



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ”

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

E-mail: info@aix.swu.bg

<http://www.swu.bg>

Катедра “Мениджмънт и маркетинг” Информационен пакет ECTS

Специалност Бизнес администрация

Образователно–квалификационна степен: „Магистър“

ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА

Обучението е предназначено за студенти завършили специалности различни от професионални направления 3.7. Администрация и управление и 3.8. Икономика.

Обучението по специалност “Бизнес администрация” в образователно-квалификационна степен “Магистър” има за цел да подготви специалисти за професионална изява като ръководители, експерти, консултанти във всички звена на стопанската и нестопанската сфера, както и научни работници и специалисти по мениджмънт във висшите училища, в научно- изследователски институти, развойни звена и други.

Завършилите тази специалност могат да работят като:

- ръководители /мениджъри/ на всички управленски равнища;
- функционални специалисти във всички звена на управленската йерархия, експерти /съветници/ на висшето ръководство в отраслите на стопанските организации, консултанти и експерти по управление и организационно развитие в специализираните фирми и научно-изследователски организации, специалисти по управление и администрация в местните и държавните управленски структури и други управленски длъжности.

КОМПЕТЕНЦИИ, КОИТО ПРИДОБИВАТ СТУДЕНТИТЕ:

1. Знания и умения в широк икономически, социален и управленски аспект, които обогатяват и доразвиват получената основа в това направление от завършената образователно-квалификационна степен "бакалавър";

2. Задълбочено се запознават и овладяват актуалните проблеми в областта на международните аспекти на стопанското управление включващи:

- европейско стопанство, мениджмънт в глобална среда, международния бизнес и маркетинг и международните стокови пазари; международни публични финанси;
- стратегическото управление на съвременната фирма и нейната организационна промяна; стоковата и иновационната политика;
- актуални проблеми на трудово-осигурителните отношения.

3. Придобиват способност за интегрално прилагане на придобитите знания;

4. Разработват управленски бизнес програми;
5. Изготвят на цялостен финансово-стопански анализ;
6. Обработват, систематизират, анализират и извеждат водещите тенденции в стопанската практика;
7. Вземат стратегически и тактически управленски решения съобразени с изискванията на пазарната конюнктура.

Професии, които могат да упражняват завършилите специалността:

1. Директори и заместник директори в предприятия и организации;
2. Административни ръководители в търговски дружества - ръководители в бизнес услуги и административни дейности; ръководители по политики и стратегическо планиране и ръководители по продажби и маркетинг
3. Ръководители на екипи
4. Аналитици - ефективност на търговската дейност, проучване на пазари и др.
5. Главни експерти и експерти - логистика, финансови и стопански анализи, социално осигуряване, маркетинг, международно сътрудничество, политика на цените, реклама, търговия, продажби, европейска интеграция, стопанска дейност, бизнес развитие, инженеринг и др.
6. Мениджъри - финанси, продажби, маркетинг и продажби, проучване на пазари и др.
7. Консултанти - стопанска дейност
8. Анализатори
9. Управители на предприятия и организации.

Квалификационната характеристика на специалността "Бизнес администрация" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по Бизнес администрация" 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

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.7. АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

СПЕЦИАЛНОСТ: БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ

ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР

ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ

ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Микроикономика	6.0	1. Макроикономика	6.0
2. Математика	6.0	2. Бизнес планиране и контрол	3.0
3. Икономически теории	3.0	3. Статистика	6.0
4. Стопанска история	3.0	4. Ценови стратегии	3.0
5. Основи на мениджмънта	3.0	5. Икономика на труда	3.0
6. Финанси	3.0	6. Счетоводство	6.0
7. Маркетинг	3.0	7. Избираема дисциплина	3.0
8. Избираема дисциплина	3.0		
Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина)	
1. Организационно поведение	3.0	1. Социална политика и социално осигуряване	3.0
2. Международен бизнес	3.0	2. Количествени методи в управлението	3.0
3. Предприемачество	3.0	3. Иновации и иновационна политика	3.0
4. Управление на човешките ресурси	3.0	4. Управление на таланта	3.0
	Общо 30		Общо 30
Втора година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Европейско стопанство	3.0	1. Управление на разходите на предприятието	3.0
2. Управление на организационната промяна	3.0	2. Стратегически маркетинг	3.0
3. Стратегическо управление	7.5	3. Фирмена етика	3.0
4. Трудово-осигурителни отношения и проблеми на нормативната уредба	7.5	4. Мениджмънт в глобална среда	3.0
5. Стокова и пласментна политика	4.5	5. Избираема дисциплина	3.0
6. Избираема дисциплина	4.5	Държавен изпит или защита на дипломна работа	15.0
Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина)	
1. Управление на малкия бизнес	4.5	1. Комуникационна политика	3.0
2. Управленско счетоводство	4.5	2. Електронен маркетинг	3.0
3. Стратегическо планиране	4.5	3. Управление на проекти	3.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 2 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 120 КРЕДИТА

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
Специалност: Бизнес администрация
Професионална квалификация: Магистър по Бизнес администрация
ОКС „Магистър“

МИКРОИКОНОМИКА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е ориентиран предимно към анализа на основни аспекти от теорията и практиката на пазарната икономика от демократичен тип. В него се изясняват основни методологически постановки и се прави преглед на стопанските закони, валидни за цялата стопанска сфера /тези, имащи универсално значение/. Целта е да се обоснове тезата, че цялостната икономическа дейност имат както пряка, така и косвена връзка с основни въпроси на търсенето и предлагането, “силните” и “слаби” импулси на пазара, въпросите на “равновесието”, на ефективността и рентабилността, на провеждането на специфично планиране, отчитането на задължителни условия, осигуряващи стопанското развитие на субектите в дългосрочен план и т.н.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в теоретичния микроикономикс. Предмет на микроикономикса. Роля и място на пазара – пазарен механизъм. Устройство на пазарната икономика – агенти, потоци, вътрешни взаимоотношения и обвързки. Отношения на собственост и др. Структуриране на пазарноикономическата околна среда – стопански субекти и обекти. Понятие за благо в икономиката. Теория за ограниченост на богатата – видове блага. Обосноваване на икономическите решения. Начини и форми за генериране на решения и за тяхната реализация – теоретични аспекти. Факторна теория – фактори на производството. Разделение на труда в съвременни условия и неговото влияние върху поведението на пазарните субекти. Формиране на капитал в икономическата система. Финансови показатели на икономическата ефективност. Стопанска политика – същност и цели на стопанската политика – макро и микро ниво. Структуриране на пазара – наследени структури, стихийно и целенасочено структуриране. Параметриране на пазара. Понятие за планиране в пазарно-икономически условия.

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.

МАТЕМАТИКА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В курса на обучение по дисциплината се дават необходимите начални знания за решаване на системи линейни уравнения, функция- граница и производна, изследване на функция, интеграл и приложение на определен интеграл, и някои видове обикновени диференциални уравнения от първи, както и от по-висок ред. Изучават се основните видове съединения – вариации, пермутации, комбинации, необходими за изложението на количествените методи за обработка на данните, да се получат основни знания от теория на вероятностите, на база на които се изграждат методите на математическата статистика.

