

Стажантска програма, процедури на оценяване, задължителна структура на отчета за стажа, и изисквания за неговото написване, изпращане и защита

Стажантска програма

Стажантска задача No1. Представяне от стажанта на:

(а) Приложение No1.1. към Отчета, съдържащо „Указания на катедра „Маркетинг” за провеждане на професионално-практическо обучение под формата на стаж” – работен лист на Microsoft Office Excel;

(б) Приложение No1.2. към Отчета, съдържащо „Профил на стажантската позиция” – работен лист на Microsoft Office Excel;

(в) Приложение No1.3. към Отчета, съдържащо „Формуляр за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel;

(г) Приложение No1.4. към Отчета, съдържащо „Формуляр за оценка на стажа от ментора” – работен лист на Microsoft Office Excel.

Оценяване изпълнението на първата стажантска задача:

Изпълнението на тази задача в рамките на Р. България зависи единствено от това дали стажантът ще си даде труда да я изпълни или не. В тази задача няма нищо затруднително. Стажуващият в Р.България ще получи 3 бални точки, ако си даде труда да изпълни всяка една от четирите точки (а), (б), (в) и (г) от първата стажантска задача. Съответно, за съжаление, ще изгуби и трите точки, ако не си даде този труд.

Стажуващите в чужбина може да се окажат в затруднение при опита за изпълнение на първата стажантска задача в частта на точки (б) и (г). Стажуващите в чужбина ще получат 3 бални точки ако си дадат труда да изпълнят точки (а) и (в) от първата стажантска задача. Съответно, за съжаление, няма да получат тези три точки, ако не си дадат този труд.

Стажантска задача No2. Описване от стажанта на неговите/нейните опити и на резултатите от неговите/нейните опити да установи кои длъжностни лица в организацията-стажодател, с какви цели, какви маркетингови решения: подготвят; вземат; провеждат; изпълняват. В рамките на изпълнението на тази стажантска задача би трябвало да се стигне до:

(а) посочване от стажанта и/или запознаване на стажанта с длъжностните лица в организацията-стажодател, които вземат маркетинговите решения;

(б) съставяне от стажанта на "Списък на маркетинговите решения , които биват вземани в организацията-стажодател и на маркетингови дейности осъществявани с цел подготвяне, провеждане и изпълняване на тези решения”;

(в) посочване от стажанта и/или запознаване на стажанта с длъжностните лица в организацията-стажодател, които извършват маркетингови дейности по подготвянето и по изпълнението на тези решения.

Оценяване изпълнението на втората стажантска задача:

Стажантът получава 3 /три/ бални точки ако е успял да изпълни всяка една от точките (а), (б), и (в) на втората стажантска задача.

Стажантът получава 3 /три/ бални точки и в случай, че не е успял да изпълни всяка една от точките (а), (б) и (в) на втората стажантска задача, но е направил каквото е могъл за това изпълнение. Дали е направил каквото е могъл следва да се види от разработено от стажанта Приложение No2.1. в което се посочва: към кое лице или към кои лица стажантът се е обърнал с молби за съдействие във връзка с изпълнението на тази задача и; какво е получил в отговор на молбите си”.

Стажантът не получава нито една от тези три бални точки ако, от една страна не е успял да изпълни всяка една от точките (а), (б) и (в) на тази стажантска задача, а от друга страна - не е разработил и/или не е включил към „Отчета за стажа” гореспоменатото Приложение No2.1.

Стажантска задача No3. Описване от стажанта на неговите/нейните опити и на резултатите от неговите/нейните опити да се научи на нещо от длъжностни лица в организацията-стажодател, които: подготвят маркетингови решения; вземат маркетингови решения; провеждат маркетинговите решения и; изпълняват маркетингови решения. В рамките на изпълнението на тази стажантска задача би трябвало да се стигне до:

(а) обучение на стажанта да участва в изпълнението или самостоятелно да изпълнява някоя/някои/всяка от маркетинговите дейности, посочени в "Списъка на маркетинговите решения , които биват вземани в организацията-стажодател и на маркетинговите дейности, осъществявани с цел подготвяне, провеждане и изпълняване на тези решения”;

(б) възлагане на стажанта /от или чрез ментора/ самостоятелно да изпълни или да участва в изпълнението на една или на няколко маркетингови дейности.

Оценяване изпълнението на третата стажантска задача:

Стажантът получава 3 /три/ бални точки ако е успял да изпълни всяка една от точките (а) и (б) на третата стажантска задача.

