

**АКАДЕМИЯ за МУЗИКАЛНО, ТАНЦОВО и ИЗОБРАЗИТЕЛНО
ИЗКУСТВО „проф. Асен Диамандиев“ – ПЛОВДИВ**



ФАКУЛТЕТ “МУЗИКАЛЕН ФОЛКЛОР И ХОРЕОГРАФИЯ”

КАТЕДРА „ТЕОРИЯ НА ИЗКУСТВОТА“

УЧЕБНА ПРОГРАМА

по дисциплината

ОСНОВИ НА МАРКЕТИНГА – I част

Образователно-квалификационна степен: “Бакалавър”

Редовно обучение

ИЗГОТВИЛ:

(проф. д-р Ем. Константинова)

АНОТАЦИЯ

Изучаването на дисциплината ОСНОВИ НА МАРКЕТИНГА – I ЧАСТ има за цел да запознае студентите с развитието на основните теоретични постановки на общия маркетинг, и в частност основните понятия свързани с маркетинговата наука. Заедно с това те ще получат знания за елементите и особеностите на маркетинговата среда за арторганизациите и управляемите фактори на маркетинговия микс. Дисциплината дава познания за разбирането за неопределеността като предпоставка за използването на маркетинга, видовете търсене и задачите на маркетинга. Важна част се отделя на

маркетинговите концепции, социалната отговорност на маркетинга, маркетинговия мениджмънт, ролята на маркетинга в арторганизацията.

ОЦЕНЯВАНЕ

Текущ контрол (Изпити)

По време на лекционния курс се осъществява текущ контрол чрез тестове и задания за самостоятелна подготовка. Изпитът се провежда на два етапа контролен тест в края на I семестър и разширен тест с отворени и затворени въпроси в края на II семестър.

Критерии за оценяване

Критериите, по които се оценяват студентите са:

- а) Познаване на основните термини и умение за тяхното прилагане.
- б) Обем, степен и демонстриране на умения за определяне на критериите за сегментиране на пазара, характеристиките на пазарния сегмент и основната цел на позиционирането на продукта.
- в) Качество на изпълнение и решаване на поставените задачи.
- г) Степен на активност, трудолюбие и постижение на студента през целия курс на обучение