



## 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](mailto:info@swu.bg)  
<http://www.swu.bg>

### Катедра “МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” Информационен пакет ECTS

#### Специалност: Маркетинг

#### Образователно–квалификационна степен: Магистър

##### ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Обучението по този учебен план е предназначено за завършилите специалности извън направления 3.8. Икономика, 3.7. Администрация и управление. Магистрите, завършили специалност “Маркетинг” придобиват задълбочени теоретични знания и практически умения по пазарна стратегия и маркетингови проучвания, както и по управление на стопански и др. фирми, търговски дружества и организации.

Обучението на студентите по тази специалност включва задължителна специализираща подготовка, избираеми и факултативни 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 пазарно стопанство. В студентите се изграждат навици за използване на управленски технологии с ЕИТ и персонални компютри в тяхната бъдеща практическа дейност.

Придобиват се знания по възможните пазарни и рискови проблемни ситуации, както и извеждане на алтернативни решения за тяхното преодоляване в условията на конкурентност и неопределеност в пазарната конюнктура.

##### КОМПЕТЕНЦИИ, КОИТО ПРИДОБИВАТ СТУДЕНТИТЕ:

- знания и умения в широк икономически, социален и маркетингов аспект, които да положат основата и да надградят получените знания по фундаменталните икономически дисциплини, придобити в първи и втори семестър;
- задълбочено да се запознаят и овладеят актуалните проблеми в областта на международните аспекти на маркетинга;
- комуникационна политика, маркетингови изследвания, стратегическо управление, банков маркетинг, стокова и иновационна политика;
- управление на маркетинга, стратегически маркетинг, международни стокови пазари, електронен маркетинг, поведение на потребителя, стопанска логистика и др.;

Завършилите обучението си по специалност Маркетинг могат да упражняват следните професии и да заемат съответните длъжности съгласно Националната класификация на длъжностите, 2011 г.:

- 2432/6001 Експерт, връзки с обществеността; - 2434/5005 Продуктов мениджър; - 2431/6001 Анализатор, проучване на пазара; - 2431/6002 Експерт, маркетинг; - 2431/6003 Експерт, реклама; - 2431/6004 Експерт, политика на цените; - 2431/6005 Експерт, външна търговия;

Икономистът маркетинголог притежава следните най-общи умения:

1. Прилага интегрално получените общотеоретични, специални и специализирани икономически знания по провеждане на маркетингови дейности в предприятията;

2. Провежда успешни маркетингови проучвания на пазара, оценка на пазарите и разработване на маркетингови стратегии;

3. Умение да изработва алтернативни маркетингови решения и оценка на тяхната ефективност;

4. Прави статистически комплексни анализи на резултатите от маркетинговите проучвания с цел правилно тълкуване на събраната и обработена информация;

5. Прилага съвременни управленски информационни технологии;

6. Умее да взема управленски решения;

7. Умело участва в частната инициатива и предприемачество.

Квалификационната характеристика на специалност "Маркетинг" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по маркетинг" е основен документ, който определя разработването на учебния план и учебните програми. Тя е съобразена със Закона за висшето образование, с Наредбата за държавните изисквания за придобиване на образователно-квалификационна степен "Магистър", "Бакалавър", "Специалист" и с Правилниците на ЮЗУ "Неофит Рилски".

## СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН

ОБЛАСТ НА ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ: 3. СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И ПРАВНИ УСЛУГИ

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.8. ИКОНОМИКА

СПЕЦИАЛНОСТ: МАРКЕТИНГ

ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР

ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО МАРКЕТИНГ

ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

<b>Първа година</b>			
<b>Първи семестър</b>	<b>ECTS кредити</b>	<b>Втори семестър</b>	<b>ECTS кредити</b>
1. Микроикономика	6.0	1. Макроикономика	6.0
2. Математика	3.0	2. Бизнес планиране и контрол	3.0
3. Икономически теории	3.0	3. Статистика	6.0
4. Стопанска история	3.0	4. Ценови стратегии	3.0
5. Основи на мениджмънта	3.0	5. Икономика на труда	3.0
6. Финанси	3.0	6. Счетоводство	3.0
7. Маркетинг	6.0	7. Избираема дисциплина II група	3.0
8. Избираема дисциплина I група	3.0	8. Избираема дисциплина III група	3.0
<b>Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)</b>		<b>Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)</b>	
<b>Избираеми дисциплини I група</b>		<b>Избираеми дисциплини II група</b>	
1. Иновации и иновационно развитие	3.0	1. Управление на маркетинга	3.0
2. Валутен и митнически контрол	3.0	2. Организационно поведение	3.0
3. Финансов и данъчен контрол	3.0	<b>Избираеми дисциплини III група</b>	
		1. Управление на продажбите и бизнес логистика	3.0
		2. Мениджмънт в глобална среда	3.0
	Общо 30		Общо 30
<b>Втора година</b>			
<b>Първи семестър</b>	<b>ECTS кредити</b>	<b>Втори семестър</b>	<b>ECTS кредити</b>
1. Стратегическо управление	6.0	1. Маркетингово консултиране	3.0
2. Стокова и пластментна политика	6.0	2. Международни стокови пазари	3.0
3. Банков маркетинг	6.0	3. Стратегически и конкурентен анализ	3.0
4. Селф маркетинг	6.0	4. Избираема дисциплина V група	3.0
5. Избираема дисциплина IV група	6.0	5. Избираема дисциплина VI група	3.0
		Държавен изпит или защита на дипломна работа	15.00
<b>Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)</b>		<b>Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)</b>	
<b>Избираеми дисциплини IV група</b>		<b>Избираеми дисциплини V група</b>	
1. Стратегически маркетинг	6.0	1. Инвестиционен анализ	3.0
2. Рекламна политика на малките и средни предприятия	6.0	2. Борси и борсови операции	3.0
		<b>Избираеми дисциплини VI група</b>	
		1. Основи на клъстерната концепция	3.0
		2. Количествен анализ в маркетинговите изследвания	3.0
	Общо 30		Общо 30

