

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „МАРКЕТИНГОВА ЕТИКА“;

ЗА СПЕЦ: „Маркетинг“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5;

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>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц.д-р Денчо Неделчев)

2.
(гл.ас. д-р Владимир Жечев)

3.
(д-р Ваня Кралева)

Ръководител катедра „Маркетинг“:
(проф.д-р Евгени Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Всяка професия има два основни компонента - професионална компетентност и професионална етика. Учебната дисциплина „Маркетингова етика” е предназначена да способства за формиране на втория компонент на маркетинговата професия. Чрез обучение по тази дисциплина се формират етични предпоставки за успешна реализация на студенти от бакалавърската степен на специалност „Маркетинг”. Формирането на такива предпоставки се осъществява чрез лекции и семинарни упражнения по посочените по-долу теми и подтеми. На студентите се дава възможност и се оказва методическо съдействие да разработват идейни проекти за етично практикуване на маркетинг. В хода на разработването на такива проекти, студентите биват насърчавани и подпомагани да развиват способност за самостоятелно разширяване на получените по дисциплината знания и за формиране на нови умения за тяхното прилагане.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. Зависимости между представите на маркетолога за света, морала и маркетинга		7	7	14
1.1.	Зависимост между миогледни и мета-етични представи на маркетолога	2	2	4
1.2.	Зависимост между мета-етични и нормативно-етични представи на маркетолога	2	2	4
1.3.	Зависимост между нормативно-етични и приложно-етични представи на маркетолога	1	1	2
1.4.	Зависимост между етични представи на маркетолога и практикуване на маркетинг	1	1	2
1.5.	Възможности за развитие на миогледните представи, етичните представи и нравствените чувства на маркетолога: вероятен ефект върху постъпките в личния и в трудово-професионалния живот	1	1	2
ТЕМА 2. Етични проблеми в поведението на купувачите на крайни продукти и в отношението на продавачите към тях		4	4	8
2.1.	Етични проблеми в поведението на купувачите на крайни продукти	2	2	4
2.2.	Етични проблеми в отношението на продавачите към купувачите	2	2	4
ТЕМА 3. Етични аспекти на събирането на маркетингово-образователна информация за поведението на потребителите и очертаване на насоки за нейното използване в маркетинговата практика		2	2	4
3.1.	Етичен аспект на събирането на маркетингово-образователна информация за поведението на <i>междинни</i> потребители и очертаване на насоки за нейното използване в маркетинговата практика	1	1	2
3.2.	Етичен аспект на събирането на маркетингово-образователна информация за поведението на <i>крайни</i> потребители и	1	1	2

	очертване на насоки за нейното използване в маркетинговата практика			
ТЕМА 4. Етични проблеми при извършването на маркетингови проучвания и сегментирането на пазарите		2	2	4
4.1.	Етични проблеми при извършването на маркетингови проучвания	1	1	2
4.2.	Етични проблеми при сегментирането на пазарите	1	1	2
ТЕМА 5. Етични проблеми при предлагането на крайни продукти		2	2	4
5.1.	Етични проблеми при предлагането на битови продукти предназначени за крайни потребители	1	1	2
5.2.	Етични проблеми при предлагането на социо-културни продукти предназначени за крайни потребители	1	1	2
ТЕМА 6. Етични проблеми при ценообразуването, дистрибуцията и промоцията на крайни продукти		2	2	4
6.1.	Етични проблеми при определянето на цени на крайни продукти	0.5	0.5	1
6.2.	Етични проблеми при дистрибуцията на крайни продукти	0.5	0.5	1
6.3.	Етични проблеми при промоцията на крайни продукти	1	1	2
ТЕМА 7. Разработване на идейни проекти за етично практикуване на маркетинг		11	11	22
7.1.	7.1. Морален избор на маркетинголога при разработване на идейни проекти за практикуване на маркетинг	2	2	4
7.2.	7.2. Разработване на идейни проекти за етично практикуване на маркетинг	9	9	18
Общо:		30	30	60

