



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ"

2700 Благоевград, ул. Иван Михайлов, 66
Tel. + 359 /73/ 8855 01, Fax: + 359 /73/ 8855 16

E-mail: info@swu.bg
<http://www.swu.bg>

Катедра „Мениджмънт и маркетинг“ Информационен пакет/ ECTS /

специалност „БИЗНЕС МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА”

Образователно-квалификационна степен „Бакалавър“

1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОГРАМАТА

Настоящата квалификационна характеристика отразява обхвата и равнището на професионалните знания и умения, които завършилите специалността трябва да придобият, както и областите на бъдещата им професионална реализация. Прагматично организираният учебен план е съобразен с изискванията на съвременния пазар на труда и има за основна цел да подготви конкурентоспособни, високо квалифицирани специалисти по маркетинг, иновации и брандинг за нуждите на бизнеса в страната и чужбина.

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Специалистите, завършили специалност “Бизнес маркетинг и реклама” придобиват задълбочени теоретични знания и практически умения свързани с пазарната стратегия, рекламната стратегия и маркетинговите проучвания; с новите методи и техники за вземане на иновативни решения за разработването на атрактивни продукти, които да достигнат до целева аудитория; с прилагането на новите технологии и инструменти за създаване на конкурентни продукти и иновативни марки в дигиталната ера. Обучението на студентите по тази специалност включва задължителна специализираща подготовка и избираеми дисциплини. Създават се предпоставки и възможности при използване на целият арсенал от познания.

Изучават се основите и принципите, върху които се изгражда съвременния модерен маркетинг, като се използва чуждият опит в тази насока. Формират се умения за адекватно вземане на решения, както и на превантивни мерки за избягване на риска в условията на непрекъснати промени. Придобиват се практически знания по възможните пазарни и рискови проблемни ситуации, както и извеждане на алтернативни решения за тяхното преодоляване в условията на конкуренция и неопределеност в пазарната конюнктура.

3. УСВОЕНИ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНТНОСТИ СЪГЛАСНО НАЦИОНАЛНАТА КВАЛИФИКАЦИОННА РАМКА

Знания

- Притежава и използва детайлни, теоретични и конкретни практически знания в областта на бизнес маркетинга и рекламата.
- Притежава разширени и задълбочени теоретични и фактологични знания, свързани с най-новите постижения в областта на маркетинга и рекламата.
- Прави критичен анализ на принципи и процеси.
- Самостоятелно интерпретира придобитите знания, като ги свързва с прилагането на факти и чрез критично възприемане, разбиране и изразяване на теории и принципи.

Умения

- Притежава умения за боравене със специализираната маркетингова терминология.
- Притежава умения да борава с информационни източници.
- Умее да намира, извлича и конспектира информация от различни източници в научната литература.
- Синтезира и оценява и обработва информация при самоподготовката си.
- Коректно подбира и прилага методите и средствата в областта на бизнес маркетинга и рекламата.
- Умее да създава самостоятелно научен текст и да го оформя в научни разработки с ясно определени цели, задачи, методологически апарат, резултати и изводи от изследването.
- Умее да подготвя презентации, с които да представя резултатите от своите научни разработки и изследвания.
- Притежава умения да решава и преодолява проблеми, обусловени от липсата на достатъчна вторична информация, целенасочени научни разработки по въпросите на бизнес маркетинга и рекламата, трудности при набирането на първична информация и пр.
- Прилага професионално знанията и придобития практически опит чрез нови, нестандартни подходи и добре аргументирани решения.
- Прилага логическо мислене и проявява новаторство и творчески подход при решаване на нестандартни задачи.

Компетентности

1. Самостоятелност и отговорност

- Притежава способност да интерпретира различни научни становища в областта на бизнес маркетинга и рекламата, като формулира собствени виждания.
- Създава и интерпретира нови знания в областта на бизнес маркетинга и рекламата чрез собствени изследвания или друга научна дейност.
- Проявява творческо мислене и практически умения при разработване и реализация на проекти с отчитане на влиянието на множество фактори.
- Оценява своето и чуждото изпълнение.
- Ръководи работа в екип и обучава други в професионален план.

- Притежава способност за административно управление на сложни професионални дейности, включително на екипи и ресурси.
- Поема отговорности при вземане на решения в сложни условия, при влиянието на различни взаимодействащи си и трудно предвидими фактори.
- Проявява творчество и инициативност в бизнес маркетинга и рекламата.
- Преценява необходимостта от обучение на другите с цел повишаване на екипната ефективност.

2. Компетентности за учене

- Притежава капацитета да подбира, усвоява и прилага необходимите знания при използването на първична и вторична информация.
- Критично оценява степента на своята подготовка и съответствие на знанията си с необходимите за професията.
- Последователно оценява собствената си квалификация чрез преценка на придобитите до момента знания и умения и планира необходимостта от разширяване и актуализиране на професионалната си квалификация.

3. Комуникативни и социални компетентности

- Анализира идеи, изразява проблеми и предлага решения в професионална среда на равнопоставени и висшестоящи, както и пред неспециалисти.
- Формулира убедителни становища, като използва качествени и количествени факти, аргументи и критерии.
- Излага разбираемо възгледите си по частни и глобални проблеми, оценява и приема аргументите на събеседниците си.
- Изразява отношение и разбиране по въпроси чрез използване на методи, основани на качествени и количествени описания и оценки.
- Проявява широк личен мироглед, като показва разбиране, ангажираност и солидарност с другите.
- Притежава необходимия капацитет да представя пред публика резултатите от своите разработки и проведени научни изследвания.

4. Професионални компетентности

- Събира, класифицира, оценява и интерпретира данни от областта на бизнес маркетинга и рекламата с цел решаване на конкретни задачи.
- Събира, обработва и анализира данни до оптимизационни или крайни решения или иновационни идеи.
- Способен е да подготвя и провежда самостоятелно научни изследвания.
- Притежава компетенциите да избира подходящите научноизследователски подходи и методи.
- Осигурява принос при решаване на оперативни задачи в стандартни и нестандартни ситуации.
- Намира решения на казуси от социален, морален и етичен характер, особено при работа в екип и при обучение.
- Прилага придобитите знания и умения в нови или непознати условия.
- Проявява способност да анализира в по-широк или интердисциплинарен контекст.
- Използва нови стратегически подходи.

- Формира и изразява собствено мнение по проблеми от обществен и етичен характер, възникващи в процеса на обучение.

4. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите бакалавърската програма „Бизнес маркетинг и реклама” получават специализирана подготовка, позволяваща им да работят съгласно Списъка на длъжностите в Националната класификация на професиите и длъжностите (2011 г.) като:

122	Ръководители по продажби, маркетинг и развойна дейност
1221	Ръководители по продажби и маркетинг
12216002	Управител, продажби и маркетинг
12216003	Мениджър покупки/продажби
12216004	Маркетинг мениджър/Директор маркетинг
12216005	Мениджър проучване на пазари
12216006	Ръководител, външнотърговска кантора
12216007	Ръководител, отдел по маркетинг
12216008	Ръководител, отдел по продажбите
12216009	Мениджър на търговската марка/Бранд мениджър
12217001	Търговски директор
1222	Ръководители реклама и връзки с обществеността
12226002	Ръководител звено, реклама
12226004	Мениджър, реклама
12226005	Управител, реклама и връзки с обществеността
2431	Специалисти по реклама и маркетинг
24316001	Анализатор, проучване на пазари
24316002	Експерт, маркетинг
24316003	Експерт, реклама
24316004	Експерт, политика на цените

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН

ОБЛАСТ НА ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ: 3. СОЦИАЛНИ СТОПАНСКИ И ПРАВНИ НАУКИ
 ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.8. ИКОНОМИКА
 СПЕЦИАЛНОСТ: БИЗНЕС МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА
 ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: БАКАЛАВЪР
 ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Микроикономика	8,0	1. Макроикономика	8,0
2. Математика	5,0	2. Иконометрия	5,0
3. Основи на правото	6,0	3. Статистика	6,0
4. Информационни системки и технологии	6,0	4. Избираема дисциплина II група	6,0
5. Избираема дисциплина I група	5,0	5. Избираема дисциплина III група	5,0
6. Спорт	0,0	6. Спорт	0,0
Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)	
Избираема дисциплина I група		Избираеми дисциплини II група	
1. Английски език I част	5,0	1. Делова кореспонденция	6,0
2. Немски език I част	5,0	2. Бизнес комуникации	6,0
3. Испански език I част	5,0	Избираеми дисциплини III група	
4. Писмена и говорна култура	5,0	1. Английски език II част	5,0
		2. Немски език II част	5,0
		3. Испански език III част	5,0
	Общо 30		Общо 30
Втора година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Маркетинг	8,0	1. Управление на рекламата	9,0
2. Основи на мениджмънта	6,0	2. Финансиране на предприятието	8,0
3. Комуникационна политика	6,0	3. Избираема дисциплина VI група	5,0
4. Избираема дисциплина IV група	5,0	4. Избираема дисциплина VII група	5,0
5. Избираема дисциплина V група	5,0	5. Избираема дисциплина VIII група	3,0
Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)	
Избираеми дисциплини IV група		Избираеми дисциплини VI група	
1. Планиране и прогнозиране	5,0	1. Международно право	5,0
2. Дистрибуционна политика	5,0	2. Търговско право	5,0
Избираеми дисциплини V група		Избираеми дисциплини VII група	
1. Маркетинг на услугите	5,0	1. Счетоводство	5,0
2. Икономика на труда	5,0	2. Контролинг на маркетинг дейност	5,0
		Избираеми дисциплини VIII група	
		1. Мениджмънт на иновациите	3,0
		2. Управление на фирмените инвестиции	3,0
		3. Управление на конкурентоспособността на предприятието	3,0

	Общо 30		Общо 30
Трета година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Управление на маркетинговия персонал 2. Реклама и медии 3. Маркетингови проучвания 4. Поведение на потребителя 5. Избираема дисциплина IX група	6,0 6,0 6,0 6,0 6,0	1. Цени и ценова политика 2. Управление на маркетинга 3. Основи на предприемачеството 4. Организиране и управление на рекламна политика 5. Избираема дисциплина X група	6,0 6,0 6,0 6,0 6,0
Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)	
Избираема дисциплина IX група 1. Антикризисно управление на предприятието 2. Организационно поведение 3. Икономически теории	6,0 6,0 6,0	Избираема дисциплина X група 1. Международен бизнес 2. Управление на продажбите и бизнес логистика 3. Управление на проекти	6,0 6,0 6,0
	Общо 30		Общо 30
Четвърта година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. 45 дни практика и защита на курсов проект 2. Международен маркетинг 3. Маркетингово планиране 4. Избираема дисциплина XI група 5. Избираема дисциплина XII група	2,0 7,0 7,0 7,0 7,0	1. Маркетингов анализ 2. Икономика на търговията 3. Избираема дисциплина XIII група 4. Избираема дисциплина XIV група Държавен изпит или защита на дипломна работа	5,0 5,0 5,0 5,0 10,0
Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)	
Избираеми дисциплини XI група 1. Лидерство и лидерски компетенции 2. Приложение на програмни продукти в маркетинговите изследвания 3. SPSS	7,0 7,0 7,0	Избираеми дисциплини XIII група 1. Управление на малкия бизнес 2. Личностен брандинг 3. Международни търговски институции 4. Електронен бизнес	5,0 5,0 5,0 5,0
Избираеми дисциплини XII група 1. Дигитален маркетинг 2. Убеждаваща комуникация 3. Управление на риска и застраховане	7,0 7,0 7,0	Избираеми дисциплини XIV група 1. Управленски решения 2. Организация на дейността на предприятието 3. Интелектуална собственост	5,0 5,0 5,0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 4 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 240 КРЕДИТА

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
Специалност: Бизнес маркетинг и реклама
ОКС «Бакалавър»

МИКРОИКОНОМИКА

ECTS кредити: 8

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е ориентиран предимно към анализа на основни аспекти от теорията и практиката на пазарната икономика от демократичен тип. В него се изясняват основни методологически постановки и се прави преглед на стопанските закони, валидни за цялата стопанска сфера /тези, имащи универсално значение/. Целта е да се обоснове тезата, че цялостната икономическа дейност имат както пряка, така и косвена връзка с основни въпроси на търсенето и предлагането, “силните” и “слаби” импулси на пазара, въпросите на “равновесието”, на ефективността и рентабилността, на провеждането на специфично планиране, отчитането на задължителни условия, осигуряващи стопанското развитие на субектите в дългосрочен план и т.н.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в теоретичната микроикономика. Предмет на микроикономиката. Роля и място на пазара в стопанския процес – пазарен механизъм. Структуриране на околната пазарна среда – стопански субекти и обекти. Понятие за благо в икономиката. Ограниченост на благата, видове блага. Обоснованост на икономическите решения. Начини и форми за генериране на стопански решения и тяхната реализация – теоретични аспекти. Факторна теория – красически постановки и нови тълкувания. Разделение на труда в съвременните условия и неговото влияние върху поведението на пазарните субекти. Стопанска политика – същност и цели на стопанската политика на макро- и микрониво. Пазарни структури – наследени структури, стихийно структуриране, деформации на пазара чрез виновно структуриране /монополи, картели/. Параметриране на пазарва. Понятие за планиране в условията на пазарна икономика.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МАТЕМАТИКА

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Финанси и отчетност

Стопански факултет

Анотация:

В курса на обучение по дисциплината се дават необходимите начални знания за решаване на системи линейни уравнения, функция - граница и производна, изследване на функция, интеграл и приложение на определен интеграл, и някои видове обикновени диференциални уравнения от първи, както и от по-висок ред. Изучават се основните видове съединения – вариации, пермутации, комбинации, необходими за изложението на количествените методи за обработка на данните, да се получат основни знания от теория на вероятностите, на база на които се изграждат методите на математическата статистика.