Съдържание на учебната дисциплина:

Множества и изображения. Реални числа. Комбинаторика. Математическа индукция. Детерминанти. Системи линейни уравнения. Полиноми. Координатни системи. Права в равнина. Линии в равнина.

Безкрайни числови редици. Функции на една реална променлива. Непрекъснати функции. Производна и диференциали на функция. Основни теореми на диференциалното смятане. Изследване на функция. Неопределен интеграл. Определен интеграл. Геометрични приложения на определен интеграл. Приблизителни смятане на интеграли. Обикновени диференциални уравнения. Елементи от теория на вероятностите.

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.

ИКОНОМИЧЕСКИ ТЕОРИИ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е разработен в съответствие с държавните изисквания за подготвяне на студенти от икономически специалности. Курсът позволява да се получи достатъчна информация относно причините обособили появата, развитието и отмирането на различни икономическите идеи, за тяхната същност. Главните задачи, които трябва да се решат с преподаването по тази програма са: Повишаване на икономическите познания. Запознаване с икономическите познания, изиграли водеща роля в икономическата теория в определени периоди от човешката история. Запознаване с методологическите основи на съвременната икономическа теория.

Съдържание на учебната дисциплина:

Икономически идеи в докапиталистически формации. Меркантизъм. Физиокретическа школа. Буржоазна класическа, политическа икономия. Симон де Сисмонди. Жан Батист Сей. Томас Робер Малтус. Историческа школа. Утопичен социализъм. Марксистическа политическа икономия. Субективна школа. Институционализъм. Джон Кейнс. Неолиберализъм. Иконометрия. Теоретици на икономическата динамика. Монетаризъм.

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СТОПАНСКА ИСТОРИЯ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Курсът по Стопанска история е част от общоикономическата подготовка на студентите по икономика. Основно внимание се отделя на особеностите в стопанското развитие на средиземноморските цивилизации и стопанските системи в Европа от Древността и Средновековието, до формирането и развитието на съвременното пазарно стопанство. На този фон, в сравнителен план, се разглежда стопанското развитие на древните империи на Изтока, с техния фискален централизъм и доминираща роля на имперската бюрокрация, игнориращи икономическия индивидуализъм и конкурентните стопански отношения.

Съдържание на учебната дисциплина:

Предмет и периодизация на стопанската история, основни теории. Стопански формации в Древността и Средновековието. Генералната трансформация в Западна Европа. Основни фактори. Индустриалният преврат и Индустриализацията в Западна Европа и Северна Америка – особености. Индустриализацията

в Източна Европа, Русия и Япония – особености. Формиране на модерни пазарни отношения в българските земи в епохата на Възраждането. Развитие на модерното капиталист. Стопанство в България от Освобождението до войните. Световната икономика след Първата световна война. Българското стопанство след Първата световна война. Световната икономическа криза 1929-1933 г. – особености. Световното стопанство до Втората световна война. Световната икономика след войната. Обща характеристика. Двуполусният модел – особености в стопанската организация и структура. Българското стопанство след войната. Налагането на тоталитарния модел.

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОСНОВИ НА МЕНИДЖМЪНТА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

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. Дисциплината кореспондира най-пряко с частните управленчески науки като Персонален мениджмънт, Производствен мениджмънт, Иновационен мениджмънт и пр., така също и с дисциплините маркетинг, макро и микроикономика.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на управлението. Исторически преглед. Основни школи и направления. Сравнителен анализ между американската, западно-европейската и японските школи на управление. Стратегическо управление. Същност и видове стратегии. Външна среда - същност, индикатори. Алгоритъм и изграждане на стратегията. Стратегия, цели и мисия на фирмата. Фирмена култура. Стратегическо планиране - същност, етапи, алгоритъм. Методи за стратегически анализ. Матрица на БКГ и на "Дженерал Електрик". Диверсификационна и конкурентна стратегия; Изграждане на управленчески структури. Видове ОУС. Препоръки за изграждането им. Механизъм и вземане на управленчески решения. Експертни оценки. Групово вземане на решения. Кадрова политика на фирмата. Същност и форми. Мотиви, стимули и потребности. Пирамида на Маслоу. Разрешаване на трудовите конфликти. Природа на ръководната дейност. Стиллове на управление. Лидерство и власт. Характеристика на мениджъра.

Технология на 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ФИНАНСИ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има за задача да представи на студентите основни знания в областта на финансирането на различни по юридическа регистрация търговски дружества, проблемите на финансовата и данъчната им политика, структурната и управлението на капитала и активите на фирмата, както и ефективността на инвестиционните решения. 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 разглежданите теми. Разработеният

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

богат текстови материал, казуси и практически задачи целят затвърдяване на получените в рамките на лекционния курс познания, да ги доразвият и потърсят тяхното реално приложение в практиката.

Съдържание на учебната дисциплина:

Пари. Публични (фискални) финанси. Пари и финанси. Произход, еволюция и същност на парите. Консолидиран държавен бюджет. Държавен бюджет. Функционална и съставна структура на бюджета. Бюджетен цикъл. Фискална децентрализация. Местна власт. Основни функции на местните власти. Административна и финансова автономност на общините. Данъчна система и политика. Преки имуществени данъци. Преки подоходни данъци. Косвени данъци. Акцизи. Мита и митническа политика. Данък върху добавената стойност. Неданъчни приходи в държавния бюджет. Социално осигуряване. Бюджетен дефицит и неговото финансиране. Данъчен и финансов контрол. Международни публични финанси.

Технология на 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МАРКЕТИНГ

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Целта на курса е да се задоволи потребността на студентите от знания за икономическите методи на управление в условията на пазарна икономика. В процеса на обучение ще бъде получена достатъчно информация за методите и подходите как правилно да се решават проблемите на производството и реализацията на продукцията на фирмите, как бързо да се приспособяват към потребностите и промените на пазара, защо да се диференцирано спрямо потенциалните потребители и др. Курсът е съобразен с предвидения хорариум, като позволява да се усвоят същността, ролята, средствата и възможностите на маркетинга.

Съдържание на учебната дисциплина:

Възникване, роля и концепции на маркетинга. Маркетингова среда. Методическо и информационно осигуряване и приложение на маркетинговите проучвания. Маркетингови програми. Изследване на пазарите, потребностите и потребителите. Целта на първата част е студентите да придобият знания и умения, относно маркетинговите мероприятия, като се формира ясна представа и убеждение в студентите, че маркетингът е силен инструмент за постигане на фирмените цели. Усвояване на терминологичния апарат и основните постановки, характеризиращи маркетинговата дисциплина. Маркетингови стратегии. Сегментиране на пазара и позициониране на продуктите. Маркетингови служби. Стоката като маркетингово средство. Дистрибуцията като маркетингов инструмент. Цените като маркетингово средство. Проникването на стоките като маркетингово средство. Планиране и контрол на маркетинговата дейност.

