



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ"

2700 Благоевград, ул. Иван Михайлов, 66
Tel. + 359 /73/ 8855 01, Fax: + 359 /73/ 8855 16

E-mail: info@swu.bg
<http://www.swu.bg>

Катедра "Мениджмънт и маркетинг" Информационен пакет ECTS

Специалност Бизнес мениджмънт и предприемачество

Магистърска програма: Бизнес мениджмънт и маркетинг

Образователно–квалификационна степен: „Магистър“

Обучението в четирисеместриалния курс на магистърската програма е предназначено за студенти завършили ОКС "професионален бакалавър по" в професионално направление 3.7. Администрация и управление.

1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОГРАМАТА

Настоящата квалификационна характеристика отразява обхвата и равнището на професионалните знания и умения, които завършилите специалността трябва да придобият, както и областите на бъдещата им професионална реализация. Прагматично организираният учебен план е съобразен с изискванията на съвременния пазар на труда и има за основна цел да подготви конкурентоспособни, високо квалифицирани специалисти по мениджмънт и маркетинг за нуждите на бизнеса в страната и чужбина.

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Магистрите, завършили специалност "Бизнес мениджмънт и маркетинг" придобиват задълбочени теоретични знания и практически умения свързани с мениджмънта на фирмите, с пазарната стратегия, маркетинговата стратегия и маркетинговите проучвания; с новите методи и техники за вземане на иновативни решения за разработването на конкурентни продукти. Комбинираната магистърска програма дава възможност на студентите да развият своите професионални умения и способности по отношение на мениджмънта и маркетинга в съвременната конкурентна бизнес среда, където организациите продължават да се конкурират на пренаситени пазари. Обучението на студентите в тази специалност включва задължителна специализираща подготовка и избираеми дисциплини. Дава се фундамента, върху който се надгражда съвременният мениджмънт и маркетинг на бизнеса, като се използва и чуждия опит в областта. Формират се умения за бързина, адекватност в реакциите и иновативност, съобразени с променящата се конюнктура в бизнес средата. Изграждат се навици за използване на управленски и маркетингови технологии, посредством софтуерни продукти.

3. УСВОЕНИ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНТНОСТИ СЪГЛАСНО НАЦИОНАЛНАТА КВАЛИФИКАЦИОННА РАМКА

Знания

1. Притежава широк спектър от теоретични и практически знания, голяма част от които са специализирани в областта на бизнес мениджмънта и маркетинга, които надграждат достигнатото в предходния етап на обучение.
2. Познава, разбира и изразява теории, концепции, принципи и закономерности.
3. Владее високоспециализирани теоретични знания, включително авангардни, които формират основата за оригиналност в разработването и прилагането на иновативни идеи и решения. Демонстрира критично осъзнаване на знанията в областта на бизнес мениджмънта и маркетинга и връзките между различните изучавани области.

Умения

1. Владее богат набор от практически и познавателни умения и подходи, необходими за разбирането на абстрактни проблеми и разработването на творчески решения.
2. Прави диагностика на проблемите и ги решава, като се основава на съвременни изследвания чрез интегриране на знания от нови или интердисциплинарни области, като проявява способност за генериране на нови знания и процедури, свързани с провеждането на научни изследвания и въвеждане на иновации.
3. Формулира адекватна преценка в ситуации, характеризирани се с непълна или ограничена информация и непредсказуемост.

4. Развива нови и разнообразни умения в отговор на новопоявяващи се знания и практики.
5. Демонстрира свободно прилагане на иновативни методи и инструменти, отличаващи се с иновативност при решаването на сложни задачи и непредвидими проблеми в специализираната сфера на работа.
6. Проявява инициативност в работата и ученето в сложна и непредвидима среда, изискващи решаване на проблеми с множество взаимодействащи си фактори.
7. Способен е свободно и аргументирано да представя получените резултати от проведените научни изследвания, като за целта разработва научни публикации и взема участие в научни форуми.
8. Притежава задълбочени умения да подготвя презентации, с които да представя резултатите от своите научни разработки и изследвания.

Компетентности

1. Самостоятелност и отговорност

- Умее да изгражда административно-организационни структури и самостоятелно да управлява екипи за решаването на сложни проблеми в турбулентна бизнес среда, с множество взаимодействащи фактори и вариативни възможности.
- Демонстрира задълбочени компетентности в създаването и интерпретирането на нови знания в областта на бизнес мениджмънта и маркетинга чрез собствени изследвания или друга научна дейност.
- Демонстрира овладяност в оперативно взаимодействие при управлението на промяната в сложна заобикаляща среда.
- Проявява творчество и новаторство при разработването на проекти.
- Инициира процеси и организира дейности, изискващи висока степен на съгласуваност, формулира политики и демонстрира лидерски качества за реализацията им.

2. Компетентности за учене

- Системно и задълбочено оценява познанията си и идентифицира потребности от нови знания.
- Демонстрира висока степен на самостоятелност и лесно се ориентира в сложно учебно съдържание, прилагайки собствени подходи и методи към овладяването му.
- Използва разнообразни методи и техники за усвояване на комплексно учебно съдържание.
- Владее богат понятиен апарат и проявява способности за концептуално и абстрактно мислене.

3. Комуникативни и социални компетентности

- Умее да представя ясно и достъпно собствени схващания, формулировки на проблеми и възможни решения пред специализирана и неспециализирана аудитория, използвайки богат набор от техники и подходи.
- Разработва и излага аргументирани схващания относно социални процеси и практики и обосновава предложения за тяхното усъвършенстване или промяна.
- Пълноценно общува на някои от най-разпространените европейски езици.

4. Професионални компетентности

- Събира, обработва и интерпретира специализирана информация, необходима за решаването на сложни проблеми в бизнес мениджмънта и маркетинга.
- Интегрира широк спектър от знания и източници на информация в нов и сравнително непознат контекст.
- Прави обосновани преценки и намира решения в сложна бизнес среда.
- Демонстрира способности за адекватно поведение и взаимодействие в професионална и/или специализирана среда.
- Способен е да решава проблеми чрез интегриране на комплексни източници на знание, в условия на недостатъчна налична информация, в нова непозната среда.
- Умее да иницира промени и да управлява процесите на развитие в сложни условия.

4. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите магистърската програма „Бизнес мениджмънт и маркетинг“ получават специализирана подготовка, позволяваща им да работят съгласно Списъка на длъжностите в Националната класификация на професиите и длъжностите (2011 г.) като:

3343 / 3001 Административен секретар; 3343 / 3002 Асистент, кореспонденция; 3343 / 3009 Изпълнителен секретар, офис; 3343 / 3010 Секретар на управителен съвет; 1120 Управляващи и изпълнителни директори; 1120/ 7001 Генерален директор; 1120/ 7002 Изпълнителен директор; 1120/ 6004 Ръководител, кооперативно предприятие; 1120/ 6005 Директор, организация; 1120/ 6006 Директор, предприятие; 1120/ 7012 Заместник-генерален директор; 1120/ 6013 Заместник-директор, организация; 1120/ 6014 Заместник-директор, предприятие; 1120/ 7015 Заместник-ръководител, кооперативно предприятие; 1120/ 7016 Заместник-председател, управителен съвет/съвет на директорите, търговско дружество; 1120/ 7017 Заместник-изпълнителен директор; 1120/ 7023 Управител; 1120/ 7027 Заместник-управител; 1120/ 7045 Регионален мениджър; 1120/ 7048 Директор; 1120/ 7050 Директор регионално поделение; 1219 - Ръководители в бизнес услугите и административните дейности, н.д.; 1219/ 7001 Директор дирекция, административни дейности; 1219/ 6002 Управител, бизнес услуги; 1219/ 5005 Ръководител, направление; 1219/ 6007 Ръководител, отдел в бизнес услугите; 1219/ 6010 Ръководител/началник, административен отдел; 1219/ 6011 Ръководител звено; 1219/ 5012 Ръководител, група; 1219/ 5017 Ръководител регионално звено; 1219/ 5018 Ръководител/Директор/Началник управление; 1219/ 6019 Ръководител/Началник сектор; 1219/ 6020 Ръководител/Началник служба; 1219/ 6021 Ръководител/Началник/Мениджър отдел; 1219/ 6022 Директор дирекция; 1219/ 7023 Ръководител интегрирана система за управление; 1219/ 7024 Началник, административна служба; 122 Ръководители по продажби, маркетинг и развойна дейност; 1221 Ръководители по продажби и маркетинг; 12216002 Управител, продажби и маркетинг; 12216003 Мениджър

покупки/продажби; 12216004 Маркетинг мениджър/Директор маркетинг; 12216005 Мениджър проучване на пазари; 12216006 Ръководител, външнотърговска кантора; 12216007 Ръководител, отдел по маркетинг; 12216008 Ръководител, отдел по продажбите; 12216009 Мениджър на търговската марка/Бранд мениджър; 12217001 Търговски директор; 1222 Ръководители реклама и връзки с обществеността; 12226002 Ръководител звено, реклама; 12226004 Мениджър, реклама; 12226005 Управител, реклама и връзки с обществеността; 1223 Ръководители на научноизследователска и развойна дейност; 12237006 Ръководител звено, изследване и развитие; 2431 Специалисти по реклама и маркетинг; 24316001 Анализатор, проучване на пазари; 24316002 Експерт, маркетинг; 24316003 Експерт, реклама;

Квалификационната характеристика на специалността "Бизнес мениджмънт и предприемачество" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по бизнес мениджмънт и маркетинг" е основен документ, който определя разработването на учебния план и учебните програми. Тя е съобразена със Закона за висшето образование, с Наредбата за държавните изисквания за придобиване на ОКС "Магистър", "Бакалавър", "Специалист" и с Правилниците на ЮЗУ "Неофит Рилски".