Съдържание на учебната дисциплина:

Множества и изображения. Реални числа. Комбинаторика. Математическа индукция. Детерминанти. Системи линейни уравнения. Полиноми. Координатни системи. Права в равнина. Линии в равнина. Безкрайни числови редици. Функции на една реална променлива. Непрекъснати функции. Производна и диференциали на функция. Основни теореми на диференциалното смятане. Изследване на функция. Неопределен интеграл. Определен интеграл. Геометрични приложения на определен интеграл.

Седмичен хорариум: 3л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

Приблизителни смятане на интеграли. Обикновени диференциални уравнения. Елементи от теория на вероятностите.

Технология за обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОСНОВИ НА ПРАВОТО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина цели усвояването от студентите на необходим и задължителен обем от знания в областта на теорията на правото, познаването на принципни положения на публичното и частното право, персонално боравене с терминологията на правото, както и изграждането на индивидуални практически умения и навици при тълкуването на правните норми и работата с нормативните актове. Учебната програма е съобразена с аналогичните принципни изисквания на европейските и националните университети към студентите, изучаващи специалности, които предпоставят правни знания като необходимо условие за успешната им подготовка и бъдеща практическа работа.

Съдържание на учебната дисциплина:

Развитие на държавата и правото. Понятие за право. Източници. Правна норма. Нормативни актове. Юридически факти. Правоотношения. Субекти на правото. Правосубектност. Представителство. Юридическа отговорност. Конституция на Република България. Законодателна и изпълнителна власт. Съдебна и местна власт. Гражданско право. Брак. Трудов договор. Наказателно право

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИНФОРМАЦИОННИ СИСТЕМИ И ТЕХНОЛОГИИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебното съдържание е ориентирано към изучаване на специфичните особености на най-често използваните информационни системи и типичните им сфери на приложение в икономиката. Учебната програма има за цел изясняване методиката на работа с информационните системи, някои особености в жизнения им цикъл и практическото им приложение за решаване на конкретни проблеми. В рамките на обучението по дисциплината Информационни системи се разглеждат конкретни примери от реалната стопанска дейност на предприятията и фирмите, предлагат се начини за решаване на проблеми и казуси по обработката на икономическата информация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основни понятия, задачи, дефиниции и класификации на бизнес-информационните системи. Информация и система. Данни и информация. Типове обработка на данни. Декомпозиция на системата до основен елемент-“черна кутия”. Информационни системи. Проектиране - подходи: вторичен продукт, нулев подход, ключова променлива, пълно изучаване и критичен фактор за успех, формална и неформална информация. Мрежи и разпределени системи. Локални и глобални мрежи. Блок-схеми на потоците от данни. Речници на данни. Таблицы за вземане на решения. Анализ и моделиране на данните.

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Моделирание “обекти-връзки”. Типове връзки - 1:n, m:n, 1:1, възвратни връзки. Операционни системи. Видове. Финансови коефициенти във фирмата. Анализ на собствеността, капиталовата и имуществената структура. Увод в математическата статистика. Основни коефициенти. Бизнес-модели с електронни таблици. Модели на финансовата математика и на сделките с ценни книжа. Анализ на пазара, планиране на количествата, образуване на цените, складово стопанство, печалби и загуби, баланс. Инвестиционни решения. Финансов анализ за избор на вариант между проекти. Финансов план на проекта. Софтуерни пакети за финансови изчисления и прогнозиране – Matlab, Octave. Основни команди в Octave. Отдалечен достъп. Схема за изчисляване на икономически показатели с използване на таблици за вземане на решения.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК I ЧАСТ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината се основава на общата програма по английски език за образователно-квалификационната степен бакалавър. Включва развиване на четирите вида комуникационни умения – говорене, четене, слушане и писане, като целта е да се задълбочат познанията на студентите по характерните особености на употребата на езика, да се обогати техния речников запас, познанията им по отношение на лексикалното богатство на английския език, да се разбират основните разлики между британския и американския стандарт. В същото време се развиват познанията им в областта на граматиката, като всички посочени умения трябва да се развият в способност за самостоятелно съставяне на свързани текстове. Необходимо е постоянното участие на студентите в семинарните занятия, както и самостоятелна подготовка, която да бъде обект на наблюдение и контрол.

Съдържание на учебната дисциплина:

Introduction into the course and placement test. Shopping habits 1. Shopping habits 2. Leisure activities 1. Leisure activities 2. Nature and environment 1. Nature and environment 2. Transport and travel 1. Transport and travel 2. Somewhere to live 1. Somewhere to live 2. Science and technology 1. Science and technology 2.

Технология на обучението и оценяване:

Необходимо е постоянното участие на студентите в семинарните занятия, както и самостоятелна подготовка, която да бъде обект на наблюдение и контрол. Обучението на студентите включва тяхното активно участие в семинарните занятия, а също така и непрекъснатата подготовка, текущи презентации, писмени проекти, наблюдение и контрол.

НЕМСКИ ЕЗИК I ЧАСТ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Практическият курс по немски език цели въвеждането в основите на немския език – азбука, цифри, падежни форми, лични местоимения, глаголни форми и сегашно време. Изграждането на основни познания в областта на лексиката и граматиката на съвременния немски език е необходимата база за по-нататъшното изучаване на дисциплината и усвояването на езикови навици за комуникация на специализирания чужд език.

Съдържание на учебната дисциплина:

Седмичен хорариум: 0л + 3су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 0л + 3су

Вид на изпита: писмен

Ertste Kontakte Sich begrüßen. Sich und andere vorstellen. Buchstabieren. Telefonieren: falsch verbunden. Rechnen. Beruf und Herkunft angeben und danach fragen. Zahlen bis 100, Gegenstände im Haus und Haushalt Gegenstände benennen und beschreiben. Preisangaben verstehen und notieren. Richtigstellen. Zahlen bis 1000. Essen und Trinken Essgewohnheiten beschreiben. Im Restaurant bestellen und bezahlen. Komplimente und Reklamation bei Tisch. Lebensmittel einkaufen. Freizeit Zurechtweisen. Um Auskunft bitten. Sich verabreden. Ansichtskarte schreiben. Wohnen Wohnungen beschreiben. Einrichtungsgegenstände kommentieren. Über Verbote informieren. Postkarte an Freunde schreiben.

Технология на обучението и оценяване:

Курсът започва с уводно ниво за овладяване на основните граматични правила при четене и писане на немски език. Структурата на простото изречение, задаването на въпроси с въпросителна дума и с инверсия, лични местоименни форми. Обучението протича по системата за практически немски език "THEMEN NEU AKTUELL 1" и в началото си е смесен българо-немски курс като постепенно обучението преминава на немски език. Схематично представяне на простото немско изречение и неговата съставка с българското се прилага с цел пренебрегване на интерференцията на родния език и на неговите аналитични форми за падежни отношения. Всяко езиково умение е представено като компонент от изпита, който съдържа писмена и устна част под формата на задаване и отговор на въпроси по разглеждана в упражнението тема.

ИСПАНСКИ ЕЗИК I ЧАСТ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината „Испански език първа част“ е предназначена за студенти без каквито и да било познания по испански език. Тя представя основните граматични единици на испанския език в тяхната цялост, поднася подходящо подбрани тренировъчни упражнения върху тях, адекватно обяснява особеностите на разговорната реч, като стимулира комуникативната компетентност и постепенно разчупва говорната бариера на курсистите. Семинарните занятия следват системата *NUEVO VEN 1*, която съдържа учебник, учебна тетрадка с упражнения и аудио диск с диалози и текстове за разбиране, развиващи основните комуникативни умения.

Съдържание на учебната дисциплина:

Hola! Saludos identificación personal deletrear Masc. /fem. de los sust. y adj; presente de ind. Presentación de los países de Hispanoamérica; Presentaciones. Tu/Usted; dar las gracias; saludo formal. Adj.pos; demostrativos Numerales 0-9; Ciudades y Comunidades Autónomas de España; Alquilar un piso. Ubicación, descripción, preguntar por la cantidad Art.determinados; mas numeros; forma negat; Tipos de viviendas. Barrios españoles e hispanoamericanos; Por la ciudad. Contactar con alguien; preguntar por la dirección. Art.indeterminados; hay; Moverse por la ciudad: Madrid; Comer en el restaurante. Pedir comida; preguntar el importe; deseos; Imperativo formal/ informal; gustar; querer; poder; Hábitos alimenticios; Háblame de ti. Describir a una persona; hábitos; la edad; V. reflexivos; adj.pos; Celebración de una boda; De compras. Colores y materiales; el precio; pedir permiso; Sg/pl de los adjetivos; pronombres pers.; Celebración de una boda; De compras. Colores y materiales; el precio; pedir permiso; Sg/pl de los adjetivos; pronombres pers.; Lugares para comprar. Mercados y mercadillos; Invitaciones. Invitar, aceptar, rechazar; citarse; expresar la obligación; Tener que+nfinitivo; Estar + gerundio; Fiestas tradicionales en España e Hispanoamérica.

Технология на обучението и оценяване:

Семинарните занятия по дисциплината протичат съгласно предварително зададения тематичен план за усвояване на основните граматични положения на езика и набиране на необходимия лексически запас. Ресурсното осигуряване на семинарните занятия се базира на специално подбраните учебници за работа, на предоставянето на автентични текстове и текстове за слушане от аудио касети и дискове. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и отговорността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол. Текущият контрол проверява говорните и писмените умения, както и работа с граматичен текст на основно ниво на познание на испанския език.

ПИСМЕНА И ГОВОРНА КУЛТУРА

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 0л + 3су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината запознава студентите с правописните и с правоговорните правила, действащи в момента в съвременния български книжовен език.

Съдържание на учебната дисциплина:

Правила за оформяне на рубрики. Правила за оформяне на текст под заглавие. Правила за оформяне на текстове към неезиков илюстративен материал. Текстове Правила за употреба на главни букви при адресиране и в обръщението на молби, официални писма и декларации. Правила за писане на главни букви в несвързан и в свързан текст. Правила за слято, полуслято и разделно писане при съществителните имена, прилагателните имена, числителните имена, наречията, сложните предлози. Правила за употреба на запетая в простото и в сложното изречение. Правила за употреба на кавички и на точка. Правила за употребата на променливото Я. Правила за метатеза на съчетанията -ър/-ръ- и -ъл/-лъ- . Правила за писане на пълен и на кратък определителен член. Правила за образуване на бройна форма със съществителни, назоваващи лица, и със съществителни, назоваващи нелица. Синтактично съгласуване. Правила за изговор на глаголни окончания, на определителни членове и на предлози.

Технология за обучение и оценяване

Занятията по дисциплината включват семинарни занятия. Темите за тях се обявяват предварително, като от студентите се изисква да участват в дискусиите по поставените за разглеждане въпроси с мнение, решаване на практически казуси, реферат. Окончателната оценка по дисциплината се формира чрез текущо оценяване.

МАКРОИКОНОМИКА

ECTS кредити: 8

Седмичен хорариум: 3л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща както основни общи проблеми на макроикономическата теория, измерителите на макроикономическата активност брутен вътрешен продукт, нетен национален продукт, личен и персонален доход, съвкупното търсене и предлагане, фискалната, монетарна и банкова политика, международна търговия, платежен баланс, валутен курс и икономическа интеграция. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за съществените характеристики на действащите икономически системи, основните принципи на икономическото мислене, мотивацията в действията на пазарните субекти. Ударението се поставя върху възгледите за еволюиращите модели на пазарното стопанство, системите, структурите и агентите на пазарните отношения, тенденциите и динамиката на определящите макроикономически показатели.