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Вид на изпита: писмен

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 специализантите 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 лежачи 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 социотехническа система. Четиримерния 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. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МЕЖДУНАРОДЕН БИЗНЕС

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански Факултет

Анотация:

Тази дисциплина осигурява на студентите специализираща подготовка с практически характер. Тя е построена върху знанията, придобити от курса на обучение по специалните задължителни дисциплини, третиращи елементите на маркетинг инструментариума. Основно внимание се отделя на технологията на осъществяване на различните видове външноикономически операции, като се разглеждат последователно фазите на подготовката, сключването и изпълнението им. По-голямо място е отделено на традиционните външнотърговски операции, основани върху принципите на международната сделка за покупко-продажба: посреднически сделки, реекспортни операции, компенсационни сделки, лизинг, сделки на организирани пазари. Предвидено е изучаването и на сложните – нетрадиционни или комплексни външноикономически операции (международно производствено коопериране и др.), които заемат все по-значително място в международния бизнес на фирмите.

Съдържание на учебната дисциплина:

Условия, предпоставки и форми на развитие на международния бизнес. Външноикономическа дейност на предприятията в условията на либерализация на международната търговия, икономическа евроинтеграция и хармонизиране на законодателството с ЕС. Системата от форми на международната реализация за пласмент на международните пазари, като елемент на маркетинг инструментариума.

Сделка за международна продажба Същност, особености, технология на сделката за международна продажба (СМП). Подготовка на СМП. Документи за водене на търговски преговори (оферти, запитване, поръчка). Сключване и изпълнение на СМП. Договор за международна продажба (ДМП). Условия за количество и за качество в ДМП. Рискове за неизпълнение. Условие за цена. Валутни клаузи. Ценови отстъпки. Ценови риск. Валутен риск. Транспортни условия. Франкировка. ИНКОТЕРМС. Начин на плащане. Схеми, средства, форми. Рискове за неплащане или неизпълнение на договорените условия. Срок на доставка, рекламации, гаранции, форсмажор. Рискове за неизпълнение. Посреднически операции – на препродажба, комисионна, консигнационна, за търговско представителство (агентска). Реекспорт. Разновидности. Сделки суич (switch) и але-ретур (aller-retour). Сделка за преработка на чужди ресурси (сделка на ишлеме). Международни търговски компенсации. Видове. Бартер. Международен лизинг. Видове лизингови операции.

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс е насочен към разкриване същността, съдържанието, управлението и организацията на предприемаческия бизнес в пазарната икономика. Целта на учебната дисциплина «Предприемачество» е студентите да получат задълбочени знания по теоретичните и практическите проблеми на предприемачеството и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременните условия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Усвояване на знания за теоретичните основи и развитието на икономическата теория за предприемачеството. Усвояване на знания за същността и характерните черти на предприемачеството, неговата роля за решаването на социално-икономически проблеми и необходимите икономически условия и институционални предпоставки за неговото развитие. Запознаване с проблемите и подходите при организацията и управлението на предприемаческия бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Икономическата теория за предприемачеството. Предприемачеството в икономическата теоретична мисъл до Й. Шумпетер. Предприемачеството в икономическото учение на Й. Шумпетер. Предприемачеството в съвременната икономическа теория. Определение за предприемачество. Същностни характеристики на предприемачите и предприемачеството. Мотиви за предприемачески бизнес. Компоненти на мотивацията на предприемаческото поведение. Роля на предприемачеството за социално-икономическото развитие. Предприемаческа икономика – същност и характеристики. Икономически условия за развитие на предприемачеството. Роля на държавата за създаването на предприемаческа среда. Предприемачеството в малкия бизнес – същност и особености. Предприемачество в корпоративния бизнес – характеристика. Институционални предпоставки за развитие на предприемачеството и малкия бизнес в САЩ и страните от ЕС. Развитие на предприемачеството и малкия и среден бизнес в Р България. Държавна политика за поддръжка на предприемачеството и малкия и среден бизнес. Предприемаческият бизнес в условията на глобализация – проблеми, подходи за оценка и фактори за повишаване на конкурентната способност. Основни предприемачески решения за реализация на стопанската дейност. Новаторството в предприемаческата дейност – същност и значение. Източници на нововъведения. Оценка на новата идея. Предприемачески анализ и оценка на икономическите ресурси (факторите на производството) и оптимизиране на използването им. Рискът в предприемаческата дейност. Сфери на проявление. Анализ и оценка на риска. Предприемачески стратегии – видове, съдържание и сфери на приложение. (Стратегии на М. Портър. Стратегии на П. Дракър) Предприемачески обединения – същност, значение, организация и управление (субконтракторни вериги, предприемачески мрежи, клъстери). Информационно осигуряване на предприемаческата дейност. Информацията като ресурс. Информационна система.

Технология на 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

ECTS кредити: 3

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 същността, ролята, инструментите и възможностите на управление на този изключителен ресурс на всяка система. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания и умения по преподаваната материя и се формира у тях ясна визия и убеждение, че управлението на човешките ресурси е съвременна концепция и предлага система от инструменти за постигане на фирмените цели, за просперитет на всяка икономическа система в съвременния свят.

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. Съвременни измерения и политики. 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 оценяване и атестация. Производителност на труда и система за заплащане. Система за безопасни и здравословни условия

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МАКРОИКОНОМИКА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Целта на този курс е да изведе познанията за теорията за пазара и основните икономически и пазарни категории на равнището на национално обособената икономика, на цялото национално стопанство. В темите, които са предвидени за изучаване последователно се разглеждат целите и инструментите на макроикономическата политика. Специално внимание се отделя на агрегираните икономически величини и показатели – брутен вътрешен продукт, икономически растеж, циклите в икономическото развитие, човешкият фактор в икономиката. Акцентира се на възможностите и инструментите на държавното регулиране на икономиката – парите, финансите, социалната политика на държавата.

Съдържание на учебната дисциплина:

Цели и инструменти на макроикономическата политика. Натрупване, потребление и спестявания. Икономическият растеж. Циклично развитие на икономиката. Икономически кризи. Кратко- и

средносрочно неравновесие в икономиката. Теория за кризите. Теория на човешкия капитал. Труд, заетост и безработица. Монетарна политика на държавата. Капиталови пазари и ценни книжа. Инфлация и антиинфлационно регулиране. Финансова система и финансова политика. Държавно регулиране на икономиката. Съвкупни доходи на населението. Социална политика на държавата. Световно стопанство и интеграционни процеси в световната икономика. Международна валутно-финансова система.

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.