Стажантът получава 3 /три/ бални точки и в случай, че не е успял да изпълни всяка една от точките (а) и (б) на третата стажантска задача, но е направил каквото е могъл за това изпълнение, което следва да се види от разработено от стажанта Приложение No3.1. съдържащо „посочване към кое лице или към кои лица стажантът се е обърнал с молби за съдействие във връзка с изпълнението на тази задача и какво е получил в отговор на молбите си”.

Стажантът не получава нито една от тези три бални точки ако, от една страна не е успял да изпълни всяка една от точките (а) и (в) на тази стажантска задача, а от друга страна - не е разработил и/или не е включил към „Отчета за стаж” гореспоменатото Приложение No3.1.

Стажантска задача No4. Съставяне и представяне от стажанта на:

(а) „Списък на възложените от организацията-стажодател и изпълнени/изпълнявани от стажанта маркетингови и немаркетингови задачи/дейности”;

(б) „Кратко описание поотделно на всяка една от възложените от организацията-стажодател и изпълнени/изпълнявани от стажанта маркетингови и немаркетингови задачи/дейности”.

Оценяване изпълнението на четвъртата стажантска задача:

Стажантът получава 3 /три/ бални точки ако изпълни всяка една от точките (а) и (б) на четвъртата стажантска задача.

Стажантът не получава нито една от тези три бални точки ако не изпълни всяка една от точките (а) и (б) на четвъртата стажантска задача.

Стажантска задача No5. Съставяне от стажанта на макети на ползваните от него/нея по време на стаж документи и/или сканиране на непопълнени екземпляри от тези документи. Попълване от стажанта на тези макети и/или сканирани копия с условни данни. Представяне на попълнените с условни данни макети и/или сканирани копия в Приложение No5.1. към „Отчета за стаж”.

Оценяване изпълнението на петата стажантска задача:

Стажантът получава 4 /четири/ бални точки ако изпълни петата стажантска задача.

Стажантът не получава нито една от тези четири бални точки ако не изпълни петата стажантска задача.

Стажантска задача No6. Снимане и/или сканиране от стажанта на промоционалните материали (например печатни реклами, визитки, в и др.) организацията/подразделението-стажодател. Представяне на сканираните материали в Приложение No6.1. към „Отчета за стажа”.

Оценяване изпълнението на шестата стажантска задача:

Стажантът получава 4 /четири/ бални точки ако изпълни шестата стажантска задача.

Стажантът не получава нито една от тези четири бални точки ако не изпълни шестата стажантска задача.

Стажантска задача No7. Написване от стажанта и представяне в отчета за на най-подробни инструкции към следващия стажант, указващи и илюстриращи с пример всяка една стъпка от процеса на извършване на всяка една дейност, посочена в „Списъка на възложените от организацията-стажодател и изпълнени/изпълнявани от стажанта маркетингови и немаркетингови дейности”. Следва да бъдат разработени толкова на брой подробни инструкции, колкото е броят на посочените в „Списъка” дейности.

Оценяване изпълнението на седмата стажантска задача:

Стажантът получава 20 /двадесет/ бални точки ако изпълни седмата стажантска задача.

Стажантът не получава нито една от тези двадесет бални точки ако не изпълни изискването да разработи най-подробни инструкции към следващия стажант, указващи и илюстриращи с пример всяка една стъпка от процеса на извършване на всяка една дейност, посочена в „Списъка на възложените от организацията-стажодател и изпълнени/изпълнявани от стажанта маркетингови и немаркетингови дейности”.

Стажантска задача No8. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и непредставяваща фирмена тайна информация относно маркетинговото *функциониране* на, организацията-стажодател. Задачата се разделя на 11 подзадачи:

8.1. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и непредставяваща фирмена тайна информация кои групи потребители обслужва организацията-стажодател и/или нейното подразделение, в което е проведен стажът.

8.2. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и непредставяваща фирмена тайна информация какви конкретни нужди/потребности/желания/ на тези потребители удовлетворява организацията-стажодател и/или нейното подразделение, в което е проведен стажът.

8.3. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация относно това, организацията/подразделението-стажодател чрез градене на конкретно какви взаимоотношения удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители.

8.4. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез предлагане на конкретно какви продукти организацията/подразделението-стажодател удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители

8.5. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез какви конкретни ценови миксове на конкретни продукти организацията/подразделението-стажодател удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители.

8.6. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез каква дистрибуция на конкретни продукти организацията/подразделението-стажодател удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители.

8.7. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез какви маркетингови комуникации в т.ч. чрез конкретно какви средства за промоция на конкретни продукти организацията/подразделението-стажодател удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители.