Съдържание на учебната дисциплина:

Предмет, обект и задачи на макроикономическата теория и политика. Основни макроикономически проблеми, макрополитики и инструменти. Измерители на макроикономическата активност. Система на националните сметки. Други показатели за измерване на стопанската активност. Икономическо благосъстояние. Съвкупно търсене и предлагане. Макроикономическо равновесие. Безработица и заетост. Инфлация и нейното влияние върху икономиката. Съвкупно търсене – определение и елементи. Потребление, инвестиции, държавни разходи и нетен експорт. Равновесен обем на производството. Равновесие между съвкупни разходи и доходи. Фискална политика. Пари и банкова система. Монетарна политика. Международни търговски отношения. Протекционизъм срещу свободна търговия. Валутен пазар и валутен курс. Платежен баланс.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИКОНОМЕТРИЯ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Курсът „Иконометрия” има за задача да изгради теоретичните основи за разбиране на проблема, свързан с измерването на икономическите процеси, тестването на икономическите теории, оценяването на иконометрични модели и използването им в практиката. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като в рамките на разумен компромис между теоретичния и емпиричния материал се дава приоритет на връзката между икономическата теория и реалните възможности за иконометричен анализ на поведението на фирмите, потребителите и макроикономическите процеси в икономиката.

Съдържание на учебната дисциплина:

Икономическа информация, процес на генериране на информация (Data Generating Process), локален процес на генериране на информация. (Local Data Generating Process). Математически модели: типология и структура. Фази на конструиране на модела. Предварителен статистически анализ. Линейни иконометрични модели с една обясняваща променлива. Иконометрични модели с едно уравнение и няколко обясняващи променливи. Иконометрични модели с няколко уравнения. Техники за оценка на модели с няколко уравнения. Тестване на статистически хипотези- средни величини. Тестове на вариации и хи квадрат. Тестове, приложими при иконометрични модели. Методи за анализ на временни редове. Анализ на икономическите цикли. Модели с ограничено зависими променливи. Стационарни случайни процеси, коинтеграция, ненаблюдаеми променливи.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СТАТИСТИКА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: Текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В лекционния курс по дисциплината се разглеждат статистическите методи и се разкриват тяхната същност и конкретното им приложение в икономическата практика. Семинарните и практическите занятия обхващат отделните тематични единици, декомпозирани в задачи и подзадачи. Специално внимание се обръща на възможностите за получаване на статистически характеристики с помощта на ПК и ППСП и се акцентира на интерпретацията на тези характеристики. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания на статистиката и тяхното практическо приложение при статистическо изучаване на икономически явления и процеси.

Съдържание на учебната дисциплина:

Статистиката – научно познание и практика. Статистическо изучаване. Основен понятиен апарат и символика на статистическия подход. Статистическо наблюдение. Статистическа групировка и статистически таблици и статистически редове. Статистически графики. Статистически анализи. Статистически величини. Средни величини. Статистическо разсейване. Емпирични статистически разпределения. Теоретични разпределения. Статистически заключения. Репрезентативно /извадково/ изучаване. Статистическо изучаване на зависимости. Статистическо изучаване на развитие. Индекси.

Технология на обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ДЕЛОВА КОРЕСПОНДЕНЦИЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: Текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има за цел да формира комуникативна компетентност при ползване на деловата реч в различни ситуации. Теоретико-практическата ѝ насоченост позволява усвояване на основни знания за деловото общуване и на умения за успешно съставяне на делови текстове и документи съгласно нормативно-методическите изисквания на националните и международни стандарти.

Курсът лекции представя основните типове кореспонденция в деловата сфера. На базата на съвременните теоретични постановки за деловото общуване се дават знания за различните жанрове на административната, търговската, протоколната кореспонденция и кореспонденцията на европейските институции. Особено внимание се отделя на тези видове кореспонденция, които са свързани с бъдещата професионална реализация на студентите. Акцентира се върху спецификата на деловия стил, език и етикет.

Съдържание на учебната дисциплина:

Речева комуникация и делово общуване. Видове кореспонденция. Делова кореспонденция и документация. Нормативна база и инструментариум. Делово писмо – същност, модели, реквизити.

Типове делови писма и изисквания при съставянето им. Автобиография. Административна кореспонденция – организационно-разпоредителни документи, справочно-инф. документи и документи от общ характер. Търговска кореспонденция – търговски писма, контрактни документи, транспортни документи. Дипломатическа кореспонденция – елементи на дипломатическите документи, основни видове дипломатическа кореспонденция. Език и стил на деловата кореспонденция.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В курса от лекции са представени в систематизирана форма знания по бизнес-комуникации и връзки с обществеността. Учебната дисциплина има за цел да даде системни знания по основните проблеми на бизнес-комуникациите на съвременния етап. Целта е да се изяснят основните проблеми, свързани със същността на личностното общуване и уменията да се общува ефективно, вербални и невербални комуникации, изкуството да се водят преговори, бизнес-етикета, подходите и методите за тяхната реализация, изисквания на съвременния бизнес-етикет, както и свързаните с това теоретични дискусии. При интерпретирането на тези проблеми се отчитат, както отражението на прехода, така и изискванията на националните и международните стандарти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на етиката на деловите отношения и комуникациите в организацията. Закономерности на междуличностните отношения. Етични проблеми на деловите отношения. Етика и етични норми в дейността на организацията. Етика и норми на етично поведение на ръководителя. Етика при решаване на спорните въпроси и конфликтни ситуации. Делово общуване и неговото управление. Комуникационна

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

култура в деловото общуване. Вербално общуване. Невербално общуване. Дистанционно общуване. Правила и етикет на деловите отношения – правила на деловите отношения, етикет на деловия човек, етикет на деловите отношения. Особенности на деловото общуване с чуждестранни партньори. Културата на организацията. Културата като ценностна система. Корпоративна култура. Компоненти на модерната корпоративна (фирмена) култура. Компоненти на модерната корпоративна култура. Международен бизнес-етикет.

Технология на обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК II ЧАСТ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 0л + 3су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината се основава на общата програма по английски език за образователно-квалификационната степен бакалавър. Включва развиване на четирите вида комуникационни умения – говорене, четене, слушане и писане, като целта е да се задълбочат познанията на студентите по характерните особености на употребата на езика, да се обогати техния речников запас, познанията им по отношение на лексикалното богатство на английския език, да се разбират основните разлики между британския и американския стандарт. В същото време се развиват познанията им в областта на граматиката, като всички посочени умения трябва да се развият в способност за самостоятелно съставяне на свързани текстове. Необходимо е постоянното участие на студентите в семинарните занятия, както и самостоятелна подготовка, която да бъде обект на наблюдение и контрол.

Съдържание на учебната дисциплина:

Good health 1. Good health 2. Holidays 1. Holidays 2. Books and reading 1. Books and reading 2. Progress test 1. Food and drink 1. Food and drink 2. Work and business 1. Work and business 2. In the news 1. In the news 2. People. Progress test 2.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението на студентите включва тяхното активно участие в семинарните занятия, а също така и непрекъснатата подготовка, текущи презентации, писмени проекти, наблюдение и контрол. Студентите се информират за организацията на провеждане на обучението, за особеностите на предвидения текущ контрол и за системата за оценка на знанията още на първото семинарно упражнение.

НЕМСКИ ЕЗИК II ЧАСТ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 0л + 3су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Практическият курс по немски език цели затвърждаването на придобитите знания в I ниво, като въвежда нови знания и умения в немския език – глаголни форми на минало перфектно и претеритални форми. Изграждането на основни познания в областта на лексиката и граматиката на съвременния немски език продължава като в този курс се акцентува на по-сложни изрази и фрази, необходими за по-нататъшното изучаване на дисциплината и усвояването на езикови навици за комуникация на специализирания чужд език.

Съдържание на учебната дисциплина:

Wohnen Wohnungen beschreiben. Einrichtungen - gegenstände kommentieren. Über Verbote informieren. Postkarte an Freunde schreiben. Krankheit. Beschwerden beschreiben. Ratschläge geben und weitergeben. Jemanden zu etwas drängen. Ein Ansinnen zurückweisen. Erzählen, wie etwas passiert ist. Sich vergewissern.

Alltag Über Ereignisse und Tätigkeiten Auskunft geben. Etwas weitererzählen. Sich vergewissern. Ein Ansinnen zurückweisen. Arbeitsaufträge geben. Erzählen, was passiert ist. Orientierung in der Stadt Orte angeben. Den Weg beschreiben. Vorteile und Nachteile nennen. Kaufen und schenken Wünsche äußern. Geschenk-vorschläge machen, verwerfen und gutheißen. Einladung schreiben. Kaufwünsche äußern.

Технология на обучението и оценяване:

Курсът започва с преговор на основните граматични правила – падежни форми, лични местоимения, спрежение на силни и слаби глаголи. Структурата на простото изречение се разширява с определения за време, място, начин. Затвърждават се местоименните форми, като се допълват форми за притежателни и въпросителни местоимения. Обучението протича по системата за практически немски език, продължение на първата част, „THEMEN NEU AKTUELL 6 -10” и обучението се води изцяло на немски език. Продължава работата с текстове за самостоятелна работа, като част от тях се предоставят за преразказване и коментиране. Писането на собствени текстове на теми от ежедневието цели да затвърди сигурността у студента за способност за комуникация на чуждия език. Правилния правоизговор се постига със наизустяване на по-сложни пословици, поговорки и скоропговорки. Текущ контрол на говорните и писмените умения, както и с граматичен текст и един лексикален тест.

ИСПАНСКИ ЕЗИК II ЧАСТ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината „Испански език, втора част” продължава практическия курс по испански език от първия семестър. Курсът следва две учебни системи: *NUEVO VEN I*. Той е насочен към усвояването от студентите на основни комуникативни умения, да се разбират на едно малко по-високо от елементарното ниво и да съставят по-дълги и смислени изказвания /устно и писмено/, в съответствие с правилата на испанския език. Целта е в края на курса студентите да имат един активен набор от думи и фрази, върху които се гради лексикалният “скелет” на езиковия курс за това ниво; те трябва да могат да четат, слушат и разбират текстове на испански език, повечето от които в диалогична форма, да се изразяват на този език, така че да бъдат разбирани от други негови носители; да съставят определени несложни писмени текстове с различно предназначение. Другата основна цел съвпада с тази от първата част, а именно - място да осигури усвояването на съществените раздели на граматиката, да подготви студентите за свободна комуникация в областта на икономиката, туризма и на банковото дело.

Съдържание на учебната дисциплина:

Preparar una excursión. Expresar intenciones, alternativas...; Marcadores de tiempo: Ir a + infinitivo. Lugares y monumentos de interés: Andalucía. ¿Qué has hecho? Hablar de hechos pasados. dar excusas; Preterito perfecto; preterito indefinido; Pintura esp. e hispanoamericana. Cuéntale qué pasó. Describir estados de ánimo y objetos; Preposiciones: en, a, desde, hasta, entre; pron. negativos nadie/nada; Música hispanoamericana. Viajar en avión. Hacer proyectos y predecir; hablar por teléfono; Comparación. Futuro imperfecto; El tiempo en Hispanoamérica. Antes y ahora. Describir en pasado; expresar la frecuencia; El v. “quedar”. Preterito imperfecto; Una visita a ciudad de México. Instrucciones. Expresar obligación, posibilidad, negación, indiferencia; Pron. pers. CI. Las condiciones. Hay que + infinitivo. La lengua española en el mundo. Acontecimientos del pasado. Expresar acciones interrumpidas por otra; Pr. indefinido; Estructuras comparativas; Acontecimientos históricos en España desde 1975.

Технология на обучението и оценяване:

Семинарните занятия по дисциплината „Испански език, втора част” протичат съгласно предварително зададения тематичен план за усвояване на основните граматични положения на езика и набиране на необходимия лексически запас от още 1000 нови думи. Ресурсното осигуряване на семинарните занятия се базира на специално подбраните учебници за работа, на предоставянето на автентични текстове и текстове за слушане от аудио касети и дискове. Семестриалният изпит включва писмена и устна част под формата на задаване и отговор на въпроси, свързани с тематиката от семинарните занятия.

МАРКЕТИНГ

ECTS кредити: 8

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Седмичен хорариум: 3л + 2су

Вид на изпита: писмен

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг
Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел да задоволи потребността на студентите от знания за икономическите методи на управление в условията на пазарна икономика. В процеса на обучение ще бъде получена достатъчно информация за методите и подходите как правилно да се решават проблемите на производството и реализацията на продукцията на фирмите, как бързо да се приспособяват към потребностите и промените на пазара, защо да се диференцира спрямо потенциалните потребители и др. в програмата е предвидено разглеждането на основни въпроси, касаещи същността, ролята, средствата и възможностите на маркетинга. Целта е да доразвие получените теоретични знания в областта на маркетинга и да им придаде практическа насоченост и завършеност. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Възникване, роля и концепции на маркетинга. Маркетингова среда. Методическо и информационно осигуряване и приложение на маркетинговите проучвания. Маркетингови програми. Изследване на пазарите, потребностите и потребителите. Целта на първата част е студентите да придобият знания и умения, относно маркетинговите мероприятия, като се формира ясна представа и убеждение в студентите, че маркетингът е силен инструмент за постигане на фирмените цели. Усвояване на терминологичния апарат и основните постановки, характеризиращи маркетинговата дисциплина. Маркетингови стратегии. Сегментиране на пазара и позициониране на продуктите. Маркетингови служби. Стоката като маркетингово средство. Дистрибуцията като маркетингов инструмент. Цените като маркетингово средство. Проникването на стоките като маркетингово средство. Планиране и контрол на маркетинговата дейност.

