

**СТРАТЕГИЧЕСКИ ПЛАН ЗА РАЗВИТИЕ НА
ПН 3.8. МАРКЕТИНГ,
ОКС „БАКАЛАВЪР“ И ОКС „МАГИСТЪР“
ФАКУЛТЕТ ПО ОБЩЕСТВЕНИ НАУКИ,
УНИВЕРСИТЕТ „ПРОФ.Д-Р АСЕН ЗЛАТАРОВ“ БУРГАС,
ЗА ПЕРИОДА 2020 - 2024 г.**

Предназначението на Стратегическия план е да представи детайлизирана информация на ниво катедра, осигуряваща устойчиво развитие на ПН 3.8. МАРКЕТИНГ, в ОКС „БАКАЛАВЪР“ и ОКС „МАГИСТЪР“ за периода 2020 - 2024 година.

Стратегическият план на ПН 3.8. МАРКЕТИНГ, е разработен в съответствие със следните нормативни документи:

- Закон за висшето образование;
- Закон за развитието на академичния състав в Република България;
- Правилник на Университет „Проф. А. Златаров- Бургас
- Национална стратегия за учене през целия живот;
- Мандатна програма на Университет „Проф. А. Златаров- Бургас за периода 2020 - 2024 г.

I. ВИЗИЯ, МИСИЯ И ГЛАВНА СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ НА ПН 3.8. МАРКЕТИНГ

Визия: ПН 3.8. МАРКЕТИНГ,

да продължи да развива своите образователни и научноизследователски постижения, за да се утвърждава все повече като лидер в Югоизточния регион на България чрез осигуряване на непрекъснат растеж и устойчиво развитие.

Мисия: ПН 3.8. МАРКЕТИНГ,

да осигурява гаранция за съвременно и висококачествено обучение в академичен дух, съчетано с утвърдена идентичност в образователното пространство и възможности за професионално развитие на младите личности, които са в центъра на социалната и икономическа отговорност.

Стратегическата цел за развитието на ПН 3.8. МАРКЕТИНГ, е да се подобрят и разширят позициите на специалностите в ОКС „Бакалавър“ и ОКС „Магистър“ и с това направлението да наложи своя ясно разпознаваем облик както в националното, така и в международното образователно пространство.

Основните цели и приоритетите за постигане на основната цел са в

съответствие с основната стратегическа линия на Университет „Проф. Д-р Асен Златаров“ - Бургас за неутрализиране на заплахите от външната среда и преодоляване на някои от най-съществените слабости. Същевременно се отчита, че в направлението има специфични силни страни, които следва да бъдат развивани, също и възможности, които е необходимо да бъдат използвани по-пълноценно.

II. СПЕЦИФИЧНИ ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТИ НА ПН 3.8. МАРКЕТИНГ,

- ✓ Спазване принципите на управление на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас за постигане качество в съответните дейности;

- ✓ Повишаване на ежегодния прием до достигане на утвърдения капацитет в ОКС „Бакалавър“ и ОКС „Магистър“ ;

- ✓ Развитие на академичния състав, в т.ч. академично израстване, кариерно развитие, разширяване на възможностите за вътрешна и външна мобилност;

- ✓ Хармонизиране на екипната дейност в катедрата;

- ✓ Повишаване оценките при програмни акредитации на ПН 3.8.

МАРКЕТИНГ,

- ✓ Устойчиво взаимодействие с партньорски мрежи;

- ✓ Ангажираност на академичния състав за подобряване на учебния процес;

- ✓ Осигуряване на техника за подпомагане на съвременните форми и методи на преподаване;

- ✓ Стимулиране и подпомагане участието на студенти в извънаудиторна дейност;

- ✓ Усъвършенстване на научно-изследователската, художествено-творческата и научно-производствената дейност;

- ✓ Активизиране на публичното присъствие на ПН 3.8.

МАРКЕТИНГ;

- ✓ Утвърждаване на академичния престиж.

III. ДЕЙНОСТИ ЗА ПОСТИГАНЕТО НА ЗАЛОЖЕНИТЕ ЦЕЛИ НА ПН 3.8. МАРКЕТИНГ

❖ УЧЕБНО РАЗВИТИЕ ЧРЕЗ ПОВИШАВАНЕ КАЧЕСТВОТО НА ПРЕПОДАВАТЕЛСКАТА ДЕЙНОСТ

1: Спазване на законите на Република България, правилниците на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“-Бургас и решенията на органите за управление на Университета.

2: Извършване на конкретни действия за поддържане на постоянно високо качество на обучение и подобряване при необходимост, в

съответствие с университетската система за управление на качеството.

3: Разработване на документацията за получаване на акредитация за обучение по бакалавърски и магистърски програми от ПН 3.8. МАРКЕТИНГ, по които се осъществява обучение във ФОН.