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Задание (със структурни части, точки и подточки)	1	120
1.2.			
1.3.			
1.4.			
Общо за семестриален контрол:		1	120
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	
Общо за сесиен контрол:		1	
Общо за всички форми на контрол:		2	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Българска асоциация по маркетинг: етичен кодекс. <http://www.bam.bg/ethics.htm>
2. Дуранкев, Боян: Фундаментални въпроси на маркетинга и стратегическото управление за 21 век (<http://www.nessebar2009.bam.bg/papers/Durankev.pdf>);
3. Етичен кодекс на ПР специалистите в България.
<http://www.bdvo.org/index.phtml?sec=1&sec3=7&part=0&sec4=15&pagenum=15>
4. Етичен кодекс на българските медии. http://www.cem.bg/r.php?sitemap_id=152
5. Котлър, Филип в съавторство с Хермаван Картаджая и Айвън Сетиаван. Маркетинг 3.0(От продуктите, към клиентите, към човешкия дух). Издателство „Локус Пъблишинг” ЕООД, София, 2010, библ. номер В73 128;
<http://www.book.store.bg/p46949/marketing-3-0-filip-kotlyr.html>;
6. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България:
<http://www.nss-bg.org/kodeks.php>
7. Неделчев, Денчо: Маркетингова етика. (учебно пособие) Университетско издателство. Икономически университет-Варна, 2003. (на свободен достъп в интернет)
8. Обединен кодекс на Международната търговска камара (Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code
<http://www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html>)

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

Литература на кирилица:

1. Гипиус, Анна. Истината за вредните стоки. Издателство „СофтПрес”, София, 2008.
2. Данчев, Данчо. Постмодерният маркетинг. Годишник на ИУ-Варна, том 78, 2006, с.75-110.
3. Драмалиева, Валентина. Справедливостта в етиката и бизнес етиката. Изд. „СИЕЛА – Софт енд Паблишинг”, София.

4. Драмалиева, Валентина. Етика в търговията. Университетско издателство „Стопанство”, София, 1992.
5. Дуранкев, Боян. Кризата у нас ще продължи още 10-15 години! 7 май 2010, София, България, Информационна агенция БЛИЦ: <http://www.blitz.bg/news/article/77772>.
6. Дуранкев, Боян. Началото и краят на третата световна война. Университетско издателство „Стопанство”, София, 1996. http://samlib.ru/b/bojan_d/thirdworldwar.shtml
7. Этические аспекты маркетинга.
<http://rudiplom.ru/lecture/marketing/2322.html>
8. Етика маркетинга и международный производитель
<http://xreferat.ru/53/3689-1-etika-marketinga-i-mezhdunarodnyiy-proizvoditel.html>
9. Иванов, М. Подвеждащата реклама. Издателство “Сиела”, София, 2007.
10. Корнай, Янош. Равновесие, растеж и реформа. Списание „Икономически изследвания”. кн.2, 2007, с.3-26.
11. Петров, Петър. Маркетинг на трето ниво <http://www.marketing-forge.com/?p=465>
12. Продуктите Fairtrade търсят път към България.
<http://regal.bg/show.php?storyid=337945>
13. Робинсън, Джефри. Манипулаторите: конспирацията на големите в рекламата. Издателска къща „Кръгзор”, София. 2001.
14. Сотирова, Даниела. Бизнес етика. Издателство: Нов български университет, първо издание, 2009.
15. Справедлива търговия(движение)
http://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%B0_%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F_%28%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%29

Литература на латиница:

- 1 AMA Statement of Ethics.<http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/Statement%20of%20Ethics.aspx>
2. Arnold, Cris. Ethical Marketing and the new consumer. March 11.1012.
<http://vaqacere.blog.com/2012/03/11/chris-arnold-ethical-marketing-and-the-new-consumer/>
3. Bezenkon, Valery and Sam Blili. *Ethical products and consumer involvement: what's new?* European Journal of Marketing, Volume 44, Issue 9/10, 2010.
4. [BMA Code of Ethics - Business Marketing Association.](http://www.marketing.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3286)
<http://www.marketing.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3286>
5. Carrigan , Marylyn and Patrick de Pelsmaker. *Will ethical consumers sustain their values in the global credit crunch?*, International Marketing Review, Volume 26, Issue 6, 2009.
6. Chaudhry, Peggy E. and Stephen A Stumpf. *Consumer complicity with counterfeit products*, Journal of Consumer Marketing, Volume 28, Issue2, 2011.
7. Ethics in Marketing. Editors N. Craig Smith and John A. Quelch, Richard D. Irwin Inc., 1993.