Технология за обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОСНОВИ НА МЕНИДЖМЪНТА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг
Стопански факултет

Анотация:

Акцентира се върху теорията и съчетана с практико-приложния ѝ характер и различието между опита на водещите в света фирми и нашата управленческа практика. Дисциплината кореспондира най-пряко с по-частните управленчески науки като Персонален мениджмънт, Производствен мениджмънт, Иновационен мениджмънт и пр., така също и с дисциплините маркетинг, макро и микроикономика. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат базови знания по теория на управлението, които да им послужат като основа при изучаването на други, по-частни управленчески науки.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на управлението. Исторически преглед. Основни школи и направления. Сравнителен анализ между американската, западно-европейската и японските школи на управление. Стратегическо управление. Същност и видове стратегии. Външна среда - същност, индикатори. Алгоритъм и изграждане на стратегията. Стратегия, цели и мисия на фирмата. Фирмена култура. Стратегическо планиране - същност, етапи, алгоритъм. Методи за стратегически анализ. Матрица на БКГ и на "Дженерал Електрик". Диверсификационна и конкурентна стратегия. Изграждане на управленчески структури. Видове ОУС. Препоръки за изграждането им. Механизъм и вземане на управленчески решения. Експертни оценки. Групово вземане на решения. Кадрова политика на фирмата. Същност и форми. Мотиви, стимули и потребности. Пирамида на Маслоу. Разрешаване на трудовите конфликти.

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Природа на ръководната дейност. Стиллове на управление. Лидерство и власт. Характеристика на мениджъра.

Технология на обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КОМУНИКАЦИОННА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Изучаването на дисциплината е предпоставка за обогатяване на социалната и икономическата култура на студентите, като осигурява възможност за използване на целия арсенал от познания, придобити в процеса на обучението им по специалността. Дисциплината дава шанс за трениране на логическата мисъл, придавайки възможност за генериране на свежи идеи, като насърчава студентите да оценят преимуществата на нетрадиционното мислене. Дисциплината има възлово място в процеса на формиране на системата от научни знания, умения и навици, необходими за студентите придобиващи бакалавърска степен по спец. Бизнес мениджмънт и предприемачество. Основвайки се на общите и специфичните знания, получени в общия курс по основи на маркетинга, обучението се явява като продължение и логическо надграждане на познанията, с успоредно усвояване на нови знания, формиране на навици и умения, които ще имат висока практическа стойност за студентите за тяхната бъдеща реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в маркетинговите комуникации. Теория за интегрираните маркетингови комуникации и ролята им за съвременната фирма. Същност, място и роля на рекламните комуникации. Типология на рекламата. Печатни средства за разпространение на рекламата. Реклама по електронно-излъчвателните медии. Алгоритъм на изграждане на рекламна стратегия. Онлайн рекламни комуникации. Маркетинг в социалните медии (social media marketing).

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПЛАНИРАНЕ И ПРОГНОЗИРАНЕ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В учебната програма по дисциплината са включени теми, които акцентират върху теоретико-методологическите въпроси на планирането и прогнозирането. Разкриват се същността и съдържанието на плановия процес, извеждат се принципите, на които се основава той и се характеризират различните видове планове. Разглежда се разработването на национални, регионални и общински планови документи. В програмата значително място се отделя на темите, свързани с фирменото планиране - стратегическо фирмено планиране и планиране на дейностите по отделните функционални направления стопанската организация. Характеризират се отделните видове стратегии и се акцентира върху методите за анализ. Разглеждат се подходи, методи и показатели за планиране на различните дейности на фирмата. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания и умения по изучаваната материя и да се формира у тях ясна визия и убеждение, че планирането като основна

управленска функция изисква притежаването на съвременна планова култура и капацитет за обосновано определяне на целите, задачите, стратегиите и ефективен тактически инструментариум на всички равнища.

Съдържание на учебната дисциплина:

Обща характеристика на планирането. Системен подход в планирането. Прогнозиране -същност на прогнозирането, видове прогнози, методи за прогнозиране. Национално планиране. Регионално планиране. Планиране развитието на общината. Бизнес план. Стратегическо фирмено планиране. Стратегически бизнес план. Стратегии на предприятието. Функционални бизнес планове. Контрол върху изпълнението на бизнес плана. Предпоставки за ефективен контрол.

Технология на обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ДИСТРИБУЦИОННА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 1у

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има за цел да се запознаят студентите със същността, ролята и значението, функциите и дейностите на физическата дистрибуция на стоките, а също с участниците в дистрибуционния процес. Разглеждат се новите направления на развитие на физическата дистрибуция, свързани с бизнес логистиката, а също новите предизвикателства на развитие на дистрибуцията в условията на глобализация и разширяване на Европейския съюз. Отделено е необходимото внимание на управлението и организацията на физическата дистрибуция, на управлението и организацията на физическата дистрибуция, на управлението на материалните запаси, складовото стопанство, транспортното обслужване. Специално внимание се отделя на въпросите на обслужването на клиентите, в това число следпродажбеното обслужване и на развитието на компютърни информационни и комуникационни системи и технологии на физическата дистрибуция.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност, цели и стратегии, функции и дейности, роля и значение на физическата дистрибуция. Участници в дистрибуционния процес. Бизнес логистика и физическа дистрибуция. Нови предизвикателства в развитието на физическата дистрибуция в условията на глобализация и разширяване на ЕС. Фирменото планиране и дистрибуцията. Управление на физическия поток в дистрибуционния процес. Организация на управленските структури и дейности. Управленски решения относно каналите на физическа дистрибуция. Избор на канал. Избор на дистрибутори. Управление на материалните запаси. Складова дейност. Управление на складовото стопанство. Транспортно обслужване на физическата дистрибуционна система. Избор на вида на транспорта. Решение при ползване на външни превозвачи или на собствен транспортен парк. Обслужване на клиентите в дистрибуционната верига. Компютърни информационни и комуникационни системи на физическата дистрибуция. Формирането на цените и ценовата политика във връзка и зависимост от дистрибуцията.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МАРКЕТИНГ НА УСЛУГИТЕ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг
Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината “Маркетинг на услугите” е насочен към изясняване на основните маркетингови практики касаещи третичния сектор. Изучаването на дисциплината надгражда придобитите знания в базовия курс на обучение по маркетинг, като обогатява социалната и икономическата култура на студентите, като осигурява възможност за използване на придобитите познания по специалността.

Дисциплината насърчава студентите към логическо третиране на въпроси, касаещи трайното позициониране на фирмите на пазара, като подпомага успешния бизнес мениджмънт. Дисциплината има възлово място в процеса на формиране на системата от научни знания, умения и навици, необходими за студентите, придобиващи бакалавърска степен по спец. Бизнес мениджмънт и предприемачество. Основавайки се на общите и специфичните знания, обучението се явява като продължение и естествено надграждане на познанията, което ще разшири кръгозора и възможностите при реализация на студентите по съответното професионално направление.

Съдържание на учебната дисциплина:

Услугата като обект на маркетинга. Маркетингов инструментариум при услугите. Процес на „производство“ на услугите. Условия и среда на предоставяне на услугите. Роля и ангажираност на персонала в предлагането на услуги. Качество на услугите. Производителност на услугата.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИКОНОМИКА НА ТРУДА

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг
Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината е разработен в съответствие с общите цели на специалност “Бизнес маркетинг и реклама”. В структурно отношение обхваща: основни страни и характерни черти на съвременния труд; същност, характеристики и особености на пазара на труда, основни проблеми на съвременния пазар на труда; същност, видове, състояние, тенденции и управление на заетостта и безработицата; същност и елементи на цената на труда и работната заплата, форми и системи на заплащане на труда; качество на труда и работната сила; същност и управление на условията на труд, същност и характеристики на индустриалните отношения; същност, значение, измерители и подходи за повишаване на производителността на труда. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания и да придобият практически умения в тази предметна област.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основни страни и характерни черти на съвременния труд. Същност, характеристики и особености на пазара на труда. Актуални проблеми на съвременния пазар на труда. Същност, измерители, равнище и динамика на заетостта и безработицата. Форми и видове заетост и безработица. Управление на заетостта и безработицата. Цена на работната сила. Заплащане на труда. Безопасни и здравословни условия на труд. Производителност на труда. Качество на труда и на работната сила. Индустриални отношения.

Технология на обучението и оценяване:

За да осигури качествено обучение на студентите, дисциплината съчетава гъвкаво различни методи и форми на обучение: лекции по възлови теми, семинарни упражнения и самостоятелна работа под формата на курсова работа. Формите на контрол също са съобразени с естеството на дисциплината – провеждането на контролни проверки, тестове, обсъждане на казуси по време на семинарните занятия и писмен изпит за проверка на знанията. Очакваните резултати са след преминаване на курса по

дисциплината, студентите да са придобили основни знания за и практически умение свързани с икономиката на труда.

УПРАВЛЕНИЕ НА РЕКЛАМАТА

ECTS кредити: 9

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Изучаването на дисциплината е предпоставка за обогатяване на социалната и икономическата култура на студентите, като осигурява възможност за използване на целия арсенал от познания, придобити в процеса на обучението им по специалността. Дисциплината дава шанс за третиране на логическата мисъл, придавайки възможност за генериране на свежи идеи, като насърчава студентите да оценят преимуществата на нетрадиционното мислене.

Дисциплината има възлово място в процеса на формиране на системата от научни знания, умения и навици, необходими за специалиста-маркетолог. Основавайки се на общите и специфичните знания, получени в общия курс по основи на маркетинга, обучението се явява като продължение и логическо надграждане на познанията, с успоредно усвояване на нови знания, формиране на навици и умения, които ще имат висока практическа стойност за студентите за тяхната бъдеща реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в управлението на рекламата. Рекламата и останалите елементи в комуникационния микс. Роля на рекламата в промоционалния микс. Рекламна аудитория. Характеристики на рекламната аудитория. Фактори, влияещи върху нагласите на аудиторията. Управление на рекламния процес. Рекламни стратегии. Планиране на рекламна кампания. Създаване на рекламно послание и копирайтинг. Роля на креативността в копирайтинга. Рекламни обекти. Мисия. Медиа планиране. Тестване на рекламната ефективност. Подготовка и избор на методи за рекламен бюджет. Етически и социални аспекти в рекламата. Управление на рекламната агенция. Роля на рекламата за националното развитие.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ФИНАНСИРАНЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 8

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс има за цел да предостави на студентите основни знания и инструменти за финансирането и финансовото управление на различни по юридическа регистрация търговски дружества. В резултат на обучението студентите ще усвоят знания и ще придобият умения за анализ на финансовото състояние на предприятието с акцент върху ликвидност, платежоспособност и рентабилност, анализ и оценка на управлението на оборотния капитал на предприятието, прилагане на основните методи за оценка на ефективността на инвестиционните проекти и инструменти за дългосрочно финансиране на фирмата.

Съдържание на учебната дисциплина:

Финанси и финансово управление на предприятието - основни понятия. Годишни финансови отчети. Анализ на годишните финансови отчети. Рентабилност, ликвидност и платежоспособност на предприятието. Амортизация и амортизационна политика. Анализ и управление на оборотния капитал на предприятието. Критичен обем на продажбите. Капиталово бюджетиране. Оценка на ефективността на инвестиционните проекти на предприятието. Дългосрочно финансиране на предприятието, цена и доходност на финансовите активи. Анализ на чувствителността. Стратегическо финансово планиране.

Седмичен хорариум: 3л + 3су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 2су

Вид на изпита: писмен

Технология на обучение и оценяване:

За да осигури качествено обучение на студентите, учебната дисциплина съчетава гъвкаво различни методи и форми на обучение: лекции по възлови теми, казуси и самостоятелна работа. Формите на контрол също са съобразени с естеството на дисциплината – провеждането на контролни проверки под формата на тестове, обсъждане на казуси по време на аудиторните занятия и писмен изпит за проверка на знанията.

