

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Маркетинг на инвестиционните стоки	Код: МВАg01	Семестър: 1
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л: 2 часа, СУ : 1 час	Брой кредити: 5

ЛЕКТОР:

маг. икон. Евгений Петров, (ФАГИОПМ), email: epetrov@tu-sofia.bg

Технически университет София

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: След завършване на курса студентите трябва да притежават теоретични и практически знания за маркетинговите принципи, стратегии и инструменти в сферата на индустриалните стоки, необходими при фирменото управление.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Разглеждат се следните основни теми: обособяване на пазара на индустриалните стоки и особености на процеса на покупко-продажба на този тип стоки, модели за качествен анализ на покупателното поведение на организациите, методи за количествен анализ на търсенето и за анализ на конкуренцията, типове бизнес-дейност и приложението на специфични маркетингови стратегии и инструменти. Практическата част включва примери от практиката на наши и чужди предприятия, казуси, задачи и др., с които се демонстрира реалното приложение на маркетинг на индустриалните продукти

ПРЕДПОСТАВКИ: Маркетинг

МЕТОДИ ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции, изнасяни с помощта на слайдове, компютър и мултимедиен прожектор, видеофилми и други нагледни материали.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: писмен изпит.

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Backhaus, K., Voeth, M., Industriegütermarketing, 10Aufl., Vahlen, München, 2014
2. Godefroid, P., Pförtsch, W., Business-to-Business-Marketing, 5. Aufl., Kiehl Verlag, Ludwigshafen, 2013
3. Eckardt, Gordon H., Business-to-Business-Marketing, 1. Aufl., Schäffer-Poeschel, 2010
4. Kleinaltenkamp, M., Saab, S., Technischer Vertrieb, Springer Verlag, 2009
5. Werani, T., Gaubinger, K., Kindermann, H. – Praxisorientiertes Business-to-Business-Marketing, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2006
6. Homburg, C., Marketingmanagement, 5. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden, 2015
7. Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., Saunders, J., Grundlagen des Marketing, 5. Aufl., München, Pearson Deutschland, 2011

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Международни икономически отношения	Код: МВАg02.1	Семестър: 1
Вид на обучението: Лекции	Часове за седмица: Л: 2 часа	Брой кредити: 2.5

ЛЕКТОР:

проф. д-р Петер Франк Ланг, email: lang@tu-bs.de
ФОМ Есен, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна учебна дисциплина за студентите от специалност “Стопанско управление” (на немски език), образователно-квалификационна степен “магистър”.

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: Курсът по Международни икономически отношения има за предмет търговските и капиталовите потоци между страните. Освен това той разглежда най-важните инструменти на търговската политика, както и изгодите и ограниченията, създавани от Европейския икономически и паричен съюз.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Курсът е разделен на четири части. В първата секция се разглежда международната търговия. Втората част предлага преглед на различните инструменти на търговската политика. От микроикономическа гледна точка се анализират ефектите от търговските ограничения, като квоти по вноса спрямо потребителите, представителите в сферата на предлагането и върху социалното богатство. Третата част включва капиталовите потоци на международните финансови пазари. Студентите получават основни знания за теорията на валутния курс, пазара на чужда валута и за паритета на покупателната сила. Историческите валутни системи се сравняват със съвременната валутна система и въвеждането на еврото. Разглежда се и ролята на Европейската централна банка. Студентите получават знания за теорията за оптималните валутни зони и получават знания, които им позволяват да дават оценка на Европейския икономически и паричен съюз.

ПРЕДПОСТАВКИ: основни знания по микроикономика.

МЕТОДИ ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: лекции с използване на мултимедия

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: Писмен изпит

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Krugman, P.R.; Obstfeld, M.: International Economics, Theory and Policy, Pearson, 2011
2. Oesterle, Michael-Jörg, St., Schmidt : Internationales Management. Forschung, Lehre, Praxis. Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2009
3. Spero, J.: The politics of international economic relations, New York, 2005
4. Prevailing World Trade Report, edited by the World Trade Organization (WTO), available at <http://www.wto.org/english/>.

