РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра “СТРАТЕГИЧЕСКО ПЛАНИРАНЕ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(проф. д-р Маргарита Богданова) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 10.09.2020 г.Приета от КС, Протокол № 1 от 03.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Методи за стратегически изследвания” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КСП-Б-308****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КСП-Б-308 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ/РУСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.03/2020 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост****/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 15 | 19 | 15 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 9 | 12 | 9 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 9 | 12 | 9 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 14 | 18 | 14 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий**  | **Тежест на критерия** |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 25% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 25% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Въпроси, казуси, тест* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Диагностицирането на критичните точки на корпоративната система представлява задължително условие за провеждането на ефективен процес на планиране и управление. А самото диагностициране може да се осъществи единствено по пътя на всеобхватно, задълбочено, методически обосновано и последователно извършвано стратегическо изследване. То може да бъде с ясно изразен акцент в провеждането на проучвателната работа, например с приоритет на вътрешни фактори или на външни фактори. Независимо от конкретната ориентация обаче основната цел на стратегическото изследване винаги се свежда до изясняване на настоящото конкурентно състояние на бизнесорганизацията и на потенциала му за бъдещо развитие (от стратегически позиции).

В настоящият курс вниманието се ограничава основно до четири метода за стратегически изследвания и решения, разгледани в концептуален и в практико-приложен аспект. При тяхното представяне е използвана структурна схема, включваща елементите същност и развитие, обща характеристика, полета на приложение и методика на провеждане. Тези методи са: бенчмаркинг; балансирана система от показатели за ефективност (BSC); крос-импакт анализ; рейтинг на конкурентните сили (CSR).

**2.2. Предварителни изисквания**

Успешното усвояване на знанията по дисциплината изисква добри познания по „Микроикономика”, “Макроикономика”, „Основи на управлението”, „Основи на планирането и програмирането”, „Фирмено планиране” и др., както и наличие на възможности от страна на студентите за самостоятелна работа.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

По дисциплината освен традиционните методи за преподаване, намират приложение преди всичко интерактивните методи. Използването им способства за преодоляване на стереотипите в обучението, за изработване на нови подходи към професионалните ситуации, съдейства за развитие на творчески способности. При прилагане на интерактивни методи на обучение и тяхното използване по дисциплината се преминава през няколко етапа: ориентация, подготовка за провеждане, провеждане и обсъждане.

Интерактивният образователен процес се характеризира с голямо разнообразие от методи, но по дисциплината „Методи за стратегически изследвания” активно използваме три вида: ситуационни, дискусионни, опитни/емпирични. Ситуационни методи са обещаваща новост в дидактиката на ХХІ в. Към тях се отнасят методът на конкретната ситуация (кейс-стъди), симулация, игри, ролеви игри, драматизации. Дискусионни методи са: дебати, мозъчна атака, обсъждане. Опитни (емпирични) методи са проект, експеримент, презентация и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

В процеса на обучение по дисциплината е предвидено използване на методи за преподаване като:

• ситуационни методи (казуси);

• емпирични методи (презентация).

Moodle - open-source система за e-learning, информационни и комуникационни технологии и интернет.

**2.4. Очаквани резултати**

След завършване на обучението по настоящия курс студентите ще разполагат със знания, умения и компетенции за успешно приложение на методите за стратегически изследвания и решения. Възможните области на приложение, от една страна, са свързани най-вече с осигуряването на данни, тяхното консолидиране и анализиране в контекста на проучвания сложен проблем (т.е. обслужване нуждите на “стратегическото мислене”). От друга страна – ще има условия да се разработват (планират) варианти за внедряване на изготвените решения (обслужващи нуждите на “стратегическото действие”).

**III. разпространение на дисциплината**

• University of Washington (САЩ)

• