



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 адиминистрация

ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА

Обучението е предназначено за студенти завършили образователно-квалификационна степен "професионален бакалавър" в професионалното направление.

Обучението по специалност "Бизнес адиминистрация" 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. Организация на дейността на предприятието	6.0	1. Количествени методи в управлението	6.0
2. Управленски решения	6.0	2. Управление на конкурентоспособността на предприятието	6.0
3. Мениджмънт на иновациите	6.0	3. Управление на фирмените инвестиции	6.0
4. Антикризисно управление на предприятието	6.0	4. Избираема дисциплина	6.0
5. Избираема дисциплина	3.0	5. Избираема дисциплина	6.0
6. Избираема дисциплина	3.0		
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)	
1. Поведение на потребителя	3.0	1. Управление на маркетинга	6.0
2. Стратегически маркетинг	3.0	2. Управление на човешките ресурси	6.0
3. Организационно поведение	3.0	3. Социална политика и социално осигуряване	6.0
4. Международен бизнес	3.0	4. Управление на продажбите и бизнес логистика	6.0
	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 адиминистрация
Професионална квалификация: Магистър по бизнес администрация

ОРГАНИЗАЦИЯ НА ДЕЙНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: Текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс в структурно отношение обхваща: същност и основни проблеми на организацията на производствения процес в предприятието, същност и основни проблеми на организацията на труда в предприятието, същност и основни форми на организация на производството. Целта на учебната дисциплина 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 производствения процес в предприятието. Усвояване на знания за същността и основните проблеми свързани с организацията на труда в предприятието. Усвояване на знания за същността и основни форми на организация на производството.

Съдържание на учебната дисциплина:

Производствен процес в предприятието. Тип и основни форми на организация на производството. Параметри на производствения процес и основни принципи на организация на производството. Организация на производствения процес във времето. Организация на използването на машините и оборудването. Организация на използването на материалите. Организация на труда в предприятието. Организация и планиране на техническата подготовка на производството. Форми на организация на производството. Поточна форма на организация на производството. Предметна форма на организация на производството. Групова форма на организация на производството. Съвременни тенденции в развитието на формите на организация на производството. Организация и управление на качеството на продукцията. Организация на спомагателните и обслужващи дейности и звена в предприятието. Оперативно управление на производството на предприятието.

Технология на обучение и оценяване

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

УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: Текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс в структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно избора, методите и моделите, реализацията на вземане на управленски решения. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите по проблемите за вземане на управленски решения и на тази база да допринесе за придобиване на комплексна многофункционална подготовка без да дублира основни въпроси, които са предмет на други учебни дисциплини.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на понятието "решение". Видове решения. Процеса на вземане на управленски решения. Човек, организация, решение. Основни управленски функции в организацията. Проблеми и тяхното решаване: икономико-математически модел. Субективни и обективни фактори на решенията. Личностни фактори. Ситуационни фактори. Неопределеност и ситуационния механизъм. Специфични техники на фаза подготовка на управленските решения. Диагностика на ситуацията и определяне на целите на решенията.

Техники при оценка на факторите на решенията. Техники при работа с алтернативите. Методи за вземане на управленски решения. Модели за вземане на управленски решения. Използване на моделите в процеса на вземане на управленски решения. Разработване и реализация на управленските решения. Основни етапи. Подготовка за разработване на управленските решения. Разработване на управленските решения. Взимане на решения, реализация и анализ на резултатите. Техники за реализация на решенията. Пролонгирани решения. Многокритериален избор и оценъчна система. Многокритериална оценка, изисквания към системата от критерии. Метода “стойност-ефективност” – “разходи-печалба”. Оценъчна система. Школи. Количествени и качествени експертни оценки. Разработка и контрол на реализацията на решенията. Стратегическо и тактическо планиране. Реализация на решенията в организацията. Разработване на управленски решения в условията на неопределеност. Контрол върху реализацията на управленското решение. Управленски решения и комуникация. Бариели пред комуникацията. Подобряване на комуникацията в организацията. Рискът при вземането на управленски решения. Разпространени правила за ограничаване на субективната страна на риска при вземане на решения. Управленски решение и информационни бизнес интелигентни системи. Същност, основни компоненти и основни етапи при изграждане на информационни бизнес интелигентни системи.