8.8. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез конкретно какви процеси се осъществява търговското и друго обслужване на клиентите на организацията/подразделението-стажодател.

8.9. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез персонал с какви характеристики се осъществява търговското и друго обслужване на клиентите на организацията/подразделението-стажодател.

8.10. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация конкретно в каква обстановка протича търговското и друго обслужване на клиентите на организацията-стажодател.

8.11. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация конкретно какво участие вземат обслужваните от организацията/подразделението-стажодател клиенти : (а) в процесите на собственото им търговско и друго обслужване; (б) в заявяването на продукти; (в) в създаването и/или в производството на заявените от тях продукти; (г) в дистрибуцията на заявените продукти; (д) в ценообразуването на заявените продукти; (е) в маркетинговите комуникации свързани със заявените продукти.

Оценяване изпълнението на осмата стажантска задача:

Стажантът получава 20 /двадесет/ бални точки ако е успял да изпълни всяка една от единадесетте подзадачи (8.1.-8.11.) на осмата стажантска задача.

Стажантът получава 20 /двадесет/ бални точки и в случай, че не е успял да изпълни подзадачи (8.3., 8.5, 8.6, 8.8.,8.9.,8.10. и 8.11.) на осмата стажантска задача, но е направил каквото е могъл за това изпълнение, което следва да се види от разработено от стажанта Приложение No8.1. съдържащо:

(а) посочване към кое лице или към кои лица стажантът се е обърнал с молби за съдействие във връзка с изпълнението на затруднилите го подзадачи No8.3., 8.5, 8.6, 8.8.,8.9.,8.10. и 8.11. на осмата стажантска задача и какво е получил в отговор на молбите си;

(б) посочване от стажанта, с какви ключови думи, какви интернет адреси е открил във връзка с изпълнението на затруднилите го подзадачи No8.3., 8.5, 8.6, 8.8.,8.9.,8.10. и 8.11. на осмата стажантска задача;

(в) посочване от стажанта в кои от намерените адреси в интернет има „нещо”, което е пряко или косвено свързано с изпълнението на всяка една от затруднилите го подзадачи 8.3., 8.5, 8.6, 8.8.,8.9.,8.10. и 8.11. на осмата стажантска задача;

(г) изтегляне на всяко такова „нещо” с непременно посочване/цитиране на интернет-адреса и на времето /час и минута на последен достъп/, и с непременно написване на коментар към всяко изтеглено „нещо”.

Стажантът не получава нито една от тези двадесет бални точки ако, от една страна не е изпълнил подзадачи 8.1., 8.2., 8.4. и 8.7., а от друга страна - не е разработил и/или не е включил към „Отчета за стажа” гореспоменатото Приложение No8.1.

Стажантска задача No9. Разработване и писмено излагане от стажанта на собствено схващане за прилагане в организацията-стажодател на нещо от всяка досега изучавана маркетингова дисциплина.

9.1. Разработване и писмено излагане от стажанта на негово/нейно схващане за прилагане в организацията-стажодател на нещо от изучаваната маркетингова дисциплина No1.

9.2. Разработване и писмено излагане от стажанта на негово/нейно схващане за прилагане в организацията-стажодател на нещо от изучаваната маркетингова дисциплина No2.

.....

9.п. Разработване и писмено излагане от стажанта на негово/нейно схващане за прилагане в организацията-стажодател на нещо от изучаваната маркетингова дисциплина No п.

Оценяване изпълнението на деветата стажантска задача:

Стажантът получава 20 /двадесет/ бални точки ако е положил достатъчни усилия за намирането и прилагането на едно „нещо“ от всяка една изучавана дисциплина.

Под „нещо“ от дадена маркетингова дисциплина тук се разбира „свкупността от някаква *теоретично описана цел* и някакви *теоретично описани средства* за нейното постигане“, каквато свкупност може да бъде открита чрез изучаване на съдържание/текстове от съответната дисциплина.

Под „достатъчни усилия“ се разбира следното:

Първо. Стажантът да е открил в някой от текстовете на съответната дисциплина такъв текст/материал, който представлява описание на приложима в организацията-стажодател „свкупност от някаква *теоретично описана цел* и някакви *теоретично описани средства* за нейното постигане“.

Второ, стажантът коректно да е цитирал в „Отчета за стажа“ гореспоменатия приложим текст/материал.

Трето, стажантът да е разработил и писмено да е изложил в „Отчета за стажа“ свое собствено схващане **защо и как** цитираният текст/материал от съответната дисциплина би могъл да се приложи в организацията-стажодател.