4: Съгласуване на структурата и съдържанието на учебните планове и програми с браншовите организации, потребители на кадри в професионално направление 3.8. МАРКЕТИНГ.

5: Поддържане на постоянен активен диалог с бизнеса и общинските институции с цел осигуряване на информация относно изискванията им към качеството на предлаганото обучение и образование по маркетинг.

6: Периодично актуализиране на прилаганите учебни планове и програми, както и посочените в тях информационни източници в зависимост от последните научни достижения и изискванията на потребителите на кадри от специалност „Маркетинг“.

7: Предоставяне на обучение чрез насърчаване на иновациите, дигитализацията и конкурентоспособни бизнес решения с устойчив ефект.

8: Подобряване на практическото обучение и обвързването му с постиженията на науката, практиката и бизнеса.

9: Оптимално съчетаване на научните изследвания във фундаменталните и приложни науки с обучението по Маркетинг, в съответствие с европейската квалификационна рамка, както и с потребностите на глобалния пазар на труда.

10: Приложение на резултатите от научно-изследователската дейност в обучението на студентите.

11: Обвързване на учебната и извънаудиторна дейност.

12: Внедряване на иновационни методи на преподаване за постигане на задълбочена теоретична, езикова и професионална практическа подготовка на специалисти в сферата на Маркетинга, вкл. преминаване към обучение, базирано на казуси, проблеми и проекти от практиката.

13: Включване в обучението на студентите специалисти от туристическата практика като лектори, ментори и др.

14: Създаване на система за селектиране и допълнително развитие на студентите с отличителни знания и умения.

15: Участия на членовете на академичния състав в организирани езикови курсове при наличие на възможност за повишаване на езиковата квалификация.

16: Увеличаване на значимостта на научната продуктивност на преподавателите при тяхното атестиране и по-тясното ѝ обвързване с кадровото развитие в ПН 3.8. МАРКЕТИНГ.

17: Осигуряване на устойчиво развитие на кадровия потенциал в ПН 3.8. МАРКЕТИНГ.

18: Изготвяне на предложения до ръководството за финансови средства от бюджета на катедрата за подобрения на материалните и

нематериалните активи, в т.ч. закупуване на софтуерни продукти, електронно и виртуално базирани системи за целите на обучението и обслужването на студентите.

19: Повишаване участието на академичния състав от направлението по възможност в проекти е външно финансиране, в които са предвидени разходи за модернизиране на оборудването и средствата за осъществяване на образователния процес, в съответствие с изискванията на съвременната среда и добрите практики в страната и чужбина.

20: Разширяване участието на академичния състав в проекти, в които са включени разходи за техника, която след приключване на съответните проекти да се използва за нуждите на направлението.

21: Усъвършенстване на системата за мониторинг и контрол на учебно- преподавателската и екипната дейност.

❖ ПОВИШАВАНЕ НА НАУЧНО-ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИТЕ РЕЗУЛТАТИ И КОМУНИКАЦИОННА ДЕЙНОСТ

1: Повишаване на публикационната активност на академичния състав в престижни чуждестранни и национални реферирани издания и най-вече в издания със значим им пакт фактор.

2: Засилване участието на студентите в научно-изследователски проекти, образователни дейности, студентски конференции и международни научни форуми.

3: Стимулиране на самостоятелното учене и включването на студентите в различни форми на изследователска дейност.

4: Активизиране на научно-изследователската дейност на студентите чрез включване в публикации, разработени в резултат на проведени научни форуми и работа по научноизследователски проекти.

5: Контролиране качеството на извършваната научно-изследователска дейност от членовете на академичния състав.

6: Публикуване на цялостната научна продукция в специализирани научни издания.

7: Разработване на учебници, монографии и студии, кореспондиращи със съвременната наука и практика.

8: Разработване и участие в научно-изследователски проекти на университетско равнище, финансирани с държавна субсидия за НИД.

9: Разработване и участие в научно-изследователски проекти съвместно с други партньори - учебни институции, неправителствени, нестопански и бизнес организации и други в България и чужбина.

10: Текущо проследяване на завършилите студенти, специалност Маркетинг за кариерното развитие, както и изискванията от страна на работодателите.

11: Активно търсене на нови сегменти от потребители на

образователния пазар и реализиране на нови образователни продукти.

12: Провеждане на рекламно-информационна кампания за Специалност Маркетинг с активното участие на настоящи и бивши студенти и съвременните социални мрежи.

13: Активна рекламно-информационна кампания сред големи бизнес организации - работодатели, собственици на малък и среден бизнес, бюра по труда и агенции за човешки ресурси.

14: Активно участие на Специалност Маркетинг в Интернет и виртуалното пространство.

15: Провеждане на анкетни проучвания, обезпечаващи база данни за очакванията, удовлетвореността, оценките и мненията на кандидат-студенти, новоприети, настоящи и завършващи студенти

16: Поддържане на база данни за завършили студенти.