МЕЖДУНАРОДНО ПРАВО**ECTS кредити:** 5**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър:** 4**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина дава на студентите необходимите теоретични знания и практически умения за материалните и процесуалните отношения. Целите и задачите на учебната дисциплина са студентите да придобият базови знания и практически умения по преподавания материал. Очакваните резултати се изразяват в придобиването от студентите на познания относно основните правни понятия, валидни за частния сектор и умения за самостоятелно прилагане на теоретичния материал в практиката.

Съдържание на учебната дисциплина:

Понятие за МПП. Определение и характерни особености. Възникване и развитие на международното право. Международноправни норми. Кодификация на МПП. Източници на международното право. Международни договори. Международен обичай. Общи принципи на правото. Актове на международните организации. Решения на Международния съд и международните арбитражи. Национално законодателство. Международно и вътрешно право. Международно признаване. Международно правоприемство. Правен режим за мирно уреждане на международни спорове. Международна отговорност.

Технология на обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТЪРГОВСКО ПРАВО**ECTS кредити:** 5**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър:** 4**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина „Търговско право“ съдържа правния статут на търговците и техните правни форми, в които могат да извършват търговска дейност, общите положения за търговските дружества и видове такива. Изучават се отделните търговски сделки. Дисциплината има за предмет и на изучаване на материята относно производствата по несъстоятелност и ликвидация. Учебната програма на дисциплината е съобразена със съвременните изисквания за обучение на студенти – икономисти. Вниманието на студентите се насочва към овладяване на знания относно основните положения на търговското право и практиката по неговото прилагане. Знанията, придобити вследствие обучението, са важни както за теоретическата подготовка на студентите, така и за тяхната реализация в практиката на национално и международно ниво.

Съдържание на учебната дисциплина:

Търговско право – определение и система. Понятие за търговец. Търговска фирма и седалище. Предприятие и клонове. Едноличен търговец. Търговски дружества – определение и видове. Събирателно дружество. Командитно дружество. Дружество с ограничена отговорност. Акционерно дружество. Акции и облигации. Търговски сделки – понятие и видове. Търговска продажба. Договор

Седмичен хорариум: 2л + 1су**Вид на изпита:** писмен**Седмичен хорариум:** 2л + 1су**Вид на изпита:** писмен

за лизинг. Комисионен договор. Спедиционен договор и договор за превоз. Банкови сделки. Менителница. Запис на заповед. Чек. Ликвидация и търговска несъстоятелност.

Технология на обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СЧЕТОВОДСТВО

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има за задача да предостави на студентите задълбочени знания за теоретичните основи и методическите подходи във връзка с регистрирането, обработката и подготовката на отчетна информация от предприятията и нейното представяне във финансовите отчети. С оглед на това главният акцент се поставя върху потребността от добро познаване и разбиране на вътрешната логика, структурата и съдържанието на отделните елементи на годишния финансов отчет, върху всеобхватното запознаване с механизмите на въздействие на стопанските операции върху отчетните елементи, което би позволило на бъдещите икономисти, анализатори и управленци да ползват в своята професионална дейност структурирана отчетна информация, чийто произход могат да проконтролират и оценят самостоятелно за достоверност. Излаганият материал, илюстративните примери, предвидените казуси и практическите задачи целят да се затвърдят получените в рамките на лекционния курс познания, като стимулират потребността от по-нататъшното им самостоятелно разширяване от студентите и доразвиване чрез реално приложение в практиката.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в счетоводството. Счетоводни принципи и документиране. Активи. Източници. Стопанска операция. Приходи и разходи. Парични средства. Счетоводна сметка. Сметкоплан и проверка на верността на записванията по счетоводните сметки. Счетоводна статия. Отчитане на амортизируемите активи. Амортизация на амортизируемите активи. Отчитане на материалните запаси. Отчитане на разходите и приходите и определяне на финансовия резултат.

Инвентаризация на имуществото, на вземанията и задълженията. Форми на счетоводната отчетност.

Технология на обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КОНТРОЛИНГ В МАРКЕТИНГОВАТА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината е разработен в съответствие с общите цели на специалност "Бизнес маркетинг и реклама". Изучават се същността и функциите на контрола и неговите характеристики в маркетинговата дейност. Специално внимание се отделя на въпросите, свързани с видовете контрол, ролята на управленския контрол и одитния процес. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания по общите проблеми на контролната дейност, като се отчитат постиженията на съвременната теория и изискванията на практиката. Основните задачи, които следва да бъдат

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

решавани при реализацията на учебната програма са усвояване на теоретични и практико-приложни знания и умения, свързани с проблематиката на изучаваната учебна дисциплина.

Съдържание на учебната дисциплина:

Контрол и контролинг – същност и основни характеристики. Субекти и обекти на контрола. Контролът като обществено отношение и като управленска функция. Методи и техники за контрол. Контрол в маркетинговата дейност – характеристика и елементи. Системи за контрол. Финансово управление и контрол – цели и задачи. Контролна среда на вътрешния контрол. Контролни дейности. Управление на риска – външни и вътрешни фактори. Информация и комуникация в контролната дейност. Методи за събиране на информация, документиране и архивиране. Мониторинг – форми за осъществяване на мониторинг. Одитен процес. Оперативен и оперативно-тактически контрол. Бюджетен контрол – планиране и методика. Същност на стратегията и стратегическия контрол в организацията. Избор на одиторска стратегия и определяне вида и обема на проверките. Контрол на качеството – вътрешни и външни оценки.

Технология на обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МЕНИДЖМЪНТ НА ИНОВАЦИИТЕ

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В курса от лекции са представени в систематизирана форма възгледи, знания и формулировки на различни водещи автори и икономисти, характеризиращи същността, условията и съдържанието на учебната дисциплина по мениджмънт на иновациите. Иновационната дейност се разглежда в неговата функционална и технологична последователност, на двете възможни и най-широко изследвани нива – макроикономическо и на микроравнище, при което посочените трактовки, изводи и становища взаимно се предполагат и функционално обуславят. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат стабилни знания и да формират конкретни умения в тази изключителна важна област на съвременната икономика, която на настоящия етап започва безусловно да се счита за водеща, особено при наличието на пазар и конкуренция. Анализира се дейността по прилагането на интегриран подход към иновациите като в курса се поставят и разглеждат редица общи и конкретни /частни/ икономически особености, характеризиращи стратегиите, формите и средствата за осъществяване на иновационна дейност в страната, посочват се субектите и необходимите качества за осъществяване и реализация на иновации, разкрива се степента на иновационната активност и бариерите пред тях, състоянието, формите и темповете на иновациите в нашата страна, европейските практики в това отношение и др. подобни.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение, цел и задачи на учебната дисциплина. Иновациите – централен проблем на стратегиите и политиката на развитие на съвременната икономика. Роля на иновациите в предприемаческата дейност. Иновационен процес. Класификации на иновациите. Стратегии за осъществяване на иновационна дейност. Иновационни мрежи. Характеристика на предприемача и новатора. Иновационна активност и бариери пред иновациите. Иновация и интелектуална собственост. Мениджмънт на иновациите и тенденциите в иновационната дейност. Изграждане на иновационна инфраструктура в България. Развитие на европейското изследователско пространство.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ФИРМЕНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината е разработен в съответствие с общите цели на специалност "Бизнес маркетинг и реклама". В структурно отношение обхваща: основни общи проблеми на управлението на фирмените инвестиции, вкл. и в контекста на усвояването на средствата от структурните и кохезионни фондове на ЕС; подходи и методи за анализ и оценка на фирмените инвестиционни проекти; подходи и методи за анализ и оценка на риска при фирмените инвестиционни проекти. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за управлението на фирмените инвестиции, формирането и основните подходи за реализация на фирмената инвестиционна стратегия и политика в съвременните условия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са усвояване на знания и умения за: управлението на фирмените инвестиции и инвестиционния процес във фирмата; разработване на фирмените инвестиционни проекти и анализ, оценка и избор на фирмените инвестиционни проекти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Иновациите - основа на инвестирането. Същност и характерни черти на иновациите. Класификация и структура. Същност и видове инвестиране и финансиране. Видове, елементи и структура на фирмените инвестиции. Основни инвестиционни носители и концепции. Фирмените инвестиции като обект на икономическото регулиране. Роля на мотивацията за инвестиране. Същност и компоненти на капиталните вложения като форма на инвестиционната дейност на фирмата. Същност и значение на инвестиционното проектиране при реализирането на инвестиционната политика на фирмата. Основни финансови концепции. Времева стойност на парите. Компондиране и дисконтиране на парични потоци. Аноутети. Критерии и методи за оценка на фирмените инвестиционни проекти. Статични методи. Динамични методи. Избор между алтернативни фирмени инвестиционни проекти. Методи за избор между два или повече проекта. Същност и видове риск при фирмените инвестиционни проекти. Подходи и методи за анализ и оценка на риска. Управление на фирмените инвестиции в контекста на усвояването на структурните и кохезионни фондове на ЕС.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на занятията, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината "Управление на конкурентоспособността на предприятието" е разработен в съответствие с общите цели на специалност "Бизнес маркетинг и реклама". В структурно отношение обхваща: основни общи проблеми на управлението на конкурентоспособността на предприятието; индикатори и методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието; подход за оценка на конкурентоспособността на предприятието; подход за анализ на конкурентоспособността на предприятието; възможности за повишаване на конкурентоспособността на предприятието. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за управлението на конкурентоспособността на предприятието и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременните условия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са усвояване на знания за: същността на конкуренцията и на управлението на конкурентоспособността на предприятието; концепцията за мониторинг на конкурентоспособността на предприятието; подходите и методите за мониторинг на конкурентоспособността на предприятието; формирането на конкурентна стратегия и техниките за повишаване на конкурентоспособността на предприятието.

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на конкуренцията като икономическа категория. Същност на конкурентоспособността на предприятието. Конкурентни предимства на предприятието. Концепция за управление на конкурентоспособността на предприятието. Концепция за мониторинг на конкурентоспособността на предприятието. Мониторинг на макросредата на предприятието. Мониторинг на конкурентната среда на предприятието. Мониторинг на микросредата на предприятието. Мониторинг на вътрешната среда на предприятието. SWOT – анализ. Анализ на конкурентоспособността на предприятието. Формиране на конкурентна стратегия на предприятието. Конкурентен статус на предприятието. Конкурентен потенциал на предприятието. Техники за повишаване на конкурентоспособността на предприятието.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на занятията, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГОВИЯ ПЕРСОНАЛ**ECTS кредити:** 6**Седмичен хорариум:** 2л + 2су**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Вид на изпита:** писмен**Семестър:** 5**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел да доразвие получените теоретични знания в областта на управлението на човешките ресурси и маркетинга. Засягат се основните аспекти на системата за управление на маркетинговия персонал в организацията. Ключово място е отделено на планирането, набора, управлението и контрола на дейността на маркетинговия отдел. Подчертана е ролята на тези кадри като важен ресурс на предприятието и значим фактор за неговата конкурентоспособност, развитие и просперитет. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Маркетинговата дейност като съвременна философия на бизнеса и управленска практика. Значение на маркетинговия персонал за организацията. Характеристика на кадрите в маркетинговото звено. Основни функции и организация на дейността на маркетинговото звено. Качества, умения и личностен потенциал на кадрите. Организационна структура и проектиране на длъжностите. Планиране на необходимостта от персонал. Набор и подбор. Изисквания към длъжностите. Подходи за управление на маркетинговия персонал. Създаване на екип и управление на конфликтите. Обучение и инвестиране в човешкия капитал. Управление на кариерата и кариерно развитие. Способи за осъществяване на контрол върху дейността на маркетинговия персонал.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

РЕКЛАМА И МЕДИИ**ECTS кредити:** 6**Седмичен хорариум:** 2л + 2су**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Вид на изпита:** писмен**Семестър:** 5**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината цели задълбочаване и разширяване на теоретичните и практико-приложни познания и компетенции в областта на връзките с обществеността, маркетинговите комуникации и рекламата.

Акцентира се върху изграждането на системни знания и практически умения за анализ, диагностика, оценка, планиране, организация, изпълнение и контрол на рекламната дейност и медийните комуникации на компаниите.

Обучението по дисциплината се осигурява чрез ефективни съвременни форми като разработване на курсов проект, практически изследвания и анализи, решаване на казуси, задания и пр.

Съдържание на учебната дисциплина:

Функции и цели на рекламата. Рекламни канали и средства. Дигитални и социални медии. Връзки с обществеността. Комуникация и медийно общуване. Медийна манипулация. Сегментиране на пазара, избор на пазар и позициониране. Разработване на рекламна кампания. Рекламен дизайн. Изграждане на рекламна стратегия. Изследване и оценка на рекламата. Бранд мениджмънт.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 5

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има възлово място в процеса на формиране на системата от научни знания, умения и навици, необходими за студентите, придобиващи бакалавърска степен по спец. „Бизнес маркетинг и реклама“. Основавайки се на общите и специфичните знания, получени в общия курс по маркетинг, обучението се явява като продължение и логическо надграждане на познанията, с успоредно усвояване на нови знания, формиране на навици и умения, които ще имат висока практическа стойност за студентите за тяхната бъдеща реализация.