**ОБЩО ЗА 2 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 120 КРЕДИТА**

## ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ

Специалност: Маркетинг

ОКС «Магистър»

### МИКРОИКОНОМИКА

**ECTS кредити:** 6

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 1

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Курсът трябва да подпомогне студентите-първокурсници от неикономическите дисциплини да разберат и осмислят същността, вътрешните връзки и взаимозависимостите между различните обекти и субекти в теоретичната икономика, което да подпомогне тяхната правилна ориентация във всички общи и частни дисциплини, които те впоследствие ще изучават в хода на своето обучение. Според Мансур Олсън предмет на микроикономическата теория е “поведението на индивидуалните и обособени центрове на вземане на /икономически и подобни решения във и по повед техните специфични пазари на проява, както и взаимовръзките, които е длъжен да отчита в своята /икономическа и подобна дейност/. От тази гледна точка 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/. После върху тях се “налагат” различни “надстроечни” въпроси, касаещи едни или други аспекти в дейността на стопанските субекти и обекти в широк смисъл. 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 теоретичния микроикономикс. Предмет на микроикономикса. Роля и място на пазара – пазарен механизъм. Структуриране на пазарноикономическата околна среда – стопански субекти и обекти. Понятие за благо в икономиката. Ограниченост на благата – видове блага. Обосноваване на икономическите решения. Начини и форми за генериране на решения и за тяхната реализация – теоретични аспекти. Факторна теория – фактори на производството. Разделение на труда в съвременни условия и неговото влияние върху поведението на пазарните субекти. Стопанска политика – същност и цели на стопанската политика – макро и микро ниво. Структуриране на пазара – наследени структури, стихийно и целенасочено структуриране. Параметриране на пазара. Понятие за планиране в пазарно-икономически условия.

**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:** 3

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 1

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

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

**Седмичен хорариум:** 3л + 1су

**Вид на изпита:** писмен

**Седмичен хорариум:** 1л + 1су

**Вид на изпита:** писмен

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 Линии в равнина. Права 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. 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.

## ИКОНОМИЧЕСКИ ТЕОРИИ

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**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.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Икономически идеи в докапиталистически формации. Меркантизъм. Физиокретическа школа. Буржоазна класическа, политическа икономия. Симон де Сисмонди. Жан Батист Сей. Томас Робер Малтус. Историческа школа. Утопичен социализъм. Марксистическа политическа икономия. Субективна школа. Институционализъм. Джон Кейнс. Неолиберализъм. Иконометрия. Теоретици на икономическата динамика. Монетаризъм.

**Технология за обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## СТОПАНСКА ИСТОРИЯ

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Целта на курса е да въведе студентите в основните проблеми на стопанското развитие на Света и България от Древността до наши дни, като се акцентира главно на формирането и развитието на съвременното модерно пазарно стопанство. В процеса на обучение се изясняват онези важни особености в развитието на различните стопански системи, които дават възможност да се осмислят задълбочено различните структури и организация на тези системи, залегнали и в тяхната съвременна структура и

**Седмичен хорариум: 2л + 0су**

**Вид на изпита: писмен**

**Седмичен хорариум: 2л + 0су**

**Вид на изпита: писмен**

организация. В този контекст на общото световно стопанско развитие през вековете да се анализира мястото на българското стопанско развитие.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Предмет и периодизация на Стопанската история. Основни стопански системи в Древността. Гръко-римското пазарно стопанство в Античността. Стопанските системи през Средновековието. Генералната трансформация в Западна Европа – характер и параметри. Индустриалният преврат и индустриализацията в Западна Европа и Северна Америка (края на XVIII-XIX в.). Формирането на модерни пазарни отношения в българските земи през Възраждането. Българското стопанство от Освобождението до войните (1878-1912 г.). Концентрацията на производството и капиталите в развитите индустриални държави в края на XIX и първите десетилетия на XX в. Световното стопанство след Първата световна война. Тоталитарните икономически системи между двете световни войни – сравнителна характеристика. Световното стопанство през 30-те години на XX в. Основни тенденции. Западните индустриални държави и Япония в следвоенните икономически отношения. “Социалистическият лагер” – източният полюс.

**Технология за обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## ОСНОВИ НА МЕНИДЖМЪНТА

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 1л + 1су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 1

**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 частните управленчески науки като Персонален мениджмънт, Производствен мениджмънт, Иновационен мениджмънт и пр., така също и с дисциплините маркетинг, макро и микроикономика.

**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. 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.

## ФИНАНСИ

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 1л + 1су

**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 “Финанси” има за задача да представи на студентите основни знания в областта на финансирането на различни по юридическа регистрация търговски дружества, проблемите на финансовата и данъчната им политика, структурната и управлението на капитала и активите на фирмата, както и ефективността на инвестиционните решения. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като в рамките на разумен компромис между теоретичния и практико-приложен материал се дава приоритет на практическата страна на разглежданите теми. Разработеният богат текстови материал, казуси и практически задачи целят затвърдяване на получените в рамките на лекционния курс познания, да ги доразвият и потърсят тяхното реално приложение в практиката.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Пари. Публични (фискални) финанси. Пари и финанси. Произход, еволюция и същност на парите. Консолидиран държавен бюджет. Държавен бюджет. Функционална и съставна структура на бюджета. Бюджетен цикъл. Фискална децентрализация. Местна власт. Основни функции на местните власти. Административна и финансова автономност на общините. Данъчна система и политика. Преки имуществени данъци. Преки доходни данъци. Косвени данъци. Акцизи. Мита и митническа политика. Данък върху добавената стойност. Неданъчни приходи в държавния бюджет. Социално осигуряване. Бюджетен дефицит и неговото финансиране. Данъчен и финансов контрол. Международни публични финанси.

**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.

**МАРКЕТИНГ****ECTS кредити:** 6**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър:** 1**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Целта на курса е да се 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 диференцирано спрямо потенциалните потребители и др. Курсът е съобразен с предвидения хорариум, като позволява да се усвоят същността, ролята, средствата и възможностите на маркетинга.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност, характеристика и структура на маркетинговите мероприятия. 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. Организация и управление на маркетинговите дейности. 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 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.