Стажантът не получава нито една от двадесетте бални точки, ако не е положил достатъчни усилия за намирането и прилагането на едно „нещо“ от всяка една изучавана дисциплина.

Стажантска задача No10. Формиране и писмено представяне в отчета за стажа на собствени схващания на стажанта за по-нататъшното *развитие* на маркетинговата практика на организацията-стажодател, без издаване на фирмени тайни и без накърняване под каквато и да било друга форма на интересите на тази организация.

10.1. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания: (а) дали и конкретно какви изменения би било желателно и възможно да бъдат внесени в състава и/или в числеността на обслужваните от организацията/подразделението-стажодател потребители; (б) защо да бъде внесено всяко едно от тези от конкретни изменения.

10.2. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания дали и защо организацият/подразделението-стажодател: (а) да продължи да удовлетворява конкретно определени нужди/потребности/желания на определени потребители и/или

групи потребители; (б) да престане да удовлетворява конкретно определени нужди/потребности/желания на определени потребители и/или групи потребители; (в) да започне да удовлетворява конкретно определени нужди/потребности/желания на определени потребители и/или групи потребители.

10.3. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения в граденето на взаимоотношения с конкретни клиенти би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.

10.4. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни усъвършенствания/модификации на конкретни фирмени продукти и чрез предлагане на конкретно какви други/нови продукти би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.

10.5 Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на цените на конкретни фирмени продукти и на други елементи на ценовия микс, би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.

10.6. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на дистрибуцията на конкретни фирмени продукти би могло още по-добре да бъдат удовлетворявани конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.

10.7. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на промоцията на конкретни фирмени продукти би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.

10.8. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания какви конкретни изменения на конкретни процеси на търговско и друго обслужване , би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.

10.9. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на конкретни характеристики на обслужващия персонал (състав, лична хигиена, добронамереност, общителност, вежливост, откритост, услужливост, професионализъм, образование, възпитание и др.) , би могло да бъдат удовлетворявани

още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.

10.10. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на конкретни характеристики на обстановката на обслужване би могло още по-добре да бъдат удовлетворявани конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.

10.11. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания какви конкретни изменения е желателно и възможно да настъпят в участието, което обслужваните клиенти вземат или би могло да вземат: (а) в конкретни процесите на собственото им търговско и друго обслужване; (б) в заявяването на конкретни продукти; (в) в създаването и/или в производството на конкретни подлежащи на заявяване от тях продукти; (г) в дистрибуцията на конкретни подлежащи на заявяване от тях продукти; (д) в ценообразуването на конкретни подлежащи на заявяване от тях продукти; (е) в маркетинговите комуникации свързани с конкретни подлежащи на заявяване от тях продукти.

10.12. Стажантът:

(а) да формира и представи собствени схващания какви по състав и наименование конкретни маркетингови проучвания би било желателно и възможно да бъдат проведат от следващи стажанти с цел организацията-стажодател да стане още по-полезна на своите клиенти, по-конкурентноспособна и с още по-добра репутация;

(б) да намери и цитира определения за понятията „проблем, обект и предмет на изследването”, „цели и основни изследователски въпроси”, „концептуален модел на обекта на изследването и операционализация на понятията”, „формулировки на изследователските хипотези”, „методологическа част на програмата” и „организационна част на програмата” (като ползва например източника: Симеон Желев. Маркетингови изследвания. Университетско издателство „Стопанство”, София, 1995, с.75-91;

(в) да формира и представи собствено схващане за съдържанието на проектопрограма за едно от тези конкретни маркетингови изследвания, в която да са посочени колкото е възможно по-конкретно „проблем, обект и предмет на изследването”, „цели и основни изследователски въпроси”, „концептуален модел на обекта на изследването и операционализация на понятията”, „формулировки на изследователските хипотези”, „методологическа част на програмата” и „организационна част на програмата”.

Оценяване изпълнението на десетата стажантска задача:

Стажантът получава 20 /двадесет/ бални точки ако, първо е изпълнил подзадача 10.12. и второ – ако за всяка една от подзадачи 10.1.÷10.11. е направил следното:

(а) е проучил и накратко е изложил писмено теорията по въпроса засегнат в съответната подзадача от група 10.1. ÷10.11. въпрос;

(б) е предприел конкретни действия и да е описал предприетите от него/нея действия за съставянето на собствено схващане по въпроса засегнат в съответната подзадача;

(в) е направил опит и писмено е представил опита си да разработи и аргументира собствено схващане по въпроса засегнат в съответната подзадача.

