



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

ДОКТОРСКИ ПРОГРАМИ

УТВЪРЖДАВАМ:

РЕКТОР:.....

(Проф. д-р Пламен Илиев)

ХАРАКТЕРИСТИКА

Докторска програма: Маркетинг

Област на висшето образование: 3. Социални, стопански и правни науки

Професионално направление: 3.8 Икономика

ВАРНА

2017

Обща характеристика:

1. Въведение:

Програмата осигурява условия за придобиване и актуализиране на теоретични и фактологически знания в областта на маркетинга, които са предпоставка за усвояване на познавателни и практически умения за маркетингови решения. Програмата е ориентирана и към изграждането на лични и професионални компетентности, съобразени с националната квалификационна рамка на Република България. Докторската програма включва прецизирани модули от дисциплини, които предоставят възможност за обучение както на завършили специалност "Маркетинг" степен "Бакалавър" и "Магистър", така и на завършилите други специалности. На обучаващите се предлагат актуални на бизнес практиката учебни програми, съвременно обучение, подходяща изследователска и работна среда.

Програмите за обучение са съобразени със съвременните тематични направления за теоретико-приложни изследвания: глобален маркетинг, международен маркетинг, иновативен маркетинг, приложен маркетинг, високо-технологичен маркетинг, CRM, териториален маркетинг, потребителски маркетинг, индустриален маркетинг и др.

2. Предназначение:

Представената докторска програма „Маркетинг“ следва да послужи като основа за разработване на учебната документация за обучение на докторанти в катедра „Маркетинг“ на ИУ – Варна.

3. Области, за които се подготвят докторанти към катедра „Маркетинг“ в ИУ – Варна:

Област на висшето образование: 3. Социални, стопански и правни науки

Професионално направление: 3.8. Икономика

Научна специалност: Маркетинг

4. Цел на подготовката на докторанти:

4.1. Образователна цел и задачи за усвояване на знания:

Завършилите обучение в докторската програма по "Маркетинг" следва да придобият следните знания за образователна степен "Доктор", от Националната квалификационна рамка на Република България:

- усвоят и използват специализирани и систематизирани знания за извършване на критичен анализ и за синтезиране на нови идеи в областта

на маркетинга, да владеят методите на научните изследвания в областта на маркетинга;

- развият способност за разширяване и изменение на съществуващите знания в областта на маркетинга, както и на нейните взаимодействия с гранични научни области;
- усвоят знания с най-висока степен на сложност и извършват оригинални изследвания в сферата на маркетинга;
- представяне на знания и разбиране на най-високо равнище, не само в областта на маркетинга, но и в близки научни области, да демонстрират и изразяват знания чрез степента на сложност на проведените, разбрани и обосновани научни изследвания в сферата на маркетинга.

4.2. Научна цел и задачи за придобиване на умения:

Обучаващите се в докторска програма по "Маркетинг" следва да придобият следните умения за образователна степен "Доктор", от Националната квалификационна рамка на Република България:

- развиване на умения да създава и ръководи мрежи или екипи, да решава комплексни маркетингови проблеми чрез нови технологични методи и инструменти;
- умения за намиране и извличане, подреждане, синтезиране и оценяване на необходимата информация от различни източници;
- развиване на умения да решава и преодолява критични проблеми в сферата на маркетинга в областта на проучването и/или нововъведенията, да подобрява стандартните модели и подходи, да развива иновативни решения чрез комбиниране на различни оригинални стратегии и технологии;
- усвояване на методи и средства за предвиждане на промени и проблеми, да твори и представя научни документи по проблемите на маркетинга (научни статии, резюмета, доклади и др.);
- комуникиране чрез медии и канали пред различна аудитория;
- да развива умения в маркетингова предприемчивост, приспособимост и интелектуална гъвкавост.

Компетенции:

Завършилите докторската програма по "Маркетинг" следва да придобият следните компетентности за образователна степен "Доктор", от Националната квалификационна рамка на Република България:

- **Самостоятелност и отговорност:** в интерпретиране на нови маркетингови знания чрез собствени изследвания или друга научна дейност, чрез постигнатите нови знания да демонстрира умения за разширяване на обхвата на досега познатата научна област и преценява необходимостта от актуални публикации и притежава способност за

самооценка на постиженията на изследователския труд и притежава способности да съставя, проектира, изпълнява и адаптира съвременен изследователски процес.

