

ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ "ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР"
ФАКУЛТЕТ „МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА И АДМИНИСТРАЦИЯ“
КАТЕДРА „АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ“

УЧЕБНА ПРОГРАМА

УТВЪРЖДАВАМ,
 РЪКОВОДИТЕЛ КАТЕДРА:
 /доц. д-р М. Великова/

ОПИСАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА
 ПО УЧЕБЕН ПЛАН

| | | |
|--|--|--|
| Професионално направление: 3.7. Администрация и управление | Специалност: Бизнес администрация и мениджмънт МП “Мениджмънт и международен маркетинг” | |
| Образователно-квалификационна степен: <input type="checkbox"/> бакалавър <input checked="" type="checkbox"/> магистър | Курс: 1 Семестър: 2 | Форма на обучение: <input checked="" type="checkbox"/> - редовно <input checked="" type="checkbox"/> - задочно <input checked="" type="checkbox"/> - дистанционно |

| | | |
|--|---|-----------------|
| Наименование на учебната дисциплина: Инвестиционни маркетингови политики | | Код: MAR 3176 |
| | | Език: български |
| Общ хорариум: аудиторна заетост: 30 | Седмична заетост: аудиторна заетост: 2 | |
| извънаудиторна заетост: 60 <input checked="" type="checkbox"/> - Курсови задачи <input type="checkbox"/> - Курсови проекти | извънаудиторна заетост: 4 | |
| <input type="checkbox"/> - Стажове и практики <input checked="" type="checkbox"/> - Други форми | Статут на учебната дисциплина: <input checked="" type="checkbox"/> - задължителна <input type="checkbox"/> - избираема <input type="checkbox"/> - факултативна | |
| Форма на финален контрол: писмен изпит | ECTS кредити: 3 | |
| Титуляр на учебната дисциплина: доц. д-р Кремена Андонова | | |

ОПИСАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

1. **Определение:**

1.1. Наименование на учебната дисциплина: Инвестиционни маркетингови политики

1.2. Код на учебната дисциплина: MAR 3176

2. **Описание на съдържанието на учебната дисциплина по тематични единици:**

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

За студентите от дистанционна форма на обучение

Съдържанието на учебната дисциплина е разпределено за 15 учебни седмици

| Учебна седмица | ТЕМА | Аудиторна заетост | | Извънаудиторна заетост | |
|----------------|---|-----------------------|---|--|--------------------|
| | | Аудиторни консултации | Синхронни консултации в системата за ДО | Самостоятелна работа в системата за ДО | Практически задачи |
| 1 | Съвременно тълкуване на основни понятия, свързани с инвестиционната теория – инвестиции, видове инвеститори, инвестиционен процес. | 0.5 | 2 | 6 | |
| 2 | | | | | |
| 3 | Рискове и възвръщаемост на инвестициите. | 1 | 2 | 6 | |
| 4 | Форми на инвестиране в съвременните условия на развитие – същност и класификация, традиция и новости. | 0.5 | 2 | 6 | |
| 5 | | | | | |
| 6 | Ефективност на инвестиционни проекти и подходи при оценяването им. | 1 | 2 | 6 | |
| 7 | Формиране на инвестиционна политика – същностна характеристика, основни цели и задачи, извеждане на инвестиционни приоритети. | 1 | 2 | 6 | |
| 8 | | | | | |
| 9 | Равнища на инвестиционно планиране – държавна политика в областта на инвестициите, регионални аспекти на инвестиционната политика, международно позициониране в инвестиционните потоци. | 1 | 3 | 6 | |
| 10 | | | | | |
| 11 | Маркетингово проучване на инвестиционната дейност. Маркетингов микс на инвестиционен проект – продуктова, пласментна, ценова и комуникационна политика. | 1 | 2 | 6 | |
| 12 | | | | | |
| 13 | Маркетингът като инструмент за стимулиране на инвеститорския интерес. | 1 | 2 | 6 | |
| 14 | Ресурси на инвестиционната маркетингова политика. Институционална инфраструктура на инвестиционната маркетингова политика. | 1 | 2 | 6 | |
| 15 | Международни аспекти на инвестиционния маркетинг. Инициативи и основни направления за | 1 | 2 | 6 | |

| | | | | |
|--|---|-----------|-------|--|
| | реализация. | | | |
| | Общо (аудиторна/извънаудиторна заетост) | 9/21=30ч. | 60 ч. | |

