

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

Приета от ФС: протокол №12/29.04.2024 г.

Приета от КС: протокол №10/15.04.2024 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ДИПЛОМАНТСКИ СЕМИНАР“

ЗА СПЕЦ: „Маркетинг“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 60 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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Евгения Тонкова)

2.
(проф. д-р Евгени Станимиров)

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

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.

Чрез дисциплината „Дипломантски семинар“ се развиват следните компетентности:

- *Езикова компетентности за общуване чрез различни езикови средства, правене на обобщения, изводи и заключения, изразяване на отношение и аргументиране на мнение, стилове на комуникация, разработване на съдържание и презентирането му пред аудитории.*
- *Цифрова компетентност за използване на нови технологии в областта на търсенето на информация, използване на нови технологии за набиране, систематизиране и обработка на информация, използване на специализиран софтуер за целите на маркетинга, изследователски и бизнес платформи, работа с бази данни от различен тип.*
- *Личностна компетентност за усъвършенстване на личните и бизнес комуникации, развитие на специални форми на личностни компетенции, личностна идентичност, усъвършенстване на ценности, знания, умения, навици и способности, компетентности за работа в екип, презентиране на идеи/проекти, преодоляване на конфликти и отстояване на собствени позиции.*

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. Въведение в дисциплината „Дипломантски семинар“		5	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. Източници на информация.		5	5	
2.1.	Методически насоки за разработване на дипломна работа.			
2.2.	Методически насоки за защита на дипломната работа			
2.3.	Източници на информация. Електронни каталози. Базы с данни.			
ТЕМА 3. Методически насоки в подготовката на студентите за		5	5	

разработване на въпросите и полагане на държавен изпит				
3.1.	Методически насоки за подготовка и 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		3	3	
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			
4.5.	Основни правила за библиографско описание и библиографско цитиране			
ТЕМА 5. Теоретичен обзор по темите от въпросника за комплексен държавен изпит		3	3	
5.1.	Търсене на литературни източници и изготвяне на библиография			
5.2.	Идентифициране на автори дефиниции и позиции			
5.3.	Обобщения и систематизация			
ТЕМА 6. Методологически особености в разработването на дипломна работа		3	3	
6.1.	Структуриране на съдържанието и плана на дипломната работа			
6.2.	Структуриране на отделните части – въведение, глави, параграфи и заключение. Оформление.			
6.3.	Подготовка на самостоятелно изследване/проект			
6.4.	Разработване на концептуален модел на изследването/проекта в дипломната работа			
6.5.	Подбор на методи, модели и техники за изследване/проектиране			
6.6.	Информационно осигуряване на изследването			
ТЕМА 7. Методологически инструкции в разработването на темите от въпросника		3	3	
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		3	3	
8.1.	Изпитни процедури			
8.2.	Процедури по защити на дипломни работи			
8.3.	Правила при създаване и представяне на презентация			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Индивидуално задание	2	45
1.2.	Дипломантски проект/Тест	1	45
Общо за семестриалното оценяване:		3	90
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Текуща оценка	-	-
Общо за сесийното оценяване:		-	-
Общо за всички форми на контрол:		3	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. 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. Савов, В. *Бакалавърска и магистърска дипломна работа*, Унив. изд. Св. Кл. Охридски, 2008.
2. Станимиров, Е., Георгиева, Е., Кехайова-Стойчева М. и др., *Маркетинг*, [Учебник за студентите от ИУ - Варна], Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2017.
3. Станимиров, Е. *Многомерна стратегия за вашия бизнес*. София : Изток-Запад, 2022, 223.
4. Армстронг Г., Котлър Ф., *Въведение в маркетинга, Класика и стил*, София, 2013.
5. Желев, Симеон, *Маркетингови изследвания: методология и организация*, второ допълнено и преработено издание, Университетско издателство „Стопанство“, София, 2008.
6. Кехайова-Стойчева, М., Иванов, С., Недев, Й., Сербезова, Б. *Устойчиво потребление на домакинствата : Електронен сборник с учебни материали*. Варна : Знание и бизнес, 2023, 182.
7. Желев, Симеон, *Маркетингови изследвания за маркетингови решения*, София, 2000.
8. Иванов, Й., Минков, И., Янакиев, В., Михайлова, М. *Управление на ценообразуването*. Варна : Наука и икономика, 2012
9. Владимирова, Й., Атанасов, Б., Игнатова, Н., *Цени и ценообразуване*, Изд. комплекс – УНСС, 2016

