

ХАРАКТЕРИСТИКА
НА ДИСЦИПЛИНАТА „ИНДУСТРИАЛЕН МАРКЕТИНГ”
СПЕЦИАЛНОСТ: ИНДУСТРИАЛНО ИНЖЕНЕРСТВО, форма на обучение
РЕДОВНА

Обучаваща катедра: МЕНИДЖМЪНТ

Образователно-квалиф. степен: Бакалавър	Вид на дисциплината: избираема	№ по учебен план 22.2	Година: 2
Семестър: 3	Брой кредити: 4/1,7	Водещ преподавател: Доц. д-р Анята Николова	
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 маркетингират 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: 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.,Менчева,Л.,Маркова,Б. Маркетинг, С., 1997. 5. Коралиев,Я., Бояджиев Д. За индустриалния маркетинг., С., 1995. 6. Котлър,Ф. Основи на маркетинга, Част I и II, С., 1993. 7. Николова, А. Ив.Мановски. Основи на маркетинга. Изд."Експрес", Габрово,2006. 8. Николова,А и др. Маркетингови инструменти в бизнеса. Изд."В.Априлов", Габрово, 2008. 9. Николова,А.Ив.Мановски, В.Стоянов. Маркетингови проучвания. Габрово,2001. 10. Николова, И. Маркетинг.Ръководство за упражнения. Изд."Софтрейд", С., 2008. 11. Словарь маркетинговых терминов, Москва, 2000.			
Методи на преподаване: Лекции (презентации) и активни методи в семинарни упражнения			
Методи на оценяване: Тестове по основни теми, оценка на индивидуалните задачи, текуща оценка за участие, активност и творчество, семестриален тест и със събеседване.			
Кредити по видове дейност: Аудиторна заетост (30 л +15 су+0 лу, Общо 45 часа): 1,7 кредита ;Извънаудиторна заетост (60 часа): 2,3 кредита . Задачи за извънаудиторна работа – 1 к.; Разработване на реферати по тематика на дисциплината – 0,5 к.; Подготовка за изпит – 0,8 к.			
Език, на който се преподава: български			