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Международен маркетинг	Код: MBAg02.2	Семестър: 2
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л – 2 часа,	Брой кредити: 2.5

ЛЕКТОР:

проф. д-р Ралф Метценегер, email: [Prof. Ralf Merzenthin @fom.de](mailto:Prof.Ralf.Merzenthin@fom.de)
ФОМ Есен, гр. Есен, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: Чрез учебната дисциплина се предоставя на студентите в практико ориентирана форма подходите, методите и необходимите инструменти за успешно разработване на интернационалните маркетингова концепция в предприятието.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Основни теми: Рамкови условия на интернационалния маркетинг, Интернационални маркетингови концепции, Стратегическо маркетингово планиране, Реализация на интернационална маркетинговата концепция, Маркетингов контролинг и т.н.

ПРЕДПОСТАВКИ: Основи на маркетинга и др.

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции с използване на слайдове, като се свързват теорията и практиката чрез атрактивна комбинация от методи като учебен разговор и дискусии с цел предоставяне на възможност на студентите да представят собствените си информации и подходи за решение.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: Изпит .

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Backhaus, Kl., M. Voeth: Internationales Marketing, 6 Aufl. Schäffer-Poeschel, 2010
2. Bruhn, M. Marketing , Springer Verlag 2014
3. Meffert, H., Ch. Burmann, Internationales Marketing Management Kohlhammer Edition Marketing, 2014
4. Ramme, I., Marketing, 3 Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag, 2009
5. Roemer, E. Internationales Marketing Management, Schäffer-Poeschel, 2014

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Иновационен мениджмънт	Код: МВАg03	Семестър: 1
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л: 2 часа, СУ : 1 час	Брой кредити: 5

ЛЕКТОР

д-р инж. Митко Василев (ФАГИОПМ), хон. преподавател, e-mail: ahk-office@ahk-bg.org
Технически университет-София

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА Целта на обучението по “Управление на иновациите” е студентите да получат съвременни познания по проблемите на управлението на нововъведенията в организацията – ключово условие за постигане на конкурентоспособност в икономиката на знанието. Учебното съдържание включва придобиването на теоретични, методически и практически знания в областта на иновационния мениджмънт, които ще подпомогнат бъдещите инженери при провеждането на успешна политика за укрепване и развитие на българското производство и постигане на устойчив икономически растеж.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Основни теми: икономика на знанието и мястото на иновациите в нея; държавна политика в областта на иновациите; Национална иновационна система; същност и съдържание на иновационния мениджмънт; дефиниране и класификация на иновациите; същност и модели на иновационния процес; жизнен цикъл на иновациите; източници и методи за разработване на иновационни идеи и решения; отворен и затворен иновационен модел; същност и видове иновационни стратегии; стратегическо управление на иновациите в малките, средните и големите организации; дефиниране и управление на иновационни проекти.

ПРЕДПОСТАВКИ: Основи на мениджмънта, Основи на маркетинга

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ Лекции с използване на мултимедия.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ Изпит в края на семестъра, като оценката се формира чрез тест със затворени и отворени въпроси.

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ немски.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Trommsdorff, V. , F., Steinhoff: Innovationsmarketing, Strategien und Erfolgsfaktoren für Marketing und Innovationsmanagement, 2 Aufl., München, Vahlen Verlag, 2013
2. Hauschildt, J. , S., Salomo, S.: Innovationsmanagement, 5. Aufl., München, Vahlen Verlag, 2011
3. Vahs, D. , Brem, A.: Innovationsmanagement, 4. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 2013
4. Corsten, H., Gössinger, R. , Schneider, H.: Grundlagen des Innovationsmanagements, München, Vahlen Verlag, 2006
5. Völker, R. , Thome, C. , H., Schaaf.: Innovationsmanagement, Stuttgart, Kohlhammer, 2012
6. Thomas Stern, H. Jaberg: Erfolgreiches Innovationsmanagement. 4. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2010

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Планиране на предприятието	Код: МВАg04.1	Семестър: 1
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л : 2 часа, СУ : 0 часа	Брой кредити: 3

