

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – В А Р Н А
Ф А К У Л Т Е Т „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: „МАГИСТЪРСКИ СЕМИНАР“

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

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

СЕМЕСТЪР: 9 за СС и СНУ, 11 за ДНДО и СПН

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

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

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

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Евгения Тонкова)

2.
(проф. д-р Евгени Станимиров)

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

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Магистърски 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 “Корпоративен 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. Специално внимание се обръща на работата с бази данни, осъществяване на самостоятелно изследване, цялостно оформление на научен труд и неговото представяне.

Чрез дисциплината „Магистърски 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

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. Въведение в магистърски семинар		3	3	
1.1.	Кратко изложение на лекционния курс			
1.2.	Представяне на формите за дипломиране на студентите съгласно правната регламентация			
1.3.	Представяне на изискванията към аудиторната и извън аудиторна заетост на студентите			
1.4.	Поставяне на задачи във връзка с аудиторната и извън аудиторна заетост на студентите			
1.5.	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 в разработване на дипломна работа			
2.2.	Методически насоки в защита на дипломната работа			
2.3.	Източници на информация. Електронни каталози. Бази с данни.			
ТЕМА 3. Методически насоки в подготовката на студентите за разработване на въпросите и полагане на държавен изпит		5	5	

3.1.	Методически насоки в разработване на въпросите за комплексен държавен изпит			
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 и теоретична част на дипломната работа			
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 от препоръчаната литература 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		5	5	
6.1.	Структуриране на съдържанието и плана			
6.2.	Структуриране на отделните части – въведение, глави, параграфи и заключение. Оформление.			
6.3.	Формулиране на теза и хипотези			
6.4.	Подготовка на самостоятелно изследване/проект			
6.5.	Разработване на концептуален модел на изследването в дипломната работа и проектиране на собствено изследване			
6.6.	Подбор на методи, модели и техники за изследване			
6.7.	Информационно осигуряване на изследването			
ТЕМА 7. Методологически инструкции в разработването на темите от въпросника		3	3	
7.1.	Структуриране на въпроси. Проблемно ориентиране.			
7.2.	Онагледяване на съдържанието. Систематизиране и цитиране.			
ТЕМА 8. Подготовка за представянето на държавен изпит и защита на дипломна работа		3	3	
8.1.	Изпитни процедури			
8.2.	Процедури по защита на дипломни работи			
8.3.	Правила при създаване и представяне на презентация. Стратегия за успешна защита.			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Дипломантски проект (индивидуално задание)/Тест	1	60
1.2.	Библиографска справка	1	30
1.3.	Индивидуално задание (литературен обзор по определена тема)	1	30
Общо за семестриалното оценяване:		3	120
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	-	-
Общо за сесийното оценяване:		-	-
Общо за всички форми на контрол:		3	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА 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.

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.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Арnaudов, Д., Крумова, А. (2007). Сигурност и защита на ИС, София.
2. Василева, Б. (2021). Основи на дигиталните медии и ПР. Варна: Наука и икономика.
3. Василева, Б., Паламарова, П., Иванов, С. (2023). Управление на корпоративните комуникации. Варна: Наука и икономика.
4. Василева, Б., Паламарова, П., Иванов, С. (2023). Управление на корпоративните комуникации: учебно помагало. Варна: Наука и икономика.
5. Василева, Б., Паламарова, П., Иванов, С. (2024). Дигитален ПР: стратегии и практики. Варна: Наука и икономика.
6. Владимирова К. Стратегическо управление и стратегическо развитие. УНСС, 2007.
7. Електронни учебни материали по дисциплината „Иновативен маркетинг“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.
8. Илиев, И. и кол. (2008). Управление на корпоративната сигурност, ВСУ.
9. Котлер, Филип и др. Новые маркетинговые технологии : Методики создания гениальных идей / Филип Котлер ; Пер. Ханс-Д. Литке . - Санкт Петербург : Нева, 2004
10. Начев, Й. (2007). Конкурентно разузнаване.
11. Станимиров, Е., Жечев, В. CRM Мениджмънт- учебно помагало, Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2013.
12. Станимиров, Е. CRM Мениджмънт, Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2013.
13. Тонкова, Е. Дистрибуционни модели в условията на е-бизнес. Стено, Варна, 2005
14. Тонкова, Е. Дистрибуционни практики и решения, Издателство „Наука и икономика“, 2014
15. Узунова, Ю., Данчев, Д., Б. Василева. (2010). Маркетингово лидерство, метрика, бенчпрактики, Библиотека “Проф.Цани Калянджиев”, Книга шестнадесета, Изд-во „Наука и икономика“, ИУ-Варна.
16. Aaker, D. A., & Moorman, C. (2023). Strategic Market Management. John Wiley & Sons.
17. Glass, R., Callahan, S. The Big Data-Driven Business, Wiley, 2015
18. Gümüş, Sefer & Gümüş, Hande. (2015). Marketing of Innovation in Business. Procedia - Social and Behavioral Sciences. 181. 10.1016/j.sbspro.2015.04.887
19. Kotler, P. K., Lane, K., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. 16th Global Edition.
20. Tonkova, E. Application-Based Marketing - from Reality to the Future. New Challenges of Economic and Business Development - 2019: Incentives for Sustainable Economic Growth : 11th International Scientific Conference : Proceedings, May 16 - 18, 2019, Riga, Univ.of Latvia, Riga : University of Latvia, 2019, 883 - 891
21. Tonkova, E., Innovative Marketing Decisions for Business Success / Evgenia Georgieva Tonkova // Intern. Conf. on Contemporary Marketing Issues (ICCMI), 13 – 15 June 2012, Greece. - Thessaloniki : Bucks New Univ., ATEI, 2012, с. 232 - 236
22. Ungerman, O. and Dředková, J. Marketing Innovations in Industry 4.0 and Their Impacts on Current Enterprises, Appl. Sci. 2019, 9, 368