



ПРОГРАМА

за Държавен изпит по специалността „БИЗНЕС ИКОНОМИКА” – ОКС „Бакалавър”¹ випуск 2020/2024г.

I. ОСНОВНИ ОБЛАСТИ НА ЗНАНИЕ

1. Бизнес мениджмънт

- 1.1. Предмет, възникване и еволюция на мениджмънта.
- 1.2. Управленски модел на бизнес организация. Структура на управленския процес в нея. Организационна структура на управлението.
- 1.3. Мениджмънт, основан на следвани принципи и изповядвани ценности.
- 1.4. Функционалният подход в мениджмънта.
- 1.5. Целеполагането в мениджмънта.
- 1.6. Методи за управление в организацията. Информационни структури и системи в мениджмънта.

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

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.

- 2.8. Организация на трудовите процеси
- 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. Управление на човешките ресурси

- 5.1. 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.
- 5.2. Системи за управление на човешките ресурси – обхват от компоненти, подходи на изграждане, въпроси на взаимодействие и хармонизацията в системите.
- 5.3. Базови въпроси и теоретични постановки на дейностите по управление на човешки ресурси – планиране, набиране, подбор, оценяване, обучение, развитие, възнаграждение.
- 5.4. 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.

6. Стратегически мениджмънт

- 6.1. 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.
- 6.2. 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.
- 6.3. Стратегически бизнес анализ - същност и съдържание на стратегическия бизнес анализ; анализ на факторите на микросредата; 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.
- 6.4. 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)

7. Бизнес планиране

- 7.1. Характеристики на бизнес планирането - същност и съдържание на дисциплината бизнес планиране; бизнес планирането като формализиран процес; опознавателна роля на планирането; планирането като основна функция на мениджмънта; видове планиране и видове планове.
- 7.2. Методологичен апарат на бизнес планирането – подходи на планиране; принципи на планиране; методи на планиране; продуктово-пазарен профил и портфейлни методи на планиране.
- 7.3. Стратегическо бизнес планиране – обхвата и съдържание; анализ на бизнес средата; вътрешен одит; определяне на целите ориентири(мисия, визия) и приоритетните цели; стратегии за определяне на продуктово-пазарния обхват и конкурентни бизнес стратегии.
- 7.4. Тактическо планиране – маркетингово планиране; производствено планиране; финансово планиране; съдържание на бизнес плана.

Литература

3. Радев, Р., 2014. Продуктово-пазарни бизнес стратегии и маркетингови механизми. София, Авангард Прима.
4. Радев, Р., 2014. Бизнес стратегии. София, Издателски комплекс - УНСС.
5. E.K. Valentin, , 2014. Business Planning and Market Strategy. SAGE Publications.
6. Каменов, Д., Фирмено планиране, прогнозиране и контролиране, София, ОКОМ, 1999
7. Манов, В., Прогнозиране и планиране: развитие и функциониране на икономическите системи, Стопанство, София, 2001
8. Белев, Д., Икономически анализ, прогнозиране и планиране на предприятието, София, ФорКом, 2000

8. Инвестиционни проекти

- 8.1. Инвестиции, инвеститори и инвестиционен процес. Особенности 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. Методи за оценка на риска

- 9.1. Въведение в риска, същност, видове, основни понятия и класификации.
- 9.2. Процес по управление на риска. Етапи на управление на риска: идентификация, систематизация, качествена и количествена оценка, третиране на риска, отчитане на остатъчни рискове, мониторинг и контрол.
- 9.3. Модел за управление и оценка на риск при: защита от изтичането на информация; репутационни рискове и тяхното управление; осигуряване на непрекъсваемост на бизнеса.
- 9.4. Методи за оценка на риска чрез статистически показатели и FMEA анализ.

Литература

1. Burtonshaw-Gunn, S. A. (2017). Risk and financial management in construction. Routledge..
2. Hopkin, P. (2018). Fundamentals of risk management: understanding, evaluating and implementing effective risk management. Kogan Page Publishers.
3. Wolke, T. (2017). Risk Management. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
4. Brindley, C. (2017). Supply chain risk. Routledge.
5. Hopkinson, M. (2017). The project risk maturity model: Measuring and improving risk management capability. Routledge.....
6. Kerzner, H., & Kerzner, H. R. (2017). Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. John Wiley & Sons.