Стажантът не получава нито една от двадесетте бални точки ако:

- първо, не е изпълнил подзадача 10.12. и;

- второ, не е направил посоченото в т.(а), (б) и (в) за всяка една подзадача от групата 10.1.÷10.11.

Оценяване на стажа от академичния наставник, с отчитане на осреднената оценката на стажа дадена от ментора и на преценките на стажанта:

Първо. Всяка от десетте стажантски задачи се оценява по процедура, представена под текста на съответната стажантска задача в „Стажантската програма”. Това се прави за да може всеки стажант да е наясно конкретно как ще бъде оценяван по конкретната стажантска задача и – конкретно какво трябва да направи за да получи желаната оценка. Така бива улеснен и академичен наставник, който трябва да извърши оценяването.

Второ. Академичният наставник изчислява „Сума на балните точки за 10-те стажантски задачи, в която не са отразени оценката на ментора и преценката на стажанта”. Тази сума може да бъде максимум 100 бални точки, както следва:

По 3 бални точки (б.т.) за всяка от стажантските задачи No1,2,3, и 4 = 3б.т.х4з. = 12 б.т.

+

По 4 бални точки за петата и за шестата стажантски задачи = 4б.т.х2з.=8б.т.

+

По 20 б.т. за 7-та, за 8-та, за 9-та и за 10-та стажантски задачи = 20б.т.х4з.=80б.т.

12.б.т.+8.8.б.т.+80б.т.=100б.т.

Трето. Академичният наставник изчислява „Сума на балните точки за 10-те стажантски задачи, в която е отразена оценката на ментора”. Корекцията се прави като

„Сумата от балните точки за 10-те стажантски задачи, в която не са отразени оценката на ментора и преценката на стажанта” се намалява:

(а) с 10%, ако „средната оценка на стажа от ментора” е 4;

(б) с 20%, ако „средната оценка на стажа от ментора” е 3;

(в) с 30%, ако „средната оценка на стажа от ментора” е 2;

(г) с 40%, ако „средната оценка на стажа от ментора” е 1.

Четвърто. Академичният наставник изчислява „Сума на балните точки за 10-те стажантски задачи, в която освен оценката на ментора е отразена и преценката на стажанта”. Изчислението се извършва като към „Сумата от балните точки за 10-те стажантски задачи, в която е отразена оценката на ментора” се добавят или изваждат 10 /десет/ бални точки в зависимост от това, дали стажантът е пожелал или не е пожелал да направи и да приложи към „Отчета за стажа” подробен коментар по:

- раздел А от „Формуляра за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel, поотделно за всяка една от точките т.1÷т.5;

- раздел Б от „Формуляра за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel, поотделно за всяка една от точките т.6÷т.11;

- раздел В от „Формуляра за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel, поотделно за всяка една от точките т.12÷т.18;

- раздел Г от „Формуляра за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel, поотделно за всяка една от точките т.19÷т.23;

- раздел Д от „Формуляра за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel, поотделно за всяка една от точките т.24÷т.30;

- раздел Е от „Формуляра за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel, поотделно за всяка една от точките т.31÷т.35.

Въпросното приложение, ако стажантът пожелае да го направи, трябва да бъде озаглавено: ***Коментар към раздели А÷Е на „Формуляра за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel.***

Пето. За всяко едно денонощие закъснение след крайния срок на изпращане по ел.поща на „Отчет за стажа”, който е 10-ти септември 2015г., от оценката се приспадат по 5 /пет/ бални точки. Освен това, отчетите за стажа не трябва да се изпращат на електронната поща на академичния наставник преди 1.09. 2015. При изпращане преди тази дата, от оценката се приспадат 5 /пет/ бални точки.

Шесто. За изпратен „Отчет за стажа” с неномерирани страници от оценката се приспадат 10 /десет/ бални точки.

Седмо. За изпратен „Отчет за стаж“, чиято структура (състав, подредба и формулировка на точките и подточките, Times New Roman, шрифт на обикновения текст - 12) се различава от изискваната задължителна структура, от оценката се приспадат 10 /десет/ бални точки.

Осмо. „Сумата на балните точки за 10-те стажантски задачи, в която освен оценката на ментора е отразена и преценката на стажанта“ след отчитане на евентуалните приспадания по горепосочените 5-та, 6-та и 7-ма причина, бива трансформирана от академичния наставник в оценки по шестобалната система както следва:

87т. ÷ 100т = Отличен 6;

73т. ÷ 86т. = Много добър 5;

59т. ÷ 72т. = Добър 4;

45т. ÷ 58т. = Среден 3;

до 44т. = Слаб 2

Задължителна структура на „Отчет за стаж“

Заглавна страница:

Икономически университет-Варна

Катедра „Маркетинг“

ОТЧЕТ ЗА СТАЖ

(за проведено професионално-практическо обучение)

в периода отдо.....