За студентите от редовна и задочна форма на обучение

А. ЛЕКЦИИ

| № | ТЕМА | Часа |
|----|---|------|
| 1 | Съвременно тълкуване на основни понятия, свързани с инвестиционната теория – инвестиции, видове инвеститори, инвестиционен процес. | 3 |
| 2 | Рискове и възвръщаемост на инвестициите. | 3 |
| 3 | Форми на инвестиране в съвременните условия на развитие – същност и класификация, традиция и новости. | 3 |
| 4 | Ефективност на инвестиционни проекти и подходи при оценяването им. | 3 |
| 5 | Формиране на инвестиционна политика – същностна характеристика, основни цели и задачи, извеждане на инвестиционни приоритети. | 3 |
| 6 | Равнища на инвестиционно планиране – държавна политика в областта на инвестициите, регионални аспекти на инвестиционната политика, международно позициониране в инвестиционните потоци. | 3 |
| 7 | Маркетингово проучване на инвестиционната дейност. Маркетингов микс на инвестиционен проект – продуктова, пласментна, ценова и комуникационна политика. | 3 |
| 8 | Маркетингът като инструмент за стимулиране на инвеститорския интерес. | 3 |
| 9 | Ресурси на инвестиционната маркетингова политика. Институционална инфраструктура на инвестиционната маркетингова политика. | 3 |
| 10 | Международни аспекти на инвестиционния маркетинг. Инициативи и основни направления за реализация. | 3 |

3. Ниво:

3.1. Предпоставки:

Тематично курсът е свързан с други дисциплини като: управление на инвестиционни и бизнес процеси, маркетинг, стратегическо планиране в публичната и бизнес сферата и др.

3.2. Цели и задачи:

В цикъла лекции са включени теми, които изучават теоретични и приложни задачи при разработването на инвестиционни концепции, стратегии и политики. Акцентът се поставя върху приложението на маркетинга в инвестиционната дейност и международните аспекти на инвестиционната маркетингова политика.

Студентите, успешно приключили обучението си по тази дисциплина, придобиват следните *компетенции*:

- *знания за*: видовете инвестиции, инвеститори и инвестиционни рискове; същността и задачите на инвестиционната политика; основните равнища на инвестиционно планиране; ресурсното осигуряване на инвестиционната маркетингова политика; основните направления за реализация на инвестиционния маркетинг;
- *способности*: да идентифицират и анализират актуални проблеми на формирането и реализацията на инвестиционната политика; на приложението на маркетинга като инструмент за насърчаване на инвестициите.

3.3. Библиография:

Основна литература:

- **Адамов, В. и С. Проданов.** Инвестиции, Издателство «Абагар», В. Търново, 2007
- **Александров, К. и Й. Желязкова.** Управление на реалните инвестиции, Издателство «Тракия М», С., 2002
- **Балабанов, И.** Инвестиционният вакуум – причини и изход, С., 2002
- **Георгиев, И.** Основи на инвестирането, С., 1999
- Как да вземаме по-умни решения, Икономика и стил, 2009
- **Коев Й.,** Основи на предприемачеството, В. Стено, 2002
- **Николова Н.,** Основи на финансите, Ciella 2009
- **Узунова, Ю.** Маркетингов мениджмънт, В., 1992

Допълнителна литература:

- **Тонкова, Ст.** Локализационният избор – теоретични модели и подходи за реализация, В. Търново, 2002
- **Kotler, Philip, David Gertner, Irving Rein, and Donald Haider,** Marketing Places, Latin America, Makron and Paidos, 2006

4. **Преподавателски състав:** доц. д-р Кремена Андонова

5. **Методи на преподаване и усвояване на материята:**

5.1. Лекции: (2 часа на седмица, 15 седмици)

5.2. Консултации (конвенционални форми или условия за индивидуални консултации) (2 часа на седмица, 15 седмици)

5.3. Групови семинари и работни срещи: не

5.4. Лабораторна работа: не

5.5. Проекти и изследователска работа: проучване на литературни и нормативни източници по проблематиката (2 часа на седмица, 15 седмици)

5.6. Друга практическа работа: разработване на курсова работа (2 часа на седмица, 15 седмици)

5.7. Методи за неприсъствено обучение:

Самоподготовката на студентите по дисциплината „Инвестиционни маркетингови политики“ се осъществява при спазване на определена технология на работа, която е поместена в раздела «Начин на провеждане на обучението в курса» в платформата «Дистанционно обучение» и предполага следната последователност:

- внимателно запознаване с учебното съдържание на курса (учебни и допълнителни материали);
- изпълнение на задачите за самостоятелна работа (разработване на задача за самостоятелна работа и решаване на тест за крайно оценяване);
- аудиторни и онлайн консултации с преподавателя (по предварително утвърден график).

5.8. Други методи: задачи за самостоятелна работа и дискусия (1 час на седмица, 15 седмици)

6. **Оценяване:**

Крайната оценка по дисциплината се формира от следните елементи: оценка от писмен изпит (развиване на индивидуална творческа тема по проблемния обхват на дисциплината и попълване на тест с отворени въпроси) – относително тегло 0.5; оценка от задача за самостоятелна работа – относително тегло 0.5.

Крайната оценка по дисциплината се съобщава по време на изпита. Тя се въвежда и в електронен протокол на сайта на ВСУ в „Студентски статус“ (<https://student.vfu.bg:8443/index.jsp>). При получаване на резултатите от изпита студентите могат да поискат разясняване на поставените оценки (по време на изпита, в рамките на

предвидените консултации по дисциплината, по e-mail). В случай, че желаят да повишат успеха си, по преценка могат да им бъдат поставени допълнителни задачи. Студентът може да се обърне към преподавателя и на служебния и мобилния телефон, които са известни чрез електронната поща и сайта на университета.

6.1.1. Конспект:

- Видове инвестиции и инвеститори. Същност на инвестиционния процес.
- Рискове и възвръщаемост на инвестициите.
- Форми на инвестиране на капитала.
- Ефективност на инвестиционни проекти и подходи при оценяването им.
- Същност, характеристика и основни цели на инвестиционна политика.
- Равнища на инвестиционно планиране.
- Маркетингово проучване на инвестиционната дейност. Маркетингов микс на инвестиционен проект.
- Маркетингът като инструмент за стимулиране на инвеститорския интерес.
- Ресурси на инвестиционната маркетингова политика.
- Институционална инфраструктура на инвестиционната маркетингова политика.
- Международни аспекти на инвестиционния маркетинг.
- Инициативи и направления за реализация на инвестиционния маркетинг.

6.1. Есета

6.2. Дипломни работи

6.3. Проекти или практика

6.4. Оценяване в процеса на обучение

По време на семестъра студентите разработват задача за самостоятелна работа, при спазване на указанията, които фигурират в платформата на «Дистанционно обучение».

6.5. Други форми – не

7. **Речник:** инвестиции, инвеститори, инвестиционен процес, инвестиционен проект, инвестиционна политика, маркетинг, маркетинг микс, инвестиционен маркетинг

**Разработил програмата,
доц. д-р Кремена Андонова**

Учебната програма е приета на заседание на Катедра „Администрация и управление” с протокол №3/ 25.10.2017 година.