Технология на обучение и оценяване

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

МЕНИДЖМЪНТ НА ИНОВАЦИИТЕ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

В курса от лекции са представени в систематизирана форма възгледи, знания и формулировки на различни водещи автори и икономисти, характеризиращи същността, условията и съдържанието на учебната дисциплина по мениджмънт на иновациите. Иновационната дейност се разглежда в неговата функционална и технологична последователност, на двете възможни и най-широко изследвани нива – макроикономическо и на микроравнище, при което посочените трактовки, изводи и становища взаимно се предполагат и функционално обуславят. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат стабилни знания и да формират конкретни умения в тази изключително важна област на съвременната икономика, която на настоящия етап започва безусловно да се счита за водеща, особено при наличието на пазар и конкуренция. Анализира се дейността по прилагането на интегриран подход към иновациите като в курса се поставят и разглеждат редица общи и конкретни /частни/ икономически особености, характеризиращи стратегиите, формите и средствата за осъществяване на иновационна дейност в страната, посочват се субектите и необходимите качества за осъществяване и реализация на иновации, разкрива се степента на иновационната активност и бариерите пред тях, състоянието, формите и темповете на иновациите в нашата страна, европейските практики в това отношение и др. подобни.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение, цел и задачи на учебната дисциплина. Успешният мениджмънт на иновациите – стратегическа задача при съвременните икономически условия. Иновациите – централен проблем на стратегиите и политиката на развитие на съвременната икономика. Актуално значение и съдържание на дейността. Роля на иновациите в предприемаческата дейност. Иновационен процес. Понятиен апарат и етапи на иновационния процес. Класификации на иновациите. Признак за класифициране – вид на нововъденията. Стратегии за осъществяване на иновационна дейност. Иновационни стратегии на предприятието. Основни стратегии за продуктова иновация. Основни стратегии за технологична и организационно-управленска иновация. Рисков капитал. Иновационни мрежи – новата парадигма за създаване на дифузия на знания и иновации. Иновационните мрежи и позициите на фирмата. Създаване на технологично знание в икономическата дейност. 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 в “новата икономика”. Иновация и интелектуална собственост. Международно сътрудничество в областта на интелектуалната собственост. Авторско право и родни 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. Мениджмънт на иновациите и тенденциите в иновационната дейност. Иновационният мениджър и фирмено поведение. Фирмена култура и фирмена политика. Иновационна активност и най-съществените бариери пред иновациите в страната. Изграждане на иновационна инфраструктура в България.

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.

АНТИКРИЗИСНО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

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 в структурно отношение обхваща основни теоретико-методологични и приложни знания относно същността, диагностиката и прогнозирането на кризисните ситуации, разработването на концепция за управление на предприятието в кризисни ситуации и профилактика на кризисните ситуации. Целта на учебната дисциплина е да разшири познанията на студентите по проблемите свързани с разработването на концепция за управление на предприятието в кризисни ситуации и профилактика на кризисните ситуации и на тази база да допринесе за придобиването на комплексна многофункционална подготовка без да дублира основни въпроси, които са предмет на други учебни дисциплини.

Съдържание на учебната дисциплина:

Цикличност на икономическото развитие. Същност, класификация и фактори на кризисните ситуации и явления. Кризисни явления в предприятието. Фази и диагностика на кризите. Кризисни ситуации и стратегии. Стратегическо планиране в кризисни ситуации. Методи за прогнозиране на кризисните явления. Контролинг на дейността на предприятието. Оценка и анализ на финансово-икономическата дейност. Разработване на концепция за управление в кризисни ситуации. Реактивно и антиципативно управление в кризисни ситуации. Стратегически и оперативни антикризисни мерки. Реализация на концепцията за управление в кризисни ситуации. Функции на управлението в кризисни ситуации. Методи за преодоляване на кризисните ситуации. Профилактика на кризисните ситуации. Формиране на екип за управление в кризисни ситуации.

