

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

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ДИПЛОМАНТСКИ СЕМИНАР”;

ЗА СПЕЦ: „Маркетинг“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: IV; СЕМЕСТЪР: 8;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 5

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
Т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	75	5
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	0	0
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	75	-

Изготвили програмата:

1.
(Доц. д-р Евгения Тонкова)

2.
(Проф. д-р Евгени Станимиров)

Ръководител катедра:

„Маркетинг“ (Проф. д-р Евгени Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Дипломантски семинар” има за цел да представи систематизация на маркетинговите знания и компетенции натрупани през периода на обучение и да насочи подготовката на студентите за успешното им дипломиране – разработване и защита на дипломна работа или полагане на комплексен държавен изпит. В дисциплината са представени основните теоретико-методологически насоки в структурирането и разработването на дипломна работа, и въпросите от въпросника за комплексен държавен изпит. Представят се основни практико-приложни аспекти на разработването на проблемите, като част от интердисциплинарния подход в обучението на специалност “Маркетинг”. Занятията в комбинация с извън аудиторната заетост на студентите са насочени към систематизиране на знанията, уменията и изграждане на компетенции в сферата на маркетинга. Курсът е ориентиран към стимулиране и създаване на условия за студентите за разширяване на знанията в областта на маркетинга и развитие на нови умения, които ще способстват за подготовката им за успешно дипломиране и професионална реализация в различни сфери.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. Въведение в дипломантския семинар		5		
1.1.	Кратко изложение на лекционния курс			
1.2.	Представяне на изискванията към аудиторната и извън аудиторна заетост на студентите			
1.3.	Поставяне на задачи във връзка с аудиторната и извън аудиторна заетост на студентите			
1.4.	Представяне на процедурите по текущо оценяване. Процедури по оценяване на държавен изпит.			
ТЕМА 2. Методически насоки в подготовката на студентите за разработване и защита дипломна работа		10		
2.1.	Методически насоки в разработване на дипломна работа			
2.2.	Методически насоки в защита на дипломната работа			
ТЕМА 3. Методически насоки в подготовката на студентите за разработване на въпросите и полагане на държавен изпит		10		
3.1.	Методически насоки в разработване на въпросите			
3.2.	Методически насоки за систематизиране на въпросите и формиране на интердисциплинарни връзки за комплексния държавен изпит			
ТЕМА 4. Теоретичен обзор по проблематиката на дипломната работа		10		
4.1.	Научни теории по проблема. Библиография.			
4.2.	Разработване на теоретичен обзор			
4.3.	Ретроспективен теоретичен обзор			
4.4.	Литературен обзор по научни школи			
		10		

ТЕМА 5. Теоретичен обзор по темите от въпросника за комплексен държавен изпит				
5.1.	Търсене на литературни източници и изготвяне на библиография			
5.2.	Идентифициране на автори дефиниции и позиции			
5.3.	Обобщения и лични позиции			
ТЕМА 6. Методологически особености в разработването на дипломна работа		10		
6.1.	Структуриране на съдържанието и плана			
6.2.	Структуриране на отделните части – въведение, глави, параграфи и заключение. Оформление.			
6.3.	Разработване на концептуален модел на изследването в дипломната работа			
6.4.	Подбор на методи, модели и техники за изследване			
6.5.	Информационно осигуряване на изследването			
ТЕМА 7. Методологически инструкции в разработването на темите от въпросника		10		
7.1.	Структуриране на въпроса. Проблемно ориентиране.			
7.2.	Онагледяване на съдържанието			
ТЕМА 8. Подготовка за представянето на държавен изпит и защита на дипломна работа		10		
8.1.	Изпитни процедури			
8.2.	Процедури по защиты на дипломни работи			
Общо:		75		

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Дипломантски проект	1	20
1.2.	Тестове/Задания	2	20
Общо за семестриален контрол:		3	40
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит/тест	1	35
Общо за сесиен контрол:		1	35
Общо за всички форми на контрол:		4	75