След преминаване на курса по дисциплината, студентите трябва да придобият знания и умения за познаването на основните маркетингови метрики и за прилагането на методите и методиките в маркетинговите изследвания.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в маркетинговите проучвания. Подготовка и провеждане на маркетингово поручване. Разработване на програма за маркетингово проучване. Методи на маркетинговите проучвания. Класификация. Методи за скалиране на прости индикатори. Методи за регистрация на вторична информация. Използване на документи. Наблюдение и допитване. Качествени изследвания. Съставяне на въпросници. Обработка на данни. Достоверност на данните от извадкови проучвания. Представяне на резултатите от маркетингови проучвания.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПОВЕДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 5

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Проучването и познаването на поведението на потребителя на пазара, като част от маркетинга, има съществено значение за успеха на всяка фирма на пазара. За студентите има важно значение изучаването

на различните форми на проявление на потребителското поведение и на основните фактори, които го предопределят. Целта на курса на обучение по дисциплината е да се спомогне за осъзнаване на необходимостта от познаването на поведението на потребителя, както и да даде отговор на въпроса как адекватно да се отреагира при определени ситуации. За тази цел се създават умения в студентите да се разпознават различните видове поведение, причините за тяхното пораждаване и се изучават подходите, които трябва да се прилагат за всяко поведенческо направление.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теоретични основи на потребителското поведение. Процес на вземане на решение за покупка. Процес на вземане на решение за покупка. Подходи за вземане на решение за покупка. Информационно осигуряване и сравнителен анализ. Културни фактори, обуславящи потребителското поведение. Социални фактори, обуславящи поведението на потребителя. Личностни фактори, обуславящи потребителското поведение. Психологически фактори, обуславящи поведението на потребителя. Маркетингова характеристика на индустриалния пазар и организациите – купувачи. Процес на вземане на решение за покупка на индустриални стоки.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

АНТИКРИЗИСНО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 5

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно същността, диагностиката и прогнозирането на кризисните ситуации, разработването на концепция за управление на предприятието в кризисни ситуации и профилактика на кризисните ситуации. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите- бакалаври, редовно обучение по проблемите свързани с разработването на концепция за управление на предприятието в кризисни ситуации и профилактика на кризисните ситуации и на тази база да допринесе за придобиването на комплексна многофункционална подготовка без да дублира основни въпроси, които са предмет на други учебни дисциплини. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: да се разширят подготовката и знанията на студентите по проблемите свързани с управлението на предприятието в кризисни ситуации и профилактика на кризисните ситуации; да се усвоят методите за планиране, прогнозиране и контрол на кризисните явления в предприятието и да се дадат основни насоки за формирането на екип и разработването на концепция за управление на предприятието в кризисни ситуации.

Съдържание на учебната дисциплина:

Цикличност на икономическото развитие. Същност, класификация и фактори на кризисните ситуации и явления. Кризисни явления в предприятието. Фази и диагностика на кризите. Кризисни ситуации и стратегии. Стратегическо планиране в кризисни ситуации. Методи за прогнозиране на кризисните явления. Контролинг на дейността на предприятието. Оценка и анализ на финансово - икономическата дейност. Разработване на концепция за управление в кризисни ситуации. Реактивно и антиципативно управление в кризисни ситуации. Стратегически и оперативни антикризисни мерки. Реализация на концепцията за управление в кризисни ситуации. Функции на управлението в кризисни ситуации. Методи за преодоляване на кризисните ситуации. Профилактика на кризисните ситуации. Формиране на екип за управление в кризисни ситуации.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 5

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Организационното поведение изучава устойчивите характеристики на поведението на човека и човешките общности от гледна точка на организирания труд и управлението. То е интердисциплинарна област, която е посветена както на изучаването и разбирането на причините, структурата и динамиката на индивидуалното и груповото трудово поведение, така и на практиката на въздействието върху него, неговото реално практическо управление. Организацията са социални системи, обединяващи човешки и материални ресурси. Поведението на отделните личности и на групи от хора, които управляват организацията, или работят за тях, е до голяма степен непредсказуемо, доколкото в основата му лежат комплексни и взаимодействащи си причини: индивидуални особености, потребности и интереси, ценностни системи, мотивации, отношения и пр. В същото време това поведение трябва да бъде изучавано, разбирано и управлявано, защото трудът заема най-важно място в живота на всеки човек, защото няма по-важен фактор за успеха на една организация, от хората ѝ, и защото от ефективното функциониране на организацията зависи благоденствието на всяко общество. Организационното поведение е търсена и популярна дисциплина за студентите и специалистите в областта на общия мениджмънт, бизнесадминистрацията и управлението на човешките ресурси във всички известни световни центрове за обучение в тази област.

Съдържание на учебната дисциплина:

Организационното поведение като научна област и академична дисциплина. Концепции лежащи в основата на организационното поведение. Индивидуално трудово поведение. Мотивация. Отношение. Ангажираност. Мотивите и мотивацията в сферата на организационното поведение. Организационни теории. Групите в организацията. Организационни роли. Формални и неформални групи и структури. Имидж на организацията. Организационна култура. Междulichностно поведение в групата. Междulichностна динамика в групата. Конфликти. Качество на трудовия живот. Ръководство и лидерство.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИКОНОМИЧЕСКИ ТЕОРИИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 5

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е разработен в съответствие с държавните изисквания за подготвяне на студенти от икономически специалности. Курсът позволява да се получи достатъчна информация относно причините обособили появата, развитието и отмирането на различни икономическите идеи, за тяхната същност. Главните задачи, които трябва да се решат с преподаването по тази програма са: Повишаване на икономическите познания; Запознаване с икономическите познания, изиграли водеща роля в икономическата теория в определени периоди от човешката история; Запознаване с методологическите основи на съвременната икономическа теория. Целта е студентите да получат задълбочени познания за развитието на икономическата теория от древността до наши дни.

Съдържание на учебната дисциплина:

Икономически идеи в докапиталистически формации. Меркантизъм. Физиокретическа школа. Уилям Пети. Адам Смит. Дейвид Рикардо. Симон де Сисмонди. Жан Батист Сей. Томас Робер Малтус. Историческа школа. Марксистическа политическа икономия. Субективна школа. Австрийска субективна

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

школа. Англо-американска субективна школа. Лозанска (математическа) школа. Инситуционализъм. Джон Кейнс. Неолиберализъм. Монетаризъм. Индустриално и постиндустриално общество.

Технология за обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ЦЕНИ И ЦЕНОВА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 6

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел студентите да усвоят теоретичните основи на цените и ценовата политика, както и да добият компетентност за реалното приложение на ценовите тактики и стратегии, прилагани от фирмите, съобразно пазарната ситуация. Разгледани са и въпросите, свързани с либерализацията на цените, държавно регулираните цени и ролята им при определяне на цените на определени видове стоки и правата и задълженията на органите по контрол и реда и основните документи, свързани с проверките по цените. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за практическо прилагане на ценовите стратегии, политики и методи; за образуване, обявяване и променяне на фирмените цени, съобразно пазарната конюнктура и политиката и целите на фирмите.

Съдържание на учебната дисциплина:

Цените като категория на стоковото производство. Теория за цените. Функции на цените. Ценообразуващи фактори. Система на цените. Видове цени. Състав, структура, съотношения и динамика на цените. Основни въпроси на ценообразуването като процес. Държавно и наддържавно регулиране на цените. Методи за образуване и прогнозиране на цените. Либерализация на цените в България. Държавно регулиране на цените в България. Контрол за правилно образуване, обявяване и прилагане.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 6

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел да доразвие получените теоретични знания в областта на маркетинга и да им придаде практическа насоченост и завършеност. Дисциплината е ориентирана към установяване и задоволяване на потребностите на клиентите в унисон с фирмените интереси. Разглеждат се процесите на анализ, планиране, организация и контрол на маркетинговите дейности. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в управлението на маркетинга. Концепции за управление на маркетинга. Маркетингова информационна система. Стратегически маркетингов анализ. Сегментиране на пазара, избор на целеви

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

пазар и позициониране на продукта на пазара. Методи за стратегически анализ. SWOT анализ - същност, роля, елементи и етапи. Стратегическо маркетингово планиране. Маркетингови стратегии. Маркетингов план – същност, видове и съдържание. Организация, изпълнение и контрол на маркетинговата дейност.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОСНОВИ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текуща контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 6

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс е насочен към разкриване същността, съдържанието, управлението и организацията на предприемаческия бизнес в пазарната икономика. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания по теоретичните и практическите проблеми на предприемачеството и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременните условия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: усвояване на знания за теоретичните основи и развитието на икономическата теория за предприемачеството; усвояване на знания за същността и характерните черти на предприемачеството, неговата роля за решаването на социално-икономически проблеми и необходимите икономически условия и институционални предпоставки за неговото развитие. Запознаване с проблемите и подходите при организацията и управлението на предприемаческия бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теории за предприемачеството. Същност на предприемачеството. Качества на предприемачите в научната литература. Мотиви за предприемачески бизнес. Функции на предприемача. Субекти и обкръжаваща среда на предприемаческата дейност. Условия и фактори за развитие на предприемачеството. Видове предприемачество. Роля на предприемачеството за социално-икономическото развитие. Предприемаческа идея. Иновациите в предприемаческата дейност. Предприемачески решения. Предприемачеството като професия. Култура, етика и социална отговорност в предприемаческата дейност.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА РЕКЛАМНА КАМПАНИЯ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 6

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината е предпоставка за обогатяване на познанията на студентите, като надгражда познанията по основни специализирани дисциплини, изучавани в предходните семестри по специалността. Дисциплината дава шанс за третиране на логическата мисъл, придавайки възможност за генериране на свежи идеи, като насърчава студентите да оценят преимуществата на нетрадиционното мислене.

След преминаване на курса по дисциплината, студентите трябва да са придобили основни знания и умения как да организират и осъществяват рекламни кампании; как да оптимизират рекламните

бюджети, с цел получаване на синергетичен ефект от тяхното потребление, да знаят какви са предпоставките за успешната рекламна изява на фирмите, както и посредством рекламната политика как да осигурят конкурентноспособност на фирмата и нейните продукти на пазара.

Съдържание на учебната дисциплина:

Рекламен процес. Определяне на обекта на рекламата, провеждане на рекламни и маркетингови проучвания. Формулиране на целта на рекламната кампания. Определяне на бюджета на рекламната кампания. Производство на рекламни носители. Медиа планиране. Оценка на разходите за реклама. Закупуване на време и място в средствата за разпространение на рекламата. Организиране и осъществяване на рекламни дейности. Оценка на ефективността на рекламната кампания.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МЕЖДУНАРОДЕН БИЗНЕС

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 6

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина “Международен бизнес” има съществено значение за студентите от специалност “Бизнес маркетинг и реклама” поради изключително важната роля на външноотъгровския обмен и другите форми на международното сътрудничество за развитието на бизнеса на фирмите. В структурно отношение обхваща основни теоретико- методологични и приложни знания относно основните групи участници в международния бизнес и различните форми за навлизане на международните пазари. Внимание е отделено на сделките на компенсационен принцип, лицензионното споразумение, франчайзинга и преките чуждестранни инвестиции като форма за навлизане на международните пазари.

