



Утвърждавам:

Декан:.....
(доц.д-р Р. Петрова)

КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА **НА МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА “МАРКЕТИНГ”**

Област на висшето образование: 3. Социални, стопански и правни науки
Професионално направление: 3.8 Икономика
Образователно-квалификационна степен: Магистър
Професионална квалификация: Икономист, магистър по маркетинг

Квалификационната характеристика на завършилите специалност „**Маркетинг**” с образователно-квалификационна степен “**магистър**”, придобили висше образование в Шуменския университет „Епископ Константин Преславски”, както и учебният план, осигуряващ тяхната подготовка, са съобразени с Наредбата за държавните образователни изисквания за придобиване на висше образование за ОКС “бакалавър”, “магистър” и “специалист” – ПМС № 162/2002 г., Постановление 125 от 24 юни 2002г. и с Националния класификатор на професиите (МТСП, 2011г.)

I. ЦЕЛИ НА МАГИСТЪРСКАТА ПРОГРАМА

Обучението по специалността “Маркетинг” има за цел да подготви висококвалифицирани специалисти, които да могат да намерят по-висока степен на практическа реализация. Основна насоченост е подготовката на маркетинголози в новата маркетингова парадигма – отношения.

Магистърската програма “Маркетинг” се явява естествено продължение на “Икономико”, образователно-квалификационна степен “бакалавър”, където студентите получават допълнителна интердисциплинарна подготовка, нови компетенции, улесняващи тяхната професионална реализация и конкурентност. Обучението в образователно-квалификационната степен “магистър” си поставя за **цел** да:

◆ Осигури задълбочаване и специализиране в областта на икономиката и маркетинга чрез прибавяне на нови компетенции в подготовката на завършилите “бакалавър”- стратегически маркетинг, управление на елементите на маркетинговия

микс, маркетинг на различни сфери на дейност, потребителско поведение и провеждане на маркетингови изследвания;

- ◆ Разшири научно-теоретичната информация относно съвременни маркетингови технологии за продажби и комуникация и предостави по-широки възможности за навлизане в консултантската, организационно-управленческата и научно-изследователската дейност;

- ◆ Обогати подготовката на студентите в региони с население с полиетнически и мултикултурен състав и осигури по-широки възможности за обучение през целия живот.

II. КВАЛИФИКАЦИОНЕН СТАНДАРТ – компетенции на завършилите студенти в ОКС „Магистър”

Обучението на бъдещия магистър по маркетинг е насочено към формиране на интелектуално познавателна, мотивационно-ценностна, комуникативна и практико-приложна компетентност.

1. Област и обхват на знанията

Завършилите ОКС “магистър”, “Маркетинг” трябва да притежават задълбочени знания за:

- ◆ Най-новите теории, направления и постижения в различните области на маркетинга;

- ◆ Съвременните методи, компютърни и информационни технологии в маркетинга;

- ◆ Същността и методологията на научното изследване като комплексен феномен – формулиране на изследвания проблем, стратегия за неговото изследване, основни етапи на изследването;

- ◆ Съвременните научни знания и умения по стратегически, финансов и международен маркетинг и логистика;

- ◆ Основните принципи на маркетинговата диагностика, управление на продажбите и потребителско поведение;

- ◆ Методите на маркетинговите изследвания и на пазарните анализи;

- ◆ Съвременните маркетингови информационни технологии;

- ◆ Изискванията, проектирането и управлението на маркетинговите комуникации;

- ◆ Инструментариума на ценовата и иновационната политика.

2. Област и обхват на уменията

Обучението в магистърската програма създава умения за маркетингова и социална диагностика, за творчески иновативен подход към маркетинговите решения, за стратегически подходи към новата маркетингова парадигма, за управление на проекти. Създават се и съпътстващи комуникативни умения, делови умения, умения за управление бюджета на времето, управление на конфликтите и стреса на работното място.