17: Поддържане на база данни за настоящи и потенциални партньори на Катедра Маркетинг и туризъм и поддържане на комуникации с тях, вкл. за подпомагане кариерното развитие на студентите и летен стаж.

❖ АКТИВИЗИРАНЕ И РАЗШИРЯВАНЕ НА ПАРТНЬОРСКАТА МРЕЖА

1: Засилване на мобилното участие на студенти и преподаватели по европейските програми (Програма „Еразъм+” и др.), в т.ч. сключване на нови двустранни споразумения по Програма „Еразъм+” с водещи европейски факултети и университети.

2: Осъществяване на съвместни партньорства и сключване на нови споразумения за обучение и научно-изследователска дейност по образователни проекти с водещи университети от Европейския съюз и извън ЕС, вкл. Република Турция и Русия.

3: Подпомагане на студентите при провеждането на летните стажове на базата на партньорски споразумения с бизнеса и публичните администрации.

4: Стимулиране на самостоятелното учене и включването на студентите в различни форми на изследователска дейност.

5: Развитие и обогатяване на учебните планове и учебното съдържание на дисциплините, адекватно на съвременните бизнес практики в сферата на туристическата индустрия.

6: Усъвършенстване на системата за оценяване на знанията и уменията на студентите.

7: Активизиране на участието на партньори от индустрията на туризма в разработването на учебни планове, учебни програми, обучението на студентите.

8: Създаване и поддържането на база данни на завършилите специалност Маркетинг и тяхната професионална реализация.

9: Организирането на ежегодни срещи на дипломираните от специалност тяхната професионална реализация.

10: Засилване участието на академичния състав и студентите в международни научни форуми с доклади на чужд език.

11: Усъвършенстване на системата за оценяване на знанията и уменията на студентите.

12: Активизиране на участието на партньори от индустрията на туризма в разработването на учебни планове, учебни програми, обучението на студентите.

13: Провеждане на ежегодни научни сесии и форуми с участието на преподаватели и студенти и от други учебни институции.

14: Провеждане на научни сесии и форуми с участие на представители на туризма.

15: Участие на преподавателите в организирането и провеждането на научни прояви - конференции, кръгли маси, форуми, семинари, организирани и провеждани в България и чужбина, от учебни, правителствени, общински и неправителствени институции, по изследователски проекти и други научноизследователски дейности.

16: Разкриване на ефективни форми и механизми за интеграция на научно-изследователската работа с туристическия бизнес.

17: Съвместно участие в национални и международни проекти с представители на бизнеса и неправителствени организации от сферата на маркетинга.

18: Разширяване на членството на Университета, в т.ч. и на Катедра Маркетинг и туризъм в национални и международни научни и професионални организации от сферата на маркетинга.

19: Създаване и развитие на контакти с медии и неправителствени организации в България и чужбина, вкл. извън сферата на маркетинга.

20: Провеждане на периодични срещи с представители на местни медии за отразяване специални събития реализирани от Катедра Маркетинг и туризъм.

Очакваните резултати от реализирането на Стратегията са:

- Привличане на кандидат-студенти, обезпечаващи утвърдения капацитет в ПН 3.8 Маркетинг;
- Привличане на желаещи за следдипломно обучение да продължат обучението си и повишат квалификацията си в областта на маркетинга;
- Привеждане на обучението по различните дисциплини в съответствие с новата практика на европейското висше образование, т.е. преход от модела на обучение *teaching* към модела на обучение *learning*, с фокус върху ключовата компетентност „умения за учене“;
- Повишаване удовлетвореността на студентите от обучението по

Маркетинг на базата на придобити знания и умения, активен социален студентски живот и ползотворни извънаудиторни занимания, подобрена среда, атрактивни неформални форми на обучение и връзки с практиката;

- Подобрена информационно-комуникационна инфраструктура и база за обучение по специализирани и практически ориентирани дисциплини;

- Утвърждаване и разширяване на партньорството с организации от сферата на туризма, правителствения и неправителствения сектор;

- Организиране и провеждане на широк кръг от събития и прояви - научни, социални, с образователен характер и други, в които активни участници са студенти, преподаватели, представители на настоящи и потенциални партньори от други учебни заведения, браншови организации от сферата на туризма и други.

- Повишаване степента на подпомагане на студентите от специалност Маркетинг за намирането на работа, стартиране на професионална кариера и обществена реализация;

- Повишаване имиджа на специалност Маркетинг като конкурентоспособна на образователния пазар и предпочитана от партньорите в сферата на маркетинга.

Доц. д-р Веселина Атанасова /.....
Ръководител Катедра „Маркетинг и туризъм“ –
Факултет по обществени науки при
Университет „Асен Златаров“, Бургас