- **Компетентности за учене:** да показва капацитет за систематично придобиване и разбиране на знания от най-съвременните научни постижения в сферата на маркетинга или от областта на професионалната практика.
- **Комуникативни и социални компетентности:** формиране на качества и преносими умения, изискващи проявяване на висока лична отговорност, самостоятелна инициативност, да демонстрира общи способности да концептуализира, проектира и изпълнява проекти за генериране на нови знания, прилага или разбира най-модерните достижения в сферата на маркетинга и пълноценно да общува на някои от най-разпространените европейски езици.
- **Професионални компетентности:** детайлно да разбира техниките, прилагани за научни изследвания и сложни академични проучвания в областта на маркетинга, да извършва информирани преценки по сложни въпроси, както и да представя идеите и заключенията си ясно и ефективно пред специалисти и неспециалисти, да притежава способност да продължава изследванията в областта на маркетинга на все по-сложни равнища, като допринася за развитието на нови техники, идеи или подходи.

Професионална реализация:

Успешно завършилите докторската програма по "Маркетинг" следва да се ориентират с следните направления за професионална реализация:

- Да се реализират успешно в бизнес структурите, организациите от нестопанската сфера и др. в заемането на ръководни длъжности;
- Да се реализират успешно в бизнес структурите, организациите от нестопанската сфера и др. в заемането на експертни длъжности;
- Да се реализират като маркетингови консултанти.
- Да се реализират в сферата на образованието като преподаватели в специализирани училища и университети в страната и чужбина.

Първично звено, в което се организира обучението:

Катедра "МАРКЕТИНГ"

Екип на докторска програма:

1. Проф. д-р Евгени Станимиров.– ръководител;

Преподавани специални дисциплини:

Маркетингови анализи

Управление на взаимоотношенията с клиенти

Приложен маркетинг: Цена

Брандинг

Маркетингов мениджмънт

Потребителско поведение: **Организационни пазари и поведение на организационни клиенти**

2. Доц. д-р Евгения Тонкова

Преподавани специални дисциплини:

Маркетинг на територии

Маркетингова диагностика

Приложен маркетинг: Дистрибуция

Приложен маркетинг: Продукт

3. Доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева

Преподавани специални дисциплини:

Потребителско поведение: **Организационни пазари и поведение на организационни клиенти**

Потребителско поведение: **Потребителски пазари и поведение на крайни клиенти**

Устойчив маркетинг

4. Доц. д-р Бистра Василева

Преподавани специални дисциплини:

Приложни маркетингови изследвания

Брандинг

Международен маркетинг

Методология на научните изследвания

Приложен маркетинг: Комуникации

Ръководител

на докторска програма:


/ проф. д-р Евгени Ставмиров /

Ръководител

на катедра:


/ проф. д-р Евгени Ставмиров /



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

ДОКТОРСКИ ПРОГРАМИ

УТВЪРЖДАВАМ:

РЕКТОР:.....

(Проф. д-р Пламен Илиев)

ПЛАН

НА ДЕЙНОСТИТЕ

(съгласно ПУРПНСЗД и Стандарт за разпределение на дейностите по обучението на докторанти в ИУ – Варна)

по докторска програма: Маркетинг

Област на висшето образование: 3.Социални, стопански и правни науки

Професионално направление: 3.8 Икономика

Общ брой кредити: 180

(в т.ч. 130 кредита за допускане до защита и 50 кредита за защита на дисертационен труд пред научно жури)

