маркетинг.	1	1	
6.2	Управление на имейл маркетингова кампания.	1	1	
7. Методи за анализ на клиентите в ДМ		3	6	
7.1	Методи за сегментиране на клиентите – клъстериране и RFM анализ	1	2	
7.2	Методи за прогнозиране на реакцията на клиентите	1	2	
7.3	Методи за извличане на знания от неструктурирана информация за клиентите	1	2	
8. Уеб аналитични платформи		2	2	
8.1	Уеб аналитичност – същност и функции.	1	1	
8.2	Водещи платформи за уеб аналитичност. Google Analytics.	1	1	
Общо:		15	23	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

Но. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Задание – презентационен уеб сайт	1	25
1.2.	Задание – популяризиране в социална мрежа	1	25
1.3.	Задание – изпълнение на e-mail маркетингова кампания	1	25
1.4.	Задание – проследяване на потребителска активност чрез Google Analytics.	1	25
1.5.	Задание – документация	1	25
Общо за семестриалното оценяване:		5	125
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест)	1	77
Общо за сесийното оценяване:		1	77
Общо за всички форми на контрол:		6	202

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината, качени в платформата e-learn.ue-varna.bg.
2. Deiss, R. and Hennesberry, R. Digital Marketing for Dummies. John Wiley & Sons, 2017.
3. Yovov, G. Google Analytics Kickstarter Guide: Get Tips to Boost Your Traffic and Sales Using Google Analytics, BPB Publications, 2020

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Academy, D. Да направим собствен блог с WordPress, София: Асеновци, 2018
2. Киберман, Т. На първо място в Google 2021, Франчайзинг БГ ООД, 2021.
3. Кръстева и др. Дигит@лен м@ркетинг, Авангард Прима, 2016.
4. Славова, М. Дигитален маркетинг // Икономически и социални алтернативи, брой 3, 2016, <http://www.unwe.bg/alternativi/bg/journalissues/article/9601>, (6.11.2022).
5. Сълова, С. и др. Интернет технологии, Варна: Изд. „Наука и икономика”, ИУ – Варна, 2018.
6. Treacey, M. Natural Orders: Email Marketing Automation Strategy for Small Online Business, Symbios Growth Automation, 2022