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН

ОБЛАСТ НА ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ: 3. СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И ПРАВНИ НАУКИ

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.7. АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

СПЕЦИАЛНОСТ: БИЗНЕС МЕНИДЖМЪНТ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА: БИЗНЕС МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ

ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР

ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО БИЗНЕС МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ

ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Социално предприемачество 2. Управление на човешките ресурси 3. Управленски решения 4. Избираема дисциплина I група 5. Избираема дисциплина II група	6.0 6.0 6.0 6.0 6.0	1. Управление на проекти 2. Психология на предприемаческата дейност 3. Управление на конкурентоспособността на предприятието 4. Електронен бизнес 5. Избираема дисциплина III група	6.0 6.0 6.0 6.0 6.0
Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от всяка група)	
Избираеми дисциплини I група 1. Поведение на потребителя 2. Икономически анализ 3. Организационно поведение	6.0 6.0 6.0	Избираеми дисциплини III група 1. Количествени методи в управлението 2. Управление на фирмените инвестиции 3. Организация и управление на фамилен бизнес	6.0 6.0 6.0
Избираеми дисциплини II група 1. Основи на управленското счетоводство 2. Управленски умения 3. Мрежова икономика и бизнес мрежи	6.0 6.0 6.0		
	Общо 30		Общо 30
Втора година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Стратегическо управление 2. Стратегически маркетингови решения 3. Международни стокови пазари 4. Мениджмънт в глобална среда 5. Клъстерна интеграция и маркетинг 6. Избираема дисциплина IV група	5.0 4.0 6.0 6.0 6.0 3.0	1. Конкуренстен анализ 2. Маркетингово консултиране 3. Лидерство в управлението 4. Фирмена култура и етика 5. Избираема дисциплина V група Държавен изпит или защита на дипломна работа	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 15.00
Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от група)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от група)	
Избираеми дисциплини IV група 1. Дигитален маркетинг 2. Стокова и пласментна политика 3. Стратегически мениджмънт на иновациите 4. Стратегическо планиране	3.0 3.0 3.0 3.0	Избираеми дисциплини V група 1. Управление на разходите на предприятието 2. Комуникационна политика 3. Управление на стреса в организацията	3.0 3.0 3.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 2 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 120 КРЕДИТА

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
СПЕЦИАЛНОСТ: БИЗНЕС МЕНИДЖМЪНТ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА: БИЗНЕС МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ
ОКС „Магистър“

СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански Факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината “Социално предприемачество” е разработен в съответствие с общите цели на специалност “Бизнес мениджмънт и маркетинг”. В структурно отношение обхваща както основни общи проблеми на същността и формите на предприемачество, така и специфични проблеми на социалното предприемачество като форма на социална иновация; видовете социални предприятия, разработване на социални проекти и особеностите на социалните рискове; разработването на бизнес-планове за социално предприятие и предприемаческата култура. Материалът е подбран в съответствие с предвидения хорариум и спецификата на специалността, като в рамките на разумен компромис между теоретичния и практико-приложен материал се дава приоритет на практическата страна на разглежданата тематика. Разработеният богат текстови материал, казуси и практически задачи имат за цел да затвърдят получените в рамките на лекционния курс познания, да ги доразвият и потърсят тяхното реално приложение в практиката в области на тяхната бъдеща професионална реализация. Целта на учебната дисциплина “Социално предприемачество” е студентите да получат задълбочени знания за същността, съдържанието и формите на една от основните форми на социални иновации, институционалната им основа, икономическа организация и управленски механизми. Социалното предприемачество е инструмент за решаване на значими социални проблеми в обществото, стимулира конкуренцията и създава условия за по-голяма заетост на пазара на труда.

Съдържание на учебната дисциплина:

Социалната сфера и мястото на човека в нея. Същност и функции на социалната икономика. Предприемачеството и социално предприемачество. Роля на социалното предприемачество в обществено-икономическата система. Социалното предприемачество-форма на социална иновация. Регионални особености-в развитите страни и в страните в преход Европейска директива. Социалното предприятие-специфика и основни организационни форми. Основни видове социални предприятия. Особенности на бизнес-моделите в социалното предприемачество. Организационна структура на социалните предприятия. Финансиране на социалните предприятия - същност и източници. Социален проект. Предприемачески риск и особеностите му в социалната сфера. Бизнес-план за предприемаческа дейност. Измерване на социалното влияние-необходимост и основни индикатори. Корпоративната социална отговорност-същност и съдържание. Практики на отговорния бизнес и социалните му измерения. Развитие на социалното предприемачество. Правна и институционална среда.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Студентите ще се запознаят със съвременните теории, практически подходи и инструменти за управление на човешките ресурси. В процеса на обучение те ще получат достатъчно информация за предпоставките, които обуславят теорията за човешкия капитал и механизмите за пълноценно използване на човешките ресурси. Ще се разграничават спецификата в методологията и технологията за прилагане на различните системи, програми и инструменти. Специално внимание ще бъде отделено на мотивацията и мобилността. Ще се запознаят с ролята на контекста и на мениджърския състав при разработване и прилагане на системите за управление на човешките ресурси. Курсът е съобразен с предвидения хорариум и позволява да се усвоят

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

същността, ролята, инструментите и възможностите на управление на този изключителен ресурс на всяка система.

Съдържание на учебната дисциплина:

Човешки ресурси – определения, проблемни област и управленски проекции. Трудов пазар. Качество и цена на труда. Възникване и генезис на теорията и практиката по управлението на човешките ресурси. Управленски субекти и структуриране на човешките ресурси – нива, фактори, тенденции. Мотивация, мотивационни стратегии и модели. Мобилност на човешките ресурси - фактори и управленски подходи. Фирмена политика, системи и програми за управление на човешките ресурси. Индустиални отношения и регламентация. Потребности от човешки ресурси. Набор, подбор и въвеждане на новопостъпилите. Система за обучение и квалификационно развитие. Система за оценяване и атестация. Производителност на труда и система за заплащане. Система за безопасни и здравословни условия.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: Текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината “Управленски решения” е разработен в съответствие с общите цели на специалността. В структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно избора, методите и моделите, реализацията на вземане на управленски решения. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите - бакалаври, редовно обучение по проблемите за вземане на управленски решения и на тази база да допринесе за придобиване на комплексна многофункционална подготовка без да дублира основни въпроси, които са предмет на други учебни дисциплини.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на понятието “решение”. Видове решения. Процеса на вземане на управленски решения. Човек, организация, решение. Основни управленски функции в организацията. Проблеми и тяхното решаване: икономико-математически модел. Субективни и обективни фактори на решенията. Личностни фактори. Ситуационни фактори. Неопределеност и ситуационния механизъм. Специфични техники на фаза подготовка на управленските решения. Диагностика на ситуацията и определяне на целите на решенията. Техники при оценка на факторите на решенията. Техники при работа с алтернативите. Методи за вземане на управленски решения. Модели за вземане на управленски решения. Използване на моделите в процеса на вземане на управленски решения. Разработване и реализация на управленските решения: Основни етапи. Подготовка за разработване на управленските решения. Разработване на управленските решения. Взимане на решения, реализация и анализ на резултатите. Техники за реализация на решенията. Пролонгирани решения. Многокритериален избор и оценъчна система. Многокритериална оценка, изисквания към системата от критерии. Метода “стойност-ефективност” – “разходи-печалба”. Оценъчна система. Школи. Количествени и качествени експертни оценки. Разработка и контрол на реализацията на решенията. Стратегическо и тактическо планиране. Реализация на решенията в организацията. Разработване на управленски решения в условията на неопределеност. Контрол върху реализацията на управленското решение. Управленски решения и комуникация. Барииери пред комуникацията. Подобряване на комуникацията в организацията. Рискът при вземането на управленски решения. Разпространени правила за ограничаване на субективната страна на риска при вземане на решения. Управленски решение и информационни бизнес интелигентни системи. Същност, основни компоненти и основни етапи при изграждане на информационни бизнес интелигентни системи.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПОВЕДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг
Стопански Факултет

