

**РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ**  
**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

**ФАКУЛТЕТ “МЕНИДЖМЪНТ И  
МАКЕТИНГ”**

**КАТЕДРА “МАРКЕТИНГ”**

Утвърждавам:  
**РЕКТОР:**  
(доц. д-р Иван Марчевски)

Приет от АС с Решение № 3 от 31.01.2018 г.  
Приет от ФС с Решение № 4 от 19.12.2017 г.  
Приет от КС с Решение № 16 от 12.12.2017 г.

## **КВАЛИФИКАЦИОННА ХАРАКТЕРИСТИКА**

### **ДОКТОРСКА ПРОГРАМА**

#### **“МАРКЕТИНГ”**

Образователна и научна степен:  
**ДОКТОР**

Форма на обучение:  
**РЕДОВНА/САМОСТОЯТЕЛНА**

Срок на обучение: **3 години**

Форма на обучение:  
**ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА**

Срок на обучение: **4 години**

**ЕЗИК:** Български, Английски

Област на висше образование:

**3. Социални, стопански и правни науки**

Професионално направление:

**3.8. Икономика**

Код на документа:

**УД-КХ-Д-3.8-МА-ФММ-КМА-2018**

Действа от: **2018/2019** уч. год.

#### 1. Обща характеристика на докторската програма

Докторска програма „МАРКЕТИНГ“ в Стопанска академия “Д. А. Ценов” е една от акредитираните програми по научна специалност „Маркетинг“ в страната. Тя има изцяло научноизследователски фокус, като поставя акцент върху взаимодействието между развитие на теорията и емпиричен анализ. Обучението е ориентирано към идентифициране и дефиниране на актуални и значими маркетингови проблеми и подбор на подходящи методологични инструменти за тяхното задълбочено изучаване чрез провеждане на оригинални изследвания в следните взаимосвързани приоритетни области на потребителското поведение, маркетинговото моделиране и маркетинговите стратегии:

- Създаване на маркетингова аналитика за информационно обезпечена среда.
- Разбиране потребителските реакции и преживявания и предсказване на потребителския избор.
- Разкриване на различията между клиентите.
- Измерване и комуникиране стойността на маркетинговите дейности и инвестиции.
- Постигане на маркетингово съвършенство.
- Влияние на дигиталните/социалните/мобилните технологии.
- Създаване и комуникиране на устойчива стойност на клиента.

- Създаване, управление и оптимизиране на взаимоотношенията с клиентите.
- Разработване на интегрирани маркетингови програми.
- Извличане на знания от данни, уеб и текст за оптимизиране на маркетингови програми.

## 2. Образователни цели

Основна цел на докторска програма „МАРКЕТИНГ“ е да се създават успешни и продуктивни независими изследователи, чието научно любопитство, ентусиазъм и висок професионализъм да водят до създаването и разпространението на ново знание и решаването на значими за маркетинговата теория и практика проблеми.

## 3. Организация и продължителност на обучението

В хода на обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ докторантите имат възможността да се запознаят с различните аспекти на изследователската работа, както чрез участие в курсове и семинари, така и чрез процеса на формално взаимодействие с научните ръководители и академичната общност. Подготовката по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ се реализира по индивидуален учебен план, при съставянето на който се отчитат специфичните цели и проблемната ориентация на дисертацията. Обучението се организира в две части: образователна и научноизследователска дейност. Образователната дейност е свързана с участие на докторантите в задължителни и факултативни курсове и семинари, полагане на изпити за докторски минимума по специалността и преподавателска и/или експертна работа. Научноизследователската дейност обхваща процеса по създаване и разпространение на знание чрез участие в научни форуми, научноизследователски или образователни проекти, публикуване на резултатите от изследователската работа в специализирани научни издания, подготовка и защита на дисертационен труд.

В съответствие със Закона за развитието на академичния състав в Република България, подготовката по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ е с обща продължителност до 3 години за редовна и самостоятелна форма на обучение и до 4 години за задочна и дистанционна форма. Обучението завършва с публична защита на дисертационен труд пред петчленно научно жури, чийто състав се определя съобразно действащото законодателство и нормативна база.