ЛЕКТОР

проф. д-р Улрих Хайдер, e-mail: u.heyder@tu-sofia.bg

Технически университет, Брауншвайг, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА Цел на дисциплината – студентите да изучат и да могат да използват стратегиите, принципите, методите и средствата на планирането в съответствие с потребностите, като разширяват и придобиват нови знания и възможности в тази научна област. За целта те ще познават понятийния апарат на бизнес планирането; ще могат да определят основните понятия, да анализират околната среда, да избират, разработват и прилагат стратегии, да планират дейността на малки, средни и големи организации, както и да разработват бизнес планове.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА Основни теми : същност и принципи на планиране, както и съвременни инструменти в планирането.

ПРЕДПОСТАВКИ основи на управлението, микроикономика, макроикономика.

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ Лекции с използване на мултимедия.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ изпит.

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ немски.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Bankhofer, B.: Quantitative Unternehmensplanung, Mathematische Methoden und betriebliche Anwendungsbeispiele, 2015
2. Hammer, R.: Unternehmensplanung Planung und Führung, 9. Aufl. De Gruyter, 2015
3. Enzinger., A., G., Zullus: Integrierte Unternehmensplanung, Linde Verlag Wien, 2014
4. Ehrmann, H.: Unternehmensplanung. 6. Aufl., Kiehl, 2013
5. Reinhard., H., H., Vater: Praxishandbuch Unternehmensplanung WILEY-VCH, 2014
6. Welge, M. u .a.: Praxis des strategischen Managements, Wiesbaden 2000

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Организация на предприетието	Код: МВАg04.2	Семестър: 1
Вид на обучението: Лекции	Часове за седмица: Л : 2 часа	Брой кредити: 2.5

ЛЕКТОР:

д-р Надежда Томова (ФАГИОПМ), хон.преподавател,
e-mail: nadezhda.tomova@yahoo.com
Технически университет-София

СТАТУТ НА КУРСА В ПРОГРАМАТА: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: В края на курса студентите се очаква да придобият разширени знания относно фирмената организация и управление, включващи базови знания за организацията, организационни елементи, принципи и теории, модели на организационни структури, роля на организацията във фирменото управление.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Основните теми, засегнати в курса са: Основи за организацията, Елементи и типове организация, Принципи и модели на организационни структури, Организационни теории и Организационно развитие, Организация и управление.

ПРЕДПОСТАВКИ: основи на мениджмънта, микро икономика, право.

МЕТОДИ НА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции, практически примери, презентации

МЕТОД НА ОЦЕНЯВАНЕ: изпит

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: Немски

ПРЕПОРЪЧВАНА ЛИТЕРАТУРА

1. Georg Schreyögg: Grunlagen der Organisation: Basiswissen für Studium und Praxis, Springer Gabler, 2012
2. Dietmar Vahs: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch; 15 Ausg., 2012
3. Er., Frese, M., Graumann, L. Theuvsen: Grundlagen der Organisation: Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung, Gabler Verlag, 10 Aufl.,2012
4. Dietrich von der Oelsnitz, Wolfgang Güttel, Strategisches Kompetenzmanagement, Band 5: Kooperationsorientierte Kompetenzen, München und Mehring 2011
5. Dietrich von der Oelsnitz, Fr.,Schirmer, K.,Wüstner: Die auszehrende Organisation:Leistung und Gesundheit in einer anspruchsvollen Arbeitswelt, Wiesbaden 2014
6. Manfred Schulte-Zurhausen : Organisation, Vahlens Handbuecher, 5 Auflage, 2010
7. Manfred Noé: Praxisbuch Teamarbeit - Aufgaben, Prozesse, Methoden - Hanser Verlag, 2012
8. Dietrich von der Oelsnitz, Michael W. Busch: Team: Toll, ein anderer macht's!Die Wahrheit über Teamarbeit, Orell Füssli Verlag, 2014
9. Weik, E. , Lang, R. : Moderne Organisationstheorien , Hrsg. Gabler Verlag, 2001;
10. Kaplan, R.S. u.a. : Die Strategiefokussierte Organisation, Stuttgart, 2001;
11. Werner Sarges: Management-Diagnostik; Hogrefe Verlag , 4 Auflage, 2013