Анотация:

Проучването и познаването на поведението на потребителя на пазара, като част от маркетинга, има съществено значение за успеха на всяка фирма на пазара. За студентите има важно значение изучаването на различните форми на проявление на потребителското поведение и на основните фактори, които го предопределят. Целта на курса на обучение по дисциплината е да се спомогне за осъзнаване на необходимостта от познаването на поведението на потребителя, както и да даде отговор на въпроса как адекватно да се отреагира при определени ситуации. За тази цел се създават умения в студентите да се разпознават различните видове поведение, причините за тяхното пораждаване и се изучават подходите, които трябва да се прилагат за всяко поведенческо направление.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теоретични основи на потребителското поведение. Процес на вземане на решение за покупка. Подходи за вземане на решение за покупка. Фактори, обуславящи поведението на потребителя. Културни, социални, личностни и психологически фактори, обуславящи поведението на потребителя. Процес на вземане на решение за покупка на индустриални стоки. Маркетингова характеристика на индустриалния пазар и организациите – купувачи. Процес на вземане на решение за покупка на индустриални стоки.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИКОНОМИЧЕСКИ АНАЛИЗ**ECTS кредити: 6****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 1****Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг
Стопански факултет

Анотация:

Курсът на обучение по учебната дисциплина “Икономически анализ” е конкретен израз на необходимостта от изследване и установяване на вниманието на промените в пазарните детерминанти върху състоянието и функционирането на всяка стопанска единица. Изучавайки дисциплината, студентите ще получават познания по разкриване на икономическата страна на материалните и финансовите условия, при които се осъществява основната стопанска дейност на предприятието. Тези резултати ще се получават, като се кацентираща върху същността, методите и способите на икономическия анализ. През призмата на анализа на икономическата стратегия на стопанската дейност ще се проследява връзката между пазара, клиентите, конкурентите, пазарните цени, приходите, печалбата, паричните потоци, разходите, изпълнението на производствената програма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Съдържание на теорията на икономическия анализ. Задачи на икономическия анализ. Икономическият анализ в контекста на системния анализ. Същност на икономическия анализ. Метод и способности на икономическия анализ. Методика на икономическия анализ на стопанската дейност на предприятието. Информационна основа на икономическия анализ. Отчетна икономическа информация. Видове. Количествени параметри на икономическите процеси и явления. Икономически анализ и приложение на счетоводно-финансовата информация. Анализ на икономическата стратегия на стопанската дейност. Основни аспекти на икономическия анализ. Различия между икономическия и финансовия анализ на стопанската дейност. Икономически показатели за стопанската дейност на предприятието. Анализ на пазара, клиентите и конкурентите. Прогнозиране на пазарните цени. Маркетингова стратегия. Икономически анализ на производствената програма и производствените мощности. Икономически анализ на инвестиционните проекти. Икономически анализ на еднократните разходи. Икономически анализ на текущите разходи. Анализ на икономическата стратегия.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански Факултет

Анотация:

Организационното поведение изучава устойчивите характеристики на поведението на човека и човешките общности от гледна точка на организирания труд и управлението. То е интердисциплинарна област, която е посветена както на изучаването и разбирането на причините, структурата и динамиката на индивидуалното и груповото трудово поведение, така и на практиката на въздействието върху него, неговото реално практическо управление. Организациите са социални системи, обединяващи човешки и материални ресурси. Поведението на отделните личности и на групи от хора, които управляват организациите, или работят за тях, е до голяма степен непредсказуемо, доколкото в основата му лежат комплексни и взаимодействащи си причини: индивидуални особености, потребности и интереси, ценностни системи, мотивации, отношения и пр.. В същото време това поведение трябва да бъде изучавано, разбирано и управлявано, защото трудът заема най-важно място в живота на всеки човек, защото няма по-важен фактор за успеха на една организация, от хората ѝ, и защото от ефективното функциониране на организацията зависи благоденствието на всяко общество. Организационното поведение е търсена и популярна дисциплина за студентите и специалистите в областта на общия мениджмънт, бизнесадминистрацията и управлението на човешките ресурси във всички известни световни центрове за обучение в тази област.

Съдържание на учебната дисциплина:

Организационното поведение като научна област и академична дисциплина – предмет, цели, равнища на анализ, подходи. Концепции лежащи в основата на организационното поведение – за природата на човека, за природата на организацията. Индивидуално трудово поведение – индивидуални различия. динамика на индивидуалните различия. „Аз“-ът в организационното поведение. Мотивация. отношение. Ангажираност, място на мотивационния проблем в познанието за човека. Мотивите и мотивацията в сферата на организационното поведение. мотивационни модели. Видове мотивация към труд – нагласа, ангажираност, съпричастност. Организационни теории. Организационни аспекти на организацията. Класическа организационна теория. Бюрократична организация на Вебер. Организацията като социо-техническа система. Четиримелния модел на Болман и Дийл. Групите в организацията. същност. типология на групите. контактност на групите. Организационни роли. статус и социализация. Социално-групови роли. Статус. Социализация. Формални групи и структури. Неформални групи и структури. неформална организация. Имидж на организацията. Организационна култура. Форми. Функции на организационната култура. Природа на организационната култура. Форми на организационната култура. Функции на организационната култура.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОСНОВИ НА УПРАВЛЕНСКОТО СЧЕТОВОДСТВО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Предлаганата учебна програма е насочена към изучаването на въпросите за създаване и използване на счетоводната информация за вътрешните нужди на управлението на предприятието. Дисциплината попълва по такъв начин познанията на студентите, получени от останалите дисциплини по счетоводство, ориентирани в по-голяма степен към външните потребности. Курсът включва въпроси за същността и класифицирането на разходите на предприятието в различни насоки – за оценка на материалните запаси в годишните отчети, а вземане на управленски решения и за нуждите на вътрешния контрол на резултатите от дейността. Посочват се предимствата и недостатъците на различните насоки – за оценка на материалните запаси в годишните отчети, а вземане на управленски решения и за нуждите на вътрешния контрол на резултатите от дейността. Посочват се предимствата и недостатъците на различните методики, прилагани в практиката на развитите страни. Програмата включва традиционни нови методики за разпределение на непреките разходи – метод “ABC”.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност, роля и значение на управленското счетоводство. Класификация на разходите и приходите. Счетоводна информация с цел оценка на материалните запаси и определяне на финансовия резултат. Метод за калкулиране на себестойността по отделни поръчки (поръчков метод). Метод за калкулиране на

Седмичен хорариум: 2л + 2у

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

себестойността по технологични процеси (преработков метод). Метод за калкулиране на себестойността на свързани и съпътстващи продукти. Метод за калкулиране на себестойността по технологични процеси (преработков метод). Счетоводна информация и вземане на управленски решения. Количествени и качествени фактори при вземането на решения и влияние на ограничителните условия. Концепция за разходите, които зависят от вземаните управленски решения. Количествени и качествени фактори при вземане на решения и влияние на ограничителните условия. Счетоводна информация при вземането на решения за запазване или закриване на дейности, за покупка или за производство на даден продукт и за определяне на комбинация от продукти с цел максимизиране на печалбата. Метод "АВС" – калкулиране на себестойността на отделните видове операции (дейности). Използване на счетоводната информация при ценообразуването. Процесът на краткосрочно планиране – същност, етапи. Изготвяне на бюджета за продажбите, за продукцията, за материалните запаси, за преките и непреките разходи, за паричните постъпления и плащания. Метод за калкулиране на себестойността по технологични процеси (преработков метод). Метод на нормативната себестойност и анализ на отклоненията.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНСКИ УМЕНИЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс разглежда основни въпроси на труда на ръководителя, свързани с организацията и управлението на неговия труд, необходимите умения за вземане на управленски решения и контрола на тяхното изпълнение, работата му с персонала, организирането и провеждането на заседания и съвещания, работата с документите и др. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са свързани с усвояване на знания за същността, характера, съдържанието и ролята на ръководния труд; придобиване на знания и умения за ръководене на организациите и контролиране на процесите.

В края на обучението се очаква студентите трябва да са придобили основни знания и умения как да ръководят бизнес организации.