8. Ellis, Nick., James Fitchett, Matthew Higgins, Gavin Jack, Ming Lim, Michael Saren and Mark Tadajewski. *Marketing: A Critical Textbook*. Sage Publications Ltd, 2011.
http://books.google.bg/books?id=fYjNrbQcv8C&pg=PA12&lpg=PA12&dq=Tadajewski,+M.+and+Brownlie,+D.+%28Eds%29+Critical+Marketing-Issues+in+Contemporary+Marketing,+London,+Wiley.&source=bl&ots=I04GDN0RS8&sig=EUDwZou5tia6Qkn_31L9Glo9GIg&hl=bg&sa=X&ei=SC7MT8PsLoHdtAbw9vnTBg&ved=0CFUQ6AEwAw#v=onepage&q=Tadajewski%2C%20M.%20and%20Brownlie%2C%20D.%20%28Eds%29%20Critical%20Marketing-Issues%20in%20Contemporary%20Marketing%2C%20London%2C%20Wiley.&f=false
9. Environmental marketing mix:
<http://www.learnmarketing.net/environmentalmarketing.htm>
10. Ethical consumerism: http://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_consumerism
11. Ethical consumer. <http://www.ethicalconsumer.org/>
12. Ethical marketing: <http://www.learnmarketing.net/ethicalmarketing.htm>;
http://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_marketing;
<http://www.tviexpress.com/download/Ethical-Marketing.pdf>
13. Ethics and sustainability - *The Chartered Institute of Marketing*.
<http://www.cim.co.uk/resources/ethics/ethicssustainability.aspx>
14. Ethics and Sustainable Marketing.
<http://academicwritingtips.org/component/k2/item/949-ethics-and-sustainable-marketing.html>
15. Ethics in marketing. <http://www.enotes.com/ethics-marketing-reference/ethics-marketing>
16. Godin, Seth. All Marketers Are Liars:
http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/files/Liarsexcerpt.pdf;
<http://www.squidoo.com/allmarketersareliars>
17. Godin, Seth. All marketers tell stories.
http://sethgodin.typepad.com/all_marketers_are_liars/2009/11/a-new-cover-a-new-foreword-but-the-same-book.html
18. Hackley, Chris (Critical Marketing): The Bifurcation of Managerialism and Social Science in Marketing Studies. *Journal of Marketing Management*, special issue on critical marketing (2009) 25 7-8 643-659. Also in: [A Model for Critical Marketing.pure.rhul.ac.uk/.../Hackley_JMM_Rev.doc](http://www.pure.rhul.ac.uk/.../Hackley_JMM_Rev.doc). 131 references.
19. [How Ethical Marketing Can Increase Affiliate Revenue](http://iaffiliatemarketingtips.com/how-ethical-marketing-can-increase-affiliate-revenue/)
<http://iaffiliatemarketingtips.com/how-ethical-marketing-can-increase-affiliate-revenue/>
20. Ferrell, O. C.; Johnston, Mark W.; Ferrell, Linda. A Framework for Personal Selling and Sales Management Ethical Decision Making. *Journal of Personal Selling & Sales*

Management, Fall2007, Vol. 27 Issue 4, p291-299, EBSCO
(<http://web.ebscohost.com/ehost/resultsadvanced?vid=3&hid=115&sid=cc79ca70-f21b-45b8-a4f8-4aaecb23a99b%40sessionmgr1091>.)

21. Friedman, Milton. The social responsibility of business is to increase its profits. The New York Times Sunday Magazine, September 13, 1970. Reprinted in Jennings M.M.. Business ethics. 4-th ed. Mason, OH: Thompson; 2003, pp.41-46.
(<http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>)

22. [Is There More to Ethical Marketing than Marketing Ethics?](http://bulletin.massey.ac.nz/V2/MB_V2_A2_Brennan.pdf) http://bulletin.massey.ac.nz/V2/MB_V2_A2_Brennan.pdf

23. Laczniak, Gene.R. Framework for Analyzing Marketing Ethics. Journal of Macromarketing. Spring. 1983.
<http://www.csulb.edu/journals/jmm/pdfs/6laczniak1983frameworkforanalyzing.pdf>

24. Laczniak, Eugene. [PDF] *Ethics of Marketing* - 2008
http://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1034&context=market_fac&seid=1&referer=http%3A%2F%2Fwww.google.bg%2Furl%3Fsa%3Dt%26rct%3Dj%26q%3Dethical%2520marketers%26source%3Dweb%26cd%3D10%26ved%3D0CHUQFjAJ%26url%3Dhttp%253A%252F%252Fepublications.marquette.edu%252Fcgi%252Fviewcontent.cgi%252Farticle%253D1034%2526context%253Dmarket_fac%26ei%3DR47IT6XSDIXktQaH-YWtDg%26usg%3DAFQjCNGPH5GhIS9ZC3bUPu47U5OIPyUqIQ#search=%22ethical%20marketers%22