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на дисциплината Маркетинг Микс	Код МВАg05	Семестър 1
Вид на обучението Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица Л : 2 часа, СУ : 1 час	Брой кредити: 4

ЛЕКТОР :

доц. д-р Ина Николова-Яан, (ФАГИОПМ), email: jahn_ina@tu-sofia.bg

Технически университет, София

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНАТА ПРОГРАМА Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА Студентите да изучат и да могат да използват стратегиите, принципите, методите и средствата на планирането и управление на маркетинговия микс в съответствие с потребностите, като разширяват и придобиват нови знания и възможности в тази научна област.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА Елементи на маркетинговия микс на продукти и услуги. Взаимодействие между маркетинговите инструменти: функционално, иерархично, времево, регионално и др. Форми на маркетинговия микс: интра – инструментален субмикс, интер инструментален субмикс, Браншово, фирмени, продуктови диференцирания на маркетинговия микс. Подход и стратегии за формиране на маркетинговия микс. Инструменти за планиране на маркетинг микса.

ПРЕДПОСТАВКИ: основи на маркетинга

МЕТОДИКА НА ПРЕПОДАВАНЕ Използват се слайдове, мултимедия

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: Немски

МЕТОД НА ОЦЕНЯВАНЕ : текуща оценка

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Bruhn, M, Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler, 2014
2. Scharf, A. , Schubert, B ., Hehn, P.: Marketing, 5. Auflage, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag, 2012
3. Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements, 4. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2014
4. Homburg, C.: Marketingmanagement, 5. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2015
5. Meffert, H., Burmann, C. , Kirchgeorg, M.: Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2015
6. Voeth, M., Herbst, U.: Marketing-Management, Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2013
7. Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., Saunders, J.: Grundlagen des Marketing, 5. Auflage, München, Pearson Deutschland, 2011

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Мениджмънт на проекти	Код: МВАg06	Семестър: 1
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л : 2 часа, СУ : 1 час	Брой кредити: 5

ЛЕКТОР:

проф. д-р Улрих Хайдер, e-mail: u.heyder@tu-bs.bg
Технически университет, Брауншвайг, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА : Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър” .

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: След завършване на курса студентите трябва да притежават теоретични и практически знания по управление на проекти в малки групи, да могат да прилагат инструментите на управление и да ги използват за решаване на практически управленчески задачи.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Основни теми: управление на проекти, основани на малки групи (проектни групи). Група от мениджъри. Взаимовръзка и динамика в управленческите групи. Ролята на ръководителя. Съставяне на групата. Разрешаване на конфликти. Как да насърчим групата към въвеждане на новости. Подкрепа от компанията: многостранно управление на проекти. Изучаване на групови качества: взаимовръзка и управление на конфликти. Цели на групата и процес. Други видови групи при работа в промишлеността: автономни групи, междуфункционални групи. Видове организация на проект: функционална, проста, матрична, смесена.

ПРЕДПОСТАВКИ: икономика и управление

МЕТОДИ ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции, изнасяни с помощта на слайдове в електронен формат, компютър и мултимедиен прожектор, разглеждане на примери от практиката, самостоятелни представяния на студенти.

МЕТОДИ НА ОЦЕНЯВАНЕ: текуща оценка

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Pftzing., K., A. Rohde Ganzheitliches Projektmanagement, Verlag Dr. Goertz Schmidt, 2009
2. Patzak, G., G. Rattay Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios, Linde Verlag, 2009
3. Schelle, H.: Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 5. Auflage München 2007
4. Hoffmann, H-E.: Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenarbeit in der Praxis. München 2004.
5. Zell, H. Projektmanagement: - lernen, lehren und für die Praxis, Norderstedt, 2015

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Мениджмънт на човешките ресурси	Код: МВАg07	Семестър: 2
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л : 2 часа, СУ : 1 час	Брой кредити: 5

ЛЕКТОР:

д-р Веселин Кънчев,(ФАГИОПМ) хонор.преподавател, email: kantchev@consultant.bg
Технически университет-София

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: След завършване на курса студентите трябва да имат задълбочени познания за връзката между управлението на човешките ресурси и управлението на организацията, да са в състояние да познават основни инструменти за управление на човешките ресурси и да ги използват за решаване на управленчески задачи в практиката.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Основни теми: Мениджмънт и лидерство, Управление на човешките ресурси, Мотивация, Определяне потребностите от персонал, Техники и инструменти за търсене и подбор на персонал, Развитие на човешките ресурси – инструменти и техники, оценяване на персонала, Освобождаване на персонал и др.