Съдържание на учебната дисциплина:

Ръководната дейност. Функции на ръководителя. Стил на ръководителя. Управленска култура на мениджъра. Информационно осигуряване на ръководната дейност и информационна култура на ръководителя. Вземане на решения в процеса на ръководната дейност. Подходи и методи при вземане на решения. Планирането в ръководната дейност. Планиране на личния труд на ръководителя. Работно време на ръководителя. Организиране и ефективно използване на работното време. Ефективност на ръководния труд. Заседанията и съвещанията в ръководната дейност. Ръководител и колектив. Комуникативни умения на ръководителя. Контролът в дейността на ръководителя.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МРЕЖОВА ИКОНОМИКА И БИЗНЕС МРЕЖИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина „Мрежова икономика и бизнес мрежи“ има за цел да доразвие получените теоретични знания в областта на мрежовата икономика и бизнес мрежите и да им придаде практическа насоченост и завършеност. В програмата е предвидено разглеждането на основни въпроси, касаещи същността и

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

съдържанието на бизнес мрежите, както и управлението и организацията им, като основа за изграждането на успешен професионален опит.

При реализацията на учебната програма следва да бъдат решавани задачи, свързани с усвояването на теоретичните основи и развитието на теорията за мрежовата икономика. Обучаващите се ще усвоят знания за характерните черти на междуфирмените обединения, както и тяхната роля в съвременните икономически условия. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теоретични основи и предпоставки за формирането на мрежови бизнес структури. Основополагащи принципи на изграждане на междуфирмени обединения. Фактори, влияещи върху развитието на бизнес мрежите. Съвременни концепции за формирането на бизнес мрежите. Основни характеристики и типове бизнес мрежи. Регионално развитие на мрежовите обединения. Теоретични аспекти на образуването на бизнес мрежите в икономиката. Предимства и недостатъци

Създаване на бизнес мрежа. Фактори, влияещи на създаването на бизнес мрежи. Препятствия пред създаването на бизнес мрежите. Обществена подкрепа. Първоначален лидер. Определяне на потенциалните членове. Анализ на местната икономика. Определяне на границите. Проучване на интереса и свързване със заинтересованите фирми. Анкетно проучване. Постигане на ангажираност.

Организационна структура на бизнес мрежите. Координация и комуникация в бизнес мрежата. Дейности в подкрепа за фирмите. Организация и разпространение на информация в бизнес мрежата. Подкрепа при вземане на решения. Функционална подкрепа. Мониторинг. Мениджмънт. Фактори за управлението на дейността на бизнес мрежите. Вземане на решения. Разработване на визия, цели, стратегия и бизнес план на бизнес мрежите. Фактори за ефективен мениджмънт – система от сведения и знания, създаване на екип, изграждане на мрежа, информационна система, управление на знанията, разпределение на ресурсите. Фактори за успех. Маркетинг на бизнес мрежите. Анализирание на пазарната ситуация. Пазарни сведения и данни. Маркетингова стратегия и план. Експортни мрежи. Действия за разпределение на ресурсите и инвестициите. Оценка на нуждите от финансиране и приоритети. Методи за остойностяване на разходите. Финансиране на критичните дейности на бизнес мрежите. Фондове, предназначени за мултифирмени проекти.

Стимулиране на иновациите и предприемачеството. Иновационната стратегия на България. Европейският съюз за иновациите. Научно-изследователска дейност на бизнес мрежите. Ангажиране на подходящи университети в иновационни схеми. Мрежови центрове за трансфер на технологии. Развитие на иновационни мрежи. Инвестиране в създаване на нови фирми и иновации.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел получаване на задълбочени знания за ефективното разработване на проекти и управленския процес при тяхното създаване и реализиране. В програмата е предвидено разглеждането на общи проблеми на разработването на проекти, които се явяват основа за организацията и управлението на проекти за кандидатстване по програмите на Европейския съюз. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на управлението на проекти. Идентифициране на проекта. Подбор и селекция на проекти. Основни и съставни елементи на проекта. Наименование, област и приоритети. Териториален обхват и място на изпълнение. Целева група, резултати, дейности и индикатори. Връзки с обществеността. Въвличане на обществеността в проекта. Институционална среда на проекта. Определяне на партньорите. Изграждане на екип на проекта. Организационно планиране на проекта. Определяне на дейностите. Съставяне на план-графици. Управление на ресурсите на проекта. Влияние на ресурсите върху планирането на проекта. Видове ресурси. Разпределение на ресурсите. Рискове на проекта. Изготвяне на предложение за проект. Апликационна форма, същност и елементи. Метод на логическата рамка. Финансиране на проекта. Източници на финансиране. Съставяне бюджет на проекта. Видове бюджети. Управление на бюджета.

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Оценка на предложението за проект. Същност на оценката. Критерии за оценяване. Механизъм за оценяване. Принципи на процеса на подбор. Мониторинг и контрол върху изпълнението на проекта. Управление на изпълнението на проекта. Отчитане изпълнението на проекта. Стратегия за приключване или продължаване на проекта след неговото финализиране. Оценка на изпълнението на проекта. Същност на оценката. Видове оценки. Анализ на изпълнението на проекта.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПСИХОЛОГИЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански Факултет

Анотация:

Целта на учебната дисциплина е студентите да се запознаят с основните школи в психологическата наука и тяхната приложимост в теорията на управлението. Разглеждат се подробно обект/субект, предмет и етапи на развитието на психологията на управлението, нейните основни методи, функции, закони и закономерности. Специално внимание се обръща на личността и нейния потенциал в системата на управлението, като тук се разглежда мотивацията като фактор за управление на личността, самооценката, равнищата на очаквания и фрустрация в трудовата дейност и др. Особен акцент пада върху личността на подчинения като обект/субект на управлението и въздействието върху неговите поведение и дейност. Като важен момент се фиксира характеристиката на процеса на адаптации на подчинения към условията на организацията. Специално се разглеждат емоционално-волева сфера на личността в процеса на управление и психофизиологическите основи на управлението (функционални състояния; изисквания към поддържането на работоспособност; релаксация и др.); стресът и волята в процеса на управлението. Важно внимание се отделя на междуличностното общуване в управлението, включая възприемането на физическия облик и функционалните признаци на личността и комуникацията на невербално ниво. Вниманието на студентите се насочва и към психологията на управленското въздействие в предприемаческата дейност, същността и характеристиката на основните способности на управленско въздействие; психологически основи на конфликтни ситуации.

Съдържание на учебната дисциплина:

Психология на управлението: обект, предмет, възникване и развитие. Психология на предприемаческата дейност. Основни методи, функции, закони и закономерности на психологията на управлението. Теории и практика на мениджмънта. Основни управленски култури: характерни черти и особености. Психологически теории на управлението. Личността и нейния потенциал в системата на управлението: Понятие за личността и нейната структура; психологически школи, изучаващи личността. Личността на подчинения. Психология на управление на неговите поведение и дейност. Емоционално-волева сфера на личността в процеса на управление. Психофизиологически основи на управлението: функционални състояния и изисквания към поддържането на работоспособност. Специфика на труда в екстремални ситуации. Междуличностно общуване в управлението: възприемане „човек-човек“; проблеми на междуличностното възприемане в управленското общуване. Управленското общуване като комуникация; условия за ефективно взаимодействие в управленското общуване в предприемаческата дейност. Психология на управленското въздействие в дейността на ръководителя: същност и характеристика на основните способности на управленско въздействие. Типология на обектите/субектите на психологическо въздействие. Психологически основи на управлението на конфликтни ситуации: природа и социална роля на конфликтите. Класификация на конфликтите. Типове поведения на хората в конфликтна ситуация; стратегии за поведение и способности за разрешаване.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща: основни общи проблеми на управлението на конкурентоспособността на предприятието; индикатори и методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието; подход за оценка на конкурентоспособността на предприятието; подход за анализ на конкурентоспособността на предприятието; възможности за повишаване на конкурентоспособността на предприятието. Целта на учебната дисциплина "Управление на конкурентоспособността на предприятието" е студентите да получат задълбочени знания за управлението на конкурентоспособността на предприятието и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременните условия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на конкурентоспособността на предприятието. Фактори за повишаване на конкурентоспособността на предприятието. Индикатори за конкурентоспособността на предприятието. Методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието. Традиционни методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието. Методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието в зависимост от целта на оценката. Количествени и качествени методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието. Методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието в зависимост от броя на индикаторите, на които се основават. Методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието в зависимост от броя на показателите, по които се прави оценката. Методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието, основаващи се на измерването на резултатите от дейността и които оценяват предпоставките за постигане на високи резултати. Детерминирани и стохастични методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието. Статични и динамични методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието. Методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието в зависимост от базата за сравнение. Подход за оценка на конкурентоспособността на предприятието. Подход за анализ на конкурентоспособността на предприятието. Основни направления на анализа. Анализ на възможностите на предприятието за повишаване на конкурентоспособността му.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ЕЛЕКТРОНЕН БИЗНЕС

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Прогресивното развитие на интернет технологиите доведе до разширяване на тяхното приложение в деловите и ежедневните дейности на хората. Отчитайки това, с курсът от лекции по дисциплината се цели да се разгледат същността и възможностите на електронния бизнес, както и рисковете, които го съпътстват. В тази връзка е нужно да бъдат очертани и перспективите на електронния бизнес в контекста на разрастващото се влияние на социалните мрежи и бъдещето на традиционните магазини. Всеки съвременен предприемач е необходимо да е наясно със законодателните предложения и промени за стимулиране на електронния бизнес и повишаване на потребителското доверие чрез въвеждане на стриктни правила за защита на правата на потребителите.