БИЗНЕС ПЛАНИРАНЕ И КОНТРОЛ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината включва базови знания на студентите по бизнес планиране като основна водеща управленска функция. Характеризира се и обекта на планиране - производствения процес. В учебната програма са включени няколко теми, посветени на методологически и основни методически проблеми при перспективните разработки - въпроси от теорията и практиката на прогнозиране, програмиране и проектиране, подходи, методи и показатели при планирането. Разкрива се същността и съдържанието на фирмения планов процес, извеждат се принципите на фирменото планиране и характеристиките на различните планове, в т.ч. на бизнес плановете. Последователно се разглеждат подходи, показатели и технология в планирането на различните дейности. Специално внимание се отделя на управленското консултиране при планирането. Акцентира се на методите за анализ и характерните белези на отделните фирмени стратегии и функционалните раздели на Комплексния фирмен план - иновационен и инвестиционен, производствена програма, инфраструктура, човешки и финансови ресурси. Във всяка от темите се засягат и проблемите на организацията, регулацията и контрола. Обосновават се многопосочните ефекти от прилагането на контролинговата концепция.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теоретични основи, подходи и методически инструментариум за перспективни разработки. Предпланови разработки и методики на изготвянето им. Макроикономически прогнози, баланси, планове и програми. Същност, особености и продукти на фирмения планов процес. Стратегическо планиране - предпоставки, обхват, задачи и технология. Фирмени стратегии и стратегически програми. Маркетингово, иновационно и инвестиционно планиране. Производствена програма и производствен капацитет. Планиране на инфраструктурните дейности. Планиране на разходите за труд и финансите. Текущо и оперативно планиране. Контрол и контролинг.

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СТАТИСТИКА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В семинарните занятия се извежда комплексен пример, в който се обхващат отделните тематични единици, декомпозирани в задачи и подзадачи. Специално внимание се обръща на възможностите за получаване на статистически характеристики с помощта на ПК и ППСП и се акцентира на

интерпретацията на тези характеристики. В лекционния курс се обяснява статистическото изучаване като информационен процес и неговата отговорна роля за информационното осигуряване на управлението.

Съдържание на учебната дисциплина:

Статистиката – научно познание и практика. Статистическо изучаване. Основен понятиен апарат и символика на статистическия подход. Статистическо наблюдение. Статистическа групировка и статистически таблици и статистически редове. Статистически графики. Статистически анализи. Статистически величини. Средни величини. Статистическо разсейване. Емпирични статистически разпределения. Теоретични разпределения. Статистически заключения. Репрезентативно /извадково/ изучаване. Статистическо изучаване на зависимости. Статистическо изучаване на развитие. Индекси.

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.

ЦЕНОВИ СТРАТЕГИИ

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Курсът по дисциплината е съобразен с предвидения хорариум по учебен план на специалността. Дисциплината е включена във фундаменталния блок задължителни дисциплини, като целта е да се положат стабилни основи, върху които ще се надграждат бъдещите познания на студентите по специалните дисциплини, включени в по-горните курсове на специалността. Курсът е изграден на базата на съвременните постижения на теорията и практиката в областта на либерализираните и на държавно регулираните цени. Целите и задачите на учебната дисциплина са студентите да придобият знания и умения по преподавания материал. В процеса на обучение студентите трябва да усвоят теоретичните основи на фирмените и държавните стратегии, както и да добият компетентност за реалното приложение на ценовите стратегии, прилагани от фирмите, съобразно пазарната ситуация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност, принципи, цели, задачи, изисквания, начини, етапи и информация за разработване на ценови стратегии. Характеристика на широко използвани ценови стратегии. Ценови стратегии в зависимост от равнището на цените. Ценови стратегии спрямо различните купувачи. Ценови стратегии съобразно характера на пазара. Ценови стратегии в зависимост от пазарната ситуация. Ценови стратегии, отчитащи разходите, качеството и различните фази на жизнения цикъл на стоките. Стратегия на трансферни цени. Стратегия на актуализация и тестване на цените. Рискове и застраховане при прилагане на ценовите стратегии. Необходимост, цели и видове държавни стратегии на регулиране на цените. Държавни стратегии на пряко регулиране на цените. Държавни стратегии на косвено и комбинирано регулиране на цените. Държавни стратегии на регулиране на цените на някои стоки в европейските страни. Стратегии на наддържавно регулиране на цените на ЕС.

Технология на 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИКОНОМИКА НА ТРУДА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Икономиката на труда разглежда труда като система от обществени отношения. Тя изучава закономерностите, принципите, подходите и практическите механизми, изграждащи политиките за въздействие и стимулиране на наетите лица, в процеса на тяхната икономическа реализация. Икономиката на труда е наука за диалектиката и ефективността на труда във връзка със систематичното повишаване на производителността, качеството и конкурентноспособността, в съчетание с прилагането на модерни и прогресивни форми и системи на заплащане. Тук съвременните форми за възнаграждение, се съчетават с необходимостта от създаването на условия за социална защита на наетите лица, от законодателното изискване за осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд, от прилагането на рационална, здравословна и икономически обоснована организация, основана на естетична и водеща фирмена култура, оптимално разделение и организация на обществения и индивидуален труд. Икономиката на труда е неразривно свързана с разкриване състоянието на народонаселението и трудовите ресурси, с отчитане на потребностите от прилагане на съвременните индустриални отношения като условие и предпоставка за постигане на уеднаквяване на различните видове интереси и постигане на “социален мир”, за висок жизнен стандарт, при спазване и отчитане на изискването за осигуряване на максимална степен на заетост и разпределение на населението по региони и в страната като цяло.

Съдържание на учебната дисциплина:

Трудов процес и съвременна нормативна регламентация. Възпроизводство на населението и човешките ресурси. Пазар на труда и особености на стоката работна сила. Заетост и безработица. Стойност и цена на работната сила. Фактори, детерминиращи равнището и динамиката на работната заплата. Подходи, механизми и системи за определяне на трудовото възнаграждение. Социална защита на работната сила. Минимална работна заплата. Социално осигуряване. Здравословни и безопасни условия на труд. Организация на труда и трудови стандарти. Управление, използване и мотивиране на работната сила. Ефективност и качество на труда. Съвременни индустриални отношения. Колективен трудов договор.

Технология на 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СЧЕТОВОДСТВО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: Текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Разглеждат се научно-теоретичните основи на счетоводството: същност, способности, средства, както и организацията на счетоводството в качеството му на информационна и контролна система. Изясняват се нормативната уредба на счетоводната отчетност, Закон за счетоводството, МСС, НСС, сметкоплан. Целта е да се осигури научна и практико-приложна подготовка на студентите в тази важна област на научно знание, в качеството и на фундамент на счетоводството.

Съдържание на учебната дисциплина:

Счетоводството като информационна и контролна система. Стопанските средства на предприятието като обект на счетоводството. Способ на балансовото обобщаване. Двустранно записване в счетоводството. Връзка и зависимости между счетоводния баланс и системата на счетоводните сметки в процеса на счетоводното отчитане на дейността на предприятието. Способ на документирането. Инвентаризацията. Оценка на активите и пасивите. Калкулиране. Текущо счетоводно отчитане. Видове и оценка на активите и пасивите по Закона за счетоводството и тяхната приложимост в счетоводната практика. Принципи на счетоводното отчитане на разходите, на разходите за труд и осигуровки, на производството и реализацията на продукцията, стоките и услугите на предприятието. Принципи на счетоводното отчитане на капитала, резервите и финансовите резултати.

