



ПРОГРАМА

за Държавен изпит по специалността „ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС” – ОКС „Бакалавър“ 1 випуск
2021/2025 г.

I. ОСНОВНИ ОБЛАСТИ НА ЗНАНИЕ

1. Бизнес мениджмънт

- 1.1. Мениджмънтът в индустриалните организации – предмет, възникване и еволюция.
- 1.2. Управленски модел на индустриалната организация. Структура на управленския процес в нея.
Организационна структура на управлението.
- 1.3. Принципи и ценности в мениджмънта.
- 1.4. Функции на мениджмънта.
- 1.5. Цели и критерии за ефективност в мениджмънта.
- 1.6. Методи за управление на персонала в индустриалната организация. Информационен мениджмънт.

Литература

1. Златев В. 1999. Мениджмънт без граници, София, УИ “Стопанство”. (Zlatev V. 1999. Menidzhmant bez granitsi, Sofia, UI “Stopanstvo”.)
2. Харизанова, М., Мирчев, М., Миронова, Н. 2016. Мениджмънт, Инфонет. (Harizanova, M., Mirchev, M., Mironova, N. 2016. Menidzhmant, Infonet.)
3. Certo, S. 2019. Supervision: Concepts and Skill-Building, 10th Edition, McGraw-Hill Education.
4. Daft, R. L. 2016. Management, 12th Edition, Boston: Cengage learning.
5. Ivancevich, J. M., Lorenzi, P., Skinner, S. J., Crosby, P. B. 1994. Management: quality and competitiveness, Richard D. Irwin.
6. Kinicki, A., Williams, B. 2018. Management. A practical introduction, 8th Edition, McGraw-Hill Education.

2. Фирмена организация

- 2.1. Същностна характеристика и обхват на организацията на фирмата
- 2.2. Динамика и основни принципи на организационно моделиране
- 2.3. Организационни структури на управление
- 2.4. Технология на организационното оценяване
- 2.5. Технология на организационно проектиране
- 2.6. Подходи към специфичните въпроси на проектирането
- 2.7. Организация на основния процес
- 2.8. Организация на трудовите процеси

¹**Забележка:** При подготовката за държавния изпит по специалността препоръчително е провеждане на индивидуални или групови консултации с титулярите на дисциплините, които са включени в конспекта за Държавен изпит.

- 2.9. Условия на труд
- 2.10. Нормиране на труда
- 2.11. Стратегии за организационна промяна в съвършените организации

Литература

- 1. Хаджиев Кристиан, 2013. Модели за организационно съвършенство, Изд. НБУ.
- 2. Хаджиев Кристиан, 2011. Теория на организацията, Изд. НБУ.
- 3. Варамезов Л., 2009. Организация на предприятието, В. Търново, Фабер.
- 4. Маринова Надя, 2014. Управление чрез проекти, Изд. НБУ
- 5. Илиев, Й., 2002. П. Ненова, Ю. Маринова, Организация на индустриалната фирма, УИ „Стопанство”.

3. Управление на маркетинга

- 3.1. Концепции за маркетинг и техните практически аспекти. Идентификация на пазарните възможности на индустриалната фирма
- 3.2. Купуваческо и организационно поведение
- 3.3. Управление на продуктовото развитие и ценови стратегии и ценови политики на фирмата
- 3.4. Комуникационни и дистрибуционни стратегии и политики
- 3.5. Оценяване и контролиране на маркетинга на фирмата

Литература

- 1. Щерев Н, Маркетинг и реклама (първа част), изд. Мартилен, С., 2010
- 2. Щерев Н., „Маркетинг в индустриалния бизнес”, УИ “Стопанство”, С., 2007.
- 3. Щерев Н., Маркетинг в индустриалния бизнес“, УИ Стопанство, С., 2010.
- 4. Котлър Ф, Управление на маркетинга, изд. Класика-и-стил, 2002.