Дисциплината дава нов поглед върху усвоените и практически наложилите се форми за бизнес, като насърчава студентите да оценят преимуществата на новите технологии и приложението им в съвременни условия. Курсът от лекции по Електронен бизнес дава съществен принос в процеса на формиране на системата от научни знания, умения и навици, необходими за студентите, придобиващи бакалавърска степен по спец. Бизнес маркетинг и реклама. Дисциплината е строго релевантна с дисциплини като основи на управлението, маркетинг, предприемачество и бизнес планиране и контрол. Обучението по нея се явява като продължение и естествено надграждане на познанията, при успоредно усвояване на нови знания. След преминаване на курса на обучение по дисциплината в студентите ще бъдат формирани знания и умения за стратегическо мислене, придобиване на предприемачески усет, които ще подпомогнат успешната им професионална реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и специфика на електронния бизнес. Основни участници в електронния бизнес. Бизнес модели в електронния бизнес. Анализ на възможностите за електронна търговия. Електронни платежни инструменти. Електронни пари. Електронно банкиране. Електронни платежни системи. Електронни системи за разплащане. Актуално състояние на законодателството за лични данни. Трудности в прилагането на европейското законодателство в трети страни. Нарушения в сектора на електронния бизнес и разрешаване на спорове. Е-маркетинг.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КОЛИЧЕСТВЕНИ МЕТОДИ В УПРАВЛЕНИЕТО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В предложената учебна програма основно се акцентира върху даването на знания с приложен характер, които са свързани с моделиране в дискретни структури. Разгледани са основните принципи при изследване на операциите, типичните класове оптимизационни задачи, основните принципи при вземане на решения – в случай на детерминираност, недетерминираност, условия на риск и в случай на многокритериални оптимизации. Дадени са методи за оптимизации при задачи с големи размерности, като последните са илюстрирани чрез примери в областта на информатиката, икономиката и управлението - мрежово планиране, разбиване на макросистеми на силно свързани компоненти, организация и управление на макросистеми, разполагане на граждански, стопански и военни обекти, избор на оптимални стратегии и маршрути.

Разглеждат се и въпроси от теория на игрите, теория на гласуването и вземането на колективни решения , алгоритми за вземане на решения в условия на риск и неопределеност в лекционния курс е потърсен разумен баланс между теоретичния и приложен аспект на даваните знания с предпочитание на приложността.

Съдържание на учебната дисциплина:

Математическо моделиране. Класификация на моделите, принципи, анализ и етапи за тяхното построяване. Типични класове оптимизационни задачи. Принципи за вземане на решения при изследване на операциите – при детерминирани, недетерминирани условия и в условия на риск. Вземане на решения при векторен критерий за оптималност. Метод на ограниченията при търсене на компромисни решения. Декомпозиции при задачи с големи размерности. Линеен оптимизиране. Симплекс – метод. Транспортна задача. Оптимални решения в програмирането, икономиката и управлението, свързани с намиране на оптимални маршрути и покриващи дървовидни структури. Разполагане на обекти. Силно свързани компоненти, абсолютни и главни центрове и медиани в графи. Алгоритми за намирането им. Потокови алгоритми. Потоци с максимална величина. Потоци с минимална цена. Теорема на Форд – Фалкерсон. Модификация на Едмондс и Карп. Алгоритъм за поток с минимална цена. Алгоритъм на дефекта. Циркулации. Мрежово планиране и управление. Метод на критичния път. Проекти с минимална цена. Обобщени мрежови графици. Динамично оптимизиране. Задачи за управление на запасите. Мрежови задачи в динамичното оптимизиране. Динамични потоци в мрежа. Оптимални сдвоявания и покрития в биполярни и произволни графи. Унгарски дървета. Алгоритми на Едмондс за максимални по мощност и максимални по тежест сдвоявания. Минимални по тежест покрития – алгоритъм на Уайт. Задачи от тип CPP в ориентирани и смесени графи. Алгоритми. Задачи от тип TSP. Методи за решаване. Branch-and-bound алгоритми за TSP. Елементи от теория на игрите. Приложения в икономиката и управлението. Теория на гласуването вземане на колективни решения. Алгоритми за вземане на решения в условия на риск и неопределеност.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ФИРМЕНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината е разработен в съответствие с общите цели на специалност "Бизнес мениджмънт и маркетинг". В структурно отношение обхваща: основни общи проблеми на управлението на фирмените инвестиции, вкл. и в контекста на усвояването на средствата от структурните и кохезионни фондове на ЕС; подходи и методи за анализ и оценка на фирмените инвестиционни проекти; подходи и методи за анализ и оценка на риска при фирмените инвестиционни проекти. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за управлението на фирмените инвестиции, формирането и основните подходи за реализация на фирмената инвестиционна стратегия и политика в съвременните условия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са усвояване на знания и умения за: управлението на фирмените инвестиции и инвестиционния процес във фирмата; разработване на фирмените инвестиционни проекти и анализ, оценка и избор на фирмените инвестиционни проекти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Иновациите - основа на инвестирането. Същност и характерни черти на иновациите. Класификация и структура. Същност и видове инвестиране и финансиране. Видове, елементи и структура на фирмените инвестиции. Основни инвестиционни носители и концепции. Фирмените инвестиции като обект на икономическото регулиране. Роля на мотивацията за инвестиране. Същност и компоненти на капиталните вложения като форма на инвестиционната дейност на фирмата. Същност и значение на инвестиционното проектиране при реализирането на инвестиционната политика на фирмата. Основни финансови концепции. Времева стойност на парите. Компондиране и дисконтиране на парични потоци. Анюитети. Критерии и методи за оценка на фирмените инвестиционни проекти. Статични методи. Динамични методи. Избор между алтернативни фирмени инвестиционни проекти. Методи за избор между два или повече проекта. Същност и видове риск при фирмените инвестиционни проекти. Подходи и методи за анализ и оценка на риска. Управление на фирмените инвестиции в контекста на усвояването на структурните и кохезионни фондове на ЕС.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА ФАМИЛЕН БИЗНЕС

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел да задоволи потребността на студентите от знания за същността и значението на фамилия бизнес и специфичните особености при неговото управление. В процеса на обучение ще се акцентира върху усвояване и прилагане на теоретични модели и концепции за анализиране и решаване на конкретни практически проблеми при управлението на фамилия бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и значение на фамилия бизнес. Теоретични модели за описание на семейната фирма. Собственост. Управление на семейната фирма и семейството. Стратегическо управление. Управление на растежа. Управление на човешките ресурси. Управление на знанието. Конфликти и общуване. Интернационализация. Управление на промяната. Корпоративна социална отговорност и етика. Организационна култура. Наследяване на семейните фирми. Консултиране на семейни фирми. Институционална рамка и предизвикателства пред семейните фирми в Европа.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Акцентира се върху теорията и съчетана с практико-приложния ѝ характер и различието между опита на водещите в света фирми и нашата управленческа практика. Целта на дисциплината е да дообогати познанията на студентите с проблемите на стратегическото управление, с цел избягване на повторения в двете програми, акцента е поставен върху практико-приложната част на проблематиката, като същевременно въпроса за стратегическото управление и връзката му с изграждането на управленчески структури се разглежда в по-голяма дълбочина.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на управлението. анализ на промените в управлението през 60-те години на XX в. Възникване на стратегическото управление. Същност на стратегическото управление. Стратегия и цели. Йерархия на целите. Алгоритъм на изграждане на стратегията. Роля на външната среда. Сценариев анализ. Метод на сегментацията. Проектиране и избор на стратегия. Мисия на организацията. Инструментарий за разработване на стратегията; портфейлен анализ, матрица на Бостонската консултативна група, матрица на "Дженерал електрик", матрица на Ансф. Диверсификационна стратегия. Същност на диверсификацията. Видове диверсификационни стратегии и механизъм на тяхното изграждане. Конкурентна стратегия. анализ и профилиране на конкурентите. Форми на конкурентна борба и механизъм на изграждане на конкурентната стратегия. Стратегия и фирмена култура. Същност на управленческата структура. Организацията като система; общ модел и неговите основни характеристики. Структура, връзки, цели и поведение. организационно проектиране. Видове управленски структури (базови понятия - звено на управление, ниво на управление, мащаб на управляемост, делегиране и пр. Функционална управленческа структура - същност, изграждане, противоречия. Дивизионална управленческа структура. Вертикална и хоризонтална интеграция. Диверсификация и дивизионалност. Роля на ръководството. Роля на ръководството в изграждането на стратегията и управленческата структура.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СТРАТЕГИЧЕСКИ МАРКЕТИНГОВИ РЕШЕНИЯ