Съдържание на учебната дисциплина:

Участници в международния бизнес. Начини за навлизане на международния пазар. Фирми, които инициират и осъществяват международен бизнес. Посредници в международния бизнес. Съдействащи организации в международния бизнес. Износ, основни етапи в процеса на износ. Форми на плащане при износа и вноса. Източници на финансиране на външноотъгровските операции. Сделки на компенсационен принцип. Лицензионно споразумение. Франчайзинг. Преки чуждестранни инвестиции – същност и основни характеристики. Видове преки чуждестранни инвестиции. Мотиви за осъществяване на преки чуждестранни инвестиции. Международни смесени предприятия.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОДАЖБИТЕ И БИЗНЕС ЛОГИСТИКА

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 6

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната програма има за цел по-нататъшно разширяване и задълбочаване на материята и знанията, предлагани на студентите във фундаменталния курс по основи на маркетинга. Тя представлява един от основните най-съществени елементи на позицията по маркетинг на продажбите, с висока приложна стойност, тъй като обхваща въпросите на организацията и управлението на пазарната реализация на

продукцията на фирмата. Именно от гледна точка и на приложната (практическата) значимост на дисциплината, при преподаването и изучаването ѝ е прокаран последователно принципа – отначало се изучава същността, природата, еволюцията на процеса на продаването и мястото му в маркетинговата концепция на фирмата и на тази основа се разглеждат въпросите на управлението и организацията на продажбите, приложението на съвременни методи и инструменти на дистрибуцията, бизнес (маркетинг) логистиката и т.н.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и еволюция на продаването. Продаване и маркетингова концепция. Лични продажби. Ролята на продавачите за бизнеса. Типове продавачи. Класификация на продажбите. Специфика на международните икономически операции. Процес на купуване. Поведение на купувачите. Взаимодействие между купувачи и продавачи. Начало на продажбения процес. Проспектиране и квалифициране. Подготовка за продажба. Техники при подготовка на продажбите. Осъществяване на продажбите. Подход към клиентите. Предлагане на продажбата. Презентация. Техники при осъществяване на продажбите. Продажбени тактики. Приключване на продажбите – правила, типове, техники. Бизнес логистика, маркетинг логистика и физическа дистрибуция. Ролята на мениджъра по продажбите. Управление на персонала по продажбите. Управление, прогнозиране и планиране на продажбите. Квотиране на продажбите. Управление на търговски територии. Изисквания и промени свързани с включването на България в единния вътрешен пазар на Европейския съюз. Организация на продажбите. Принципи. Типове организационна структура на продажбите. Характеристики на продавачите. Набиране и подбор на кадри за продажбените дейности. Обучение на персонала по продажбите. Заплащане на персонала по продажбите. Оценка и контрол върху изпълнението на продажбите. Насърчаване на продажбите. Повишаване ефективността на продажбите.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 6

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В учебната програма по дисциплината са включени общи проблеми на разработването на проекти, които се явяват основа за организацията и управлението на проекти за кандидатстване по програмите на Европейския съюз. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за ефективното разработване на проекти и управленския процес при тяхното създаване и реализиране. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: усвояване на знания за същността, характера, съдържанието и ролята на проектите за развитието на дейността на организацията; придобиване на знания и умения за разработване на проекти и запознаване с организацията на изпълнението на проекта, неговия мониторинг и контрол, отчитане и оценка на проекта.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на управлението на проекти. Идентифициране на проекта. Определяне на целите на проекта. Изграждане на екип на проекта. Елементи на проекта. Допълнителни елементи на техническите, инвестиционните и бизнес проектите. Рискове на проекта. Изготвяне на предложението за проект. Оценка на предложението за проект. Изпълнение на проекта. Процеси на управление на проекта. Мониторинг и контрол на проекта. Отчитане на проекта. Оценка на изпълнението на проекта.

Технология на обучението и оценяване:

За да осигури качествено обучение на студентите, дисциплината “Управление на проекти” съчетава гъвкаво различни методи и форми на обучение: лекции по възлови теми, семинарни упражнения и самостоятелна работа под формата на курсова работа. Формите на контрол също са съобразени с естеството на дисциплината – провеждането дискусии и тестове, практически задачи и писмен изпит за проверка на знанията.

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ

ECTS кредити: 7

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 7

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел да запознае студентите с особеностите на сложната и динамична международна маркетингова среда, с управлението на международния маркетинг и проблемите на координацията на международния маркетинг на стоки и услуги. Разглеждат се проблеми и ситуации пред които се изправят както големи, така и малки фирми на международния пазар. В процеса на обучение ще бъде получена достатъчно информация за методологията на определяне и специфициране на целевите международни пазари и с разработването на подходящ маркетингов микс за удовлетворяване потребностите на клиентите. Извежда се значението от обвързването на международния маркетинг с общата корпоративна стратегия на фирмата. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Концепция за международния маркетинг. Международна среда: проучване, анализ и оценка. Международна маркетингова стратегия. Маркетингови проучвания и международна маркетингова информация. Международна продуктова политика. Международна дистрибуция. Международни комуникации. Ценообразуване в международния маркетинг. Международен маркетинг на услуги. Информационни технологии, интернет и международния маркетинг. Международен маркетингов мениджмънт.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МАРКЕТИНГОВО ПЛАНИРАНЕ

ECTS кредити: 7

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 7

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел студентите да придобият задълбочени знания за методологията и методиката на разработване, реализиране и контролиране на маркетинговите планове във фирмите и да се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. В логическа последователност се изясняват аспектите на маркетинговия процес: същността, характеристиките и етапите на маркетинговото планиране, методологията на маркетинговите анализи, съдържанието и структурата на маркетинговите планове, класифицирането на маркетинговите планове според различни критерии, особеностите на проектиране на маркетинговата организационна структура и на маркетинговия контрол. Стремешът е да се постигне баланс между придобиването на знания и усвояването на умения, развитието на професионални компетенции и маркетингово мислене и поведение у бъдещите мениджъри.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и значение на маркетинговото планиране. Маркетингов одит. Анализ на пазара и потребителите. Анализ на отрасъла и на конкурентите. Маркетингови цели. Планиране на елементите на маркетинговия микс.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ЛИДЕРСТВО И ЛИДЕРСКИ КОМПЕТЕНЦИИ

ECTS кредити: 7.0

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 7

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В структурно отношение дисциплината „Лидерство и лидерски компетенции“ обхваща основни теоретико - методологични и приложни знания за лидерството, лидерските компетенции и лидерските стилове. Изграждат се знания и умения за разработване на концепция за развитие на лидерски качества на съвременния ръководител, което е особено важно с оглед бъдещата им реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на лидерството. Лидерство и потребности. Специфика на организационното лидерство. Подходи при изследване на лидерството - персоналистичен, поведенчески, ситуационен и съвременни направления. Мениджмънт и лидерство. Сходства и различия между лидера и мениджъра. Лидерски стилове. Лидерски качества и умения. Имидж на лидера. Подходи за формиране имиджа на лидера. Модел за развитие на лидерските компетенции на ръководителя.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ПРОГРАМНИ ПРОДУКТИ В МАРКЕТИНГОВИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ

ECTS кредити: 7

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 7

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Съдържанието на дисциплината е съобразено с подготовката на специалисти, които ще работят в условията на пазарната икономика. Реализацията на информационните системи е в нова работна среда снабдена с персонални компютри, които работят автономно или в мрежа. Целта на дисциплината е придобиване на знания, теоретично осмислени и свързани непосредствено с практиката. Студентите трябва да се запознаят с фундаменталните постановки при изграждане на информационните системи във фирмите и обслужващия ги банков сектор на националната икономика. Задачите, които се поставят в резултат от обучението са: запознаване с информационните структури, дефиниране на входящите и изходящи информационни потоци и изграждане на практически умения и навици за комуникация между отделните структури на управление.

Съдържание на учебната дисциплина:

Определяне на понятията информация и данни и тяхната роля в изграждането и функционирането на информационните системи. Същност на системния подход. Информационни системи - видове. Системи за кодиране на данните. Организация входа на информационните системи с хартиени първични документи. Организация входа на компютърните информационни системи с електронни първични документи. Закон за електронния документ и електронен подпис (ЗЕДЕП). Предлагани форми на електронно банкиране в банковата система. Системи за заплащане ePay.bg и други в страната и чужбина. Характеристика на системата за заплащане “СЕП-България”.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при

осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

SPSS

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната програма е разработена като съкратен курс за специалността „Бизнес маркетинг и реклама“. Дисциплината **SPSS** се явява естествено продължение на изучаваното учебно съдържание по Статистика с цел да се установи връзка между теоретичния материал и практическото му приложение при решаване на задачи чрез компютърна програма за статистическа обработка на данни. **SPSS е специализирана компютърна програма, която се използва за систематизиране, обработка и анализ на статистическа информация.** Използването на **SPSS** като компютърно приложение ще облекчи изчислителната работа при обработка на изключително големи масиви от статистически данни, което подобрява уменията на студентите в бъдещите им професионални изяви.

Съдържание на учебната дисциплина:

Приложение и функции на **SPSS** в статистиката. Характерни особености на статистическия подход за анализ. Основни типове данни като информационна база на статистическия анализ. Етапи, провеждане и представяне на статистически данни в хода на статистическото изследване. Събиране на сведения и въвеждане на данни в електронен вид. Едномерни и кумулативни групировки (честотни разпределения) по метрирани и неметрирани признаци. Графични изображения за нагледно представяне на статистически данни. Статистическо описателно (ситуационно) изследване. Видове алгебрични и неалгебрични средни величини в **SPSS**. Измерители на статистическото разсейване в **SPSS**. Извадково (репрезентативно) статистическо изследване. Статистическо изследване на развитие на данни в електронен вид. Статистическо изследване на зависимости – реализиране на регресионен и корелационен анализ чрез **SPSS**.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Навлизането на новите технологии все по-агресивно в обществено-икономическия живот наложи и нови форми на проявление и приложение на маркетинга. Използването на информационните технологии дава нови измерения на бизнеса и открива широки възможности за навлизане на нови пазари и успешното промоциране на фирми и търговски марки. Дигиталният маркетинг позволява на компаниите умело да защитават пазарните си позиции, като отстояват на конкурентните атаки. Новата действителност, като следствие от ИТ революцията изисква много по-различен подход към потребителите и техния начин на живот. Наред с традиционните форми, използвани от фирмите за въздействие върху аудиторията, днес все по-интензивно се налага и електронният маркетинг, позволяващ по-силно рекламно присъствие с явна провокация, отправена към потребителите. Именно това налага и по-доброто му познаване, като ще разшири възможностите и конкурентните качества на студентите в тяхното професионално развитие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в дигиталния маркетинг. Изграждане на маркетингова стратегия в интернет. Технология на провеждане на маркетингови проучвания в онлайн среда. уеб развитие и дизайн. Имейл маркетинг.

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

Онлайн реклама. основни рекламни формати. Партньорски маркетинг. Оптимизация на търсачките (seo). Маркетинг в социалните медии (social media marketing).

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УБЕЖДАВАЩА КОМУНИКАЦИЯ

ECTS кредити: 7

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 7

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината „Убеждаваща комуникация“ има за цел да запознае студентите с редица аспекти от социалната реалност, към която спада убеждаването. Добиването на знания за отличителните белези на убеждаващата комуникация като доверие, формиране на нагласи, базиране на авторитет, подбуда чрез страх, когнитивен дисонанс и изграждане на твърди убеждения ще формират в студентите умения правилно да разчитат „картата“ за достъп до потребителското съзнание и да формират желано потребителско поведение. Лекционният курс надгражда знанията на студентите, получени по специализираните дисциплини като специално внимание се отделя на нови изследвания в областта на убеждаващата комуникация, като на преден план се извежда мрежовото възприемане на комуникацията, където всеки елемент от социалните отношения има значение при разбирането, влиянието и убеждаването на аудиторията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в убеждаването. Исторически и етични основи. Нагласи – определение и структура. Силата на нашите страсти: теория и изследване на силата на нагласите. Нагласи: функции и последици. Измерване на нагласите. Процес на убеждаващата комуникация. Ролята на комуникатора в убеждаването. Основи на посланието. Емоционални апели: страх и вина. Теория на когнитивния дисонанс. Междуличностно убеждаване. Реклама, маркетинг и убеждаване. Кампании в здравните комуникации.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА РИСКА И ЗАСТРАХОВАНЕ

ECTS кредити: 7

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 7

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс в частта му “Управление на риска” в структурно отношение обхваща както основни общи теми за същността и видовете рискове свързани с осъществяване на инвестиционната активност, така и конкретни измерения на избора и изграждането на успешни хеджингови стратегии целящи пълното обхващане на рисковите експозиции. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като в рамките на разумен компромис между теоретичното и практико-приложно познание се дава приоритет на практическата страна на разглежданата тематика.

Целта на курса в частта на застрахователното дело е студентите да се запознаят със застрахователните отношения като специфичен вид финансови отношения свързани с дейността по управление на риска, както и с конкретната организация и продуктова диференциация чрез която те се осъществяват.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение – риск и видове риск. Риск мениджмънт – същност, функции и организация. Финансовата глобализация като фактор в риск мениджмънта. Оценка на платежоспособността като инструмент за управление на кредитния риск. Пазарен риск и стратегии за неговото управление базирани на употребата на дериватни ценни книжа. Валутен риск, техники и стратегии за неговото управление. Финансовият риск и неговото отражение върху капиталовата структура на фирмата. Възникване и генезис на застрахователните отношения. Същност и фундаментални характеристики на застрахователните отношения. Застрахователна калкулация. Форми на осъществяване на застрахователната защита. Етапи на протичане на ликвидацията на щети в застраховането. Оперативни посредници в осъществяването на застрахователната дейност – застрахователен брокер и агент. Застрахователни продукти в сферата на имуществено, автомобилно и животозастраховането.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МАРКЕТИНГОВ АНАЛИЗ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 8

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел студентите да изучат основни маркетингови метрики и да се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Маркетинговите метрики са специфични измерители, които представят количествено трендове, динамика, характеристики. Маркетинговите специалисти се нуждаят от тях, защото използването им помага при обясняване на явленията, при диагностициране на причините, при проектиране на резултатите от бъдещите дейности. Тези метрики дават възможност за сравнителни наблюдения и изводи.