3. Компетентности

3.1. Лични компетентности:

- ◆ Събиране, анализиране и интерпретиране на информация, необходима за консултантската, организационно-управленческата и научно-изследователската дейност;

- ◆ Изграждане на собствен стил на учене, чрез овладяване на техники за самостоятелно учене и стремеж към самоорганизация и самоусъвършенстване по пътя на непрекъснатото следене на новостите в областта на растителната защита;

- ◆ Използване на съвременните информационни технологии, не само за разширяване и обогатяване, но и за добиване на нови знания, свързани с най-новите достижения в науката;

- ◆ Формиране на мотивираност и отношение към извършваната професионална дейност;

- ◆ Усъвършенстване организацията на собствената си дейност и развиване потребност за непрекъснато обучение и усъвършенстване на професионалната квалификация през целия живот.

3.2. Професионални компетентности:

В професионалната си дейност завършилите ОКС “магистър” могат да:

- ◆ използват овладените специфични, специализиращи професионални знания, умения и компетенции в областта на маркетинга за оптимизиране на стратегиите за вземане на адекватни решения в условията на социални и технологични промени;

- ◆ идентифицират, анализират основни проблеми и дефинират потребности на национално, регионално и общинско равнище;

- ◆ притежават технико-инструментална компетентност и административно-делови умения, намират и предприемат подходи, организационно-управленски решения в динамични ситуации и среди чрез оптимална координация между планиране и интервениране, използване на ресурси и приоритети, управляват човешки ресурси и кариерата на персонала;

- ◆ умеят да използват нормативната база за изграждане на подпомагащи системи и институции, тяхната съгласуваност, професионално влияние за промени в социалната защита, достъпността и адекватността ѝ на потребностите и проблемите на клиентите, осигуряване на гъвкавост, защита на интересите на потребителите и правата им;

- ◆ провеждат изследване и анализират резултатите от тях;

- ◆ разработват концепции и методики;

- ◆ познават регионалната специфика – демографски особености, социални общности и рискови групи, потребностите от разнообразни услуги;

- ◆ изграждат връзки и взаимодействие между различни организационни и институционални структури, партньорски взаимоотношения;

- ◆ самостоятелно и в екип да проектират маркетингови стратегии и продукти;

- ◆ да работят ефективно по маркетингови анализи, диагностика и реклама;

- ◆ да използват съвременни методи за управление на пазарните процеси;

- ◆ да се реализират в научноизследователска дейност.

3.3. Инструментални компетентности:

Завършилите магистърска програма са обучени да прилагат в пряката си работа мултипрофесионален подход и инструментариума на всяка маркетингова дейност.

3.4. Технологични компетентности:

Завършилите магистърска програма Маркетинг са в състояние да усъвършенстват собствената си дейност и условия на труд, да разширяват възможностите си за обучение и да прилагат комплексно в различни комбинации широк спектър от своите професионални познания. Да умеят да ползват и създават съвременните технологии на електронния маркетинг.

III. ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите магистърска програма Маркетинг могат успешно:

- ◆ Да се реализират като специалисти експерти в държавни, обществени и частни фирми с научна, производствена, консултантска и търговска дейност ;
- ◆ Да заемат ръководни длъжности в държавни, обществени и фирмени организации;
- ◆ Да осъществяват изследователско-аналитична дейност на съответните равнища за осъществяване на анализ, прогноза, експертиза и мониторинг, разработване на проекти;
- ◆ Да се реализират като специалисти сферата на икономическата наука, маркетинга и висшето образование като заемат следните длъжности:
 - специалисти по маркетинг, мениджъри по продажбите;
 - специалисти по маркетинг в държавни и частни фирми;
 - представители на различни фирми и ръководители на бизнес обекти;
 - експерт по продажби;
 - мениджър обслужване клиенти;
 - мениджър продажби;
 - мениджър проучване на пазари;
 - експерт маркетинг;
 - експерт политика на цените;
 - експерт връзки с обществеността;
 - експерт търговия.

IV. ИЗИСКВАНИЯ ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ОКС „МАГИСТЪР”, МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА „МАРКЕТИНГ”

Магистърската степен се придобива след обучение от два семестъра за редовна форма, съгласно приложения Учебен план.

Дипломирането се осъществява в два варианта:

Първи вариант: Писмен държавен изпит по маркетинг;

Втори вариант: Защита на дипломна работа;

V. ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ

1. Да продължи образованието си в образователно-научна степен “доктор”.
2. Да получи второ висше образование.
3. Да участва в различни форуми на продължаващо обучение през целия си живот.