## 4. Знания

Подготовката по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ е насочена към осигуряване на необходимите теоретични и фактологични знания за провеждане на значими самостоятелни научни изследвания в областта на маркетинга. С обучението се цели овладяването на два блока структурни знания:

- Концептуални и инструментални знания по специалността и други функционални области, свързани с темата на дисертационния труд.
- Методологични знания за технологията и организацията на процеса на научно изследване, формулирането на значими изследователски хипотези и съставяне на план за тяхната проверка.

## 5. Умения

С обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ се развиват умения за:

- избор и прилагане на подходящи методи за структуриране и проверка на изследователските хипотези във форма, която води до задълбочен и продуктивен научен анализ;
- решаване на комплексни изследователски проблеми;
- анализ, интерпретация и критично оценяване на специфичното познание и постиженията в маркетинговата теория и практика;
- обвързване на теории от различни функционални области на познанието;
- синтез на идеи и развиване на варианти за решение на изследователски проблеми;
- вземане на оптимални решения, базирани на данни;
- инициране и провеждане на иновативни изследователски проекти с научна устойчивост и мултиплициращ ефект;
- успешно разпространение и писмено и устно презентирание и комуникиране на изследователски идеи и знание чрез различни медии и пред различна аудитория.

## 6. Компетентности

В резултат от обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ докторантите придобиват практически навици, академична компетентност и професионализъм за разработване на цялостно и значимо научно изследване, съблюдаване на етичните норми и стандарти при неговата реализация и прилагане на аналитични методи и техники за проверка на изследователски хипотези.

### 6.1. Самостоятелност и отговорност

С обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ се развиват компетенции за:

- създаване и интерпретиране на ново знание чрез провеждане на собствени научни изследвания;
- разширяване обхвата на научните постижения в областта на маркетинга;
- обосноваване необходимостта от провеждането на актуални научни изследвания и разработването на публикации;
- критично самоанализиране и самооценяване на постиженията на научноизследователския труд;
- разработване и реализиране на изследователска стратегия.

### 6.2. Компетентности за учене

С обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ се развиват компетенции за:

- систематично придобиване и актуализиране на значителен обем знания от най-съвременните научни постижения в областта на маркетинга;
- разбиране на значителен обем знания от най-съвременните научни постижения в областта на маркетинга.

### 6.3. Комуникативни и социални компетентности

С обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ се развиват компетенции за:

- концептуализация, проектиране, реализация (и адаптация – в случай на необходимост) на проекти за генериране на нови знания и прилагане и разбиране на най-модерните достижения в областта на маркетинга;

- пълноценно писмено и устно комуникиране на изследователските идеи на някой от най-разпространените европейски езици.

#### 6.4. Професионални компетентности

С обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ се развиват компетенции за:

- задълбочено разбиране и прилагане на методи и техники за провеждане на комплексни научни изследвания;
- информирано оценяване на комплексни проблеми;
- ясно и обективно представяне на генерираните научни идеи и заключения пред различна аудитория;
- продължаване на проведеното научно изследване на по-високо научноизследователско равнище и допринасяне на развитието на нови идеи, методи, техники и подходи.

#### 7. Кратка характеристика на академичния състав

Обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ се обезпечава от висококвалифициран, ерудиран и амбициозен хабилизиран академичен състав на едноименната катедра „Маркетинг“, който се стреми да поддържа изпреварващо високо равнище на своята подготовка и научни изследвания и същевременно предявява високи стандарти в изискванията към обучаваните докторанти. Политика на катедрата е да се поддържат постоянни професионални контакти с утвърдени специалисти и експерти от бизнес практиката, както и с водещи академични изследователи в страната и чужбина, които със своята експертиза и опит да подпомагат и подкрепят научните проекти на докторантите.

#### 8. Професионална реализация

Завършилите докторска програма „МАРКЕТИНГ“ придобиват необходимите теоретични знания и методологични умения за успешна кариера като:

- изследователи и академични преподаватели във висши училища и изследователски институции в страната;
- професионалисти на високи ръководни длъжности, висши експерти и консултанти в национални и международни компании.

#### 9. Образователна и научна степен и професионална квалификация

След успешно завършване на обучението по докторска програма „МАРКЕТИНГ“ обучаемите придобиват научна и образователна степен „доктор“ по научна специалност „Маркетинг“.

Декан:

(проф. д-р Виолета Краева)

Ръководител на катедра:

(доц. д-р Тодор Кръстевич)