4. Иновации в бизнеса

- 4.1. Същност, роля и класификация на иновациите. Същност, съдържание и структура на иновационния процес в бизнес организациите. Иновационни модели на бизнес организациите. Предпоставки и условия за дифузия на новите технологии в българските фирми.
- 4.2. Основни концепции в мениджмънта на иновациите: концепция за жизнения цикъл на продуктите, технологиите и търсенето; крива на опита; портфейлни матрици и др. Разработване на иновационна стратегия на фирмата – подход и методика. Типични иновационни стратегии.
- 4.3. Иновационна политика и стратегия на Европейския съюз (ЕС).- основни елементи и средства. Финансови измерения и инструменти на иновационната политика на ЕС в България: рамкови програми, оперативни програми и др. Национална иновационна система (НИС) на България. Участници в НИС и връзки между тях.
- 4.4. Среда за иновации - организационни форми за стимулиране на иновациите: инкубатори, клъстери и мрежи, иновационни центрове, технологични паркове и др.

Литература

- 1. Георгиев, Ив. Основи на инвестирането, УИ”Стопанство”, С., 2013.
- 2. Георгиев, Ив. Цв. Цветков, Д. Благоев, Мениджмънт на фирмените иновации и инвестиции – 2-ро преработено и допълнено издание, С., Издателски комплекс УНСС, 2013.

5. Стратегически мениджмънт

- 5.1. Същност и съдържание на бизнес стратегиите - елементи и особености на бизнес стратегиите; подходи за определяне(формулиране) на бизнес стратегиите; четири категории ресурси - свързани с бизнес стратегиите; заинтересовани групи(групи интереси); критерии за оценка.
- 5.2. Стратегически мениджмънт и стратегическо бизнес планиране - три варианта на разглеждане на стратегиите; съдържание на процеса на стратегически мениджмънт; съдържание на стратегическото бизнес планиране; стратегически, тактически и оперативни решения.
- 5.3. Стратегически бизнес анализ - същност и съдържание на стратегическия бизнес анализ; анализ на факторите на средата; анализ на привлекателността на сектора според Медела на петте сили на Майкъл Портър; анализ на отрасловата структура според Игор Ансъф; конкурентен анализ; анализ на макро средата; вътрешен анализ; SWOT анализ; портфейлни методи на анализ.
- 5.4. Видове бизнес стратегии - продуктово - пазарни бизнес стратегии за определяне на пазарния обхват; конкурентни бизнес стратегии; стратегии в зависимост от пазарната позиция; стратегии на интеграция; стратегия в зависимост от продуктово-пазарния профил.

Литература

1. Радев, Р., 2014. Продуктово-пазарни бизнес стратегии и маркетингови механизми. София, Авангард Прима. (Radev, R., 2014. Produktovo-pazarni biznes strategii i marketingovi mehanizmi. Sofia, Avangard Prima.)
2. Радев, Р., 2014. Бизнес стратегии. София, Издателски комплекс - УНСС. (Radev, R., 2014. Biznes strategii. Sofia, Izdatelski kompleks - UNSS)

6. Управление на човешките ресурси

- 6.1. Човешките ресурси като обект на управление – същност, основни характеристики, място и роля. Управление на човешките ресурси – същност и значимост в съвременните организации. Цели на управлението на човешките ресурси.
- 6.2. Системи за управление на човешките ресурси – обхват от компоненти, подходи на изграждане, въпроси на взаимодействие и хармонизацията в системите.
- 6.3. Базови въпроси и теоретични постановки на дейностите по управление на човешки ресурси – планиране, набиране, подбор, оценяване, обучение, развитие, възнаграждение.
- 6.4. Теоретичен фундамент на мотивацията и лидерството в бизнес организацията - основен понятиен апарат и взаимовръзки с дейностите по управление на човешки ресурси.

Литература

1. Илиев, Й, Управление чрез мотивация, В., 2015.
2. Илиев, Й., Системи за управление на човешките ресурси, изд. Макрос, 2020
3. Илиев, Й., Лидерство и лидери в бизнес организацията, изд. Макрос, 2020
4. Паунов, М., Организационно поведение, издателство „Сиела”, 2016.