**ИНОВАЦИИ И ИНОВАЦИОННО РАЗВИТИЕ****Седмичен хорариум:** 2л + 2су**Вид на изпита:** писмен

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Дисциплината има за задача да представи на студентите основни знания в областта на иновациите и иновационната политика. Иновационната дейност не може да се разглежда откъснато от всички останали процеси както на макроикономическо ниво, така и на микроикономическо ниво, а също така и в контекста на развитие на европейското изследователско пространство. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат систематизирани знания и формират умения в тази изключително важна област на съвременната икономика. Анализира се прилагането на интегриран подход към иновациите, специфичните икономически особености, стратегиите за осъществяване на иновационна дейност, иновационната активност и бариерите пред иновациите, европейските практики в иновационната дейност и пр.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Въведение, цел и задачи на учебната дисциплина. Успешният мениджмънт на иновациите и иновационна политика – стратегическа задача в съвременните икономически условия. Иновациите – централен проблем на стратегиите и политиката на развитие на съвременната икономика. Съвременно значение и съдържание. Роля на иновациите и иновационната политика в предприемаческата дейност. Иновационен процес. Стратегии за осъществяване на иновационната дейност. Иновационни стратегии на предприятието. Основни стратегии за продуктова иновация. Основни стратегии за технологична и организационно-управленска иновация. Рисков капитал. Иновационните мрежи – новата парадигма за създаване и дифузия на знания и иновации. Иновационните мрежи и позицията на фирмата. Създаване на технологично знание в икономическия процес. Интелигентните мрежи и иновациите. Културни особености на средата. Характеристика на новатора. Иновационна активност и бариери пред иновациите. Преодоляване на бариерите пред иновациите. Информационни потребности и иновационни процеси на “новата икономика”. Иновация и интелектуална собственост. Мениджмънта на иновациите и тенденциите в иновационната дейност. Иновационният мениджър и осъществяване на фирменото поведение. Иновационна култура и иновационна политика. Иновационна активност и най-съществените бариери пред иновациите в България. Изграждане на иновационна инфраструктура в България. Технологични центрове, бизнес-инкубатори и технологични паркове. Развитие на европейското изследователско пространство. Технологичен трансфер. Европейска стратегия за преодоляване на бариерите пред иновациите в Европа. Иновационни програми на Европейския съюз.

**Технология за обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## **ВАЛУТЕН И МИТНИЧЕСКИ КОНТРОЛ**

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 1**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Курсът по дисциплината запознава студентите с основните форми и методи на контрол прилагани при митническия и валутен контрол, както и тяхната институционална организация и правна основа. Курсът е разделен на две. В първата част, митнически контрол се преподават основните категории, понятия, форми и методи на митнически контрол, както и спецификата на процедурите и действията на митническите контролните органи при отделните митнически режими. Дава кръг от минимални знания относно бъдещото ни участие в митническия съюз на ЕС. Втората част от курса запознава студентите с организацията и формите на валутния контрол и валутния режим. Съответно студентите се запознават и с нормативните изисквания и санкции при прилагането на съответните контроли.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

**Седмичен хорариум: 2л + 0су**

**Вид на изпита: писмен**

**Седмичен хорариум: 2л + 0су**

**Вид на изпита: писмен**



Същност и съдържание на митническия контрол. Митническа тарифа. Изчисляване на мита. Въвеждане, манифестиране, даване на митническо направление. Деклариране на стоките и даване на митнически режим. Контрол при митнически режими внос, износ, транзит. Митнически контрол при митнически режими обработка под митнически контрол и митническо складиране. Митнически контрол при митнически режими временен внос и временен износ. Митнически контрол при прилагане на митнически режими активно усъвършенстване и пасивно усъвършенстване. Митнически контрол под покритието на карнета ТИР и АТА. Външнотърговски режим на Р.България и мерките на търговската политика. Валутен режим и сделки с валутни ценности. Валутен контрол и организация на валутната търговия на обменните бюра и финансови къщи. Валутен и митнически контрол при внос и износ на левове и чуждестранна валута и презгранични плащания. Контрол прилаган при добива и обработката на благородни метали и скъпоценни камъни.

#### **Технология за обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

### **ФИНАНСОВ И ДАНЪЧЕН КОНТРОЛ**

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 0су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 1

#### **Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

#### **Анотация:**

Курсът по дисциплината “Финансов и данъчен контрол“ в съответствие с целите на специалността “Маркетинг” запознава студентите с целите, принципите и задачите на финансовия и данъчния контрол, както и с основните им понятия, видове, форми и методи и процесуални действия. Също така запознава студентите с нормативната база и институционалната организация на финансовия и данъчния контрол в нашата страна. Целта е студентите да придобият знания за функционирането на финансовата и данъчната система и контрол като съвкупност от действия за осигуряване на законосъобразност при финансовата отчетност и контрол и установяване и събиране на данъчните задължения.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност и теоретични основи на финансовия контрол. Основни видове форми и методи на финансов контрол. Независим одит. Вътрешен одит. Вътрешен контрол – интегрирана за вътрешен контролрамка – COSO. Финансова-данъчна ревизия и проверка. Финансова инспекция. Финансов контрол и приходите на публичните финанси – същност и обща характеристика. Данъчен контрол. Национална агенция за приходите. Същност и съдържание на данъчния контрол. Данъчни субекти. Данъчна регистрация. Деклариране на доходи имуществва и обороти. Събиране на данъци. Разсрочване отсрочване прихващане. Изпълнения на данъчни вземания.