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.

СОЦИАЛНА ПОЛИТИКА И СОЦИАЛНО ОСИГУРЯВАНЕ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: Текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина има за цел да даде системни знания по основните проблеми на социалната политика и социалното осигуряване. Целта е да се изяснят основните проблеми, свързани със същността на социалната политика, подходите и методите за нейната реализация, както и свързаните с това теоретични дискусии. Курсът на обучението е насочен към усвояване на принципите на социалната политика и формите за обществената им реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Предмет и метод на науката за социалната политика. Демографски процеси и демографска политика. Правата на човека и социалната политика. Начин на живот. Изчисляване параметрите на жизнения стандарт. Държавата и социалната политика. Социалната политика в условията на прехода. Моделът на социалната политика в страната. Социални проблеми на икономическата дестабилизация. Бедността като социално явление. Измерители на бедността. Фирмена социална политика. Инвестирането в човешки капитал - критерий за фирмена култура. Конфликти в социалната политика. Система на държавното обществено осигуряване (ДОО). Предимства и недостатъци на системата за държавно обществено осигуряване. Обезщетения в системата на ДОО. Социални грижи

Технология на 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КОЛИЧЕСТВЕНИ МЕТОДИ В УПРАВЛЕНИЕТО

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс е предназначен за студенти от Стопанския факултет при ЮЗУ "Н. Рилски" – Благоевград. Целта на този курс е студентите да се запознаят с възможностите да се прилагат математически модели при проектирането, изследването и прогнозирането на икономически процеси и явления и тяхното реално оперативное стратегическо управление. Студентите трябва да получат представа, обща култура и практически знания и умения да дефинират точно и да познават с език на математиката стопански и управленски проблеми и да познават и прилагат оптимизационни алгоритми за тяхното решаване. В предложената учебна програма основно се акцентира върху даването на знания с приложен характер. Разгледани са основните принципи при изследване на операциите, типичните класове оптимизационни задачи, основните принципи при вземане на решения – в условия на детерминираност и условия на риск. Дадени са методи за оптимизация при задачи с големи размерности и декомпозиции на такива задачи. Лекционният курс включва елементи от линейното, нелинейното, динамичното и дискретното оптимизиране. Разглежданият материал се илюстрира с примери от областта на икономиката – 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. 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 и принципи за тяхното построяване. Основни етапи при изследване операциите. Типични класове оптимизационни задачи. Принципи за вземане на решения при изследване на операциите – в условия на детерминираност и в условия на риск. Вземане на решения при векторен критерий за оптималност. Метод на ограниченията при търсене на компромисни решения. Линейно оптимизиране. Симплекс – метод. Алгоритъм на Симплекс – метода. Дуалност в

линейното оптимизиране. Теорема за двойственост – икономическа интерпретация. Пост оптимален анализ. Многоцелеви задачи. Транспортна задача. Видове транспортни задачи – отворена, затворена, многоетапна. Методи и алгоритъм за решаване. Задача на назначенията. Поточкови 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 дефекти. Циркулации. Нелинейно оптимизиране. Множители на Лажранж. Икономическа интерпретация. Теорема на Кун – Такър. Градиентни методи. Динамично оптимизиране. Принцип на Белман. Задачи за управление на запасите. Динамични потоци в мрежи. Оптимални решения в икономиката и управлението, свързани с намирането оптимални покриващи дървовидни структури. Избор на стратегии, свързани с намирането на оптимални маршрути. Намиране на най-кратки пътища – алгоритъм на Дийкстра, Форд, Флойд и Данциг. Пътища с най-голяма пропускателна способност и най-надеждни пътища. Оптимална организация на общественото обслужване в инфраструктурни единици. Задачи от тип CPP и TSP в производни графи. Метод на границите и разклоненията. Алгоритми. Разбиване на макросистеми на силно свързани компоненти. Минимални бази, гарантиращи пълна силна свързаност – задачи за надеждност, сигурност и организация на системата, задачи за оптимални покрития. Стратегии за разполагане на обекти в дискретни структури. Мрежово планиране и управление. Метод на критичния път. Проекти с минимална цена. Обобщени мрежови графици. Оптимални решения и стратегии при задачи в биполарни структури. Максимални по мощност и максимални по тежест сдвоявания. Минимални по тежест покрития. Алгоритми. Сложност на алгоритми и задачи. Анализ на изчислителната сложност на някои оптимизационни алгоритми в дискретни структури. Елементи от теория на игрите. Приложения в икономиката и управлението. размити множества и релации. Оптимизационни задачи при размити условия и предпочитания в множеството от алтернативи. Декомпозиции при задачи с големи размерности.

Технология на 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИНОВАЦИИ И ИНОВАЦИОННА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Международни икономически отношения

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има за задача да представи на студентите основни знания в областта на иновациите и иновационната политика. Иновационната дейност не може да се разглежда откъснато от всички останали процеси както на макроикономическо ниво, така и на микроикономическо ниво, а също така и в контекста на развитие на европейското изследователско пространство. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат систематизирани знания и формират умения в тази изключително важна област на съвременната икономика. Анализира се прилагането на интегриран подход към иновациите, специфичните икономически особености, стратегиите за осъществяване на иновационна дейност, иновационната активност и бариерите пред иновациите, европейските практики в иновационната дейност и пр.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение, цел и задачи на учебната дисциплина. Успешният мениджмънт на иновациите и иновационна политика – стратегическа задача в съвременните икономически условия. Иновациите – централен проблем на стратегиите и политиката на развитие на съвременната икономика. Съвременно значение и съдържание. Роля на иновациите и иновационната политика в предприемаческата дейност. Иновационен процес. Етапи на иновационния процес. Класификации на иновациите. Признак на класификация – вид нововъведения. Стратегии за осъществяване на иновационната дейност. Иновационни стратегии на предприятието. Основни стратегии за продуктова иновация. Основни стратегии за технологична и организационно-управленска иновация. Рисков капитал. Иновационните мрежи – новата парадигма за създаване и дифузия на знания и иновации. Иновационните мрежи и позицията на фирмата. Създаване на технологично знание в икономическия процес. Интелигентните мрежи и иновациите. Културни особености на средата. Характеристика на новатора. Иновационна активност и бариери пред иновациите. Преодоляване на бариерите пред иновациите. Информационни потребности и иновационни процеси на “новата икономика”. Иновация и интелектуална собственост. Международно сътрудничество в областта