ПРЕДПОСТАВКИ: Основи на управлението, Микроикономика, Маркетинг

МЕТОД НА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции, казуси, презентации и демо-програми.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: текуща оценка

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: Немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

- 1.Hentze, J.: Personalwirtschaftslehre, 2 Bde., 7. Aufl. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt, 2004
- 2.Ridder, H., Personalwirtschaftslehre, W. Kohlhammer Verlag, 2009
- 3.Jung, H., Personalwirtschaft:Olerbourd Verlag, 2009
- 4.Kling, J., Geschäftsprozessorientierte Personalentwicklung, Springer Verlag, 2010
- 5.Kolb, M: Personal Management:Grundlagen-Anwendung-Umsetzung, 1Aufl. Wiesbaden, Gabler, 2008

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Управление на качеството	Код: МВАg08	Семестър: 2
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л : 2 часа, СУ : 1 час	Брой кредити: 5

ЛЕКТОРИ:

доц. д-р Ина Николова-Яан, (ФАГИОПМ) email: jahn_ina@tu-sofia.bg
маг.-инж. Светла Василева,(ФАГИОПМ) email: vassileva@tu-sofia.bg

Технически университет-София

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: Дисциплината Мениджмънт на качеството има за цел да запознае студентите със съвременните организационни и технически аспекти на управлението на качеството и с актуалната нормативна база.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Студентите изучават основите на стандартизираните системи за управление на качеството и изискванията на международните стандарти към тях. Разглеждат се основните методи и приложението на средствата за контрол на качеството на изделията в производствения процес. Представят се съвременни статистически методи за контрол и управление на процесите. Студентите се запознават с модели за въвеждане на тотално управление на качеството. Дефинират се задачите на мениджмънта на качеството при конструирането на нови изделия, при материалното снабдяване, в производствения процес, приемането и съхранението на готовата продукция и сервизното обслужване. Разглеждат се съвременни информационни системи за управление и осигуряване на качеството.

ПРЕДПОСТАВКИ: Основи на мениджмънт, право, стопанска информатика

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: На лекциите се използват слайдове и мултимедия.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: текуща оценка и курсова работа.

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Bruhn, M. Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen - Konzepte – Methoden, Springer-Gabler, 2013
2. Brüggemann, H., P. Bremer, Grundlagen des QM, Von den Werkzeugen über Methoden zum TQM, Springer Vieweg Verlag, 2012
3. Herrmann, J., H. Fritz Qualitätsmanagement - Lehrbuch für Studium und Praxis, 2015
4. Hummel, M., Chr. Malorny Total Quality Management: Tipps für die Einführung, Hanser, 2011
5. von Thomas Hummel und Christian Malorny
6. Masing, W. Handbuch Qualitätsmanagement. München: Hanser, 2014
7. Spath, D. Qualitätsmanagement. Karlsruhe: Wbk, 2015
8. ASQ Quality Press, TQM: Introduction to and Overview of Total Quality Management, Kindle Edition 2013
9. Schmidt, R., T. Pfeifer: Qualitätsmanagement, Strategien-Methoden-Techniken, 4 Aufl., Hanser, 2010.