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел да доразвие получените теоретични знания в областта на мениджмънта и маркетинга и да им придаде практическа насоченост и завършеност. В програмата е предвидено разглеждането на основни въпроси, касаещи процеса на вземане на стратегически маркетингови решения – дефиниране, специфики, методология, методиката, организация, изпълнение и контрол на процеса. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и роля на стратегическото маркетингово управление. Технология на процеса на стратегическо маркетингово управление. Същност и роля на маркетинговата стратегия като основен инструмент за стратегическо маркетингово управление. Специфики при разработването на маркетингова стратегия. Видове маркетингови стратегии и връзката им със стратегическите маркетингови решения. Същност, роля и характерни особености на стратегическото маркетингово решение. Равнища на вземане на стратегически решения. Процес на вземане на стратегически маркетингови решения. Основни решения, свързани с аналитичната дейност в управлението на маркетинга. Маркетингови решения, свързани със стратегическото маркетинг планиране. Основни решения, касаещи организацията на маркетинговата дейност. Стратегически решения, свързани с контрола на маркетинговата дейност. Теоретико-методически аспекти на анализа и оценката на маркетинговата дейност на предприятието в процеса на вземане на стратегически маркетинг решения.

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МЕЖДУНАРОДНИ СТОКОВИ ПАЗАРИ**ECTS кредити:** 6**Седмичен хорариум:** 2л + 2су**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Вид на изпита:** писмен**Семестър:** 3**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите с изключително важна проблематика. В условията на пазарна икономика, без познаването на тенденциите в развитие на пазарите, на които се купува или продава е немислим успешния бизнес на фирмите. Ето защо на лекциите и на семинарните занятия студентите ще имат възможност да се запознаят със същността и териториите на международните с методите и подходите, с предпоставките за изучаване, оценка и прогнозиране на конюнктурата на тези пазари. Специално внимание се отделя и на особеностите на изучаването и прогнозирането на цените на големи стокови групи – суровини и готови изделия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и видове международни пазари. Определяне, характеристика и причини за изучаване на пазарната конюнктура. Определения за конюнктура. Особенности на конюнктурата. Необходимост от изучаване на конюнктурата. Теории за конюнктурата. Фактори, които определят конюнктурата. Система от показатели за изучаване на конюнктурата. Конюнктура и цени. Организационни въпроси на анализа и прогнозирането на конюнктурата. Методи за изучаване и прогнозиране на конюнктурата. Източници на информация за изучаване и прогнозиране на конюнктурата. Специфика и методология на изучаване и прогнозиране на конюнктурата на пазари на суровини и горива. Специфика на изучаване и прогнозиране на конюнктурата на пазарите на машини и съоръжения.

Технология за обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МЕНИДЖМЪНТ В ГЛОБАЛНА СРЕДА**ECTS кредити:** 6**Седмичен хорариум:** 2л + 2у**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Вид на изпита:** писмен**Семестър:** 3**Методическо ръководство:**

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно динамичната и актуална проблематика на методите и формите на управление на сложните външнотърговски и външноикономически операции, осъществявани от съвременната национална и интернационална компания. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите - магистри по проблемите на мениджмънта в глобална среда и на тази база да допринесе за придобиване на комплексна многофункционална подготовка без да дублира основни въпроси, които са предмет на други учебни дисциплини. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Да се разширят подготовката и знанията на студентите – специализанти от магистърската степен на специалност "Стопанско управление" по проблемите на мениджмънта в глобална среда, в условията на изключителен динамизъм в развитието на световното стопанство, както и на отделните страни. Да се изяснят спецификата на обекта и субекта и методите на управление, прилагани по отношение на външноикономическата дейност, осъществявана в условията на динамичното международно обкръжение. Въз основа на теоретично-фундаменталните начала се прави преход към подробно изясняване на интернационалните параметри на функционалноориентираното управление на равнище фирма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Интернационализацията и глобализацията на стопанската дейност и съвременния мениджмънт. Икономически и управленски теории за фирмата. Практически възгледи и определения за фирмата в контекста на вътрешностопанската и международната дейност. Теоретични основи и понятия за мениджмънт

в глобална среда. Основни характеристики на мениджмънта в глобална среда. Мениджмънт в глобална среда от перспективата на модерните теории за транснационалния и глобалния капитал. Модерните управленски теории и мениджмънт в глобална среда. Специфични теоретични направления в мениджмънта в глобална среда: теоретични възгледи за културното въздействие върху фирмения мениджмънт. Стратегическо планиране в международния бизнес обект и интернационално обкръжение. Стратегически анализ - основни положения, обхват, фирмени цели, фирмена мисия и социална отговорност, оценка на ресурсната осигуреност на фирмата и нейната конкурентоспособност. Стратегически анализ и конкурентни предимства. Стратегическо планиране в международния бизнес и балансирана система от показатели на Нортън и Каплан - друг подход към целеполагането. Стратегически анализ и интернационално обкръжение. Риск и видове рискове в интернационалното обкръжение. Организационно осигуряване на планирането на международния бизнес. Организация на плановата дейност. Международни фирмени стратегии. Конкуренти предимства и корпоративни стратегии. Интернационализация, глобализация и корпоративни стратегии. Корпоративни стратегии в зависимост от начина на навлизане на пазара. Стратегии за песимистичния сценарии или за аварийните стратегии и планове. Организиране в мениджмънта в глобална среда - основни теоретико-методологични положения. Организиране и влияние на културния фактор. Организиране на дейността на транснационалните и глобалните компании. Принципи на организиране и типове дивизионални структури. Вътрешно фирмени отношения.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КЛЪСТЕРНА ИНТЕГРАЦИЯ И МАРКЕТИНГ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс е разработен в съответствие с общите цели на специалност "Бизнес мениджмънт и маркетинг". Той е насочен към разкриване същността и съдържанието на клъстерния подход и управлението и организацията на клъстерите във връзка с маркетинга. Целта на учебната дисциплина "Клъстерната интеграция и маркетинг" е студентите да получат задълбочени знания по теоретичните и практическите проблеми, свързани с прилагането на клъстерната концепция и някои решения с маркетингова насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теоретически предпоставки на клъстерната концепция. Възникване на бизнес клъстерите и фактори, влияещи върху тяхното формиране и развитие. Влияние на клъстерите за регионалното развитие. Чуждестранният опит при образуването на клъстери – европейски, американски и азиатски модели. Създаване на клъстер. Организационна структура на клъстера. Мениджмънт. Фактори за управлението на дейността на клъстерите. Външни връзки на клъстера. Маркетинг на клъстера. Действия за разпределение на ресурсите и инвестициите. Анализ на ситуацията и нуждите от квалифицирани умения.

Стимулиране на иновациите и предприемачеството. Информационни дейности Събиране на информация и анализ. Оценка на дейността на клъстера. Действия за прогресивно развитие.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Навлизането на новите технологии все по-агресивно в обществено-икономическия живот наложи и нови форми на проявление и приложение на маркетинга. Използването на информационните технологии дава

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

нови измерения на бизнеса и открива широки възможности за навлизане на нови пазари и успешното промоциране на фирми и търговски марки. Дигиталният маркетинг позволява на компаниите умело да защитават пазарните си позиции, като отстояват на конкурентните атаки. Новата действителност, като следствие от IT революцията изисква много по-различен подход към потребителите и техния начин на живот. Наред с традиционните форми, използвани от фирмите за въздействие върху аудиторията, днес все по-интензивно се налага и електронният маркетинг, позволяващ по-силно рекламно присъствие с явна провокация, отправена към потребителите. Именно това налага и по-доброто му познаване, като ще разшири възможностите и конкурентните качества на студентите в тяхното професионално развитие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в дигиталния маркетинг. Изграждане на маркетингова стратегия в интернет. Технология на провеждане на маркетингови проучвания в онлайн среда. уеб развитие и дизайн. Имейл маркетинг. Онлайн реклама. основни рекламни формати. Партньорски маркетинг. Оптимизация на търсачките (seo). Маркетинг в социалните медии (social media marketing).