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

Дипломантски семинар: Методически инструкции, тестове, задачи и казуси : [за студентите на ИУ - Варна] / Евгени Станимиров и др . - Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2013 . - 365 с.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Банчев, Петър и Тодор Кръстевич. Основи на маркетинга. Академично издателство „Ценов”, Свищов, 1999.
2. Белеб, М. разходи за маркетингова дейност на фирмата, икономика, 1994.
3. Благоев, Б. и др. Управление на ценообразуването. Изд. на ИУ-Варна, 2003.
4. Благоев, Б., В. Янакиев. Управление на ценообразуването. Изд. ИУ-Варна, 1995.
5. Благоев, Б., М. Близнаков. Микроикономика. Изд. АЛ, Варна, 1992.
6. Благоев, Веселин Иванов Маркетинг : принципи, сегментиране, позициониране, анализи, стратегии, маркетинг микс /- 2. доп. и прераб. изд. - София : intern. univ., 2003.
7. Брестничка, Р. Управление на търговските марки. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2004.
8. Брешков, Иван и Миглена Ботушарова. Маркетинг на услугите. Университетско издателство „Стопанство”, София, 1999.
9. Българска асоциация по маркетинг: етичен кодекс. <http://www.bam.bg/ethics.htm>
10. Василева, Бистра., Маркетингови комуникации : [Учебник за студентите от ИУ - Варна] / Бистра Константинова Василева . - Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2015
- 11.
12. Велев М., Маркетингови комуникации, Софтрейд, 2001.
13. Гантънбайн, Дъглас. Успешни бизнес стратегии: интерактивен маркетинг и управление на клиентите, Софтпрес, 2000.
14. Георгиев, Кирил. Управление на иновациите. Издателство на ТУ- Варна, 2002.
15. Георгиева Е. и др. – Маркетингови анализи. ИУ Варна, 2008.
16. Георгиева Е., Кехайова-Стойчева М., Станимиров Е. Маркетинг – учебно пособие, “Стено”, Варна, 2012.
17. Гордин В., Менеджмент в сфера услуг, Санкт Петербург, дом Бизнес-пресса, 2007.
18. Грънчарова Б., Сегментиране на пазара и ползи за фирмите предлагащи туристически услуги, Варна, изд. Славена, 2003.
19. Дамянов, Ат., И. Марчевски. Международен маркетинг. Академично издателство “Ценов”, Свищов, 1993.
20. Дамянов, Атанас и Драгомир Илиев. Международен маркетинг. Академично издателство „Ценов”, Свищов, 2005.
21. Доганов, Д., Б.Дуранкев. Интегрирани маркетингови комуникации, София, 2002.
22. Доганов, Димитър. Маркетинг в туризма. Princesps, Варна, 2004.
23. Дуранкев, Боян: Фундаментални въпроси на маркетинга и стратегическото управление за 21 век (<http://www.nessebar2009.bam.bg/papers/Durankev.pdf>).
24. Етичен кодекс на българските медии. http://www.cem.bg/r.php?sitemap_id=152.
25. Етичен кодекс на ПР специалистите в България
<http://www.bdvo.org/index.phtml?sec=1&sec3=7&part=0&sec4=15&pagenum=15>.