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Финансов мениджмънт	Код: МВАg09	Семестър: 2
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л : 2 часа, СУ : 1 час	Брой кредити: 5

ЛЕКТОР:

Проф. д-р Петра Йорданов, email:petra.jordanov@fh-stralsund.de

Висше училище Щрастзунд, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: След завършване на курса студентите трябва да могат да използват преките класически и деривативни финансови инструменти, инструменти на финансовото посредничество; да познават структурата, достъпа до касовите и срочните пазари, принципите на тяхната дейност; да прилагат методи за анализ на цените на финансовите инструменти, да формират стратегии за различните видове финансиране и да управляват възникващите рискове от финансови инвестиции.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Дисциплината „Финансов мениджмънт” разглежда въпросите свързани с инвестициите и техните разновидности, инвестиционните процеси, методите за оценка и избор на инвестиционни проекти, влиянието на инвестициите върху капиталовата структура на индустриалното предприятие. Разглеждат се особеностите и спецификата на материални /реални/ инвестиции, финансови инвестиции и инвестиции в стопански комбинации..

ПРЕДПОСТАВКИ: Счетоводство, Микроикономика

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции и упражнения с използване на примери от практиката, представяне на теми, самостоятелно подготвени от студентите.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: изпит

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1.Pernsteiner, H.: Finanzmanagement aktuell, Linden Verlag, 2008

2.Perridon, L. , M.Steiner, A.Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung Vahlen Verlag, 2012.

3.Papper, U.,J.Dunauer: Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen Oldenbourg Verlag, 2012.

4.Pratsch, J. :Finanzmanagement, Springer Verlag, 2007

5.Zantow, R. : Finanzwirtschaft des Unternehmens: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, Springer, 2011.

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Изследване на операциите и управленски решения	Код: MBAg10	Семестър: 2
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л : 3 часа, СУ : 1 час	Брой кредити: 5

ЛЕКТОР:

Проф. д-р Дирк Матфелд, email: d.Mattfeld@tu-bs.de
Гл.ас. Феликс Коестер, email: feliks.koester@tu-bs.de
Технически университет, Брауншвайг, Германия
гл.ас. Елена Радованова, (ФАГИОПМ), e-mail: ear@abv.bg
Технически университет - София

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФАГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: Основна цел на дисциплината е след като придобият основни знания студентите да могат да прилагат оптимизационни модели в процеса на вземане на стопански решения.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Дисциплината дава общи и специални знания и алгоритми в областта на моделирането, оптимизацията и вземането на оптимални управленски решения. Ориентирана е към конкретни приложения.

ПРЕДПОСТАВКИ: Знания по основните курсове по математика

МЕТОД НА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции, изнесяни с помощта на нагледни материали, слайдове. На студентите се предоставят и помощни учебни материали.

МЕТОДИ ЗА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: Текуща оценка. Поправителен изпит при слаба текуща оценка.

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: Немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Domschke W., A. Drexl: Einfuehrung in die Operations Research, Springer Verlag, Berlin, 2011
2. Domschke W., A. Drexl, B. Schild, A. Scholl, S. Voss, Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research, Springer Verlag, Berlin, 2011
3. Jaehn, F. : Ablaufplanung, Gabler Verlag, 2014
4. Laux, H.: Entscheidungstheorie, Gabler Verlag, 2014
5. Nickel, S. (et al.) :Operations Research, Gabler Verlag, 2014

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Стратегически мениджмънт	Код: МВАg11.1	Семестър: 2
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л : 2 часа, СУ : 0 часа	Брой кредити: 2

ЛЕКТОР:

проф д-р Диетрих фон дер Оелснитц, email: vonoelsnitz@tu-braunschweig.de
Технически университет, Брауншвайг, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: След завършване на курса студентите трябва да могат да прилагат методологии за анализиране на външната среда, ресурсите и влиянията при бизнес организациите; трябва да са в състояние да формулират мисията, целите и алтернативни стратегии за развитие на бизнес организациите. С разработката на курсовата работа, на база на знанията от семинарните упражнения и лекциите, студентите трябва да приложат уменията си за конкретен практически случай.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Основни теми: Вземане на стратегически решения, стратегически анализ, анализ на очакванията, целите и властта в БО, избор на стратегия, определяне на стратегическите възможности (перспективи), оценка на стратегии, избор на стратегия, реализация на избраната стратегия. планиране и насочване на ресурсите на БО, реализация на избраната стратегия, изграждане на организационната структура на БО, реализация на избраната стратегия.