Технология на обучение и оценяване

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

ПОВЕДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

ECTS кредити: 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:

Проучването и познаването на поведението на потребителя на пазара, като част от маркетинга, има съществено значение за успеха на всяка фирма на пазара. За студентите има важно значение изучаването на различните форми на проявление на потребителското поведение и на основните фактори, които го предопределят. Целта на курса на обучение по дисциплината е да се спомогне за осъзнаване на необходимостта от познаването на поведението на потребителя, както и да даде отговор на въпроса как

адекватно да се отреагира при определени ситуации. За тази цел се създават умения в студентите да се разпознават различните видове поведение, причините за тяхното пораждање и се изучават подходите, които трябва да се прилагат за всяко поведенческо направление.

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. 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.

СТРАТЕГИЧЕСКИ 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:

Лекционният курс 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- магистри, редовно обучение 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 „обиране 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. 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

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански Факултет

Анотация:

Организационното поведение изучава устойчивите характеристики на поведението на човека и човешките общности от гледна точка на организирания труд и управлението. То е интердисциплинарна област, която е посветена както на изучаването и разбирането на причините, структурата и динамиката на индивидуалното и груповото трудово поведение, така и на практиката на въздействието върху него, неговото реално практическо управление. Организациите са социални системи, обединяващи човешки и материални ресурси. Поведението на отделните личности и на групи от хора, които управляват организацията, 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 лежащи в основата на организационното поведение – за природата на човека, за природата на организацията. Индивидуално трудово поведение – индивидуални различия. динамика на индивидуалните различия. „Аз”-ът в организационното поведение. Мотивация. Отношение. Ангажираност, място на мотивационния проблем в познанието за човека. Мотивите и мотивацията в сферата на организационното поведение. Мотивационни модели. Видове мотивация към труд – нагласа, ангажираност, съпричастност. Организационни теории. Организационни аспекти на организацията. Класическа организационна теория. Бюрократична организация на Вебер. Организацията като социотехническа система. Четиримелния модел на Болман и Дийл. Групите в организацията. Същност. Типология на групите. Контактност на групите. Организационни роли, статус и социализация. Социално-групови роли. Статус. Социализация. Формални групи и структури. Неформални групи и структури. Неформална организация. Имидж на организацията. Организационна култура. Форми. Функции на организационната култура. Природа на организационната култура. Форми на организационната култура. Функции на организационната култура.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. 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.

КОЛИЧЕСТВЕНИ МЕТОДИ В УПРАВЛЕНИЕТО

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

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 оперативно 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. Лекционния 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 предпочитане 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. Потокови алгоритми. Потоци с

максимална величина. Потоци с минимална цена. Теорема на Форд – Фалкерсон . Модификация на Едмондс и Карп. Алгоритъм за поток с минимална цена. Алгоритъм на 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 на 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 биполярни 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. развити множества и релации. Оптимизационни задачи при развити 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 и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

конкурентоспособността на предприятието. Основни направления на анализа. Анализ на възможностите на предприятието за повишаване на конкурентоспособността му.

Технология на обучение и оценяване

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ФИРМЕНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс в структурно отношение обхваща: основни общи проблеми на управлението на фирмените инвестиции, вкл. и в контекста на усвояването на средствата от структурните и кохезионни фондове на ЕС; подходи и методи за анализ и оценка на фирмените инвестиционни проекти; подходи и методи за анализ и оценка на риска при фирмените инвестиционни проекти. Целта на учебната дисциплина "Управление на фирмените инвестиции" е студентите да получат задълбочени знания за управлението на фирмените инвестиции, формирането и основните подходи за реализация на фирмената инвестиционна стратегия и политика в съвременните условия.

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на 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 МАРКЕТИНГА

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 дисциплината е да формира знания и умения в студентите, относно управлението на маркетинговите дейности и организирането на маркетинговите мероприятия във фирмите. След преминаване на курса по дисциплината, студентите трябва да придобият знания и умения за лесно, бързо и правилно дефиниране и установяване на икономическите условия, променливите и параметрите на специфични процеси, които протичат в икономиката и на тяхна основа да намират адекватни модели и