#### **Технология за обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

### **МАКРОИКОНОМИКА**

**ECTS кредити:** 6

**Седмичен хорариум:** 2л + 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 в структурно отношение обхваща както основни общи проблеми на макроикономическата теория, така и специфични проблеми на измерителите на макроикономическата активност, съвкупното търсене и предлагане, фискалната, монетарна и банкова политика. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като в рамките на

разумен компромис между теоретичния и практико-приложен материал се дава приоритет на практическата страна на разглежданата тематика. Разработеният богат текстови материал, казуси и практически задачи имат за цел да затвърдят получените в рамките на лекционния курс познания, да ги доразвият и потърсят тяхното реално приложение в практиката.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Обект, обхват и задачи на макроикономическата теория и политика. Основни макроикономически проблеми. Измерители на макроикономическата активност. Икономическо благосъстояние. Съвкупно търсене и предлагане. Макроикономическо равновесие. Безработица. Инфлация и нейното влияние върху икономиката. Потребление, инвестиции и други компоненти на съвкупното търсене. Равновесен обем на производството. Фискална политика. Пари и банкова система. Монетарна политика. Международни търговски отношения. Протекционизъм срещу свободна търговия. Валутен пазар и валутен курс. Платежен баланс.

#### **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 ПЛАНИРАНЕ И КОНТРОЛ**

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 2**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

#### **Анотация:**

Във всички теоретични изследвания и обобщения на практиката планирането се определя като основна функция на мениджмънта и се разглежда във взаимозависимост с цялата система на вътрешно-фирменото управление. Планирането определя какво трябва да се направи (извърши, произведе), кога, как и от кого трябва да се направи, какви ресурси са необходими и от кои източници ще се осигурят, за да може цялата дейност по изпълнението на плана да бъде извършена в определените срокове. Това означава, че планирането се осъществява в тясно взаимодействие с другите функции на процеса на управлението – организиране на дейността по изпълнение на плана, ръководство и контрол.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност и съдържание на процеса на фирменото планиране. Принципи на фирменото планиране. Система от фирмени планове. Определяне на целите. Анализ на обкръжаващата среда и вътрешните фактори. Определяне на стратегиите. Видове стратегии. Оценка и избор на стратегиите. Разработване на стратегически програми от подразделенията на организацията. Маркетинг. Маркетинговите проучвания – основа на фирменото планиране. Систематизиране на прогнозите за цените на краен потребител и потребителското търсене. Разработване на планови “междинни” цени по цикъла от цена на краен потребител до цена на производител – ценова решетка. Определяне на оптимален размер на производството на продукта. Планиране на иновациите. Създаване и внедряване на нов продукт – избор на идеи, проектиране, реализация. Планиране на производството. Производствена програма – показатели и схема на разработване. Използване на производствените мощности. Баланс на производствените мощности. Планиране на капиталното строителство. Определяне на обема и структурата на капиталните вложения. Амортизационен план и планови баланси на материалните и нематериалните дълготрайни активи. Баланс на производството и продажбите на продукцията. Планиране на материалните ресурси. Управление на материалните запаси. Планиране на човешките ресурси. Финансов план. Планов баланс на активите и пасивите на предприятието – План за разпределение на печалбата.

#### **Технология на обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## **СТАТИСТИКА**

**ECTS кредити: 6**

**Седмичен хорариум: 2л + 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:**

В лекционния курс се обяснява статистическото изучаване като информационен процес и неговата отговорна роля за информационното осигуряване на управлението. С него се разкриват същността и конкретното приложение на статистическите методи 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.

**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 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.

## ЦЕНОВИ СТРАТЕГИИ

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 0су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Курсът по дисциплината е съобразен с предвидения хорариум по учебен план на специалността. Дисциплината е включена във фундаменталния блок задължителни дисциплини, като целта е да се положат стабилни основи, върху които ще се надграждат бъдещите познания на студентите по специалните дисциплини, включени в по-горните курсове на специалността. Курсът е изграден на базата на съвременните постижения на теорията и практиката в областта на либерализираните и на държавно регулираните цени. Целите и задачите на учебната дисциплина са студентите да придобият знания и умения по преподавания материал. В процеса на обучение студентите трябва да усвоят теоретичните основи на фирмените и държавните стратегии, както и да добият компетентност за реалното приложение на ценовите стратегии, прилагани от фирмите, съобразно пазарната ситуация.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност, принципи, цели, задачи, изисквания, начини, етапи и информация за разработване на ценови стратегии. Характеристика на широко използвани ценови стратегии. Ценови стратегии в зависимост от равнището на цените. Ценови стратегии спрямо различните купувачи. Ценови стратегии съобразно характера на пазара. Ценови стратегии в зависимост от пазарната ситуация. Ценови стратегии, отчитащи разходите, качеството и различните фази на жизнения цикъл на стоките. Стратегия на трансферни цени. Стратегия на актуализация и тестване на цените. Рискове и застраховане при прилагане на ценовите стратегии. Необходимост, цели и видове държавни стратегии на регулиране на цените. Държавни стратегии на пряко регулиране на цените. Държавни стратегии на косвено и комбинирано регулиране на цените. Държавни стратегии на регулиране на цените на някои стоки в европейските страни. Стратегии на наддържавно регулиране на цените на ЕС.

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

## ИКОНОМИКА НА ТРУДА

**ECTS кредити:** 3

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Икономиката на труда разглежда труда като система от обществени отношения. Тя изучава закономерностите, принципите, подходите и практическите механизми, изграждащи политиките за въздействие и стимулиране на наетите лица, в процеса на тяхната икономическа реализация. Икономиката на труда е наука за диалектиката и ефективността на труда във връзка със систематичното повишаване на производителността, качеството и конкурентноспособността, в съчетание с прилагането на модерни и прогресивни форми и системи на заплащане. Тук съвременните форми за възнаграждение, се съчетават с необходимостта от създаването на условия за социална защита на наетите лица, от законодателното изискване за осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд, от прилагането на рационална, здравословна и икономически обоснована организация, основана на естетична и водеща фирмена култура, оптимално разделение и организация на обществените и индивидуален труд. Икономиката на труда е неразривно свързана с разкриване състоянието на народонаселението и трудовите ресурси, с отчитане на потребностите от прилагане на съвременните индустриални отношения като условие и предпоставка за постигане на уеднаквяване на различните видове интереси и постигане на "социален мир", за висок жизнен стандарт, при спазване и отчитане на изискването за осигуряване на максимална степен на заетост и разпределение на населението по региони и в страната като цяло.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Трудов процес и съвременна нормативна регламентация. Възпроизводство на населението и човешките ресурси. Пазар на труда и особености на стоката работна сила. Заетост и безработица. Стойност и цена на работната сила. Фактори, детерминиращи равнището и динамиката на работната заплата. Подходи, механизми и системи за определяне на трудовото възнаграждение. Социална защита на работната сила. Минимална работна заплата. Социално осигуряване. Здравословни и безопасни условия на труд. Организация на труда и трудови стандарти. Управление, използване и мотивиране на работната сила. Ефективност и качество на труда. Съвременни индустриални отношения. Колективен трудов договор.

