

Колеж по Мениджмънт, Търговия и Маркетинг - София



**НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА И УЧЕБНО-ПРИЛОЖНА
ДЕЙНОСТ В КОЛЕЖ ПО МЕНИДЖМЪНТ, ТЪРГОВИЯ И
МАРКЕТИНГ - СОФИЯ**

София 2011



Нивото, обема и обхвата на научните изследвания, практико-приложната и художественотворческата дейност се обуславя от факта, че обучението е прагматично ориентирано и е дискуссионен, защото:

- от една страна, изискването за научно развитие на академичния състав е валидно и в еднаква степен равностойно, независимо от ранга на висшето училище, т.е. колеж, висше специализирано училище или университет;
- от друга страна, колежът, поради своя размер и други обективни ограничения, има по-скромни финансови и научни ресурси и в този смисъл не може да се очаква мощабна научноизследователска дейност.

Независимо от тези постановки Колеж по МТ&М развива научна дейност, която е организирана съгласно Общ статут (вж. Приложение №....) в следните звена: центрове, лаборатории, ателие.

Финансирането на дейността, съгласно Правилника за устройството и дейността, се обезпечават от специален фонд, който е образуван от собствени средства, дарения с конкретно предназначение, изпълнение на договори с външни възложители, проекти, финансирани от Колеж по МТ&М или вътрешни фондове за развитие, както и международни и национални програми. От бюджета на Колеж по МТ&М чрез фонда се обезпечават не повече от 70 %.



Съгласно Решение на УНС в Колежа научноизследователската и проектно-приложна дейност се развива в звена в единен общ комплекс, имат разписан Общ статут (вж. Приложение №), както и индивидуални статуты, както следва:

- Център по предприемачество и управление на проекти, със:
 - лаборатория по проектен мениджмънт;
 - лаборатория “Дакел”;
 - лаборатория “Маркетингови проучвания”
 - ателие за рекламен и индустриален дизайн и бранд мениджмънт.
- Център за дистанционно обучение, създаден съгласно изискванията на Наредба за организиране на дистанционна форма на обучение във висшите училища (Раздел II., чл. 6.1).
- Център по функционално-стойностен анализ.
- Център по търговия.

Изброените по-горе звена имат основна цел научните изследвания пряко да оказват влияние върху качеството на учебния процес.

За реализирането на тази цел беше създадена необходимата инфраструктура и организационна обезпеченост чрез реализирането на проект, който е резултат от осъществена учебноизследователска дейност в рамките на един седемгодишен период, свързан с набирането на емпиричен и изследователски материал за



Научноизследователска и учебно-приложна дейност в Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг - София

осъществяване на проектно и практически ориентирано обучение по маркетинг, маркетингови иновации, предприемачество, рекламен дизайн и бранд мениджмънт.

Целта на дейностите по проекта е практическо прилагане на проектно и практически ориентирано обучение, както и научноизследователска и развойна дейност в областта на маркетинговите проучвания, предприемачеството и бранд мениджмънт.

Първоначално проектът бе предложен с условното име “Директория за Активирание на Креативната Енергия на Личността”, но в последствие беше доразвит и бяха включени дейностите по управление на проекти и маркетинговите проучвания. По-късно идеята беше ориентирана и към рекламния, индустриалния дизайн и бранд мениджмънта.

Преди седем години намерението за проектно обучение беше апробирано с въвеждане в схемата на учебния план на новите дисциплини: “Основи на предприемачеството”, “Предприемаческа бизнесидея”, “Бизнеспроект” и “Маркетингови проучвания”. Оттогава до днес стремежът на екипа, работещ по проекта, е бил да доближи максимално учебния процес до практическите резултати и реалните условия за осъществяване на маркетингова и предприемаческа дейност. Това се изразява във въвеждането на аудиторни и извънаудиторни форми на обучение, състоящи се от полеви проучвания, обектни наблюдения, анализи на казуси с цел определяне на предприемачески бизнеспрофили и типове бизнесдейност, генериране на предприемачески бизнесидеи, анализи



Научноизследователска и учебно-приложна дейност в Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг - София

и съставяне на бизнеспланове, разработване на бизнеспроекти и други.