решения в маркетинговата сфера, както и изграждане на конкретен алгоритъм в организацията и управлението на маркетинговите дейности с цел успешното развитие на фирмите и преодоляване на възникнали проблеми чрез прилагане на получените знания в реални условия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основи на маркетинговия мениджмънт. Мениджмънт на маркетинговата институция. Маркетингови решения, маркетингов процес и маркетингови действия. Мениджмънт на маркетинговото стратегиране и стратегии. Специалистите в маркетинговата индустрия и техният мениджмънт. Средства и документи за маркетингов мениджмънт. Мениджмънт на характерни типове и стилове маркетинг. Маркетингово планиране и маркетингов план. Мениджмънт на дейностите по изготвяне и реализиране на маркетинговия план

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 ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

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 области 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. Индуриални 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 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: 6

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: Текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

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 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 ПРОДАЖБИТЕ И БИЗНЕС ЛОГИСТИКА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текуща оценка и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг
Стопански факултет

Анотация:

Учебната програма има за цел по-нататъшно разширяване и задълбочаване на материята и знанията, предлагани на студентите във фундаменталния курс по основи на маркетинга. Тя представлява един от основните най-съществени елементи на позицията по маркетинг по продажбите, с висока приложна стойност, тъй като обхваща въпросите на организацията и управлението на пазарната реализация на продукцията на фирмата. Именно от гледна точка и на приложната (практическата) значимост на дисциплината, при преподаването и изучаването ѝ е прокаран последователно принципа – отначало се изучава същността, природата, еволюцията на процеса на продаването и мястото му в маркетинговата концепция на фирмата и на тази основа се разглеждат въпросите на управлението и организацията на продажбите, приложението на съвременни методи и инструменти на дистрибуцията, бизнес (маркетинг) логистиката и т.н.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и еволюция на продаването и продажбения процес. Същност и еволюция на продаването. Продаване и маркетингова концепция. Лични продажби. Ролята на продавачите за бизнеса. Типове продавачи. Класификация на продажбите. Специфика на международните икономически операции. Процес на купуване. Поведение на купувачите. Взаимодействие между купувачи и продавачи. Подготовка и осъществяване на продажбите. Начало на продажбения процес. Проспектиране и квалифициране. Подготовка за продажба. Техники при подготовка на продажбите. Осъществяване на продажбите. Подход към клиентите. Предлагане на продажбата. Презентация. Техники при осъществяване на продажбите. Продажбени тактики. Приключване на продажбите – правила, типове, техники. Бизнес логистика, маркетинг логистика и физическа дистрибуция. Ролята на мениджъра по продажбите. Управление на персонала по продажбите. Управление, прогнозиране и планиране на продажбите. Квотиране на продажбите. Управление на търговски територии. Изисквания и промени свързани с включването на България в единния вътрешен пазар на Европейския съюз. Организация на продажбите. Принципи. Типове организационна структура на продажбите. Характеристики на продавачите. Набиране и подбор на кадри за продажбените дейности. Обучение на персонала по продажбите. Заплащане на персонала по продажбите. Оценка и контрол върху изпълнението на продажбите. Насърчаване на продажбите. Повишаване ефективността на продажбите.

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.

ЕВРОПЕЙСКО СТОПАНСТВО**ECTS кредити:** 3**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**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**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: 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

Седмичен хорариум: 3л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ТРУДОВО-ОСИГУРИТЕЛНИ ОТНОШЕНИЯ И ПРОБЛЕМИ НА НОРМАТИВНАТА УРЕДБА

ECTS кредити: 7.5

Седмичен хорариум: 3л + 2су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Мениджмънт и маркетинг

Стопански факултет

Анотация:

Целта на курса е придобиване от страна на студентите на определен кръг специфични умения и знания в сферата на трудово-осигурителните отношения и практическо прилагане на съответните нормативни документи. В процеса на обучение ще бъде изяснена методологията на трудовите и осигурителни отношения, на методите и най-характерните практически подходи, използвани за тяхното реализиране в условията и при спазване изискванията на пазарната икономика. Чрез практиката на държавното и фирмено регулиране, студентите ще имат възможността да усвоят съдържанието на актуалните законови разпоредби и на принципните изисквания на пазара на труда, на начините и пътищата за най-ефективно използване и функциониране на наетата работна сила във фирмите и бюджетните организации, както и на проблемите, които възникват пред наетите лица, работодателите и безработните в това отношение. Тук се разглеждат редица въпроси регламентиращи правата и задълженията на субектите в производствения процес – работодатели, работници и служители, както и на техните организации и професионални сдружения. В тази учебна дисциплина студентите се запознават с редът, принципите и конкретните правила на държавното регулиране в областта на трудовите и осигурителни отношения като работен ден, почивки, платен отпуск, възнаграждения и видове обезщетения, здравословни и безопасни условия на труд, категории труд, колективно и индивидуално договаряне, на възможностите за специалната закрила на определени категории работници и служители, на възможностите за повишаване на квалификацията и провеждане на мероприятия свързани със социално-битовото и културно обслужване в организациите, на реда за ползване на обезщетения при временна нетрудоспособност, за изискванията за отпускането на пенсии, социални помощи и други.

