



BA760

ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

Приета: прот. № 20 от 21.06.2017

Актуализирана: прот. № 31/ 23.01.2023

Преподавател: доц. Атанас Луизов

АНОТАЦИЯ

Курсът „Дигитален маркетинг“ представя основните концепции и инструменти на дигиталния маркетинг и тяхното приложение за създаване на стойност за потребителите и организациите. Студентите ще бъдат запознати с философията, функциите, инструментите и процесите в дигиталния маркетинг и ще развият уменията, необходими за вземане на ефективни управленски решения.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ И ИЗХОДНИ УЧЕБНИ РЕЗУЛТАТИ

Основна цел на дисциплината е формиране на система от знания за базовите концепции и умения за планиране на успешни стратегии за дигитален маркетинг. В края на обучението си по „Дигитален маркетинг“ студентът трябва да:

- притежава знания за основните понятия и концепции в маркетинга и дигиталния маркетинг;
- разбира отделните инструменти на дигиталния маркетинг, как да ги използва и комбинира за постигане на бизнес цели;
- може да разработи план за кампания за дигитален маркетинг.

ПРЕДПОСТАВКИ

Дисциплината „Дигитален маркетинг“ е основна за специалността и изисква предварителни знания по икономика, електронен бизнес и моделиране на бизнес процеси.

ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ

Формите на обучение са редовна и задочна.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно обучение			задочно обучение		
			л	с	у общ	л	с	у общ
БИТ магистри	Задължителна	6	30	30	60	15	15	30

СЪДЪРЖАНИЕ

А. ЛЕКЦИИ

Тема 1. Въведение в дигиталния маркетинг. Маркетинг - същност и основни понятия. Традиционен маркетинг и дигитален маркетинг.

Тема 2. Поведение на потребителите. Модели на потребителско пътуване. Точки на контакт с бранда.

Тема 3. Дигитална маркетингова стратегия. Планиране на кампания.

Тема 4. Уебсайтът като маркетингов инструмент. Видове, съдържание и характеристики.

Тема 5. Маркетинг в социалните мрежи.

Тема 6. Маркетинг за търсеци машини. Рекламна платформа Google Ads.

Тема 7. Имейл маркетинг.

Тема 8. Content маркетинг.

Тема 9. Маркетингови изследвания, използващи интернет и дигиталните медии.

Тема 10. Маркетингови анализи.

Б. СЕМИНАРНИ УПРАЖНЕНИЯ

Тема 1. Дигитален маркетинг - основни понятия.

Тема 2. Планиране на кампания за дигитален маркетинг.

Тема 3. Изпълнение и измерване на резултатите от кампанията.

Б. КУРСОВА РАБОТА

Всеки студент разработва план на кампания за дигитален маркетинг за продукт и марка по избор. Планът включва няколко основни секции: ситуационен анализ, стратегически и тактически решения, измерване на резултатите.

ПЛАНИРАНИ УЧЕБНИ ДЕЙНОСТИ И МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ

Курсът „Дигитален маркетинг” е разработен с оглед насърчаване активното участие на студентите в обучението. Учебното съдържание е представено в тематични модули, които включват основни и допълнителни учебни ресурси като лекции, презентации, речници, мултимедийно съдържание, връзки към сайтове, тестове. Методите на обучение включват: анализ на казус, брейнсторминг, дискусия и обсъждане, работа по проект. В обучението, разработването на курсовия проект и за целите на обратна връзка се използват активно предимствата, които предлага електронната платформа Moodle.

МЕТОДИ И КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Крайната оценка на всеки студент се формира от резултати, постигнати при текущо оценяване и семестриален изпит:

- задания за текущо оценяване: до 20 точки;
- курсов проект: до 50 точки;
- семестриален изпит, представляващ тест със затворени въпроси: до 30 точки.

Общият максимален сбор точки, който може да получи всеки студент от дейностите за оценяване (текущо и семестриално), е 100. Крайната оценка се формира по следната скала:

- от 0 до 60 точки - слаб (2);
- от 61 до 70 точки - среден (3);
- от 71 до 80 точки - добър (4);
- от 81 до 90 точки - много добър (5);
- от 91 до 100 точки - отличен (6).

При разработването на заданията и курсовия проект съществуват множество междинни фази, които изискват консултиране с преподавателя. Не се допуска представянето на чужди работи (частично или изцяло) като свои.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ РЕСУРСИ

1. Анастасова, Л., Луизов, Ат. (2022). Маркетинг. Основи на маркетинга. БСУ, Бургас.
2. Андерсън, Кр. (2009). Дългата опашка: Защо бъдещето на бизнеса е в продаването по малко от повече. Изток-Запад, София.
3. Луизов, Ат. (2017). Маркетингови комуникации. БСУ, Бургас.
4. Луизов, Ат. (2017). Маркетингови комуникации и точки на контакт. Значение и измерване. БСУ, Бургас.
5. Панда, П. (2022). Копирайтинг в Instagram. Locus, София.
6. Томс, Ж. (2022). Подкастите - гласът на интернет. Рой Комюникейшън, София.
7. Томс, Ж. (2021). Блоговете умряха! Да живеят блоговете! Рой Комюникейшън. София.
8. Bly, Robert. (2022). The Digital Marketing Handbook. Entrepreneur Press.
9. Chaffey, D., & Smith, P. (2022). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003009498>
10. <https://ads.google.com/home/>
11. https://blog.hubspot.com/?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fwhat-is-digital-marketing&hubs_content-cta=null
12. <https://www.facebook.com/business>



ИЗПИТЕН ВЪПРОСНИК

BA760

ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

Приета:

Актуализирана:

1. Въведение в дигиталния маркетинг. Маркетинг - същност и основни понятия. Традиционен маркетинг и дигитален маркетинг.
2. Поведение на потребителите. Модели на потребителско пътуване. Точки на контакт с бранда.
3. Дигитална маркетингова стратегия. Планиране на кампания.
4. Уебсайтът като маркетингов инструмент. Видове, съдържание и характеристики.
5. Маркетинг в социалните мрежи.
6. Маркетинг за търсещи машини. Рекламна платформа Google Ads.
7. Имейл маркетинг.
8. Content маркетинг.
9. Маркетингови изследвания, използващи интернет и дигиталните медии.
10. Маркетингови анализи.