

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – В А Р Н А
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

Приета от ФС: протокол №12/29.04.2024 г.

Приета от КС: протокол №10/15.04.2024 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „КОРПОРАТИВНА МАРКЕТИНГОВА СИГУРНОСТ“

ЗА СПЕЦ: „Корпоративен маркетинг“; ОКС „магистър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО и СПН

СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 12 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	60
В Т.Ч.:	
• ЛЕКЦИИ	30
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Бистра Василева)
2.
(ас. Теодора Данева)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“ (доц. д-р Владимир Жечев)

I. АНОТАЦИЯ

Основният фокус на дисциплината е върху систематичния процес на осигуряване на корпоративна маркетингова сигурност в условия на динамична и силно конкурентна среда чрез използването на специализиран маркетингов инструментариум. Съдържанието на дисциплината е структурирано в три основни модула. В първи модул студентите получават знания за същността и спецификата на сигурността на бизнес информацията, законодателната ѝ основа и базовите методи за защита на търговската и корпоративна информация. Във втори модул се разглеждат системите и структурите за осигуряване на корпоративна и лична сигурност. Същността и спецификата на сигурността в процеса на вземане на маркетингови решения и реализиране на маркетингови стратегии се разглеждат в трети модул.

В рамките на настоящата дисциплина студентите ще получат знания и ще придобият умения за планиране и реализация на програми в областта на корпоративната маркетингова сигурност и по-конкретно ще познават: 1/ съдържанието на понятията „информационна сигурност“, „лична сигурност“, „корпоративна сигурност“ и „корпоративна маркетингова сигурност“; 2/ законодателството в областта на информационната и корпоративната сигурност; 3/ основните методи за защита на информацията; 4/ външните и вътрешните структури за осигуряване на корпоративна сигурност; 5/ системите за стратегическо ръководство и управление на сигурността. В резултат на придобитите познания студентите ще могат да: 1/ анализират методите за защита на маркетинговата информация; 2/ прилагат базовите техники на разузнавателния анализ; 3/ прилагат базовите методи за придобиване на конкурентна информация; 4/ анализират сигурността на нематериалните активи в бизнеса.

В хода на обучение се прилагат и развиват следните ключови компетентности, съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2018 г., а именно езикова, математическа, цифрова, личностна, гражданска и предприемаческа компетентност и културна осведоменост и изява.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

3.2.	Елементи на системата за корпоративна маркетингова сигурност.			
3.3.	Е-системи за корпоративна маркетингова сигурност.			
3.4.	Лична сигурност. Организация на личната сигурност.			
Тема 4. Структури за осигуряване на корпоративна сигурност		7	7	
4.1.	Обекти на корпоративната сигурност.			
4.2.	Вътрешни структури за осигуряване на корпоративна сигурност.			
4.3.	Външни структури за осигуряване на корпоративна сигурност.			
4.4.	Разузнавателна информация. Технология на разузнавателния анализ.			
Тема 5. Сигурност на нематериалните активи в бизнеса		4	4	
5.1.	Методи за защита на фирменото маркетингово познание.			
5.2.	Методи за придобиване на конкурентна информация.			
5.3.	Подходи за осигуряване на нематериалните активи и интелектуалния капитал.			
5.4.	Подходи за осигуряване на икономическа сигурност на фирмите.			
Тема 6. Системи за сигурност в стратегическия маркетингов процес		4	4	
6.1.	Елементи на системите за сигурност в стратегическия маркетингов процес.			
6.2.	Системи за стратегическо ръководство и управление, вземане на решения и сигурност.			
6.3.	Стратегии за подобряване на корпоративната маркетингова сигурност.			
ОБЩО:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Задания (мисии)	3	90
1.2.	Тест	1	10
Общо за семестриалното оценяване:		4	100
2.	Сесийно оценяване		
8	Изпит	1	20
Общо за сесийното оценяване:		1	20
Общо за всички форми на контрол:		5	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Илиев, И. и кол. (2008). Управление на корпоративната сигурност, ВСУ.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

2. Арнаудов, Д., Крумова, А. (2007). Сигурност и защита на ИС, София.
3. Начев, Й. (2007). Конкурентно разузнаване.

¹ При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.