Вече пет години същият екип провежда със студентите от трети курс редовна и задочна форма на обучение и една ролева симулационна бизнесигра, която е чужда оригинална разработка, въведена от Програмата за развитие на ООН и Международната организация по труда. Тази разработка беше базисен материал, който след акуратно събиране и анализиране на анкети беше доразработен и усъвършенстван за нуждите на студентите в Колежа. Периодът на тестване приключи и окончателното ѝ въвеждане в рамките на проектното обучение ще бъде финализирано през настоящата година.

Във връзка с гореизложеното и проведените експериментални и тестови дейности в Колеж по МТ&М се реализира научноизследователската и практико-приложна дейност по осъществяване на модела за проектното обучение в рамките на Центъра за проектен мениджмънт и предприемачество. Основата на изследователската разработка е проектното обучение, една малко известна форма на обучение у нас. Така Колежът ще следва модерните тенденции в европейското образование.

Маркетингови проучвания

Арт маркетинг

В гореизложеното е подчертана идеята дейността на центровете, лабораториите и ателието, директно да оказва влияние върху качеството на учебния процес.

Друг тип научни изследвания се правят с цел получаване на преки научни резултати, които косвено влияят върху качеството на учебния процес.

Основните дейности за постигане на тези резултати се базират на договорно сътрудничество. Добър пример за това е споразумението между Института за устойчиво развитие с Колеж по МТ&М. След едно широкообхватно изследване бе завършен Проект за информационно осигуряване на учебния процес на Колежа с материали по устойчиво развитие. Част от дейностите по Проекта бяха свързани с участие в организиране на международна конференция в четири поредни години. Активно участие имаше студентски екип. С успешното представяне на студентите беше привлечено вниманието на другите участници и конференцията беше последвана от семинар, проведен с личното участие на представляващия Международния валутен фонд в България. Две изложби, със същата тематиката, бяха организирани в период от 6 месеца, като Колежът подкрепи финансово подготовката на експонатите. През м. януари с помощта на Колеж по МТ&М беше издаден доклад на Групата на високо равнище по заплахите, предизвикателствата и промяната с название “Един по-сигурен свят: наша обща отговорност”. Това е втора книга от библиотека “Устойчиво развитие”, която се отпечатва с финансиране от Колежа. По този начин Колежът по МТ&М има своя принос в Световното десетилетие на образованието за устойчиво развитие в България.

В една поредица от 23 курса на икономическа и управленска тематика е вложена идеята за скорошно промотиране на



Научноизследователска и учебно-приложна дейност в Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг – София

възможностите да се създаде мениджърска школа и да се разкрие специалност “Мениджмънт” за турски студенти, съгласно договореност с турския фонд. Материалите са на хартиен и електронен носител.

Колежът е горд с художественотворческите си изяви, които макар и не много на брой са с високо ниво и заслужиха висока оценка от специалисти. На първо място това е един концерт в зала България, в който солист беше млада датска пианистка и с участието на Младежкия симфоничен оркестър на Clasic FM, както и две художествени изложби на ръководителя на ателието по рекламен дизайн.

Общата насоченост на усилията по отношение на обновяването на методите на обучение, стила на преподаване, структурата на програмите и на научноизследователската дейност е по посока да се следват като еталон страните от Европейския съюз или САЩ, въпреки че те не отговарят нито като население, нито като структура на икономиката, нито като традиции на българското висше икономическо образование. Самите те са толкова различни, че нито поотделно, нито като цяло могат да са ясен конкретен ориентир за бъдещето.

Самите български традиции също не могат да са ориентир. Особено новите традиции са привнесени отвън (“усъвършенствана имитация”), а старите, в много случаи, са неадекватни.

Глобализацията на икономиката поставя изисквания, които често са в разрез с “традицията” и изискват повече прагматизъм.

Директор:
Доц. д-р Хубанова