**Технология на обучение 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.

## СЧЕТОВОДСТВО

**ECTS кредити:** 3

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 2

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Разглеждат се научно-теоретичните основи на счетоводството: същност, способности, средства, както и организацията на счетоводството в качеството му на информационна и контролна система. Изясняват се нормативната уредба на счетоводната отчетност, Закон за счетоводството, МСС, НСС, сметкоплан. Целта е да се осигури научна и практико-приложна подготовка на студентите в тази важна област на научно знание, в качеството и на фундамент на счетоводството.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Счетоводството като информационна и контролна система. Стопанските средства на предприятието като обект на счетоводството. Способ на балансовото обобщаване. Двустранно записване в счетоводството. Връзка и зависимости между счетоводния баланс и системата на счетоводните сметки в процеса на счетоводното отчитане на дейността на предприятието. Способ на документирането. Инвентаризацията. Оценка на активите и пасивите. Калкулиране. Текущо счетоводно отчитане. Видове и оценка на активите

**Седмичен хорариум:** 2л + 0су

**Вид на изпита:** писмен

**Седмичен хорариум:** 2л + 0су

**Вид на изпита:** писмен

и пасивите по Закона за счетоводството и тяхната приложимост в счетоводната практика. Принципи на счетоводното отчитане на разходите, на разходите за труд и осигуровки, на производството и реализацията на продукцията, стоките и услугите на предприятието. Принципи на счетоводното отчитане на капитала, резервите и финансовите резултати.

#### **Технология на обучение 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 МАРКЕТИНГА**

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 2**

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Целта на дисциплината е да формира знания и умения в студентите, относно управлението на маркетинговите дейности и организирането на маркетинговите мероприятия във фирмите. След преминаване на курса по дисциплината, студентите трябва да придобият знания и умения за лесно, бързо и правилно дефиниране и установяване на икономическите условия, променливите и параметрите на специфични процеси, които протичат в икономиката и на тяхна основа да намират адекватни модели и решения в маркетинговата сфера, както и изграждане на конкретен алгоритъм в организацията и управлението на маркетинговите дейности с цел успешното развитие на фирмите и преодоляване на възникнали проблеми чрез прилагане на получените знания в реални условия.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Необходимост от управлението на маркетинга. Концепции за управлението на маркетинга. Концепции за управлението на маркетинга. Определение на управлението на маркетинга. Съдържание на процеса на управлението на маркетинга. Съдържание на управлението на маркетинга. Дейности и функции на системата на управление на маркетинга. Стратегическо управление на маркетинга. Стратегическо планиране на маркетинга – същност и етапи. Цели и структура на маркетинговия анализ. Определяне на привлекателността на отрасъла. Цели на отрасловия анализ. Фактори за привлекателност на отрасъла. Етапи (стъпки) при анализа на отрасъла. Анализ на бизнес системата. Конкурентен анализ – същност, задачи и структура. Маркетингов план. Същност и предназначение. Принципи на съставяне. Структура на маркетинговия план. Основни етапи на разработване на маркетинговия план. Организационни структури на управлението на маркетинга във фирмата. Фактори за създаване на маркетинговото звено. Типични грешки при организацията на маркетинговите звена. Персоналът в маркетинговото звено. Качества на персонала. Умения на персонала. Заплащане на персонала. Организационни документи. Контрол на маркетинговата дейност. Същност, задачи и обекти на контрола.

**Технология за обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## **ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ**

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 2**

**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

**Седмичен хорариум: 2л + 0су**

**Вид на изпита: писмен**

**Седмичен хорариум: 2л + 0су**

**Вид на изпита: писмен**

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, разбираемо 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.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Организационно поведение като научна област и академична дисциплина – предмет, цели, равнища на анализ, подходи. Концепции лежащи в основата на организационното поведение – за природата на човека, за природата на организацията. Индивидуално трудово поведение – индивидуалните различия. ”Аз”-ът в организационното поведение. Мотивация. Отношение. Ангажираност. Мотивите и мотивацията в сферата на организационното поведение. Мотивационни модели. Видове мотивация към труд – нагласа, ангажираност, съпричастност. Организационни теории. Групите в организацията. Същност. Организационни роли. Статус и социализация. Формални групи и структури. Неформални групи и структури. Неформална организация. Имидж на организацията. Организационна култура. Форми. Функции на организационната култура. Възникване и развитие на организационната култура. Междуличностно поведение в групата. Същност. Видове. Проблеми. Междуличностно поведение в групата. Същност. Видове. Проблеми. Междуличностна динамика в групата. Власт. Организационна политика. Конфликти. Видове конфликти. Конфликтна ситуация. Стратегии за управление на конфликтите. Ръководство и лидерство. Същност и разграничения. Концепция за ръководство и лидерство. Качество на трудовия живот. Стрес и неговото управление. Съветване. Групова динамика. Групата като ефективен екип. Управление на промяната.

#### **Технология за обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

## **УПРАВЛЕНИЕ ПО ПРОДАЖБИТЕ И БИЗНЕС ЛОГИСТИКА**

**ECTS кредити: 3**

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър: 2**

**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 (търговци на едро, търговци на дребно, комисионери и др.). Класификация на продажбите. Специфика на международните икономически операции (сделки за международна продажба и др.). 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

**Седмичен хорариум:** 2л + 0су

**Вид на изпита:** писмен

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

### **МЕНИДЖМЪНТ В ГЛОБАЛНА СРЕДА**

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 0су

**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 “Мениджмънт в глобална среда” е разработен в съответствие с общите цели на специалност “Маркетинг”. В структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно динамичната и актуална проблематика на методите и формите на управление на сложните външнотърговски и външноикономически операции, осъществявани от съвременната национална и интернационална компания.