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

СТОКОВА И ПЛАСМЕНТНА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Изучаването на дисциплината е предпоставка за обогатяване на социалната и икономическата култура на студентите, като осигурява възможност за използване на целия арсенал от познания, придобити в процеса на обучението им по специалността. Дисциплината дава шанс за трениране на логическата мисъл, придавайки възможност за генериране на свежи идеи, като насърчава студентите да оценят преимуществата на нетрадиционното мислене. Дисциплината има възлово място в процеса на формиране на системата от научни знания, умения и навици, необходими за специалиста – мениджър. Основавайки се на общите и специфичните знания, получени в общия курс по основи на маркетинга, обучението се явява като продължение и логическо надграждане на познанията, с успоредно усвояване на нови знания, формиране на навици и умения, които ще имат висока практическа стойност за студентите за тяхната бъдеща реализация. Целта на курса е да се задоволи голямата потребност от знания за адекватно приспособяване и успешна изява в условията на непрекъснато променяща се икономическа конюнктура.

Съдържание на учебната дисциплина:

Стоката като елемент на маркетинг микса. Формиране на стоквата политика на фирмата. Процедура за формиране на стоквата политика. Иновационна политика на фирмата. Формиране на иновационна стратегия. Организация на иновационната дейност. Процес на създаване на нов продукт. Маркетингова стратегия на новите продукти. Дизайн, опаковка, маркировка на новите продукти. Методи за оценяване на предпочитанията на потребителите към алтернативни варианти на нов продукт. Маркетингът и научно-техническата политика.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕНИДЖМЪНТ НА ИНОВАЦИИТЕ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Стратегическото управление на иновациите е част от иновационния мениджмънт и решава въпросите на управлението, планирането и реализацията на иновационни проекти. В курса от лекции са представени в систематизирана форма възгледи, знания и формулировки на различни водещи автори и икономисти, характеризиращи същността, условията и съдържанието на учебната дисциплина по Стратегически мениджмънт на иновациите. Курсът е тясно свързан с теорията и практиката на общия мениджмънт на

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

предприятието, производствения мениджмънт, финансовия мениджмънт, с икономиката и организацията на предприятието и др. Стратегическия иновационен мениджмънт е инструмент за конкурентоспособност на фирмите и комбинация от иновационна култура, иновационна стратегия, иновационен капацитет и иновационна дисциплина, която прави иновациите реални и устойчиви за организацията. Тъй като иновациите са неизменно част от стратегията на компанията, иновационният процес трябва да бъде управляван в съответствие с визията и целите на организацията.

В курса се анализира се дейността по прилагането на интегриран подход към иновациите като се разглеждат редица общи и конкретни икономически особености, характеризиращи стратегиите, формите и средствата за осъществяване на иновационна дейност в страната, посочват се субектите и необходимите качества за осъществяване и реализация на иновации, разкрива се степента на иновационната активност и бариерите пред тях, състоянието, формите и темповете на иновациите в нашата страна, европейските практики в това отношение и др.

Целта на учебната дисциплина „Стратегически мениджмънт на иновациите“ е студентите да получат задълбочени знания в областта на стратегическото управление и предприемането на широк спектър решения във връзка с управлението и организацията на разработването и внедряването на иновациите в предприятието.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение, цел и задачи на учебната дисциплина. Същност на управлението. Възникване на стратегическото управление. Същност на стратегическото управление. Стратегия и цели. Успешният мениджмънт на иновациите – стратегическа задача при съвременните икономически условия. Иновациите – централен проблем на стратегиите и политиката на развитие на съвременната икономика. Иновационен процес. Класификации на иновациите. Проектиране и избор на стратегия. Мисия на организацията. Стратегии за осъществяване на иновационна дейност. Иновационни мрежи. Иновационна активност и бариери пред иновациите. Преодоляване на бариерите пред иновациите. Стратегически мениджмънт на иновациите и тенденциите в иновационната дейност. Иновации и интелектуална собственост. Международно сътрудничество в областта на интелектуалната собственост. Авторско право и сродни на него права. Индустриална интелектуална собственост, Патенти и сродни понятия. Промислен дизайн, марки и географски означения. Лицензиране и трансфер на технологии. Изграждане на иновационна инфраструктура в България. Технологични центрове, бизнес-инкубатори и технологични паркове. Развитие на европейското изследователско пространство. Иновационни програми на Европейския съюз.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

СТРАТЕГИЧЕСКО ПЛАНИРАНЕ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Тази учебна дисциплина има за цел да доразвие получените теоретични знания в областта на планирането и да им придаде практическа насоченост и завършеност. В програмата е предвидено разглеждането на основни въпроси, касаещи подходите, принципите, методите и технологията на стратегическото планиране. Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати, че получените знания ще подпомогнат изучаването, както на другите дисциплини така и на дисциплините с икономическа и бизнес насоченост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Обща характеристика на планирането – същност, особености, принципи. Планирането в условията на евроинтеграция. Планиране и програмиране. Видове планове и програми. Фирмено планиране – същност, особености, принципи. Система от фирмени планове. Стратегическо фирмено планиране в условията на евроинтеграция – възможности, изисквания, проблеми. Същност и съдържание на процеса на разработване на фирмена стратегия. Анализ и прогноза на външната среда на фирмата. Анализ и оценка на вътрешната среда на фирмата. Определяне на целите на фирмата. Модели за стратегически анализ и избор на стратегия. Видове фирмени стратегии. Избор на стратегия. Стратегии, прилагани както за фирмата като цяло, така и за отделни направления и сфери на дейността ѝ. Стратегии растеж, съкращение, ликвидация. Функционални фирмени стратегии. Маркетингова стратегия. Иновационна стратегия. Производствена стратегия. Инвестиционна стратегия. Стратегия за човешките ресурси (персонала). Финансова стратегия. Реализация на фирмените стратегии и стратегически планове при средносрочните и текущи фирмени планове.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит.

Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

КОНКУРЕНТЕН АНАЛИЗ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината “Конкурентен анализ” е разработен в съответствие с общите цели на специалност “Бизнес мениджмънт и маркетинг”. В структурно отношение обхваща: основни въпроси на анализа и неговата взаимна връзка със стратегията и конкурентната информация; методи за конкурентен анализ. Целта на учебната дисциплина “Конкурентен анализ” е студентите да получат задълбочени знания за конкурентния анализ, методите и средствата за конкурентен анализ .

Съдържание на учебната дисциплина:

Стратегия и процес на набиране на конкурентна информация. Анализ. Система FAROUT. Бостънска матрица. Матрица на „GE”. Отраслов анализ. Анализ на стратегическите групи. SWOT- анализ. Анализ на стойностните вериги. Анализ на „слепите зони“. Конкурентен анализ. Анализ на сегментацията на потребителите. Анализ на покупателната стойност. Анализ на функционалните възможности и ресурси. Оценка на индивидуалните характеристики на конкурентите. Анализ на разногласията. Анализ на общата обкръжаваща среда (STEER). Анализ на сценария. Анализ на посредниците. Анализ на кривата на опита. Анализ на вектора на ръста. Патентен анализ. Анализ на жизнения цикъл на продукта. Анализ на S – кривите (на жизнения цикъл на технологиите). Анализ на финансовите коефициенти и показатели. Програмиране на стратегическите фондове. Анализ на равнището на устойчивото развитие.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

МАРКЕТИНГОВО КОНСУЛТИРАНЕ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс е насочен към разкриване на същността и съдържанието на консултирането, маркетинговия подход към него, ефективните методи за решаване на маркетинговите и управленски задачи в пазарната икономика. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания по теоретичните и практическите проблеми на консултирането в сферата на маркетинга и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременните условия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на консултирането и предпоставки за неговото прилагане. Подход на маркетинговото консултиране. Основи на маркетинговия подход. Инструменти на маркетинговото консултиране. Методи за изследване и методи за въздействие. Етика на маркетинговото консултиране. Проекти на маркетинговото консултиране. Йерархия на проектите. Дейност на консултантската фирма за разработване на стратегията и концепцията за развитие на предприятието. Методи на консултантската фирма за оптимизиране на организационната структура и функционалните направления на дейността на предприятието. Програма за оптимизация и отчет на консултанта. Внедряване на проектите за оптимизация. Експертиза на бизнес проектите. Подход към експертизата. Предмет на експертизата. Отчет на консултанта. Ревизиране на маркетинга. Задачи. Ревизиране на организационната структура, функциите и взаимодействието. Ревизия на подходите и методите на маркетинга. Разработка на маркетингови стратегии. Консултиране на разработване на рекламна кампания. Консултанти и консултантски агенции. Индивидуален (независим) консултант. Консултантски агенции – същност, предимства и недостатъци. Стиллове и способности за консултиране. Проектно консултиране. Разработка на инструментариум. Вътрешно консултиране. Други способности за консултиране. Избор на консултант. Възможности за самодиагностика.