7. Творчески индустрии и бизнес

- 7.1. Бизнес с интелектуална собственост. Творчески продукт. Предприятия в творческите индустрии. Интелектуалната собственост като бизнес актив. Бизнес модели за бизнес с интелектуална собственост.
- 7.2. Интелектуална собственост и бизнес. Творчески индустрии. Иновационни индустрии. Културни индустрии. Обществена политика за развитие на творческите индустрии.

Литература

1. Борисова, В., Бизнес с интелектуална собственост в творческите индустрии, ИК-УНСС, 2017

8. Управление на инвестициите

- 8.1. Инвестиции, инвеститори и инвестиционен процес. Особености на фирмените инвестиции и принципи на техния мениджмънт. Концепцията на нетната настояща стойност – основа за вземане на инвестиционни решения.
- 8.2. Инвестиционна стратегия на фирмата. Подход и методическа схема на разработване на инвестиционна стратегия. Парите във времето. Процес на краткосрочно и дългосрочно финансиране. Източници на финансиране и цена на капитала, осигурен от различните източници. Изчисляване на средно претеглената цена на капитала на фирмата.
- 8.3. Разработване на индивидуални (частни) инвестиционни проекти. Срок на икономически живот (срок на сравняване на вариантите). Изчисляване на еднократните разходи (инвестициите), на текущите разходи и на нетните доходи за конкретния проект.
- 8.4. Методи за икономическа оценка на инвестиционните проекти: нетна настояща стойност (NPV), вътрешна норма на възвръщаемост (IRR), срок на възвръщане (PBP), коефициент на доходност (PI), модифицирана вътрешна норма на възвръщаемост (MIRR) и др. Точка на Фишър.

Литература

1. Георгиев, Ив. Основи на инвестирането, УИ”Стопанство”, С., 2013.
2. Георгиев, Ив. Цв. Цветков, Д. Благоев, Мениджмънт на фирмените иновации и инвестиции – 2-ро преработено и допълнено издание, С., Издателски комплекс УНСС, 2013.

9. Индустриална икономика

- 9.1. Индустриална икономика, индустриална организация, Индустриална структура. Базов модел „структура-поведение-результативност“.
- 9.2. Пазарна организация на отраслите. Теоретични модели на пазарна организация на отраслите: свършена конкуренция; монополистична конкуренция; олигопол; монопол. Модел на Портьър за привлекателност на отраслите.
- 9.3. Отраслова структура на индустриалното производство. Индустриално производство в България. Суровинна база, териториално разположение, концентрация, специализация, коопериране и комбиниране на индустриалното производство.
- 9.4. Регулиране на отраслите. Теории за държавното регулиране на индустриалното производство. Регулиране на монопола в индустрията. Политика на ЕС по отношение на индустриалното производство.

Литература

1. Денева А. Индустриална икономика, Академично издателство „Ценов“. Свищов, 2013.
2. Ракарова С., Еленкова, А. . Индустриална икономика, НБУ, С. 2012.
3. Stead R., P. Curwen and K. Lawer. Industrial economics. Theory, Applications and Policy. McGraw-Hill, 1997.
4. Church J. and R. Ware. Industrial Organization. A strategic Approach. McGraw-Hill, 2000.

II. СПЕЦИАЛИЗИРАЩИ ОБЛАСТИ НА ЗНАНИЕТО

10. Мотивационни техники и практики

- 10.1. Теоретични основни на трудовата мотивация - понятиен апарат и видове. Взаимовръзки между вътрешната и външната мотивация. Съдържателни и процесуални мотивационни теории – обхват и характеристика.
- 10.2. Мотивиращи ефекти (мотивационен потенциал) на ключовите компоненти на системата за управление на човешките ресурси в бизнес организацията.
- 10.3. Мотивационна политика, механизми и практики за нейното провеждане в бизнес организацията.
- 10.4. Лидерство и лидери – ключов фактор в мотивирането на човешките ресурси в бизнес организацията.

Литература

1. Илиев, Й, Управление чрез мотивация, В., 2015.
2. Илиев, Й., Системи за управление на човешките ресурси, изд. Макрос, 2020
3. Илиев, Й., Лидерство и лидери в бизнес организацията, изд. Макрос, 2020
4. Паунов, М., Организационно поведение, издателство „Сиела”, 2016.