#### **Съдържание на учебната дисциплина:**

Интернационализацията и глобализацията на стопанската дейност и съвременния мениджмънт. Икономически и управленски теории за фирмата. Теоретични основи и понятия за мениджмънт в глобална среда. Мениджмънт в глобална среда от перспективата на модерните теории за транснационалния и глобалния капитал. Специфични теоретични направления в мениджмънта в глобална среда: теоретични възгледи за културното въздействие върху фирмения мениджмънт. Стратегическо планиране в международния бизнес-обект и интернационално обкръжение. Стратегически анализ и конкурентни предимства. Стратегически анализ и интернационално обкръжение. Организационно осигуряване на планирането на международния бизнес. Международни фирмени стратегии. Корпоративни стратегии в зависимост от начина на навлизане на пазара. Организиране в мениджмънта в глобална среда - основни теоретико-методологични положения. Организиране на дейността на транснационалните и глобалните компании. Интернационално управление на човешките ресурси - същност, теоретични начала и основни направления и структури. Морално-етични и културно-организационни аспекти на мениджмънта в глобална среда. Бизнес етика и мениджмънт в глобална среда. Бизнес етика и фирмена култура. Управление на фирмената култура

#### **Технология за обучение 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

### **СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ**

**ECTS кредити:** 6

**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:**

Акцентира се върху теорията и съчетана с практико-приложния ѝ характер и различието между опита на водещите в света фирми и нашата управленческа практика. Целта на дисциплината е да дообогати познанията на студентите с проблемите на стратегическото управление. С цел избягване на повторения в

двете програми, акцента е поставен върху практико-приложната част на проблематиката, като същевременно въпроса за стратегическото управление и връзката му с изграждането на управленчески структури се разглежда в по-голяма дълбочина.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност на управлението. Анализ на промените в управлението през 60-те години на XX в. Възникване на стратегическото управление. Същност на стратегическото управление. Стратегия и цели. Йерархия на целите. Алгоритъм на изграждане на стратегията. Роля на външната среда. Сценарен анализ. Метод на сегментацията. Проектиране и избор на стратегия. Мисия на организацията. Инструментарий за разработване на стратегията; портфейлен анализ, матрица на Бостонската консултативна група, матрица на “Дженерал електрик”, матрица на Ансъф. Диверсификационна стратегия. Същност на диверсификацията. Видове диверсификационни стратегии и механизъм на тяхното изграждане. Конкурентна стратегия. анализ и профилиране на конкурентите. Форми на конкурентна борба и механизъм на изграждане на конкурентната стратегия. Стратегия и фирмена култура. Същност на управленческата структура. Организацията като система; общ модел и неговите основни характеристики. Структура, връзки, цели и поведение. Организационно проектиране. Видове управленски структури (базови понятия- звено на управление, ниво на управление, мащаб на управляемост, делегиране и пр. Функционална управленческа структура- същност, изграждане, противоречия. Дивизионална управленческа структура. Вертикална и хоризонтална интеграция. Диверсификация и дивизионалност. Роля на ръководството. Роля на ръководството в изграждането на стратегията и управленческата структура.

**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.

## СТОКОВА И ПЛАСТМЕНТНА ПОЛИТИКА

**ECTS кредити:** 6

**Седмичен хорариум:** 3л + 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 специалиста – мениджър. 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:**

Стоката като елемент на маркетинг микса. Формиране на стоквата политика на фирмата. Процедура за формиране на стоквата политика. Иновационна политика на фирмата. Формиране на иновационна стратегия. Организация на иновационната дейност. Процес на създаване на нов продукт. Маркетингова стратегия за новите продукти. Дизайн, опаковка, маркировка на новите продукти. Методи за оценяване на предпочитанията на потребителите към алтернативни варианти на нов продукт. Маркетингът и научно-техническата политика.

**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.



## БАНКОВ МАРКЕТИНГ

**ECTS кредити:** 6

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 3

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Целта на курса е да се 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 диференцирано спрямо потенциалните потребители и др. Курсът е съобразен с предвидения хорариум, като позволява да се усвоят същността, ролята, средствата и възможностите на маркетинга.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Възникване, роля и концепции на маркетинг. Маркетингова среда. Методическо и информационно осигуряване и приложение на маркетинговите проучвания. Маркетингови програми. Изследване на пазарите, потребностите и потребителите. 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.

## СЕЛФ МАРКЕТИНГ

**ECTS кредити:** 6

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 3

**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. В програмата е предвидено разглеждането на основни въпроси, касаещи себепредставянето и личностния брандинг като основа за изграждането на успешна кариера. 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:**

Концепцията „селф маркетинг“ – същност, роля и видове. Селф маркетингът като процес. Методи на селф маркетинга. Личностно кариерно брандиране. Създаване на самоувереност. Селф маркетинг и изграждане на имидж. Самопрезентиране. Умение за водене на делови преговори. Практическо осъществяване на селф маркетинга в процеса на търсене на работа.