Технология за обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията,

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

ЛИДЕРСТВО В УПРАВЛЕНИЕТО

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър:4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В структурно отношение дисциплината „Лидерство в управлението“ обхваща основни теоретико - методологични и приложни знания за лидерството, качествата на лидера, имиджа на лидера и лидерските стилове. Изграждат се знания и умения за разработване на концепция за развитие на лидерски качества на съвременния ръководител и формиране на неговия имидж.

Съдържание на учебната дисциплина:

Природа на лидерството. Лидерство и потребности. Специфика на организационното лидерство. Подходи при изследване на лидерството - персоналистичен, поведенчески, ситуационен и съвременни направления. Мениджмънт и лидерство. Сходства и различия между лидера и мениджъра. Лидерски стилове. Лидерски качества и умения. Имидж на лидера. Подходи за формиране имиджа на лидера. Модел за развитие на лидерските компетенции на ръководителя.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

ФИРМЕНА КУЛТУРА И ЕТИКА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър:4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина дава знания и умения на студентите за постигане на пълноценни междуличностни, колегиални, професионални и социални контакти, а така също и съвременни познания в областта на фирмената култура. Културата, и в частност фирмената култура се разглежда като свързващия елемент и носител на самоопределянето на група от индивиди, и, съответно, организации. Студентите възприемат идеята, че постигането на баланса в различията между участниците в дадена група се явява факторът спомагащ за личностното и професионално усъвършенстване и развитие. Въвежда се убеждението, че основен компонент за постигане на хармония в работна среда са утвърдените ценности и чрез тях се постига личната удовлетвореност на индивида при достигане на предварително заложените цели. Осъзнава се идеята, че именно чрез механизмите на фирмената култура индивидуалните различия в дадена група могат да бъдат насочвани и управлявани към изграждане на общи организационни и фирмени ценности. Изучаването на учебната дисциплина «Фирмена култура и етика» е полезно и необходимо с оглед на динамиката в професионалните фирмени отношения. Фирмената култура се показва като цялостна система, която обхваща и свързва всички елементи на организационния живот, преминавайки през всички аспекти на функциониране на организацията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Култура, субкултура, степен на влияние на културните фактори. Същност на фирмената култура: възникване и развитие. Историческа и терминологична ретроспекция. Формиране на фирмена култура и взаимодействието ѝ с други културни системи. Фирмена култура и/или организационна култура. Фирмена култура и организационно поведение. Външни и вътрешни детерминанти. Фирмени субкултури. Типология на фирмената култура. Модели на фирмената култура – Дийл и Кенеди, Харисън и Хенди, Хофстеде, Е. Шейн, Хемпдън – Търнър, Тромпенаарс, Модел НОМЕ на У. Грос и Ш. Шичмън. Роля и характеристики на фирмената култура. Елементи на фирмената култура. Мисия, ритуали и мотивация във фирмата. Елементи, функции и “противоречия” на организационната култура. Фирмена политика и фирмена култура. Фирмена тайна и кодекс на поведение в организацията. Фирмена култура и бизнес среда. Имидж и организационна култура. Индикатори на фирмения имидж. Съвременен лидерство и фирмена култура. Фирмен протокол. Фирмен етичен кодекс. Корпоративно управление и конфликт на интереси. Корпоративна устойчива социална отговорност и управленска етика. Управление на фирмената култура чрез инструментите на управлението на човешките ресурси. Иновационна ориентация на фирмената култура. Същност, възникване, източници и институционализация на бизнес етиката. Определяне на предметната област. Основни подходи

в бизнес етиката. Механизми за регулиране на етичните стандарти в бизнеса. Етичните принципи в бизнеса. Необходимост от етични принципи в мениджърската практика. Лоялност, автономност и патернализъм. Място и роли на управленската етика в структурата на бизнес етиката. Връзка на бизнес етиката с други научни области и сфери на приложимост в мениджмънта. Организационна етика. Особенности на етичното поведение в организацията. Професионални задължения и етични конфликти в различните отдели на една компания. Социална отговорност. Глобална бизнес етика – мултинационални въпроси. Управление на фирмената култура и етика чрез инструментите на управлението на човешките ресурси.

Технология за обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

УПРАВЛЕНИЕ НА РАЗХОДИТЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината “Управление на разходите на предприятието” е разработен в съответствие с общите цели на специалност “Бизнес мениджмънт и маркетинг”. В структурно отношение обхваща: основни проблеми на организацията на разходите, методи за определяне на себестойността на продукцията, системи за определяне на себестойността на продукцията. Целта на учебната дисциплина “Управление на разходите на предприятието” е студентите да получат задълбочени знания за в тази предметна област.

Съдържание на учебната дисциплина:

Разходи на предприятието. Методи за оценяване на материалните запаси на предприятието. Разходи за труд и системи за заплащане на труда в предприятието. Разпределение на разходите на предприятието. Метод на абсорбционна себестойност. Метод на пряка себестойност. Себестойност на обем работа и на партида. Себестойност на договор. Себестойност на процеси. Себестойност на свързани и странични продукти.

Технология за обучение и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

КОМУНИКАЦИОННА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Изучаването на дисциплината е предпоставка за обогатяване на социалната и икономическата култура на студентите, като осигурява възможност за използване на целия арсенал от познания, придобити в процеса на обучението им по специалността. Дисциплината дава шанс за трениране на логическата мисъл, придавайки възможност за генериране на свежи идеи, като насърчава студентите да оценят преимуществата на нетрадиционното мислене. Дисциплината има възлово място в процеса на формиране на системата от научни знания, умения и навици, необходими за студентите придобиващи бакалавърска степен по спец. Бизнес мениджмънт и предприемачество. Основвайки се на общите и специфичните знания, получени в общия курс по основи на маркетинга, обучението се явява като продължение и логическо надграждане на познанията, с успоредно усвояване на нови знания, формиране на навици и умения, които ще имат висока практическа стойност за студентите за тяхната бъдеща реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в маркетинговите комуникации. Теория за интегрираните маркетингови комуникации и ролята им за съвременната фирма. Същност, място и роля на рекламните комуникации. Типология на рекламата. Печатни средства за разпространение на рекламата. Реклама по електронно-излъчвателните медии. Алгоритъм на изграждане на рекламна стратегия. Онлайн рекламни комуникации. Маркетинг в социалните медии (social media marketing).

Технология на обучението и оценяване:

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на обучението, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и курсови проекти.

УПРАВЛЕНИЕ НА СТРЕСА В ОРГАНИЗАЦИЯТА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината „Управление на стреса в организацията“ формира специално познание в сферата на мениджмънта. Тя е предназначена да запознае студентите с теоретични концепции и изследователски методи, свързани със стреса и начините за неговото управление в организационна среда. Има теоретико-приложна насоченост.

Очакваните резултати от обучението са свързани с познаването на ключови понятия и конкретен инструментариум за управление на стреса. Целта е развиване и използване на придобитите знания и умения, чрез които да се повиши ефективността при решаването на тези специфични проблеми в организационна среда.

Съдържание на учебната дисциплина:

Стресът и поведението на човешкия фактор. Понятието „стрес“- същност и определение. Възгледи за изследване на стреса. Подходи за изследване на стреса. Стрессова ситуация, стресори и поведение на човешкия фактор. Основни модели за изследване на стреса в организационна среда. Класически модели за изследване на стреса. Съвременни модели за изследване на стреса. Методологически и приложни аспекти за управление на стреса в организационна среда. Емпирични данни за влиянието на стреса върху поведението на човешкия фактор в България и страни от ЕС. Необходимост от социално адаптивен модел за управление на стреса в организационна среда. Структура на социално адаптивния модел за управление на стреса в организационна среда. Влияние на организационните фактори върху стреса у човека. Стресори и личностни възприятия на човешкия фактор. Негативни последствия за човешкия фактор от стреса. Човешкият фактор и насоки за преодоляване на стреса. Полза от социално адаптивния модел и разработване на стратегии за бъдеща превенция на стреса.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.