Съдържание на учебната дисциплина:

Пазарни метрики, изразяващи пазарна позиция. Пазарни метрики: потребителски отношения и нагласи. Маржове и печалба. Анализ „разходи- обем – печалба“. Продукт и управление на портфолиото. Продажби и управление на каналите. Цени. Реклама, промоции и web метрики.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИКОНОМИКА НА ТЪРГОВИЯТА

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 8

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща основни проблеми на икономиката на вътрешната търговия и има за цел да запознае студентите с особеностите на външноикономическата дейност и нейната реализация.. Целта на учебната дисциплина е студентите от специалността да получат задълбочени знания за характера, ролята, основните икономически проблеми и показатели на вътрешната търговия в съвременните условия.

В процеса на обучение ще бъде получена достатъчно информация за методологията на осъществяване на външнотърговска сделка. Разглеждат се въпроси, свързани с външната търговия като най-широко практикувана форма на външноикономическа дейност.

Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са усвояване на знания за: характера и ролята на търговията за развитието на националното стопанство; основните икономически проблеми и показателите, свързани с функционирането на търговията; организацията на вътрешно- и външнотърговската дейност на предприятията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в учебната дисциплина. Основни понятия. Стоков пазар и търговия. Вътрешната търговия като субективна човешка дейност. Реализация на стоките – проявления и етапи в движението на стоките до потребителите. Обособяване на търговията на едро и търговията на дребно. Търговска дейност на едро. Стокооборот на дребно. Ресурсно осигуряване на вътрешнотърговската дейност. Трудови ресурси във вътрешната търговия. Разходи във вътрешната търговия. Резултати от вътрешнотърговската дейност. Фактори за повишаване на ефективността на вътрешнотърговската дейност.

Външно-икономическа дейност – същност и обхват. Външна търговия – поява, развитие, същност и характерни черти. Външна търговия – показатели, категории. Роля на външната търговия във възпроизводствения процес. Външнотърговска сделка. Подготовка за сключване на външнотърговски сделки. Съдържание на външнотърговския договор. Изпълнение на външнотърговската сделка. Организации и фирми, осъществяващи външнотърговска и международна стопанска дейност.

Технология на обучение и оценяване:

Учебният процес при провеждането на лекционните занятия включва кратко въвеждане с цел осигуряване на връзка между предходната и новата тема и запознаване с преподавания материал. Предвижда се време за изясняване на дискуссионни проблеми и на въпроси от страна на студентите. В процеса на семинарните занятия се осъществяват дискусии и събеседвания. В цялостния процес на обучение в рамките на аудиторната заетост се използват интерактивни форми и съвременни електронни средства. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността на студентите.

УПРАВЛЕНИЕ НА МАЛКИЯ БИЗНЕС

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 8

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща както основни общи проблеми на управлението на малкия бизнес, така и проблема на управлението на функционалните направления на неговата дейност. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за управленския процес в малките предприятия и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременното условия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Дефиниране на малкия бизнес. Роля на малкия бизнес за социално-икономическото развитие. Особености на малкия бизнес-характерни черти, предимства, недостатъци, ограничения и причини, задържащи развитието му. ЕС за развитието на малкия бизнес. Създаване на малък бизнес. Същност и особености на управленския процес при малките фирми. Основни влияещи фактори в стратегическото управление. Характеристики и понятиен апарат в стратегическото управление в малките фирми. Функционален анализ. Оценка на конкурентоспособността. Определяне на мисията и целите на МСП. Разработване и избор на стратегии за малкия

Бизнес планиране на МСП. Структура на бизнес плана. Разработване на бизнес план на малкото предприятие. Информационно осигуряване управлението на МПС. Управление на фирмените дейности на малкото предприятие.

Технология на обучението и оценяване:

За да осигури качествено обучение на студентите, дисциплината съчетава гъвкаво различни методи и форми на обучение: лекции по възлови теми, семинарни упражнения и самостоятелна работа под формата на курсова работа. Формите на контрол също са съобразени с естеството на дисциплината - провеждането на контролни проверки, тестове, обсъждане на казуси по време на семинарните занятия и писмен изпит за проверка на знанията. След преминаване на курса по дисциплината, студентите трябва да са придобили основни знания и умения как да организират и управляват малкия бизнес, да прилагат подходящи подходи и стратегии.

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

ЛИЧНОСТЕН БРАНДИНГ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 8

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина има за цел да изгради теоретични знания в областта на брандинга като им придаде практическа насоченост и завършеност. Ориентирана е към установяване на подходите за изграждането, управлението и мониторинга на личностния брандинг. Разглеждат се характерните специфики на марката, брандинг моделите, приложенията и добрите практики в световен мащаб. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и историческо развитие на бранд мениджмънта. Дефиниции за марката и бранда. Характерни особености и елементи на бранда. Ценност и идентичност на бранда. Фактори за изграждането и управлението на бранда. Бранд имидж. Брандинг модели. Личностен брандинг – същност и специфики. Изграждане на стратегия за позициониране на бранда. Личен бранд бук. Рекламните комуникации и личностното брандиране. Изграждане на съдържание. Онлайн присъствие. Публичност и публични изяви. Управление и защита на личностния бранд. Управление на ПР кризи. Селф маркетингът и приложението на личностния бранд.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МЕЖДУНАРОДНИ ТЪРГОВСКИ ИНСТИТУЦИИ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 8

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща както основни общи проблеми на съдържанието и целите на международните търговски институции, така и специфични проблеми на ролята им в международните икономически отношения, взаимодействието им с развиващите се страни и световния оборот на капитала. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за отличителните особености на международните институции, причините и спецификата на дейността им, новите аспекти на развитието им и въздействието върху международното разделение на труда; финансовите и валутно-кредитни аспекти на функционирането им, правното регулиране на дейността им, тяхната отраслова структура и особености на финансиране.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теории за международната търговия. Ефективност и роля на външната търговия. Регулиране и регламентиране на външноикономическата дейност. Органи и институции на световно (глобално) равнище. УНКТАД. ГАТТ. МВФ. МБВР. Органи и институции на регионално (европейско) равнище. ЧИС. ОИСР. ИКЕ ЕАСТ. Световна търговска организация. Органи и институции за регулиране и регламентиране на външноикономическата дейност на национално равнище. Външната търговия на България-тенденции и проблеми. Европейския съюз (ЕС) като световна икономическа сила. Общи политики. Структура на търговията на ЕС. Единен вътрешен пазар. Организации и фирми, осъществяващи външнотърговска и международна стопанска дейност. Регулиране на чуждестранните инвестиции. Свободни икономически зони. Участие и роля на световните стокови борси в международната търговия.

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ЕЛЕКТРОНЕН БИЗНЕС**ECTS кредити:** 5**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър:** 8**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Прогресивното развитие на интернет технологиите доведе до разширяване на тяхното приложение в деловите и ежедневните дейности на хората. Отчитайки това, с курсът от лекции по дисциплината се цели да се разгледат същността и възможностите на електронния бизнес, както и рисковете, които го съпътстват. В тази връзка е нужно да бъдат очертани и перспективите на електронния бизнес в контекста на разрастващото се влияние на социалните мрежи и бъдещето на традиционните магазини. Всеки съвременен предприемач е необходимо да е наясно със законодателните предложения и промени за стимулиране на електронния бизнес и повишаване на потребителското доверие чрез въвеждане на стриктни правила за защита на правата на потребителите.

Дисциплината дава нов поглед върху усвоените и практически наложилите се форми за бизнес, като насърчава студентите да оценят преимуществата на новите технологии и приложението им в съвременни условия. Курсът от лекции по Електронен бизнес дава съществен принос в процеса на формиране на системата от научни знания, умения и навици, необходими за студентите, придобиващи бакалавърска степен по спец. Бизнес маркетинг и реклама. Дисциплината е строго релевантна с дисциплини като основи на управлението, маркетинг, предприемачество и бизнес планиране и контрол. Обучението по нея се явява като продължение и естествено надграждане на познанията, при успоредно усвояване на нови знания. След преминаване на курса на обучение по дисциплината в студентите ще бъдат формирани знания и умения за стратегическо мислене, придобиване на предприемачески усет, които ще подпомогнат успешната им професионална реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и специфика на електронния бизнес. Основни участници в електронния бизнес. Бизнес модели в електронния бизнес. Анализ на възможностите за електронна търговия. Електронни платежни инструменти. Електронни пари. Електронно банкиране. Електронни платежни системи. Електронни системи за разплащане. Актуално състояние на законодателството за лични данни. Трудности в прилагането на европейското законодателство в трети страни. Нарушения в сектора на електронния бизнес и разрешаване на спорове. Е-маркетинг.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ**ECTS кредити:** 5**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър:** 8**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно избора, методите и моделите, реализацията на вземане на управленски решения. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите- бакалаври,

Седмичен хорариум: 2л + 2су**Вид на изпита:** писмен**Седмичен хорариум:** 2л + 2су**Вид на изпита:** писмен

редовно обучение по проблемите за вземане на управленски решения и на тази база да допринесе за придобиване на комплексна многофункционална подготовка без да дублира основни въпроси, които са предмет на други учебни дисциплини. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са да се разширят подготовката и знанията на студентите по проблемите свързани с вземането на управленски решения, да се усвоят методите и моделите за избор, вземане, реализация, и контрол на управленските решения и да се дадат основни познания за факторите, които оказват влияние върху управленските решения, риска и ролята на комуникацията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на понятието “управленско решение”. Класификация на управленските решения. Структура на процеса на вземане на управленски решения. Принципи на вземане на управленски решения. Фактори влияещи върху процеса на вземане на управленски решения. Подготовка за разработване на управленски решения. Разработване на алтернативни управленски решения. Избор на решение. Изпълнение и контрол върху изпълнението на управленските решения. Методи за вземане на управленски решения. Ръководителят в процеса на вземане на управленски решения. Стил на вземане на управленски решения. Информационно осигуряване на процеса на вземане на управленски решения. Нива на подкрепа в организацията при вземането на решения. Рискът при вземането на управленски решения-характеристика, оценка и ограничаване на управленския риск.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОРГАНИЗАЦИЯ НА ДЕЙНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 8

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща: същност и основни проблеми на организацията на производствения процес в предприятието, същност и основни проблеми на организацията на труда в предприятието, същност и основни форми на организация на производството. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания в тази предметна област.

Съдържание на учебната дисциплина:

Производствен процес в предприятието. Тип и основни форми на организация на производството. Параметри на производствения процес и основни принципи на организация на производството. Организация на производствения процес във времето. Организация на използването на машините и оборудването. Организация на използването на материалите. Организация на труда в предприятието. Организация и планиране на техническата подготовка на производството. Форми на организация на производството. Поточна форма на организация на производството. Предметна форма на организация на производството. Групова форма на организация на производството. Съвременни тенденции в развитието на формите на организация на производството. Организация и управление на качеството на продукцията. Организация на спомагателните и обслужващи дейности и звена в предприятието. Оперативно управление на производството на предприятието.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 8

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Анотация:

В курса от лекции са представени в систематизирана форма знания по интелектуална собственост. Представени са различните аспекти на интелектуалната собственост, както и детайли от административното управление, различните режими и документационни системи. Специално внимание е отделено на социално-икономическите аспекти на интелектуалната собственост, закона за авторското право и сродните на него права. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат систематизирани знания и формират умения в тази изключително важна област на съвременната икономика и социалните дейности в частност.

Съдържание на учебната дисциплина:

Система на интелектуалната собственост. Значение и принос на интелектуалната собственост.

Интелектуална собственост и международно сътрудничество.

Авторско право и сродни на него права. Права сродни на авторското право.

Пиратство и нарушения. Международна система на авторското право. Авторско правно законодателство и управление на авторското право. . Патенти. Търговски марки. Промислен дизайн. Лицензиране и трансфер на технологии. Иновация и интелектуална собственост. Международно сътрудничество в областта на интелектуалната собственост .

Технология на обучение и оценяване:

Използват се различни активни форми на обучение – събеседвания, дискусии и възлагане на самостоятелни разработки на студентите. Учебният материал ще бъде представен под формата на лекции и семинарни упражнения по възлови теми. В часовете за лекции се предвижда време за въпроси от страна на студентите, дискусии и др., а също използване на съвременни технически средства, софтуерни продукти и др. По време на упражненията се решават тестове, задачи и казуси като целта е да се стимулира логическото мислене на студентите и самостоятелното им достигане до правилни изводи и решения. В процеса на обучение по дисциплината студентите разработват курсова работа. Целта е студентите да придобият практически умения за събиране, обработка и анализ на данни по конкретен практически въпрос. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността на студентите.