под формата на стаж в организацията...

Студент: Трите имена, специалност, курс, номер на адм. група, студентски идентификационен номер, адрес на ел.поща	Академичен наставник: Научна и образователна степен, име и фамилия:
Подпис:	Подпис:

2015г.

Варна

Освен заглавната страница, всички останали страници на „Отчетите” **трябва непременно да бъдат номерирани.**

Страницата, която показва какви структурни точки има в „Отчета” и от страница с какъв номер започва всяка структурна точка, трябва да има следния вид

С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е.....

1. Отчет по стажантска задача No1.....

Представяне от стажанта на:

(а) Приложение No1.1. към Отчета, съдържащо „Указания на катедра „Маркетинг” за провеждане на професионално-практическо обучение под формата на стаж” – работен лист на Microsoft Office Excel.....

(б) Приложение No1.2. към Отчета, съдържащо „Профил на стажантската позиция” – работен лист на Microsoft Office Excel”.....

(в) Приложение No1.3. към Отчета, съдържащо „Формуляр за отразяване на преценки на стажанта” – работен лист на Microsoft Office Excel.....

(г) Приложение No1.4. към Отчета, съдържащо „Формуляр за оценка на стажа от ментора” – работен лист на Microsoft Office Excel”.....

2. Отчет по стажантска задача No2.....

Описване от стажанта на неговите/нейните опити и на резултатите от неговите/нейните опити да установи кои длъжностни лица в организацията-стажодател, с какви цели, какви маркетингови решения: подготвят; вземат; провеждат; изпълняват. В рамките на изпълнението на тази стажантска задача би трябвало да се стигне до:

(а) посочване от стажанта и/или запознаване на стажанта с длъжностните лица в организацията-стажодател, които вземат маркетинговите решения.....

(б) съставяне от стажанта на "Списък на маркетинговите решения , които биват вземани в организацията-стажодател и на маркетингови дейности осъществявани с цел подготвяне, провеждане и изпълняване на тези решения”... ..

(в) посочване от стажанта и/или запознаване на стажанта с длъжностните лица в организацията-стажодател, които извършват маркетингови дейности по подготвянето и по изпълнението на тези решения.....

3. Отчет по стажантска задача No3.....

Описване от стажанта на неговите/нейните опити и на резултатите от неговите/нейните опити да се научи на нещо от длъжностни лица в организацията-стажодател, които: подготвят маркетингови решения; вземат

маркетингови решения; провеждат маркетинговите решения и; изпълняват маркетингови решения. В рамките на изпълнението на тази стажантска задача би трябвало да се стигне до:

(а) обучение на стажанта да участва в изпълнението или самостоятелно да изпълнява някоя/някои/всяка от маркетинговите дейности, посочени в "Списъка на маркетинговите решения , които биват вземани в организацията-стажодател и на маркетинговите дейности, осъществявани с цел подготвяне, провеждане и изпълняване на тези решения”.....

(б) възлагане /от и/или чрез ментора/ на стажанта самостоятелно да изпълни или да участва в изпълнението на една или на няколко маркетингови дейности.....

4. Отчет по стажантска задача No4.....

Съставяне и представяне от стажанта на:

(а) „Списък на възложените от организацията-стажодател и изпълнени/изпълнявани от стажанта маркетингови и немаркетингови дейности”.....

(б) „Кратко описание поотделно на всяка една от възложените от организацията-стажодател и изпълнени/изпълнявани от стажанта маркетингови и немаркетингови дейности”.....

5. Отчет по стажантска задача No5.....

Съставяне от стажанта на макети на ползваните от него/нея по време на стажа документи и/или сканиране на непопълнени екземпляри от тези документи. Попълване от стажанта на тези макети и/или сканирани копия с условни данни. Представяне на попълнените с условни данни макети и/или сканирани копия в Приложение No5.1. към „Отчета за стажа”.

6. Отчет по стажантска задача No6.....

Снимане и/или сканиране от стажанта на промоционалните материали (например печатни реклами, визитки, в и др.) организацията/подразделението-стажодател. Представяне на сканираните материали в Приложение No6.1. към „Отчета за стажа”.

7. Отчет по стажантска задача No7.....