Съдържание на учебната дисциплина:

Трудов процес – характеризирание и специфика. Пазар на труда и особености на стоката работна сила. Заетост и безработица. Стойност и цена на работната сила. Подходи, механизми и системи за определяне на трудовото възнаграждение. Социално осигуряване – характеристика, обхват и структура. Задължително социално осигуряване. Допълнително доброволно социално осигуряване. Фирмено и семейно социално осигуряване. Междунродни аспекти на социалното осигуряване.

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.

СТОКОВА И ПЛАСМЕНТНА ПОЛИТИКА**ECTS кредити:** 4.5**Седмичен хорариум:** 2л + 1су**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Вид на изпита:** писмен**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 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 “ABC” – 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 организациите. 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 XX 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

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

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 XX 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 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

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 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

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 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. Конкуrentни 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

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

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 отчитат 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 рекламната дейност. Видове реклама. Организация на рекламната дейност. Основни участници в рекламния процес. Мотивация на предмета и целите на рекламната дейност. 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 дейност. Организиране и осъществяване на рекламна кампания. Рекламни константи – търговска марка, наименование за произход и др. Печатни средства за разпространение на рекламната дейност. 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 дейност. Кинореклама. Външна и транспортна реклама. Реклама на мястото на продажбите. Международни панаири, изложби, ревиюта 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.

ЕЛЕКТРОНЕН МАРКЕТИНГ

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:

Навлизането на новите технологии все по-агресивно в общественно-икономическия живот наложило 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. Електронният 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-добро му познаване, като ще разшири възможностите и конкурентните качества на студентите в тяхното професионално развитие. Осъзнавайки тенденциите, че Интернет в бъдеще ще е основната среда за осъществяване на бизнес процеси и комуникации, студентите трябва да усвоят базовия терминологичен апарат, основните прийоми и подходи, използвани за успешното налагане на стоки и услуги във виртуалната среда, което ще бъде сериозна предпоставка за успешната им реализация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Маркетингови технологии в Интернет. Начини за привличане на посетители към сайт. Завоюване на пазарен дял чрез сайта и неговото съдържание. Предлагане на безплатна информация. Персонализация. Он-лайн и оф-лайн четене. Кръстосан маркетинг и кръстосани продажби. Маркетинг за специални събития. Уеб дизайн. Силата на съдържанието на сайта. Онлайн анкети и обратна връзка. Цветова схема и навигация в сайта. Виртуални общности. Интернет общности. Интерактивни потребителски групи. От глобален към локален маркетинг. Културни различия. Изисквания в превода. Управление на имиджа посредством електронния маркетинг. От стокова промоция до промоция на уебсайта. Използвани рекламни формати в Интернет. Универсален пакет на рекламните формати въведен от IAB Interactive Advertising Bureau. Същност, размери, тарифи, тенденции. Онлайн измерване. Потребителско проследяване. Онлайн рейтингови агенции. Организации – ревизори. Подходи за създаване на връзки с потребителите. Информационни технологии. Връзки с потребителите. Маркетинг, насочен към потребителите. Модерни технологии за персонализация. Директен маркетинг. Спам рекламата – “за” и “против”. Пощенски списъци и вестници. Силата на електронната поща. Специализирани списъци от електронни адреси. Бази данни с електронни адреси. Избор на ISP. Осигуряване на директен достъп до фирмата, dial-up връзки, наети линии. Производителност. Минимизиране на разходите за Интернет.

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.

Седмичен хорариум: 2л + 1су

Вид на изпита: писмен

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.