II. СПЕЦИАЛИЗИРАЩИ ОБЛАСТИ НА ЗНАНИЕТО

10. Мотивационни анализи

- 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. Лицензионни сделки

- 11.1. Основи на лицензирането. Правата на интелектуалната собственост като предпоставка за лицензиране. Съдържание и обхват на правата на ИС като граници на лицензирането. Лицензията като разрешение и трансфер на ресурси. Понятие за лицензия на права на интелектуална собственост. Видове лицензионни сделки.
- 11.2. Обекти на лицензионните сделки. Субекти на лицензионната сделка. Лицензирането като стратегия на лицензополучателя/лицензодателя. Консултанти и посредници – лицензионен агент, патентен брокер, патентен търг.
- 11.3. Технологични лицензии. Понятие за технологично знание. Видове технологично знание. Характеристики на технологичното знание. Фактори, влияещи върху технологичното лицензиране. Негативни ефекти на технологичното лицензиране. Видове технологични лицензии.
- 11.4. Управление на лицензионната сделка за технологии. Ограниченията като механизъм за управление на лицензионната сделка. Област и начин на използване. Изключителност и неизключителност на територията. Рискове на лицензионната сделка. Механизми за управление на лицензионната сделка преди и след сключване на договора. Платежни схеми.

Литература

1. Брестничка, Р. „Лицензионни сделки”, УИ „Стопанство”, 2017

12. Интернет маркетинг

- 12.1. Същност на интернет маркетинга – обект и предмет на интернет маркетинга; етапи на развитие на интернет и интернет маркетинга; проникване на онлайн бизнеса в дейността на традиционните фирми; място на интернет маркетинга в традиционния маркетинг на бизнес организацията.
- 12.2. Маркетингов одит – място на маркетинга в бизнес организацията; място на интернет маркетинга в маркетинговата дейност на компанията; присъствие на бизнеса в интернет (корпоративен сайт, блог, социални медии, партньорски сайтове); прилагане на SEO и техники за “On-site SEO” и “Off-site SEO”.
- 12.3. Анализи в интернет маркетинга – анализ на аудиториите на бизнеса в интернет; използвани инструменти за интернет маркетинг; анализ на използваните социални мрежи за интернет маркетинг; анализ на ефективността на интернет маркетинга.
- 12.4. Тактическо интернет маркетингово планиране – задаване на SMART- цел и определяне на целева аудитория; изграждане на интернет маркетингова кампания; комплексен план за ефективно изразходване на бюджета за интернет маркетинг

Литература

1. Радев, Р., 2014.Продуктово-пазарни бизнес стратегии и маркетингови механизми. София, Авангард Прима.
2. Коляндов, С., 2018. Влияние на онлайн бизнеса върху индустриалната фирма. София, УНСС.
3. Social Beat Digital Marketing LLP, 2018. Digital Marketing Insights 2018. Notion Press.
4. Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F., 2019. Digital Marketing. Pearson

5. Smith, PR. & Zook Z., 2019. Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies, Kogan Page
6. Котлър, Ф., Картаджая, Х., Сетиауан, И., 2019. Маркетинг 4.0: от традиционното към дигиталното, София, Locus
7. Котлър, Ф., Картаджая, Х., Сетиауан, И., 2022. Маркетинг 5.0: за технологиите и хората, София, Locus
8. Hertman, K., 2020. Digital Marketing Analytics: In Theory and In Practice, Osmen Bennettsbridge

13. Маркетингови практики

- 13.1. Управление на маркетинга в бизнес организацията – същност, елементи на процеса.
- 13.2. Маркетингови модели – същност и видове. Особенности при използването на маркетингови модели практиката. Процес на създаване, внедряване и използване на маркетингови модели.
- 13.3. Маркетингов одит – особености на стратегическия маркетингов контрол. Роля на информационното осигуряване и на човешкия капитал в процеса на маркетингов одит.
- 13.4. Добри маркетингови практики – същност и особености. Откриване и използване на добри практики за подобряване на маркетинга на бизнес организацията.

Литература

1. Щерев, Н., Лидерство на маркетинга, ИК –УНСС, 2018
2. Дуранкиев Б. и колектив, Ключ към маркетинга, ИК –УНСС, 2012, С.
3. Котлър Ф., И.Сетиауан, Х. Картаджия, Маркетинг 4.0, изд. Locus, 2019
4. J. Paul Peter, James H. Donnelly, Marketing Management: Knowledge and Skills, McGraw-Hill, 2007