ВАРНА

2017

I. ОБРАЗОВАТЕЛНА ПРОГРАМА (не по-малко от 60 кредита)

а. Учебни дисциплини

| № по ред | Дейности | Форма на контрол | Кредити |
|------------|--|------------------|-----------|
| I. | ФУНДАМЕНТАЛНИ ДИСЦИПЛИНИ - най-малко 10 кредита | Изпит | 10 |
| 1. | Микроикономика | | |
| 2. | Макроикономика | | |
| 3. | Международна икономика | | |
| 4. | Теория на управлението | | |
| 5. | Икономика на предприятието | | |
| 6. | Европейска икономическа интеграция | | |
| II. | СПЕЦИАЛНИ ДИСЦИПЛИНИ - най-малко 10 кредита | Изпит | 10 |
| 1.1. | Приложен маркетинг: Продукт | | |
| 1.2. | Приложен маркетинг: Цена | | |
| 1.3. | Приложен маркетинг: Дистрибуция | | |
| 1.4. | Приложен маркетинг: Комуникации | | |
| 2.1. | Потребителско поведение: Потребителски пазари и поведение на крайни клиенти | | |
| 2.2. | Потребителско поведение: Организационни пазари и поведение на организационни клиенти | | |
| 3. | Управление на взаимоотношенията с клиенти | | |
| 4. | Маркетингов мениджмънт | | |
| 5. | Международен маркетинг | | |
| 6. | Маркетинг на територии | | |
| 7. | Устойчив маркетинг | | |

| | | | |
|-------------|---|--------------|----------|
| 8. | Брандинг | | |
| III. | МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИ НА НАУЧНОТО ПОЗНАНИЕ - <i>най-малко 5 кредита</i> | Изпит | 5 |
| 1. | Методология на научните изследвания | | |
| 2. | Приложни маркетингови изследвания | | |
| 3. | Маркетингови анализи | | |
| 4. | Маркетингова диагностика | | |
| IV. | ЕЗИКОВА И КОМПЮТЪРНА ПОДГОТОВКА - <i>най-малко 5 кредита</i> | Изпит | 5 |
| 1. | Английски език | | |
| 2. | Немски език | | |
| 3. | Френски език | | |
| 4. | Руски език | | |
| 5. | Интернет и офис приложения в научните изследвания | | |
| 6. | Статистически и иконометричен софтуер | | |

b. Други дейности

| | | |
|------------|--|-----------|
| V. | ПРЕПОДАВАТЕЛСКА И/ИЛИ ЕКСПЕРТНА ДЕЙНОСТ - <i>до 20 кредита</i> | 20 |
| 1. | Ръководство на упражнения на една студентска група | |
| 2. | Три научни ръководства на дипломни работи – по един кредит за едно ръководство | |
| 3. | Две рецензии на дипломни работи – по един кредит за една рецензии | |
| 4. | Участие в експертна група- минимум в 2 групи по 5 кредита за група. | |
| VI. | ПОСЕЩЕНИЕ НА КУРС ОТ ДОКТОРСКО НИВО - <i>до 10 кредита</i> | 10 |
| 1. | Методология на научните изследвания | |
| 2. | Съвременни електронни ресурси | |

| | | |
|----|--|-----------|
| 3. | Библиография, библиографски източници и описание | |
| 4. | Количествени методи в икономиката | |
| | ОБЩО ОБРАЗОВАТЕЛНА ПРОГРАМА: | 60 |

II. НАУЧНА ПРОГРАМА (не по-малко от 70 кредита)

| № по ред | ДЕЙНОСТИ | КРЕДИТИ |
|-------------|--|-----------|
| I. | НАУЧНИ ПУБЛИКАЦИИ - най-малко 2 доклада и 1 статия | 40 |
| 1. | Разработване и публикуване на научни доклади (по 10 кредита на научен доклад) | |
| 2. | Разработване и публикуване на една научни статии (по 20 кредита на научна статия) | |
| II. | НАУЧНИ ПРОЕКТИ | 10 |
| 1. | Участие е един научен проект | 10 |
| III. | ОБСЪЖДАНЕ НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД - 20 кредита | 20 |
| 1. | Обсъждане на библиография, структура и значима част от дисертационен труд | |
| 2. | Обсъждане на дисертационен труд пред първичното звено с решение за отчисляване с право на защита | |
| | ОБЩО НАУЧНА ПРОГРАМА : | 70 |

III. ЗАЩИТА НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД ПРЕД НАУЧНО ЖУРИ - 50 КРЕДИТА

Ръководител на докторска програма:.....

/проф. д-р Евгени Станимиров/

Ръководител катедра:.....

/проф. д-р Евгени Станимиров/