25. MAANZ Marketing Code of Ethics. <http://www.marketing.org.au/esomar.aspx>

26. Marketing Ethics. <http://college.cengage.com/business/modules/markngethics.pdf>

27. Marketing Ethics - [The Chartered Institute of Marketing](http://www.cim.co.uk/filestore/resources/factfiles/ethics.pdf):
<http://www.cim.co.uk/filestore/resources/factfiles/ethics.pdf>

28. [Marketing Ethics. pdf free ebook download from www.orau.gov](http://www.orau.gov/):
<http://ebookbrowse.com/marketing-ethics-pdf-d279524978>

29. Marketing Ethics [at the Millennium](http://freedownload.is/pdf/marketing-ethics-at-the-millennium-38886.html): <http://freedownload.is/pdf/marketing-ethics-at-the-millennium-38886.html>

30. Marketing Ethics and Criticism. <http://www.squidoo.com/marketingisunethical>

31. [Murphy](http://www.powells.com/biblio?isbn=9780131848146), Patrick E. Ethical Marketing (Basic Ethics in Action) Synopsis & Review.
<http://www.powells.com/biblio?isbn=9780131848146>

32. [Newell Hampson-Jones](http://www.grenoble-em.academia.edu/nhj/Papers/175794/Against_Milton_Friedman_An_Argument_for_Corporate_Social_Responsibility). [Against Milton Friedman: An Argument for Corporate Social Responsibility](http://www.grenoble-em.academia.edu/nhj/Papers/175794/Against_Milton_Friedman_An_Argument_for_Corporate_Social_Responsibility) (http://www.grenoble-em.academia.edu/nhj/Papers/175794/Against_Milton_Friedman_An_Argument_for_Corporate_Social_Responsibility)

33. Schlegelmilch, Rodo B; Oberseder, Magdalena. Half a Century of Marketing Ethics: Shifting Perspectives and Emerging Trends. Journal of Business Ethics, Apr.2010, 1-13pp.
34. Sheth, Jagdish N; Sisodia, Rajendra S. [Raising Marketing's Aspirations](#). Journal of Public Policy & Marketing, Spring2007, Vol. 26 Issue 1, p141-143, EBSCO
35. Sustainable Marketing [Social Responsibility and Ethics](#).
<http://www.slideshare.net/michaelcloke/sustainable-marketing-social-responsibility-and-ethics>
36. [The Ethics of Sustainability](#).
<http://www.cce.ufl.edu/current/ethics/Ethics%20of%20Sustainability%20Textbook.pdf>
37. Marketing Code of Ethics. <http://www.knowthis.com/what-is-marketing/marketing-code-of-ethics> 2015 , последен достъп 27.11.2015, 17.36.
38. Ethics in Marketing. <http://www.knowthis.com/what-is-marketing/ethics-in-marketing> 2015, posl. Dostyp 27.11.2015., 17.40.
39. Criticisms of Marketing. <http://www.knowthis.com/what-is-marketing/criticisms-part-1>;
<http://www.knowthis.com/what-is-marketing/criticisms-part-2>;
<http://www.knowthis.com/what-is-marketing/criticisms-part-3> посл.достъп 27.11.2015;
18.35.
40. Social Responsibility in Marketing. <http://www.knowthis.com/what-is-marketing/social-responsibility-in-marketing> 27.11.2015; 18.37.
41. 4 Examples of Dubious Marketing Ethics 15.05.2015.
http://www.huffingtonpost.com/jonha-revesencio/4-examples-of-dubious-marketing-ethics_b_7292370.html ; последен достъп 27.11.2015.; 18.41.
42. Ethical Consumerism Isn't Dead, It Just Needs Better Marketing.
12.01.2015.<https://hbr.org/2015/01/ethical-consumerism-isnt-dead-it-just-needs-better-marketing>; последен достъп 27.11.2015; 18.45.
43. Social Responsibility & Ethics in Marketing. 06.02.2015. <http://www.entrepreneurial-insights.com/social-responsibility-ethics-marketing/>. Посл. Достъп 27.11.2015; 20.01ч.