на интелектуалната собственост . Авторско право и сродни на него права. Индустиална интелектуална собственост. Патенти и сродни понятия. Промислен дизайн, марки и географски означения. Лицензиране и трансфер на технологии. Нови тенденции в развитието на интелектуалната собственост. Мениджмънта на иновациите и тенденциите в иновационната дейност. Иновационният мениджър и осъществяване на фирменото поведение. Иновационна култура и иновационна политика. Иновационна активност инай-съществените бариери пред иновациите в България. Изграждане на иновационна инфраструктура в България. Технологични центрове, бизнес инкубатори и технологични паркове. Развитие на европейското изследователско пространство. Технологичен трансфер. Европейска стратегия за преодоляване на бариерите пред иновациите в Европа. 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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ТАЛАНТА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Управлението на таланта е една нова за България проблематика в сферата на управлението на човешките ресурси. Разглеждат се множество теоретични концепции на водещи изследователи и специалисти, известни консултантски компании от различни страни. Извеждат се същността, ролята и понятийния апарат на управлението на таланта. Талант мениджмънта се разглежда като функция на управлението на фирмата, носеща самостоятелно значение и изпълняваща важна роля. Поставя се акцент върху това, че управлението на таланта не е просто част от управлението на човешките ресурси, а нова съвременна и перспективна концепция, осигуряваща кариерно развитие на най-важните за фирмата служители – талантите, които е необходимо да бъдат идентифицирани, обучавани, развивани и запазвани. Изучава се специфичния „профил” на таланта и програми за управление на таланта, включващи стратегии и етапи при изграждането, въвеждането и управлението, както и трудности, възникващи при реализацията на една съвременна Програма за управление на таланта. Обръща се внимание на основните фактори, влияещи върху Управлението на таланта. Изучават се както Коучинга и Наставничеството, така и на управленецът-талант.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и етимология на понятието „талант”. Оценка на таланта. Сегментация на човешкия ресурс. Асесмънт център. Неговата роля, компетенции и използване в управленската практика. Предимствата му пред алтернативни методи за оценка в процеса на идентифициране на талантите в организацията. Методите за идентификация на талантите. Матрица „потенциал – трудово представяне”. Компетентностен модел. Функционални области в работата на мениджъра. Определяне на потребностите от развитие. Изграждане на профил на длъжността. Картотекиране на талантите. Основни фактори, влияещи на управлението на таланта. Програма за управление на таланта. Мониторинг на ефективността. Коучингът като стил на управление в организацията. Същност, дефиниции и възможности за прилагане. Измерване на ефективността от процеса. Менторство – принципи – прилагане, изисквания, инструментариум. Фази на менторството и менторски системи. Стъпаловидна система за менторство. Отношение на висшия мениджмънт. Преодоляване на дефицита на таланти. Подходи и методи в изработването на ефективна стратегия по задържане на ключовите служители в организацията.

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ЕВРОПЕЙСКО СТОПАНСТВО

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

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 по Европейско стопанство има за цел да запознае студентите с предпоставките, началото и развитието на Европейската интеграция, довела до създаването на Европейския съюз. Разглеждат се основните принципи на Европейската икономическа общност и Европейския съюз, етапите на интеграцията, основните институции на ЕИО и ЕС, основните политики и структури на Европейската общност. Целта на дисциплината е да накара студентите да анализират и осмислят характера и структурата на Европейската общност, да вникнат в трудностите на интеграцията и смисъла на общите политики на ЕС, да преценяват предимствата и трудностите на присъединяването на България към ЕС.

Съдържание на учебната дисциплина:

Предпоставки и условия за Европейска интеграция. Първите стъпки на европейското икономическо сътрудничество. Основни етапи на Европейската интеграция. Държавите-членки на ЕС – време на влизане, проблеми и успехи. Институции и органи на Европейския съюз. Начините за вземане на решения в ЕС. Икономически и валутен съюз – изграждане, принципи, развитие. Основните политики на ЕС. Структурна и регионална политика на ЕС. ЕС като световен фактор в Световното стопанство. Концепции за бъдещето на ЕС.

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ОРГАНИЗАЦИОННАТА ПРОМЯНА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

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: характеристика на организационната промяна; управление на процеса на организационна промяна; методологически подход за изграждане на контролинг система за управление на организационната промяна; характеристика на приспособяването към организационна промяна; приспособяване към организационната промяна при неуспех. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за същността и управлението на организационната промяна в съвременните условия. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Усвояване на знания за същността на организационната промяна. Усвояване на знания за управлението на организационната промяна. Усвояване на знания за приспособяването към организационната промяна.

Съдържание на учебната дисциплина:

Необходимост от организационна промяна. Причини за организационна промяна. Видове организационна промяна. Тенденции в организационните промени. Условия и фактори ограничаващи промените. Съпротива на организационната промяна. Етапи на управление на организационната промяна. Управление на организационната промяна чрез планиране. Определеност чрез контрол на организационните промени. Характеристика на контролинга като система за управление на организационната промяна. Изграждане на контролинг система за управление на организационната промяна. Прогнозиране на организационната промяна. Приспособяването към организационната промяна като управленска функция. Видове приспособяване. Приспособяването като промяна в човешкото поведение. Същност и причини за неуспех при организационна промяна. Организационни промени, характеризиращи приспособяването при неуспех. Стратегии за оцеляване при неуспех. Фалитът и промяната в “социалната стойност” на фирмата.

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 при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ

ECTS кредити: 7.5

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. Сценарен 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 Ансъф. 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.

ЛИДЕРСТВО И ЛИДЕРСКИ КОМПЕТЕНЦИИ

ECTS кредити: 7.5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В структурно отношение дисциплината „Лидерство и лидерски компетенции“ обхваща основни теоретико - методологични и приложни знания за лидерството, лидерските компетенции и лидерските стилове. Изграждат се знания и умения за разработване на концепция за развитие на лидерски качества на съвременния ръководител, което е особено важно с оглед бъдещата им реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност 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:

Седмичен хорариум: 3л + 2су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 2су

Вид на изпита: писмен

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.

СТОКОВА И ПЛАСМЕНТНА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 4.5

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 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 МАЛКИЯ БИЗНЕС

ECTS кредити: 4.5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината в структурно отношение обхваща както основни общи проблеми на управлението на малкия бизнес, така и проблема на управлението на функционалните направления на неговата дейност. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за управленския процес в малките предприятия и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременното условия. Основни задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Усвояване на знания за характера и ролята на малкия бизнес в социално-икономическото развитие, необходимите икономически условия и институционални предпоставки за неговото успешно функциониране и теоретичните основи на управлението на малкия бизнес, съдържанието и ролята на бизнес проектите за развитието на дейността на организацията. Усвояване на знания за същността и характерните черти на управлението на функционалните направления на

дейността на малкия бизнес. Запознаване с проблемите и подходите при организацията и управлението му.

