

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

Приета от ФС (протокол № 9/24.04.2024 г.)
Приета от КС (протокол № 10/16.04.2024 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: „Дигитални технологии в бизнеса“;

ОКС „магистър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО и СПН

СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 12 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т.ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	45	3
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	165	-

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. „Дигитални технологии 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:

- Математическа компетентност и компетентност в областта на точните науки, технологиите и инженерството – група 3. Способност за математическо мислене, разсъждаване и създаване на концепции за развитие на дигитални маркетингови инициативи.
- Цифрова компетентност – група 4. Способност за ползване и създаване на цифрово съдържание, предназначено за подпомагане на маркетинговата дейност. Получените задълбочени знания за технологиите за дигитален маркетинг позволяват на студентите умело, критично и свободно да създават качествени маркетингови послания.
- Предприемаческа компетентност – група 7. Способност за планиране и управление на проекти, свързани с маркетинговата дейност. Сферата на дигиталния маркетинг предоставя много варианти за реализация на проектите, което налага анализ и оценка на силните и слаби страни на всеки един възможен подход. Знанията, получени по дисциплината помагат на студентите лесно да трансформират идеите си в реални приложения.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Въведение в дигиталния маркетинг		3	3	
1.1	Същност, обхват и значение	1	-	
1.2	Канали и средства за ДМ – SEM, социални медии, онлайн рекламиране, контент маркетинг, маркетинг в мобилните мрежи и др.	1	2	
1.3	Организационни въпроси: изграждане на стратегия и план; екип за ДМ	1	1	
Тема 2. Системи за автоматизиране на маркетинговата дейност		3	6	
2.1	Предназначение и видове	1	2	
2.2	Роля на CRM системите в ДМ. Основни същности	1	2	
2.3	Модул „Маркетинг“ – управление на маркетингова кампания	1	2	
Тема 3. Маркетинг в търсещите машини (SEM)		4	3	
3.1	Механизми на работа на търсачките. Органично и платено търсене	1	1	

3.2	Оптимизация за търсеци машини – принципи, практики и средства. Софтуерни инструменти за SEO	3	2	
Тема 4. Уеб сайтът като средство за дигитален маркетинг		4	12	
4.1	Изграждане на имидж чрез фирмения уеб сайт.	2	6	
4.2	Промотиране и популяризиране на маркетингови кампании чрез уеб сайт	2	6	
Тема 5. Маркетинг в социалните медии		3	3	
5.1	Основни характеристики на социалните медии	1	1	
5.2	Възможности на социалните медии за дигитален маркетинг	2	2	
Тема 6. Онлайн рекламиране		3	6	
6.1	Особености на рекламата в Интернет	1	1	
6.2	Рекламни формати, имейл маркетинг, партньорски програми	1	4	
6.3	Рекламни платформи	1	1	
Тема 7. Методи за анализ на клиентите в ДМ		6	6	
7.1	Методи за сегментиране на клиентите – клъстериране и RFM анализ	2	2	
7.2	Методи за прогнозиране на реакцията на клиентите	2	2	
7.3	Методи за извличане на знания от неструктурирана информация за клиентите	2	2	
Тема 8. Уеб аналитични платформи		4	6	
8.1	Уеб аналитичност – същност и функции	2	1	
8.2	Водещи платформи за уеб аналитичност	2	5	
Общо:		30	45	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Самостоятелни работи	3	120
Общо за семестриалното оценяване:		3	120
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест)	1	45
Общо за сесийното оценяване:		1	45
Общо за всички форми на контрол:		4	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината, публикувани в платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна.
2. Clark, D. (2017) Beginning Power BI, 2nd Edition, Appress.
3. Deiss, R. and Hennesberry, R. (2017) Digital Marketing for Dummies. John Wiley & Sons.

¹ При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Киберман, Т. (2023) На първо място в Google 2023, Франчайзинг БГ ООД.
2. Кръстева и др. (2016) Дигит@лен м@ркетинг, Авангард Прима.
3. Kotu, V., Deshpande, B. (2015) Predictive Analytics and Data Mining. Concepts and Practice with RapidMiner, Elsevier.
4. Netmark. Netmark's 2016 Guide to the 6 Fundamentals of Digital Marketing // <https://namp.americansforthearts.org/sites/default/files/Netmarks-2016-Guide-to-Digital-Marketing.pdf>, 18.02.2024
5. Poll, G. (2024) Google Analytics 4: The Data-Driven Marketing Revolution: +3 Must-Have Reports That Will Change The Way You Do Business. Independently published.