Написване от стажанта и представяне в отчета за стажа на подробни инструкции към следващия стажант, указващи и илюстриращи с пример всяка една стъпка от процеса на извършване на всяка една дейност, посочена в „Списъка на възложените от организацията-стажодател и изпълнени/изпълнявани от стажанта маркетингови и немаркетингови дейности”. Следва да бъдат разработени толкова на брой подробни инструкции, колкото е броят на посочените в „Списъка” дейности.....

8. Отчет по стажантска задача No8.....

Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация относно маркетинговото *функциониране* на, организацията-стажодател. Задачата се разделя на 11 подзадачи.

8.1. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация кои групи потребители обслужва организацията/подразделението-стажодател.....

8.2. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация какви конкретни нужди/потребности/желания/ на тези потребители удовлетворява организацията/подразделението-стажодател

8.3. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация относно това, организацията/подразделението-стажодател чрез градене на конкретно какви взаимоотношения удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители....

8.4. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез предлагане на конкретно какви продукти организацията/подразделението-стажодател удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители.....

8.5. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез какви конкретни ценови миксове на конкретни продукти организацията/подразделението-стажодател удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители.....

8.6. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез каква дистрибуция на конкретни продукти организацията/подразделението-стажодател удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители.....

8.7. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез какви маркетингови комуникации в т.ч. чрез конкретно какви средства за промоция на конкретни продукти организацията/подразделението-стажодател удовлетворява конкретни нужди/потребности/желания на конкретни групи потребители.....

8.8. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и не представляваща фирмена тайна информация чрез конкретно какви процеси се осъществява

търговското и друго обслужване на клиентите на
организацията/подразделението-стажодател.....

8.9. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и непредставяваща
фирмена тайна информация чрез персонал с какви характеристики се
осъществява търговското и друго обслужване на клиентите на
организацията/подразделението-стажодател.....

8.10. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и непредставяваща
фирмена тайна информация конкретно в каква обстановка протича търговското
и друго обслужване на клиентите на организацията/подразделението-
стажодател.....

8.11. Събиране и представяне на достъпната за стажанта и непредставяваща
фирмена тайна информация конкретно какво участие вземат обслужваните (от
организацията/подразделението-стажодател) клиенти :

(а) в процесите на собственото им търговско и друго обслужване.....

(б) в заявяването на продукти.....

(в) в създаването и/или в производството на заявени от тях продукти.....

(г) в дистрибуцията на заявените продукти.....

(д) в ценообразуването на заявените продукти.....

(е) в маркетинговите комуникации свързани със заявените
продукти.....

9. Отчет по стажантска задача No9.....

Разработване и писмено излагане от стажанта на негово/нейно схващане за
прилагане в организацията-стажодател на нещо от всяка досега изучавана
маркетингова дисциплина:

9.1. Разработване и писмено излагане от стажанта на негово/нейно схващане за
прилагане в организацията-стажодател на нещо от изучаваната маркетингова
дисциплина No1.....

9.2. Разработване и писмено излагане от стажанта на негово/нейно схващане за
прилагане в организацията-стажодател на „нещо” от изучаваната маркетингова
дисциплина No2.....

9.n. Разработване и писмено излагане от стажанта на негово/нейно схващане за
прилагане в организацията-стажодател на „нещо” от изучаваната маркетингова
дисциплина No n.....

10. Отчет по стажантска задача No10.....

Формиране и писмено представяне в отчета за стажа на собствени схващания на стажанта за по-нататъшното *развитие* на маркетинговата практика на организацията-стажодател, без издаване на фирмени тайни и без накърняване под каквато и да било друга форма на интересите на тази организация.

10.1. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания:

(а) дали и конкретно какви изменения би било желателно и възможно да бъдат внесени в състава и/или в числеността на обслужваните от организацията/подразделението-стажодател потребители.....

(б) защо да бъде внесено всяко едно от тези от конкретни изменения.....

10.2. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания дали и защо организацията/подразделението-стажодател:

(а) да продължи да удовлетворява конкретно определени нужди/потребности/желания на определени потребители и/или групи потребители.....

(б) да престане да удовлетворява конкретно определени нужди/потребности/желания на определени потребители и/или групи потребители.....

(в) да започне да удовлетворява конкретно определени нужди/потребности/желания на определени потребители и/или групи потребители.....

10.3. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения в граденето на взаимоотношения с конкретни клиенти би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.....

10.4. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни усъвършенствания/модификации на конкретни фирмени продукти и чрез предлагане на конкретно какви други/нови продукти би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.....