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

10. Нецева-Порчева, Т., Ценова политика, Изд. комплекс – УНСС, 2023
11. Желев, С., Младенова, Г., Гълъбова, В., Забунов, Г., Кехайова-Стойчева, М., Кръстевич, Т., Михайлова, К., Костадинова, Е., Постаджиян, К., Стоименова, Б. Потребителско поведение : [Учебник за икономическите ВУЗ].София : Изд. комплекс УНСС, 2018, 468 с.
12. Кехайова-Стойчева, М., Потребителско поведение – втора част, Варна, 2009 г.
13. Димова Н., Маркетингови аспекти на емоционалното пазаруване, София, НБУ, 2013.
14. Балева, В. Продуктът: Маркетингови стратегии и политики. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2007.
15. Тонкова, Е., Павлова, Д., Продуктов мениджмънт, Унив. изд. Наука и икономика, 2022.
16. Тонкова, Е., Петрова, Д. Асортиментни решения в условия на криза. // Маркетингът - реалност и проекции в бъдещето : Сб. докл. от междунар. науч. конф., [ИУ - Варна, 2012]. - Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2012, с. 479 - 487.
17. Котлър, Ф., Картаджая, Х., Сетиауан, И., Маркетинг 5.0, Локус Пъбл., 2022.
18. Илиев И. и колектив, Глобализацията: Въпроси на теорията, поглед към екологичната и социалната практика, Стено, Варна, 2009 г.
19. Котлър Ф., Хаотика, Locus, София, 2009 г.
20. Котлър Ф., Н. Лий, Корпоративна социална отговорност, Рой Комюникейшън, 2011, 320 с.
21. Събев, Д., Маркетинг, потребление и икономически растеж, Катехон, 2021, 304 с.
22. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията. Наука и икономика, ИУ Варна, 2015
23. Кафтанджиев, Х. (2020). Интегрирани маркетингови комуникации, УИ „Св. Климент Охридски“, София.
24. Василева, Б. (2015). Маркетингови комуникации, Изд-во „Наука и икономика”, Икономически университет-Варна.
25. Василева, Б. (2021). Основи на дигиталните медии и ПР, Изд-во „Наука и икономика”, Икономически университет-Варна.
26. Димитрова, Г., Василева, Б., Илиева, Г., Недялкова, Х., Петрова, Г., Илиева, И. (2020). Интеркултурна комуникация в туризма, Изд-во „Наука и икономика”, ИУ-Варна.
27. Голдблат, Дж.. Специални събития. Глобалният събитийен мениджмънт през 21 век. “Рой Комюникейшън”, 2010
28. Акулич, М. Ивент-Маркетинг, 2017
29. Младенова, Г. Стратегическо маркетингово планиране, С. 2008.
30. Станимиров, Е., Жечев, В. Маркетинг на бизнес организациите. Варна, 2015.
31. Kotler, Ph. et al. Marketing Management. Pearson, 3rd ed., 2016.
32. Keegan, Warren J. & Brill, Elyse Arnow. Global Marketing Management. Pearson, 8th ed., 2014.
33. Станимиров. Е., Белите петна в бизнеса, Изток-Запад, София, 2023.
34. Kotler, Philip & Keller, Kevin. A Framework for Marketing Management. Pearson, 6th Global ed., 2016.
35. Станимиров, Е. CRM (Мениджмънт). Изд. „Наука и икономика”, ИУ – Варна, 2013.
36. Станимиров, Е., Жечев, В., Павлова, Д., Паламарова, П. Бранд мениджмънт : [Учебник за студентите от ИУ - Варна]. Варна: Наука и икономика, 2018.
37. Станимиров, Е., В., Жечев. Търговска марка и бранд мениджмънт. Учебно пособие, Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2013 г.
38. Брестничка, Р. Управление на търговските марки. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2004.
39. Гало, К. Тайните на разказването на истории, Рой Комуникейшън , 2017
40. Мариоти, Д. Хитрините на бизнеса. За търговските марки. С., 2001.

41. Chernatory, L. From Brand Vision to Brand Evaluation. Elsevier, Oxford, 2010.
42. Heding, T. et al. Brand Management: Research, Theory and Practice. Routledge, London, 2009.
43. Kapferer, J. The New Strategic Brand Management. Kogan Page, London 2008.
44. Kotler, Ph., Pfoertsh, W. B2B Brand Management. Springer, Berlin, 2006.
45. Георгиева, Е. и др. Маркетингови анализи, ИУ-Варна, 2008.
46. Младенова, Г. Маркетингови анализи, Тракия, 2000.
47. Желев, С., Рекламни изследвания, УИ Стопанство, 2013, София.
48. Катранджиев, Хр. Методологически аспекти при разработването на рекламна кампания. УИ Стопанство, Сф. 2008 .
49. Кафтанджиев, Хр, Absolut Semiotics in an Absolut World. Сиела, СФ. 2008.
50. Томс, Ж., Интернет рекламата. Мисията възможна, Сиела, 2005, София.
51. Василева, Б. Международен маркетинг, Изд-во „Наука и икономика“, Икономически университет-Варна, 2018.
52. Узунова, Ю., Василева, Б., Калинова, Н., Международен маркетинг, Издателство „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2012.
53. Боева, Б., Василева, А. Международен маркетинг, УНСС, 2010.
54. Vassileva, V. Nonlinear Dynamics for Marketing Decisions (Part 1): Dynamics of Global Brands Values. Bulgarian Academy of Sciences, Issue 7, 2015.
55. Маринов, Р. Интерактивни стратегически комуникации, НБУ, 2012.
56. Котлър, Ф. Маркетинг 3.0, Изд-во „Локус“, 2010.
57. Левинсън, Джей К. Партизански маркетинг, Изд-во „Изток-Запад“, 2011.
58. Василева, Б., Иванов, С. Социални медии. Варна: Наука и икономика, 2022, 170.
59. Томс, Ж., Георгиева, К. Инструменти за социални мрежи, Siela, София, 2012.
60. Сланчева-Банева, Ваня, Основи на маркетинга на услугите, София : Рива, 2014.
61. Симеон Желев, Галина Младенова, Маркетинг, София : Изд. комплекс - УНСС, 2012.
62. Wirtz, Jochen et al., Essentials of Services Marketing, - 2. ed. - Singapore : Pearson Ed., 2013.