



# **АГРАРЕН УНИВЕРСИТЕТ – ПЛОВДИВ**

Пловдив 4000; бул. «Менделеев» № 12; тел. +359/32/654 300

Факс +359/32/633 157; [www.au-plovdiv.bg](http://www.au-plovdiv.bg)

**Факултет ИКОНОМИКА**

**Утвърждавам:**

**Декан:**

(.....подпис и печат.....)

## **ИНДИВИДУАЛЕН УЧЕБЕН ПЛАН**

на

**Тихомира Йорданова Радева**

*заповед № РД- 26-101 / 18.12.2018г.*

Област на висшето образование	3.0. Социални, стопански и правни науки
Професионално направление	3.8 Икономика
Научна специалност	Организация и управление на производството (селско стопанство и подотрасли)
Форма на обучение	задочно
Продължителност на обучение	3 години
Тема на дисертационния труд	Съвместни маркетингови дейности за управление на производството и реализацията на зеленчуци
Научен ръководител	Доц. д-р Теодор Радев
Обсъден и приет на КС	Протокол № 2 / 06.03.2019г.
Утвърден на заседание на ФС	Протокол № 181 / 08.03.2019г.

## ОБЩ УЧЕБЕН ПЛАН

Учебна и преподавателска работа на докторанта		
<b>ПЪРВА ГОДИНА</b>		
Дейност	Период	Кредити
Участие в обучителен курс „Методика на обучението”		5
Посещение на лекционен курс „Маркетинг”		3
Посещение на лекционен курс „Управление на маркетинга” и „Брандинг”		3
Изпит по специалността		20
Извеждане на упражнения		7
<b>Сума за I година</b>		<b>38</b>
<b>ВТОРА ГОДИНА</b>		
Дейност	Период	Кредити
Извеждане на упражнения		7
<b>Сума за II година</b>		<b>7</b>
<b>ТРЕТА ГОДИНА</b>		
Дейност	Период	Кредити
Извеждане на упражнения		7
<b>Сума за III година</b>		<b>7</b>
Научноизследователска работа на докторанта		
<p>Анотация</p> <p>В българското земеделие протичат динамични структурни промени, ускорявани главно под влияние на Общата селскостопанска политика /ОСП/ на ЕС. В сектор „Зеленчукопроизводство“, в който България е имала конкурентни предимства, се очертават тенденции на драстичен спад в производството и страната ни от нетен износител се превръща във вносител на тези продукти. Българските земеделски производители на зеленчуци работят в силно конкурентна среда и пред тях стоят множество проблеми, чието решаване ще определи възможностите им за оставане на пазара.</p> <p><b>Целта</b> на настоящия дисертационен труд е да се установи влиянието на съвместните маркетингови дейности при управление на производството и реализацията на зеленчуци.</p> <p>С оглед постигане на поставената цел ще бъдат решени следните <b>задачи</b>:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ще се изясни мястото и важността на организационното поведение в управлението на стопанските организации.</li> <li>2. Ще се изясни същността на съвместните маркетингови дейности и обоснове значението им за управление на производството и реализацията на зеленчуци.</li> <li>3. Ще се разработи методика за изследване на влиянието на съвместните маркетингови дейности върху производството и реализацията на зеленчуци.</li> <li>4. Ще се определят факторите, определящи производствената дейност на изследваните обекти и резултатите от нея.</li> <li>5. Ще се установи потенциала за съвместно изпълнение на дейности от производителите на зеленчуци.</li> <li>6. Ще се направят препоръки за подобряване на управлението на земеделските стопанства на база съвместни маркетингови дейности.</li> <li>7. Ще се разработи модел за формулиране, изпълнение и контрол на маркетингова стратегия за съвместни маркетингови дейности (съвместен маркетинг).</li> </ol>		

**Основна изследователска теза:** Съвместните маркетингови дейности в съвременните пазарни условия и нарастване на конкуренцията е предпоставка за развитие на земеделските стопанства, занимаващи се с производство и реализация на зеленчуци.

Водещи подтези в изследването са:

- Маркетинговите дейности са средство за стратегическо управление на стопанските организации т.е. те са управленски процес. Изпълняването на този процес изисква да се отчете спецификата на организационното поведение на стопанските организации.

- Изпълнението на маркетинговите дейности се детерминира в най-значима степен от организационната форма на стопанската организация.

- Издръжката на производствената дейност на производителите на зеленчуци е висока при независимото ѝ осъществяване.

- Налице е пазарен потенциал за предлагане на български зеленчуци на националния пазар.

- Прилагането на съвместни маркетингови дейности изисква координация и централизация на дейностите и води до (с цел) подобряване финансовите резултати и пазарните позиции.

**Обект на научното изследване** са земеделски стопанства, отглеждащи зеленчуци на територията на Южна България

**Предмет на научното изследване** са управленските дейности при планиране, изпълнение и контрол на стопанската дейност на земеделските стопанства.

<b>ПЪРВА ГОДИНА</b>		
Дейност	Период	Кредити
Участие в научна конференция		5
Участие в научна конференция		5
Отчет за работата на докторанта		10
<b>Сума за I година</b>		<b>20</b>
<b>ВТОРА ГОДИНА</b>		
Дейност	Период	Кредити
Участие в научна конференция		5
Научна публикация по темата на дисертацията		10
Отчет за работата на докторанта		10
<b>Сума за II година</b>		<b>25</b>
<b>ТРЕТА ГОДИНА</b>		
Дейност	Период	Кредити
Научна публикация по темата на дисертацията		10
Отчет за работата на докторанта		10
Отчисляване от КС		50
<b>Сума за III година</b>		<b>70</b>
За защита на дисертация		50
<b>Общо за курса</b>		<b>217</b>

Научен ръководител: .....  
(доц. д-р Т. Радев)

Докторант: .....  
(Т. Радева)