11. Патентно-иновационни проучвания

- 11.1. Същност на патентно-иновационните проучвания: същност и методика. Патентната информация като ресурс на патентно-иновационните проучвания. Инструменти на патентно-иновационното търсене: международна класификация на технологичните области. Принципи и структура на класификацията. Индекс на технологичната област, основни и допълнителни индекси.
- 11.2. Методика за провеждане на патентно-иновационни проучвания: параметри, етапи, информационни източници.
- 11.3. Видове патентно-иновационно търсене. Номерационно, систематично и фирмено търсене. Алгоритъм, инструменти, цели, резултати на търсенето, интерпретация на резултатите в зависимост от целта на проучването. Параметри на търсене, дълбочина на търсенето, търсене на патенти-анализи.
- 11.4. Видове патентно-иновационни проучвания. Проучване на конкуренцията на технологичните пазари с помощта на патентна информация. Използване на проучванията на патентна информацията за целите на технологичната политика на фирмата. Оценка на степента на патентна блокираност на технологичната област. Проучване на конкуренцията на продуктовете пазари с помощта на патентна информация. Използване на проучванията на патентна информацията за целите на продуктово-пазарната политика на фирмата. Проучвания с цел пазарна реализация на технологиите.

Литература

1. Лекционен курс „Патентно-иновационни проучвания”, 2020
2. Борисов, Б., „Методика на патентните проучвания”, УИ „Стопанство”, 2007

12. Рекламен мениджмънт

- 12.1. Рекламна индустрия. Същност на рекламната индустрия. Основни участници в рекламната индустрия(рекламния четириъгълник). Среда на рекламната индустрия. Седемте „К“ на рекламната индустрия. Съвременната рекламна агенция. Дефиниция за рекламната агенция. Типове рекламни агенции. Агенция за пълно рекламно обслужване. Структура на агенцията за пълно рекламно обслужване. Основни отдели на агенцията за пълно рекламно обслужване.
- 12.2. Проучвания в рекламата. Видове проучвания. Пазарни проучвания, видове, методи и цели на пазарните проучвания. Рекламни проучвания, видове, методи и цели на рекламните проучвания. Вътрешнофирмени предварителни проучвания. Рекламни цели. Функции на рекламните цели. Методът ДАГМАР за дефиниране на рекламните цели и измерване на рекламните резултати. Комуникационни цели. Основни комуникационни цели. Поведенчески цели. Основни поведенчески цели.
- 12.3. Стратегическо медия планиране. Същност на медия планирането. Избор на медия. Фактори за избор на медия. Избор на рекламоносител. Фактори за избор на рекламоносител. Основни параметри на стратегическото медия планиране. Стратегии на продължителност на медийната кампания. Рейтинг и рейтингови точки. Същност на промоциите. Основни дефиниции на промоциите. Потребителски промоции. Покупателен модел: ускоряване , зареждане, увеличаване.
- 12.4. Промоции и реклама. Същност на промоциите и рекламата. Основни разлики между промоции и реклама. Основни прилики между промоции и реклама. Интегрирано действие на промоции и реклама. Ефект на Храповото колело. Промоции – 10 техники за насърчаване на продажбите. Същност, видове: директни намаления на цената, талони, количество плюс, дългосрочни насърчителни програми, премии, награди, партньорски промоции, насърчаване на продажбите чрез определена кауза, мостри ,специални събития. Рекламен план-Елементи на рекламния план. Общо представяне на плана: ситуационен анализ, маркетингови цели, бюджет, рекламна стратегия, творческа стратегия, медия стратегия.

Литература

1. К. Каменов "Увод в Мениджмънта на рекламата", Лаков прес,2000
2. Д. Доганов ,Ф. Палви "Рекламата каквато е", Принцепс,1999
3. Рийвс, Р.,“Реализмът в рекламата“,Принцепс,1994
4. Ogilvy,D.,Ogilvy in Advertizing”,Prion Books Ltd,1995