ПРЕДПОСТАВКИ: Основи на мениджмънта

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции с използване на слайдове и демо-програми, семинарните упражнения с казуси.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: изпит

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Johnson, G., K. Scholes, R. Whittington: Strategisches Management - Eine Einführung Analyse, Entscheidung und Umsetzung, 9 Aufl., Pearson Studium, 2011
2. Reisinger, S., R. Gattringer, Fr.Strehl: Strategisches Management, Pearson Studium, 2013
3. Krachler, H.: Strategisches Management in der unternehmerischen Krise, Grin Verlag, 2015
4. Welge, M., A. Al- Laham: Strategisches Management, Gabler; Springer, Berlin, 2012
5. Hungenberg, H: Strategisches Management in Unternehmen, 8. Aufl. Springer, Berlin, 2014
6. Hentze J.,Kammel A.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Paul Haupt, 2009

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Стратегически маркетинг	Код: МВАg01.1	Семестър: 1
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: Л – 2 часа, СУ – 0 часа	Брой кредити: 2

ЛЕКТОР:

проф. д-р Петер Кюрбле, email: peter.kuerble@fom.de
ФОМ Есен, гр. Есен, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: Чрез учебната дисциплина се предоставя на студентите в практико ориентирана форма подходите, методите и необходимите инструменти за успешно разработване на маркетингова концепция в предприятието.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Основни теми: Рамкови условия на маркетинга, Маркетингови изследвания, Маркетингови концепции, Стратегическо маркетингово планиране, Маркетингова целева система, Оперативно маркетингово планиране, Реализация на маркетинговата концепция, Маркетингов контролинг и т.н.

ПРЕДПОСТАВКИ: Икономика и управление на предприятието, Икономическа статистика, Микроикономика.

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: Лекции с използване на слайдове, като се свързват теорията и практиката чрез атрактивна комбинация от методи като учебен разговор и дискусии с цел предоставяне на възможност на студентите да представят собствените си информации и подходи за решение.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: Изпит .

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Backhaus, K., H. Schneider: Strategisches Marketing, Aufl. Schäffer-Poeschel, 2009
2. Benkenstein, M., S.Uhrich: Strategisches Marketing, 3 Aufl. Kohlhammer, 2010
3. Becker, J. : Marketing-Konzeption : Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, 8. Aufl., Munchen 2006
4. Fritz, W. , von der Oelsnitz, D. Marketing : Elemente marktorientierter Unternehmensfuehrung, 4. Aufl., Stuttgart 2006
5. Diller, H. Grundprinzipien des Marketing, 2. Aufl., Nurnberg 2007
6. Bruhn, M. Marketing , Springer Verlag 2014
7. Kotler, P., Bliemel, F. Marketing-Management : Analyse, Planung und Verwirklichung, 10. Aufl. Munchen 2006.
8. Ramme, I., Marketing, 3 Aufl., Schäffer-Poeschel Verlag, 2009

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Семинар по маркетинг	Код: МВАg11.3	Семестър: 2
Вид на обучението: Семинарни упражнения	Часове за седмица: СУ : 2 часа	Брой кредити: 2

ЛЕКТОР:

проф. д-р Петер Фритц, e-mail: p.fritz@tu-braunschweig.de
ТУ Брауншвайг, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНИЯ ПЛАН: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: В края на курса студентите ще придобият съществени знания по стратегически маркетинг. Те ще могат да използват маркетингови инструменти и да ги използват за решаване на практически управленчески задачи. Успешното участие в семинара е предпоставка за студентите, които желаят да напишат дипломна работа, курсова работа или друг научен продукт по маркетинг.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: По време на семинара студентите прилагат и използват интензивно своите знания по маркетинг посредством задълбочаване на специфични маркетингови стратегии и концепции, обсъждане на практически задачи и провеждане на упражнения. Освен това курсът подобрява способността на студентите да планират и да прилагат маркетингови проучвания. Студентите не само трябва редовно да участват в семинарните занимания, но и да подготвят писмена работа, да я представят и избраната тема в един от учебните часове.