**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.

## СТРАТЕГИЧЕСКИ МАРКЕТИНГ

**Седмичен хорариум:** 3л + 2су

**Вид на изпита:** писмен

**Седмичен хорариум:** 2л + 2су

**Вид на изпита:** писмен

**ECTS кредити:** 6

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 3

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Целта на курса е студентите да получат задълбочени знания за методологията и методиката на разработване, реализиране и контролиране на маркетинговите стратегии във фирмите и да се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. В логическа последователност се изясняват аспектите на стратегическия маркетингов процес: същността, характеристиките и етапите на стратегическото маркетингово планиране, методологията на маркетинговите анализи, съдържанието и структурата на маркетинговите стратегии, класифицирането на маркетинговите стратегии според различни критерии, особеностите на проектиране на маркетинговата организационна структура и на маркетинговия контрол. Стремежът е да се постигне баланс между придобиването на знания и усвояването на умения, развитието на професионални компетенции и стратегическото маркетингово мислене и поведение у бъдещите мениджъри.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност и значение на стратегическия маркетинг. Процес на разработване на маркетингова стратегия. Изисквания, на които трябва да отговаря стратегическия маркетингов план. Маркетингов одит. Анализ на отрасъла и на конкурентите. Анализ на пазара и потребителите. Анализ на резултатите от маркетинговата дейност. Анализ “разходи - обем - печалба” и неговото използване в процеса на маркетинговото планиране. Маркетингови цели. Маркетингова стратегия. Видове маркетингови стратегии. Изпълнение и контрол на маркетинговата стратегия

**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.

## РЕКЛАМНА ПОЛИТИКА НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**ECTS кредити:** 6

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**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 специалиста – мениджър. 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:**

Комуникациите в системата на маркетинга. Пъблик рилейшънс (връзки с обществеността). Възникване и развитие на рекламата. Същност и функции. Видове. Организация на рекламната дейност. Основните участници в рекламния процес. Мотивация на предмета на рекламата. Разработване на рекламното послание. Основни положения на маркетинга и рекламните проучвания. Планиране на рекламните комуникации. Организиране и осъществяване на рекламна кампания. Рекламни константи. Печатни средства за разпространяване на рекламата. Реклама чрез електронно-излъчвателните средства. Директна реклама. Други средства за разпространение на рекламата. Насърчаване на продажбите. Лични продажби и спонсориране

**Технология за обучение и оценяване:**

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Вид на изпита:** писмен

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Вид на изпита:** писмен

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 КОНСУЛТИРАНЕ

**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 е насочен към разкриване на същността и съдържанието на консултирането, маркетинговия подход към него, ефективните методи за решаване на маркетинговите и управленски задачи в пазарната икономика. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания по теоретичните и практическите проблеми на консултирането в сферата на маркетинга и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременните условия.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Същност на консултирането и предпоставки за неговото прилагане. Подход на маркетинговото консултиране. Основи на маркетинговия подход. Инструменти на маркетинговото консултиране. Методи за изследване и методи за въздействие. Етика на маркетинговото консултиране. Проекти на маркетинговото консултиране. Йерархия на проектите. Дейност на консултантската фирма за разработване на стратегията и концепцията за развитие на предприятието. Методи на консултантската фирма за оптимизиране на организационната структура и функционалните направления на дейността на предприятието. Програма за оптимизация и отчет на консултанта. Внедряване на проектите за оптимизация. Експертиза на бизнес проектите. Подход към експертизата. Предмет на експертизата. Отчет на консултанта. Ревизиране на маркетинга. Задачи. Ревизиране на организационната структура, функциите и взаимодействието. Ревизия на подходите и методите на маркетинга. Разработка на маркетингови стратегии. Консултиране на разработване на рекламна кампания. Консултанти и консултантски агенции. Индивидуален (независим) консултант. Консултантски агенции – същност, предимства и недостатъци. Стиллове и способности за консултиране. Проектно консултиране. Разработка на инструментариум. Вътрешно консултиране. Други способности за консултиране. Избор на консултант. Възможности за самодиагностика.

**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.

## МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ ПАЗАРИ

**ECTS кредити:** 3

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Семестър:** 4

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Курсът има за цел да запознае студентите с изключително важна проблематика. В условията на пазарна икономика, без познаването на тенденциите в развитие на пазарите, на които се купува или продава е немислим успешния бизнес на фирмите. Ето защо на лекциите и на семинарните занятия студентите ще имат възможност да се запознаят със същността и териториите на международните с методите и подходите, с предпоставките за изучаване, оценка и прогнозиране на конюнктурата на тези пазари. Специално внимание се отделя и на особеностите на изучаването и прогнозирането на цените на големи стокоси групи – суровини и готови изделия.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Вид на изпита:** писмен

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Вид на изпита:** писмен

Същност и видове международни пазари. Определяне, характеристика и причини за изучаване на пазарната конюнктура. Определения за конюнктура. Особености на конюнктурата. Необходимост от изучаване на конюнктурата. Теории за конюнктурата. Фактори, които определят конюнктурата. Система от показатели за изучаване на конюнктурата. Конюнктура и цени. Организационни въпроси на анализа и прогнозирането на конюнктурата. Методи за изучаване и прогнозиране на конюнктурата. Източници на информация за изучаване и прогнозиране на конюнктурата. Специфика и методология на изучаване и прогнозиране на конюнктурата на пазари на суровини и горива. Специфика на изучаване и прогнозиране на конюнктурата на пазарите на машини и съоръжения.

**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.

## СТРАТЕГИЧЕСКИ И КОНКУРЕНТЕН АНАЛИЗ

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 4

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Лекционният курс по дисциплината “Стратегически и конкурентен анализ” е разработен в съответствие с общите цели на специалност “Маркетинг”. В структурно отношение обхваща: основни въпроси на анализа и неговата взаимна връзка със стратегията и конкурентната информация; методи за стратегически и конкурентен анализ .

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Стратегия и процес на набиране на конкурентна информация. Анализ. Система FAROUT. Бостънска матрица. Матрица на „GE”. Отраслов анализ. Анализ на стратегическите групи. SWOT-анализ. Анализ на стойностните вериги. Анализ на „слепите зони“. Конкурентен анализ. Анализ на сегментацията на потребителите. Анализ на покупателната стойност. Анализ на функционалните възможности и ресурси. Оценка на индивидуалните характеристики на конкурентите. Анализ на разногласията. Анализ на общата обкръжаваща среда (STEEP). Анализ на сценария. Анализ на посредниците. Анализ на кривата на опита. Анализ на вектора на ръста. Патентен анализ. Анализ на жизнения цикъл на продукта. Анализ на S – кривите (на жизнения цикъл на технологиите). Анализ на финансовите коефициенти и показатели. Програмиране на стратегическите фондове. Анализ на равнището на устойчивото развитие.

