

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

Приета от ФС: протокол №12/29.04.2024 г.

Приета от КС: протокол №10/15.04.2024 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ МЕТОДИ ЗА БИЗНЕСА“

ЗА СПЕЦ: „Международен бизнес (с преподаване на английски език)“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

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

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Бистра Василева)

2.
(гл. ас. д-р Ваня Кралева)

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

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината въвежда студентите в логиката на изследователските методи, използвани в бизнес среда. Студентите научават за цикличната природа на приложните изследвания и за непрекъснатия изследователски процес. Учебната програма включва качествени и количествени изследователски техники, като отчита взаимното допълване помежду им и философиите, върху които те стъпват. Курсът има практическа ориентация и подпомага студентите през целия процес на подготовка на предложението за изследователския проект, дизайна на изследването, събирането и анализа на данните. В резултат студентите се научават как да формулират изследователските си въпроси и в съответствие с тях да изберат и приложат най-подходящите изследователски техники.

В края на курса, студентите ще са запознати с:

- Логиката на изследователските методи в бизнеса;
- Формулирането на изследователски въпроси и тестването на хипотези;
- Използването на качествени и количествени методи за набиране и анализ на данни;
- Особеностите при представянето на изследователския доклад.

Курсът подготвя студентите да предприемат и изпълняват самостоятелни изследователски проекти, които подпомагат вземането на решения в реални бизнес ситуации, и развива следните ключови компетентности: математическа компетентност и компетентност в областта на точните науки, технологиите и инженерството, дигитална компетентност, предприемаческа компетентност и компетентност в областта на културната осведоменост и изява от рамката, определена от Съвета на Европейския съюз на 22 май 2018 г.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
I. Въведение в изследователските методи за бизнеса		4	2	
1.	Същност и обхват на изследователските методи.			
2.	Типове изследвания.			
3.	Изследователска етика.			
II. Планиране на изследователския процес		5	2	
1.	Изследователски процес.			
2.	Подходи в изследователския дизайн.			
3.	Грешки в изследователския дизайн.			
4.	Предложение за изследователски проект.			
III. Събиране и анализ на вторични данни		3	3	
1.	Типове вторични данни. Оценка на данните.			
2.	Източници на вторични данни.			
3.	Подготовка на литературно ревю.			
IV. Качествено и количествено измерване		4	3	
1.	Измервателният процес.			
2.	Типове данни.			

3.	Измервателни скали и индекси.			
4.	Надеждност и валидност.			
IV. Извадков подход		3	2	
1.	Типове извадки.			
2.	Стратегии при извадките и извадкови методи.			
3.	Избор на извадков подход.			
V. Качествени изследователски техники		5	3	
1.	Дълбочинни интервюта и фокус групи.			
2.	Проективни техники.			
3.	Проблеми с качеството на данните.			
4.	Анализ и представяне на качествени данни.			
VI. Изследователско наблюдение		4	2	
1.	Дизайн на наблюдението			
2.	Проблеми при събирането на данни			
3.	Приложение на технологиите в процеса на изследователско наблюдение			
VII. Събиране на данни чрез въпросник		4	4	
1.	Видове въпросници			
2.	Разработване на въпросника			
3.	Онлайн платформи за разработване и разпространение на въпросници			
IX. Експериментални изследвания		4	3	
1.	Понятие за условност в маркетинговите изследвания.			
2.	Експерименти: конструкти и елементи.			
3.	Дизайн на експерименти. Видове експерименти.			
X. Събиране и анализ на количествени данни		8	6	
1.	Полева работа и събиране на данни.			
2.	Кодиране и подготовка на данните.			
3.	Базов статистически анализ.			
4.	Тестове за наличие на разлика.			
5.	Интерпретация на зависимости.			
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

No. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Проект за качествено изследване	1	45
1.2.	Проект за количествено изследване	1	45
1.3.	Тест	1	15
Общо за семестриалното оценяване:		3	105
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест)	1	60

¹ При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

	Общо за сесийното оценяване:	1	60
	Общо за всички форми на контрол:	4	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Neuman, William Lawrence. 2020. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 8th Edition. Harlow, England: Pearson.
2. Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. 2020. *Research Methods for Business Students*, 8th 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. Proctor, T. 2005. *Essentials of Marketing Research*. Prentice Hall.
3. Wilson, J. 2014. *Essentials of Business Research: Guide to Doing Your Research Project*. Sage.