10.5 Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на цените на конкретни фирмени продукти и на други елементи на ценовия микс, би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи

потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.....

10.6. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на дистрибуцията на конкретни фирмени продукти би могло още по-добре да бъдат удовлетворявани конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.....

10.7. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на промоцията на конкретни фирмени продукти би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.....

10.8. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания какви конкретни изменения на конкретни процеси на търговско и друго обслужване , би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.....

10.9. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на конкретни характеристики на обслужващия персонал (състав, лична хигиена, добронамереност, общителност, вежливост, откритост, услужливост, професионализъм, образование, възпитание и др.) , би могло да бъдат удовлетворявани още по-добре конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.....

10.10. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания чрез какви конкретни изменения на конкретни характеристики на обстановката на обслужване би могло още по-добре да бъдат удовлетворявани конкретни нужди/потребности/желания/ на определени потребители и/или групи потребители, които биват обслужвани от организацията/подразделението-стажодател.....

10.11. Формиране и представяне от стажанта на собствени схващания какви конкретни изменения е желателно и възможно да настъпят в участието, което обслужваните (от организацията/подразделението-стажодател) клиенти вземат или би могло да вземат:

(а) в конкретни процесите на собственото им търговско и друго обслужване;

(б) в заявяването на конкретни продукти.....

(в) в създаването и/или в производството на конкретни подлежащи на заявяване от тях продукти.....

(г) в дистрибуцията на конкретни подлежащи на заявяване от тях продукти.....

(д) в ценообразуването на конкретни подлежащи на заявяване от тях продукти..

(е) в маркетинговите комуникации свързани с конкретни подлежащи на заявяване от тях продукти.....

10.12. Стажантът:

(а) да формира и представи собствени схващания какви по състав и наименование конкретни маркетингови проучвания би било желателно и възможно да бъдат проведат от следващи стажанти с цел организацията-стажодател да стане още по-полезна на своите клиенти, по-конкурентноспособна и с още по-добра репутация

(б) да намери и цитира определения за понятията „проблем, обект и предмет на изследването”, „цели и основни изследователски въпроси”, „концептуален модел на обекта на изследването и операционализация на понятията”, „формулировки на изследователските хипотези”, „методологическа част на програмата” и „организационна част на програмата” (като ползва например източника: Симеон Желев. Маркетингови изследвания. Университетско издателство „Стопанство”, София, 1995, с.75-91.....

(в) да формира и представи собствено схващане за съдържанието на проектопрограма за едно от тези конкретни маркетингови изследвания, в която да са посочени колкото е възможно по-конкретно „проблем, обект и предмет на изследването”, „цели и основни изследователски въпроси”, „концептуален модел на обекта на изследването и операционализация на понятията”, „формулировки на изследователските хипотези”, „методологическа част на програмата” и „организационна част на програмата”.....

Указания, касаещи написването, изпращането и защитата на „Отчет за стаж”

Отчетът за стаж трябва да се пише по време на стаж. Написаният отчет за стаж следва да се оформи непосредствено след приключване на стаж и да се изпрати на електронната поща на академичния наставник до 10-ти (десети) септември 2015г. включително.

Стажантите от групи 55,56 и 57 трябва да изпратят своите „Отчети за стаж” (само в електронна форма) на своя академичен наставник - доц.д-р Д.Неделчев на d_nedelchev@yahoo.com. Припомняме, че доц. Неделчев се явява същевременно *катедрен отговорник за ефективното и ефикасно провеждане на стажовете за специалността*. Към него, на тел. 0899 095 099, стажантите може в оперативен порядък да се отнасят всички въпроси възникващи във връзка със стажуването им.

Стажантите от групи 58 и 59 трябва да изпратят своите „Отчети” (само в електронна форма) на своя академичен наставник – ас. Борислава Черкезова на адрес borislava_cherkezova@ue-varna.bg

Бележки относно редовната защита и поправителната сесия

Датата на защита на стажа (обикновено 19-ти септември), ще бъде обявена своевременно на сайта на катедра „Маркетинг”.

В деня за защитата, студентите трябва да носят:

- хартиено копие на заглавната страница на „Отчета за стажа” съдържаща и подпис на стажанта;

- хартиено копие на „Удостоверението за проведен стаж”;

- хартиено копие на „Договор за провеждане на стаж”, ако имат сключен такъв;

- студентска книжка;

- по два празни листа формат А4 и химикалка.

Поправителната сесия обикновено е на 20 октомври.

След датата на поправителната сесия, стажът може да бъде защитен при явяване с индивидуален протокол до края на м. април от 2016 година.