**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.

## ИНВЕСТИЦИОНЕН АНАЛИЗ

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 4

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Лекционният курс по дисциплината “Инвестиционен анализ” е разработен в съответствие с общите цели на специалност “Маркетинг”. В структурно отношение обхваща: времева стойност на парите; методи за анализ и оценка на инвестиционни проекти; класиране на инвестиционни проекти; методи за анализ и оценка на риска .

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Времева стойност на единични суми. Времева стойност на парични потоци. Оценяване на инвестиционните разходи. Статични методи за анализ и оценка на инвестиционни проекти. Динамични методи за анализ и оценка на инвестиционни проекти. Инвестиционен избор. Анализ и оценка на риска на инвестиционни проекти.

**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.

## **БОРСИ И БОРСОВИ ОПЕРАЦИИ**

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 4

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Курсът има за задача да запознае студентите с основите на теорията на капиталовите пазари, както и с най-важните институционални основи на борсовата търговия и борсовите операции. Материалът е избран 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 реалното пазарно поведение на инвеститорите, емитентите и останалите пазарни агенти. С тази цел се разглеждат някои теми, които не фигурират в учебните програми по борси и финансови пазари за другите икономически специалности. Дисциплината е една от основните дисциплини при обучението на специалисти с висше икономическо образование от всички специалности. Тя конкретизира множество теоретични положения, свързани с микро и макроикономиката, давайки същевременно конкретни практически познания, необходими за успешна работа в конкурентна пазарна среда.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Финансово посредничество. Финансови пазари и основни участници. Теория на финансовите пазари-1. Теория на финансовите пазари-2. Фондови борси. Борсови пазари. Емисия на ценни книжа. Вторични пазари, пазарни стратегии. Деривативни пазари. Основни регионални фондови борси. Парични и борсови пазари, отражение на макроикономическата политика. Валутни пазари и валутни борси. Единен финансов пазар на ЕС, еврозона. Финансов надзор и саморегулиране. Български финансов пазар и БФБ

**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 КЛЪСТЕРНАТА КОНЦЕПЦИЯ**

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 4

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Лекционният курс е разработен в съответствие с общите цели на специалност "Маркетинг". Той е насочен към разкриване същността и съдържанието на клъстерния подход и управлението и организацията на клъстерите. Целта на учебната дисциплина «Основни на клъстерната концепция» е студентите да получат задълбочени знания по теоретичните и практическите проблеми, свързани с прилагането на клъстерната концепция.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Теоретически предпоставки на кълстерната концепция. Възникване на бизнес кълстерите и фактори, влияещи върху тяхното формиране и развитие. Влияние на кълстерите за регионалното развитие. Теоретични аспекти на образуването на кълстери в регионалната икономика. Методологически подходи към оценката на икономическите ефекти от функционирането на регионалните кълстери. Същностни характеристики на кълстеризацията на регионалната икономика. Създаване на кълстер. Фактори, влияещи на създаването на кълстер. Анализ на местната икономика. Определяне на границите. Проучване на интереса и свързване със заинтересованите фирми. Анкетно проучване. Постигане на ангажираност. Първоначална инвентаризация на кълстера. Институционализиране на кълстера. Официално учредяване на кълстера. Организационна структура на кълстера. Координация и комуникация в кълстера. Дейности в подкрепа на членовете на кълстера. Подкрепа за фирмите. Организация и разпространение на информация в кълстера. Подкрепа при вземане на решения. Функционална подкрепа. Мониторинг. Мениджмънт. Фактори за управлението на дейността на кълстерите. Вземане на решения. Разработване на визия, цели, стратегия и бизнес план на кълстера. Фактори за ефективен мениджмънт – система от сведения и знания, създаване на екип, изграждане на мрежа, информационна система, управление на знанията, разпределение на ресурсите. Фактори за успех. Външни връзки на кълстера. Трансинституционално „кълстерно“ сдружаване сред заинтересованите страни. Видове институции. Ползи от трансинституционалното сдружаване. Сформиране на партньорства между образователните институции и кълстерите. Междурегионални кълстерни алианси. Маркетинг на кълстера. Анализирание на пазарната ситуация. Пазарни сведения и данни. Маркетингова стратегия и план. Експортни мрежи. Анализ на ситуацията и нуждите от квалифицирани умения. Стимулиране на иновациите и предприемачеството. Информационни дейности Събиране на информация и анализ. Източници на информация. Разработване на информационна система за управление (ИСУ) Информационни функции. Комуникация. Оценка на дейността на кълстера. Цели и показатели. Показатели за оценка. Избор на показатели. Действия за прогресивно развитие. Преразглеждане и разширяване на предишни дейности. Схема на взаимоотношенията. Ниво на сътрудничество, степен на взаимодействие и значение на междукълстерните операции. Етапи и видове схеми. Оценка на предимствата. Анализ на веригата на стойността.

#### **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.

## **КОЛИЧЕСТВЕН АНАЛИЗ В МАРКЕТИНГОВИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ**

**ECTS кредити:** 3

**Седмичен хорариум:** 2л + 1су

**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит

**Вид на изпита:** писмен

**Семестър:** 4

**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

**Анотация:**

Целта на дисциплината е да формира знания и умения в студентите, относно прилагането на съвременните методи за количествен анализ в маркетинговите изследвания.

**Съдържание на учебната дисциплина:**

Основни маркетингови метрики. Същност и форми на репрезентативността в количествените маркетингови изследвания. Основни модели на извадките. Обем на извадките. Подготовка на данните за анализ. Предварителен анализ на данните. Статистически методи за проверка на хипотези в маркетинговите изследвания. Приложение на регресионния анализ в маркетинговите изследвания. Приложение на корелационния анализ в маркетинговите изследвания. Приложение на факторния анализ в маркетинговите изследвания. Методи за анализ на тенденциите и устойчивостта на пазарната конюктура. Теория на масовото обслужване.

**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.