Съдържание на учебната дисциплина:

Характеристика на малките и средните предприятия. Роля на малкия бизнес за социално-икономическото развитие. Необходими икономически условия и институционални предпоставки за неговото успешно функциониране. Необходимост от управление на малкия бизнес. Същност и особености на управленския процес при малките фирми. Текущо и стратегическо управление – същност, специфични особености, преимущества. Необходимост от стратегическо управление на малкия бизнес. Концепции за стратегическото управление на малкия бизнес. Подходи при разработването на фирмените стратегии. Анализ, оценка и подходи за оптимално използване на ресурсите на бизнеса. Анализ и оценка на въздействието на факторите на външната среда. Подходи за анализ на вътрешното състояние на малката фирма. Функционален анализ. Оценка на конкурентноспособността. Определяне на мисията и целите на бизнес на МСП. Разработване и избор на стратегии – критерии и изисквания. Видове стратегии, приложими към МСП. Бизнес планиране на МСП – същност, значение и видове бизнес планове. Структура на бизнес плана. Разработване на бизнес план – етапи. Управление на маркетинговата дейност на малката фирма – определяне и сегментиране на пазарите, формиране на маркетинговия микс (продукт, цена, дистрибуция, промоция), управление и организация на маркетинговите проучвания, маркетингова информационна система на – функции, задачи и обхват. Управление на производството. Определяне на производствения капацитет – подходи. Планиране размера на производството. Методи за планиране на производството. Диспечирание. Управление на материалните ресурси – същност и задачи. Планиране на потребностите от материали. Планиране и регулиране на материалните запаси. Контрол на производството – място, обхват и методи. Управление финансите на фирмата. Вътрешни и външни източници на финансиране дейността на МСП. Алтернативни източници на финансиране. Управление на инвестиционната дейност на МПС. Същност и задачи на инвестиционния план. Етапи на планирането на инвестиционната дейност. Критерии за оценка на алтернативната дейност. Критерии за оценка на алтернативните варианти за инвестиции. Методи за оценка на инвестиционните проекти.

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.

УПРАВЛЕНСКО СЧЕТОВОДСТВО

ECTS кредити: 4.5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

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. Това разграничаване при обучението по счетоводство е обусловено от обективно съществуващото при пазарните условия разграничаване на потребителите на счетоводна информация на външни (държавни органи, кредитори, инвеститори, контрагенти и др.) и вътрешните (управленски звена). То е свързано със специфични подходи и методики за създаване и интерпретиране на счетоводната информация. 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 управленчески 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 себестойността на свързани и съпътстващи продукти. Метод за калкулиране на себестойността на

технологични процеси (преработков метод). Метод на производствена и променлива себестойност – сравнение. Влияние на приложението на метода на производствената и променлива себестойност и променлива себестойност върху финансовите резултати. Счетоводна информация и вземане на управленски решения. Икономически и счетоводен метод на зависимостта “разходи-обем-печалба”. Предложения и ограничения при счетоводния модел. Маржинален доход. Концепция за разходите, които зависят от вземаните управленски решения. Количествени и качествени фактори при вземането 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. Управленски контрол в организацията. Счетоводна информация по центрове на отговорност. Гъвкави бюджети. 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.

СТРАТЕГИЧЕСКО ПЛАНИРАНЕ

ECTS кредити: 4.5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

През изминалия ХХ век планирането на бизнес дейността във фирмите се разви и утвърди като водеща основна функция на вътрешно-фирменото управление. Това е свързано с неопределеността и динамичните промени на външната среда, в която фирмата функционира и с осъзнаването от мениджърите на ролята и значението на планирането за обосновано определяне на целите и стратегиите на развитието и за ефективно използване на ресурсите. След Втората световна война и особено от 60-те години на ХХ век – измененията във вътрешната среда, в която фирмата функционира и с осъзнаването от мениджърите на ролята и значението на планирането за обосновано определяне на целите и стратегиите на развитието и за ефективно използване на ресурсите.

Съдържание на учебната дисциплина:

Подходи и основни етапи при разработката на фирмена стратегия. Определяне на мисията на фирмата. Анализ и прогноза на външната среда на фирмата. Анализ и оценка на вътрешната среда на фирмата. Определяне на целите на фирмата. Избор на алтернатива за постигане на целите. Приложение на стратегията. Методи за стратегически анализ. Видове стратегии. Стратегии растеж, съкращение, ликвидация. Стратегии, основаващи се на пазарната сегментация. Стратегии за обновяване на продукцията. Продуктова концентрация и продуктова диверсификация. Стратегия продукт – пазар. Стратегии цени – разходи за комуникации. Технологични стратегии. Стратегии за навлизане на международния пазар – износ, смесени предприятия, собствено предприятие в друга страна, стратегически съюзи и др. Глобален и адаптиран по страни маркетинг. Стратегии страна – сегмент – продукт.

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 РАЗХОДИТЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината 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. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Усвояване на знания за същността и основните проблеми свързани с организацията на разходите. Усвояване на знания за същността и основните проблеми свързани с методите за определяне на себестойността на продукцията. Усвояване на знания за същността и основните проблеми свързани със системите за определяне на себестойността на продукцията.

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 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 МАРКЕТИНГ

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 в структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно стратегическата роля на маркетинга, елементите на бизнес стратегиите, техните маркетингови превъплъщения, маркетингови стратегии за навлизане на нови пазари, маркетингови стратегии за разрастващи се пазари, маркетингови стратегии за зрели пазари, маркетингови стратегии за спадащи пазари и стратегическия маркетингов план. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите по проблемите за маркетинговите стратегии и стратегическия маркетингов план 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, елементи и характеристика на маркетинговата обкръжаваща среда на фирмата Влияние на факторите на маркетинговата обкръжаваща среда върху организацията на дейността на фирмите Стратегическата роля на маркетинга. Корпоративни, маркетингови и бизнес стратегии. Конкурентни фактори, влияещи върху пазарната ориентация на фирмата. Стратегическа инерция. Елементи на корпоративните бизнес стратегии. Мисия, корпоративни цели, цели на бизнес-единиците, обща стратегия за развитие, планиране базирано на стойността и източници на синергия. Бизнес стратегии и техните маркетингови превъплъщения. Стратегически решения на ниво бизнес единица. Елементи на алтернативните бизнес стратегии. Променящи се стратегии на различни етапи в продуктивния жизнен цикъл. Бизнес стратегии за глобални конкуренти. Маркетингови стратегии и криви на жизнения цикъл. Характеристика и фази на продуктивния жизнен цикъл. Развитие на продукта. Променяща се компетенция и еволюция на индустрията. Маркетингови стратегии за навлизане на нови пазари. Цели при разработването на нов продукт. Проблеми при стратегиите за навлизане на нови пазари. Компоненти на маркетинговата стратегия за заемане на пазарна ниша. Компоненти на маркетинговата стратегия за „обирание на каймака“. Маркетингови стратегии за разрастващи се пазари. Възможности и рискове на

разрастващите се пазари. Маркетингови стратегии за пазарния лидер при растящ пазар. Проблеми при зрели пазари. Проблеми при отслабващи пазари. Маркетингови стратегии за зрели пазари. Стратегии за поддържане дела на настоящия пазар. Стратегии за разширяване обема на продажбите. Стратегия на засилено проникване. Пазарна стратегия на разширяване. Маркетингови стратегии за спадащи пазари. Стратегически маркетингов план. Обща структура на стратегическия маркетингов план. Съдържание на стратегическия маркетингов план.

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.

