

ХАРАКТЕРИСТИКА
НА ДИСЦИПЛИНАТА „ИНДУСТРИАЛЕН МАРКЕТИНГ”
ЗА СПЕЦИАЛНОСТ „Дизайн, техника и технологии в текстила”, форма на обучение
задочна

Обучаваща катедра: „Мениджмънт”

Образователно-квалиф. степен: Бакалавър	Вид на дисциплината: Избираема	№ по учебен план: 20.2	Година: II
Семестър: III	Брой кредити: 4	Водещ преподавател: доц. д-р Веряна Годорова Боева	
Цел на курса: Представяне на основните въпроси на маркетинг подхода за управление на дейността на индустриално предприятие в условията на пазарна среда. Дисциплината осигурява професионалните компетенции на студентите да маркетингат индустриални продукти и технологии на целеви пазари.			
Необходими условия: Лекционна зала с технически средства за презентация, работни материали за студентите (казуси с необходимите указания, задачи с аналитичния апарат за решаване).			
Съдържание на курса: Разглеждат се: същността на маркетинга и методологията на индустриалния маркетинг; направления на развитие на маркетинг дейността; маркетингова обкръжаваща среда и сегментиране на индустриалния пазар; технология на маркетинг проучвания; поведение на организациите-потребителя и избор на целеви пазари, съдържание на основните маркетингови инструменти. Семинарните упражнения са посветени на избрани конкретни проблеми от посочените направления. Видът на дисциплината предполага активни методи на обучение – бизнес игри, казуси, задачи, тестове.			
Препоръчителна литература: <ol style="list-style-type: none"> 1. Банчев П., В. Димитрова, М. Чиприянов, практикум по маркетинг, Свищов, 2000. 2. Вълчев Г., Л. Любенов, М. Косева, Маркетинг. Ръководство за упражнения, Русе, 2003. 3. Димитракиева С., Въведение в маркетинга, Варна, 2002. 4. Каракашева Л., Л. Менчева, Б. Маркова, Маркетинг, София, 1997. 5. Коралиев Я., Д. Бояджиев, За индустриалния маркетинг, София, 1995. 6. Котлър Ф., Основи на маркетинга, Част I и II, София, 1993. 7. Николова Ан., Ив. Мановски, Основи на маркетинга, Изд. „Екс-Прес“, Габрово, 2006. 8. Николова Ан. и др., Маркетингови инструменти в бизнеса, УИ „Васил Априлов, Габрово, 2008. 9. Николова Ан., Ив. Мановски, в. Стоянов, Маркетингови проучвания, Габрово, 2001. 10. Николова И., Маркетинг. Ръководство за упражнения, Изд. „Софтрейд, София, 2008. 11. Словарь маркетинговых терминов, Москва, 2000. 			
Методи за преподаване: Лекции (презентации) и активни методи в семинарни упражнения.			
Методи на оценяване: Водене на контролни карти за участие в лекции и семинарни упражнения – оценка за участие, активност и творчество; оценка върху разработка на реферати и др. индивидуални задачи. Писмен семестриален тест със събеседване.			
Кредити по видове дейност: Аудиторна заетост (15л / 8 сем.упр. / 0 лаб. упр., Общо 23 часа) 0.9 кредита Извънаудиторна заетост (80 ч.): 3.1 кредита Подготовка за семинарни упражнения – 0.3к.; Подготовка за изпит – 1.0к.; Консултации с преподавател – 0.3к.; Литературна справка в библиотека и интернет – 0.5к.; Задачи за извънаудиторно решаване – 0.5к.; Разработване на реферат по тематика на дисциплината – 0.5к			
Език на който се преподава: български			