26. Желев, С. Маркетингови изследвания. Университетско издателство „Стопанство”, С., 2008.
27. Желев, Симеон (с участието на Андрей Нончев). Маркетингови изследвания. Университетско издателство „Стопанство”, София, 1999.
28. Желев, Симеон, Маркетингови изследвания за маркетингови решения, 2000.
29. Каракашева, Лилия . Международен маркетинг. - София : Люрен, 2005.
30. Кафтанджиев Хр., Хармония в рекламната комуникация, Сиела, 2003.
31. Кехайова-Стойчева, М., Потребителско поведение – втора част, Варна, 2009.
32. Контранджиев, Хр. Медия планиране на рекламната кампания, Унив. изд-во „Стопанство, 2006.
33. Котлър, Ф. Маркетинг 3.0, Изд-во „Локус“, 2010.
34. Котлър, Филип, Хермаван Картаджая и Айвън Сетиаван. «Marketing 3.0: от продуктите, към клиентите, към човешкия дух”
35. Котлър, Филип. Как да създаваме, печелим и управляваме пазарите;
36. Котлър, Филип. Управление на маркетинга: структура на управлението на пазарното предлагане, „Класика и Стил” ООД, София, 2002.
37. Левинсън, Джей К. Партизански маркетинг, Изд-во „Изток-Запад“, 2011.
38. Маринова, Елена. Маркетинг. Princesps, Варна, 1995.
39. Менчева, Л., О. Лозанов. Маркетингови комуникации, Тракия – М, 2003.
40. Митев, Неделчо и Михаил Чиприянов. Маркетинг: теория и практика. Академично издателство „Ценов”, Свищов, 2003.
41. Младенова Г. – Маркетингови анализи. Тракия. 2000;
42. Младенова, Галина. Маркетингово планиране. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2006.
43. Младенова, С. стратегическо маркетингово планиране, 2008.
44. Найденов, Найден. Международен маркетинг: анализ, стратегии, реализация. Университетско издателство „Стопанство”, София, 1999.
45. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България: <http://www.nss-bg.org/kodeks.php>;
46. Обединен кодекс на Международната търговска камара (Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code <http://www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html>);
47. Славова, Миланка и Марин Петров. Как да превърнем идеята в продукт. PRINCEPS, първо издания, Варна, 1996.
48. **Станимиров**, Евгени Петров и др. Търговска марка и бранд мениджмънт : Учебно помагало [за студентите на ИУ - Варна] / Евгени Петров Станимиров, Владимир Сашов Жечев . - Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2014.
49. **Станимиров**, Евгени Петров. CRM Мениджмънт : [Учебник за студентите на ИУ - Варна] / Евгени Петров Станимиров . - Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2013.

50. Сълова, Н., Е. Георгиева, Г. Няголов, Ю.Узунова, Д.Данчев, В.Димитрова, В.Петева и Галина Петрова. Маркетинг. Университетско издателство ИУ-Варна, 1998.
51. Томс, Ж., Интернет рекламата. Мисията възможна, Сиела, 2005, София;
52. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията – задачи, казуси, тестове. Наука и икономика, ИУ Варна, 2015.
53. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията. Наука и икономика, ИУ Варна, 2015.
54. Узунова Ю. и колектив, Маркетинг, “Наука и икономика”, Варна, 2010.
55. Узунова, Ю.,Анюта Николова, Маркетингови разчети. ТУ-Габрово, 1999.
56. Узунова, Ю.,Маркетингов мениджмънт, ИУ-варна,1992.
57. Узунова, Ю., Маркетингов план, София, Ромина, 1999.
58. Узунова, Ю., Б. Василева, Пазарни и маркетингови изследвания: ръководство за семинарни упражнения, Университетско издателство, Икономически университет, Варна, 2003.
59. Узунова, Ю., Б. Василева, Приложни маркетингови изследвания, Ромина, София, 2003;
60. Узунова, Юлия Добрева,Бистра Василева и др. Международен маркетинг : ИУ - Варна / Варна : Унив. изд. на ИУ, 2012.
61. Цветков-Голубарев, Цв. Ценова политика - маркетинг в международния бизнес, София, 1993 г.;
62. Palmer A., Principales of Services Marketing, McGRAW-HILL, 2008.
63. Wilson A., Service marketing: Integrating custom Focus Across the Firm, Mc GRAW-HILL, 2008.
64. Николайчук В., Маркетинг и менеджмент услуг: Деловой сервис, Санкт Петербург, ПИТЕР, 2005;