ФИРМЕНА ЕТИКА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 1су

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. Изучаването на Фирмената етика е полезно и необходимо с оглед на динамиката в професионалните фирмени отношения. Курсът на обучение има за задача да запознае студентите със съвременните проблеми на общуването, на фирмената етика, със съответните им социални и ситуационни детерминанти, както и да способства за практическото усвояване на етичните норми и постигане на по-висока степен в културата на общуването.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и развитие на етиката. Основни етически категории. Същност на морала. Моралните предизвикателства на съвременността. Същност и структура на бизнес етиката. Приложна етика. Бизнес етиката като приложна етика. Културни и теоретични предпоставки за формирането на бизнес етиката. Етика и бизнес. Етични стандарти и морална отговорност в бизнеса. Етични принципи в бизнеса. Приложение на етичните принципи в мениджърската практика. Морал и бизнес организация. Нравствени аспекти в дейността на фирмата. Етичното поведение в бизнес организациите. Фактори, особености, управление. Етика на рекламата. Моралните конфликти в бизнеса и тяхното разрешаване. Етичните кодекси в професиите и бизнеса. Нравствени аспекти в дейността на фирмата. Фирмена култура. Същност, функции. Управление на фирмената политика и морал. Култура на общуване – същност и роля в съвременния бизнес. Моралът в условията на пазарното стопанство. Нравствеността на българския предприемач.

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.

МЕНИДЖМЪНТ В ГЛОБАЛНА СРЕДА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4

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 сценарий 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.

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:

Дисциплината има за цел да задълбочи познанията на студентите за ролята, същността и спецификата на комуникациите при осъществяването и управлението на дейността на корпорациите. С оглед на това, основните направления на комуникационната политика (пъблик рилейшънс, рекламна политика, насърчаване на продажбите, лични продажби и спонсориране и т.н.), се разглеждат в зависимост от характера и спецификата на дейността на различните корпорации (например, продаващи продукта си само на пазара на ЕС или и на други пазари), техните организационни и управленски структури и др. Когато разглеждат ролята и характера на комуникациите при международния бизнес редица български изследователи обосновават извода, че в условията на пазарно стопанство въпреки икономическите трудности и ограничените експортни възможности, външноикономическата дейност на българските

фирми налага интензифициране на рекламните комуникации на външните пазари. Те предлагат при тяхната подготовка и осъществяване да се отчетат не само характера на фирмата и стоките или услугите, но и състоянието и особеностите на пазарите, където се провеждат рекламните комуникации (икономически, културни, демографски и др. условия, конкуренция и т.н.). Задграничните комуникации и въздействията върху потенциалните купувачи в чужбина, когато са добре подготвени, планирани, организирани и реализирани, съдействат за развитие на производството и търговията, за повишаване ефективността на международния бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Комуникациите в системата на маркетинга – същност, роля, задачи и цели. Комуникационна стратегия и основни елементи на комуникационната политика. Пъблик рилейшънс (връзки с обществеността). Възникване, развитие, същност и функции на рекламата. Видове реклама. Организация на рекламната дейност. Основни участници в рекламния процес. Мотивация на предмета и целите на рекламата. Разработване на рекламното послание. Основни насоки, етапи и методи на маркетинговите и рекламните проучвания. Подготовка и планиране на рекламните комуникации. Процес на рекламната кампания. Основни канали за реализация на рекламната. Организиране и осъществяване на рекламна кампания. Рекламни константи – търговска марка, наименование за произход и др. Печатни средства за разпространение на рекламната. Реклама в периодичния печат. Специализирани печатни рекламни издания. Директна реклама – същност, видове и изисквания. Реклама чрез електронно-излъчвателни средства – радиореклама, телевизионна реклама, реклама в Интернет. Други средства за разпространение на рекламната. Кинореклама. Външна и транспортна реклама. Реклама на мястото на продажбите. Международни панаири, изложби, ревюта и др. Рекламна опаковка и амбалаж и други рекламни средства. Насърчаване на продажбите. Лични продажби и спонсориране.

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: 4

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 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 ИТ 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 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: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания за ефективното разработване на проекти и управленския процес при тяхното създаване и реализиране, а също и по отношение възможностите за привличане на средства от предприемачески и други донорски програми за развитие на бизнеса, неправителствения сектор, научната и развойната дейност и др. Основни задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: Усвояване на знания за същността, характера, съдържанието и ролята на бизнес проектите за развитието на дейността на организацията. Придобиване на знания и умения за разработване на бизнес проект. Запознаване с организацията на изпълнението на бизнес проект, неговия мониторинг и контрол, отчитане и оценка на проекта.

Съдържание на учебната дисциплина:

Определение за проект. Предназначение на проекта. Видове проекти. Фази на проекта. Жизнен цикъл на проекта. Необходимост от разработване на инвестиционен бизнес проект. Съдържание на инвестиционния проект. Основни раздели. Конкретни задачи на основните раздели. Информационен раздел на инвестиционния проект. Необходимост от разработването му, съдържание. Раздел “Текущо финансово състояние” на инвестиционния бизнес проект. Необходими документи за отразяването на текущото финансово състояние на предприятието. Финансово-икономически анализи на текущото финансово състояние. Раздел “Технико – икономически проект”. Описание на проекта. Маркетинг, цени и пазари. Структура на технико-икономическия проект. Раздел “модели за прогнозиране”. Проектни показатели. Прогнозиране на продажбите. Бюджет на стоките запаси. Бюджет на производствените разходи. Прогнозиране на печалбата. Прогнозиране на вземанията и задълженията. Прогнозиране на паричните потоци, баланса и приходите и разходите. Анализ на прогнозните показатели. Базови прогнозни финансови показатели. Основни прогнозни показатели. Анализ на критичната точка. Настояща стойност на очакваните парични потоци. Нетна настояща стойност. Вътрешна норма на възвръщаемост. Индекс на рентабилност. Анализ на кредитния риск. Основни показатели на анализа. Идентифициране на проекти за усвояване на средства по предприемачески и други донорски фондове. Определяне и анализ на проблемите. Определяне и анализ на заинтересованите страни. Цели на проекта. Разработване и анализ на алтернативни решения. Избор на проектен подход. Организационно планиране на проекта. Въвличане на обществеността в проекта. Институционална среда на проекта. Определяне на партньорите. Изграждане на екип на проекта Основни елементи на проекта. Съставни елементи на проекта. Рискове на проекта. Изготвяне на предложение за проект. Оценка на предложението за проект. Същност на оценката. Критерии за оценяване. Механизъм за оценяване. Принципи на процеса на подбор. Финансиране на проекта. Етапи на изпълнението на проекта. Управление на човешките ресурси. Финансово управление. Изпълнение на дейностите. Връзки с обществеността. Мониторинг и контрол върху изпълнението на проекта. Отчитане изпълнението на проекта. Стратегия за приключване или продължаване на проекта след неговото финансиране. Оценка на изпълнението на проекта. Същност на оценката. Видове оценки. Анализ на изпълнението на проекта.

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.