



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

ДОКТОРСКИ ПРОГРАМИ

УТВЪРЖДА
РЕКТОР



.....
(име)

ХАРАКТЕРИСТИКА

Докторска програма: Маркетинг

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

Професионално направление: 3.8. Икономика

ВАРНА

2018

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, високотехнологичен 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 изменяне 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:

Завършилиите 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:

/ пр

Ръководител

на катедра:

/ пр



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

ДОКТОРСКИ ПРОГРАМИ

УТВЪРЖДАВАМ:

РЕКТОР:

Заличена информация съгласно
ЗЗЛД и регламент (ЕС)
2016/679

Р. д-р Пл. Илиев)

ПЛАН НА ДЕЙНОСТИТЕ

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

2018

I. ОБРАЗОВАТЕЛНА ПРОГРАМА

№ по ред	Дейности	Форма на контрол	Аудитор на заетост	Извън аудиторна заетост	Кредити
I.	ФУНДАМЕНТАЛНИ ДИСЦИПЛИНИ	изпит	30	270	10
	Избираема дисциплина (1)				
1.	Микроикономика				
2.	Макроикономика				
3.	Международна икономика				
4.	Теория на управлението				
5.	Икономика на предприятието				
6.	Европейска икономическа интеграция				
II.	СПЕЦИАЛНИ ДИСЦИПЛИНИ	изпит	30	270	10
	Избираема дисциплина (1)				
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	изпит	15	135	5
	Избираема дисциплина (1)				
1.	Методология на научните изследвания				
2.	Приложни маркетингови изследвания				
3.	Маркетингови анализи				

4.	Маркетингова диагностика				
IV.	ЕЗИКОВА И КОМПЮТЪРНА ПОДГОТОВКА	изпит	15	135	5
	Избираема дисциплина (1)				
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				
V.	ПРЕПОДАВАТЕЛСКА И/ИЛИ ЕКСПЕРТНА ДЕЙНОСТ				20
1.	Ръководство на упражнения на една студентска група				5
2.	Три научни ръководства на дипломни работи – по един кредит за едно ръководство				3
3.	Две рецензии на дипломни работи – по един кредит за една рецензии				2
4.	Участие в експертна група- минимум в 2 групи по 5 кредита за група.				10
VI.	ПОСЕЩЕНИЕ НА КУРС ОТ ДОКТОРСКО НИВО				10
1.	Методология на научните изследвания				
2.	Съвременни електронни ресурси				
3.	Библиография, библиографски източници и описание				
4.	Количествени методи в икономиката				
	ОБЩО:				60

II. НАУЧНА ПРОГРАМА

№ по ред	ДЕЙНОСТИ	КРЕДИТИ
I.	НАУЧНИ ПУБЛИКАЦИИ	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 в един научен проект	10
III.	ОБСЪЖДАНЕ НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД	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	20
	ОБЩО:	70

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

Ръководител на програмата:

/Проф. д-р Евгени Станимиров/

Заличена информация съгласно
ЗЗЛД и регламент (ЕС)
2016/679