

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

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ МЕТОДИ В БИЗНЕСА”;

ЗА СПЕЦ: „БИЗНЕС И МЕНИДЖМЪНТ“; ОКС „БАКАЛАВЪР“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>СЕМИЧНА</i>	
	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>НАТОВАРЕНОСТ</i> <i>(часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	165	-

Изготвили програмата:

1.
(доц.д-р Бистра Василева)
2.
(доц.д-р Евгения Тонкова)
3.
(гл.ас.д-р Ваня Кралева)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“ (проф.д-р Евгени Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Този курс предоставя разбираемо въведение в изготвянето на изследователски проекти, изследователските методологии и основните изследователски теории и протоколи. Студентите изучават цикличната природа на приложените изследвания и обвързвания с това процес на разработване на изследователски проект. Дисциплината учи студентите как да разработват и да участват в различни изследвания и да работят в сътрудничество. Учебната програма е последователна, подпомагайки студентите в избора на изследователска тема, формулиране на изследователските въпроси, организация на литературно ревю и избор на подходящ дизайн и методологии. Темите в учебната програма обхващат особеностите при провеждане на формулативни, дескриптивни и казуални изследвания, както и събирането и анализът на данни.

В течение на курса студентите научават как могат да прилагат на практика изследователския инструментариум. В обобщение курсът помага на студентите да се превърнат в изследователи и ги насърчава да продължат да търсят възможности за по-нататъшно развитие на своите изследователски умения.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
I. Въведение в изследователските методи		10	5	
1.	Същност и обхват на изследователските методи.			
2.	Изследователски процес.			
3.	Подготвителна фаза на изследователския процес.			
3.	Вторични данни. Омнибус.			
II. Формулативна изследователска програма		6	4	
1.	Класификация и различия в изследователския дизайн.			
2.	Дълбочинни интервюта и фокус групи.			
3.	Проективни техники и наблюдение.			
III. Дескриптивна изследователска програма		8	5	
1.	Метод на допитването.			
2.	Измерване и скалиране. Разработване на скали.			
3.	Разработване на въпросник. Извадки: основни понятия. Извадкови техники. Размер на извадка.			
IV. Еспериментална изследователска програма		8	4	
1.	Понятие за условност в маркетинговите изследвания.			
2.	Експерименти: конструкти и елементи.			
3.	Дизайн на експерименти. Видове експерименти.			
V. Събиране на данни и базов анализ		5	6	
1.	Полева работа и събиране на данни.			
2.	Неизвадкови грешки и грешки поради липса на отговор.			
3.	Същност и обхват на подготовката на данните за анализ.			
VI. Задълбочен анализ на данни		8	6	
1.	Тестове за различия.			
2.	Определяне и интерпретация на зависимости между две променливи.			
3.	Предсказващ анализ в маркетинговите изследвания.			
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсов проект (по предварително зададена тема)	1	55
1.2.	Тест	1	20
1.3.	Презентация	1	30
1.4.			
Общо за семестриален контрол:		3	105
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		4	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Neuman, William Lawrence. 2014. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 7th Edition. Harlow, England: Pearson.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Becker, Howard. 1998. *Tricks of the Trade. How to Think About Your Research While Doing It*. Chicago: University of Chicago Press.
2. Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. 2016. *Research Methods for Business Students*, 7th Edition. Harlow, England: Pearson.
3. Newsome, B.O. 2016. *Introduction to Research, Analysis, and Writing Practical Skills for Social Science Students*, Los Angeles: Sage Publications Inc.
4. Flick, U. 2015. *Introducing Research Methodology A Beginner's Guide to Doing a Research Project*, 2nd Edition, Berlin: Sage Publications Inc.