ПРЕДПОСТАВКИ: маркетинг

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: практически примери, представяния, упражнения

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: семинарни писмени разработки и представяния, интензивност на участие в семинарните занятия

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Bruhn, M, Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler, 2014
2. Scharf, A. , Schubert, B ., Hehn, P.: Marketing, 5. Auflage, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag, 2012
3. Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements, 4. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2014
4. Homburg, C.: Marketingmanagement, 5. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2015
5. Meffert, H., Burmann, C. , Kirchgeorg, M.: Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2015
6. Voeth, M., Herbst, U.: Marketing-Management, Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2013
7. Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., Saunders, J.: Grundlagen des Marketing, 5. Auflage, München, Pearson Deutschland, 2011
8. Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Marketing, 4.Aufl., Wiesbaden, Springer Gabler Verlag, 2013
9. Fritz, W., v.d.Oelsnitz, D.: Marketing, 4. Auflage, Stuttgart, Kohlhammer Verlag, 2006

ХАРАКТЕРИСТИКА НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

Наименование на учебната дисциплина: Управленска симулационна игра	Код: МВАg12	Семестър: 2
Вид на обучението: Лекции и семинарни упражнения	Часове за седмица: СУ – 2 часа	Брой кредити: 5

ЛЕКТОР:

проф. д-р Улрих Хайдер, e-mail: u.heyder@tu-bs.bg

Технически университет, Брауншвайг, Германия

СТАТУТ НА ДИСЦИПЛИНАТА В УЧЕБНАТА ПРОГРАМА: Задължителна дисциплина за студенти от специалност “Стопанско управление” към Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт (ФаГИОПМ) на ТУ-София за образователно-квалификационната степен “магистър”

ЦЕЛИ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА: Целите на дисциплината “Планова игра за предприятието” са да осигури умения при вземане на организационно-управленските решения и осъществяване цялостната възпроизводствена дейност на предприятието.

ОПИСАНИЕ НА ДИСЦИПЛИНАТА: Плановата игра е осъществена на базата на компютърна програма, симулираща дейността на предприятието, при което обучаваният се поставя в ролята на предприемача, осъществяващ цялостната дейност по управлението на предприятието във връзка с производството и пазарната реализация на определени продукти. По този начин един вид той практически може да приложи своите знания и умения от цялостното си обучение по Стопанско управление.

МЕТОД ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: Практически занятия, онагледявани с фолия за овърхедпроектор и провеждани по двама души на компютър.

ПРЕДПОСТАВКИ: Необходими са основни познания по икономика и управление на предприятието.

ПОМОЩНИ СРЕДСТВА ЗА ПРЕПОДАВАНЕ: По дисциплината “Планова игра за предприятието” е разработено писмено пособие (свитък от материали) и се използва лицензирана компютърна програма, които са в библиотеката на разположение на студентите или им се раздава при започване на семинарните упражнения безплатно.

МЕТОДИ НА ИЗПИТВАНЕ И ОЦЕНЯВАНЕ: Практическо провеждане на играта в края на втори семестър с текуща оценка.

ЕЗИК НА ПРЕПОДАВАНЕ: Немски

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

- 1.Hentze, J.; Heinecke, A.: Entwicklung eines computergestutzten Unternehmensplanspiels fur die betriebliche Weiterbildung, in: Management + Computer, 2. Jg., 2/1994, S. 95-102
- 2.Rohn, W. E.: Europäische Planspielubersicht 5. Aufl., Deutsche Planspielzentrale, Wuppertal, 2009
- 3.Clasen, J. P.: Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Krisenfall - Ein unternehmensorientiertes Konzept des Turnaround Managements als Option der Krisenbewaltigung, Dissertation an der Universitat St. Gallen, 1992;
- 4.Kaplan, R. S., Norton, D. P, Die ratiegiefokussierte Organisation. Fuhren mit der Balanced Scorecard, Stuttgart, 2001
- 5.Hammer,R.: Unternehmensplanung Planung und Fuhung, 9. Aufl. De Gruyter, 2015