

Русенски Университет „Ангел Кънчев”  
Катедра „Мениджмънт и бизнес развитие”

**КАЛЕНДАРЕН ПЛАН – ГРАФИК**

за провеждане на учебни занятия по дисциплината: **Маркетинг**  
специалност: **ИМ, БМ, ПА, ИИТБ** - редовно обучение Курс: III  
**и КХГ** редовно обучение Курс: IV  
през **зимен** семестър на учебната **2019-2020** г.

Commented [r1]:

**I. Лекции**

№	Тема	Часове	Седм.	Дата
1.	Развитие на маркетинговия подход	2	I	18.09.2019
2.	Характеристика на маркетинга. Маркетингови концепции.	2	II	25.09.2019
3.	Маркетингова система	2	III	02.10.2019
4.	Маркетингово разработване на пазара	2	IV	09.10.2019
5.	Маркетингово проучване	2	V	16.10.2019
6.	Маркетингово планиране	2	VI	23.10.2019
7.	Маркетингови продуктови решения	2	VII	30.10.2019
8.	Маркетингови ценови решения	2	VIII	06.11.2019
9.	Анализ на резултатите и дискусия върху решенията на тестовете от контролната работа	2	IX	13.11.2019
10.	Маркетингови дистрибуционни решения	2	X	20.11.2019
11.	Маркетингови комуникационни решения	2	XI	27.11.2019
12.	Обобщение върху маркетинговия инструментариум - практикум	2	XII	04.12.2019
13.	Обобщение върху маркетинговия инструментариум - практикум	2	XIII	11.12.2019
14.	Представяне на екипни работи	2	XIV	18.12.2019

Дата: 26.09.2019

Съставил:

Титуляр на дисциплината:

(проф. д-р Д. Антонова)

Утвърдил,

Р-л катедра "МБР":

(доц. д-р М. Кирова)

## II. Упражнения

№	Тема	Час	Седм.	Дата
1.	Приложение на маркетингов подход при започване на нов бизнес. Пазар на купувача и пазар на продавача - казус. Избор на екипи, тема и обект за разработване на курсова задача.	2	I	17.09.– ИИТБ(51) 17.09. –ИМ (39) 19.09. – БМ (37)
2.	Характеристика на маркетинга.	2	II	24.09.– ИИТБ(51) 24.09. – ИМ (39) 26.09. – БМ (37)
3.	Маркетингова система.	2	III	01.10– ИИТБ(51) 01.10 – ИМ (39) 03.10 – БМ (37)
4.	Маркетингово разработване на пазара.	2	IV	08.10– ИИТБ(51) 08.10 – ИМ (39) 10.10 – БМ (37)
5.	Маркетингови проучвания.	2	V	15.10– ИИТБ(51) 15.10 – ИМ (39) 17.10 – БМ (37)
6.	Маркетингово планиране.	2	VI	22.10– ИИТБ(51) 22.10 – ИМ (39) 24.10 – БМ (37)
7.	Маркетингови продуктови решения.	2	VII	29.10– ИИТБ(51) 29.10 – ИМ (39) 31.10 – БМ (37)
8.	Контролно (тест) върху развитие на маркетинговия подход, характеристика на маркетинга, маркетингова система, маркетингово разработване на пазара, маркетингови проучвания.	2	VIII	05.11– ИИТБ(51) 05.11 - ИМ (39) 07.11 – БМ (37)
9.	Маркетингови ценови решения.	2	IX	14.11 – БМ (37)
10.	Маркетингови дистрибуционни решения.	2	X	19.11– ИИТБ(51) 19.11 - ИМ (39) 21.11 – БМ (37)
11.	Маркетингови комуникационни решения.	2	XI	26.11– ИИТБ(51) 26.11 - ИМ (39) 28.11 – БМ (37)
12.	Предаване на писмена екипна разработка.	2	XII	03.12.– ИИТБ(51) 03.12 – ИМ (39) 05.12. – БМ (37)
13.	Подготовка за представяне на екипната курсова задача.	2	XIII	10.12.– ИИТБ(51) 10.12 – ИМ (39) 12.12. – БМ (37)
14.	Представяне на екипната курсова задача.	2	XIV	17.12.– ИИТБ(51) 17.12 – ИМ (39) 19.12. – БМ (37)

№	Тема	Час	Седм.	Дата
1.	Приложение на маркетингов подход при започване на нов бизнес. Пазар на купувача и пазар на продавача - казус. Избор на екипи, тема и обект за разработване на курсова задача. Характеристика на маркетинга.	2	II	25.09. – ПА 25.09. – КХГ
2..	Маркетингова система. Маркетингово разработване на пазара.	2	IV	09.10. – ПА 09.10. – КХГ
3.	Маркетингови проучвания..	2	VI	23.10 – ПА 23.10 – КХГ
4.	Маркетингово планиране Контролно (тест) върху развитие на маркетинговия подход, характеристика на маркетинга, маркетингова система, маркетингово разработване на пазара, маркетингови проучвания.	2	VIII	06.11 – ПА 06.11 – КХГ
5.	Маркетингови продуктови решения. Маркетингови ценови решения.	2	X	20.11. – ПА 20.11. – КХГ
6.	Маркетингови дистрибуционни решения. Маркетингови комуникационни решения.	2	XII	04.12. – ПА 04.12 – КХГ
7.	Представяне на екипната курсова задача.	2	XIV	18.12 – ПА 18.12 – КХГ

Дата: 26.09.2019

Съставил:

Асистент:

(гл. ас. д-р М. Тодорова)

Утвърдил,

Р-л катедра "МБР:

(доц. д-р М. Кирова)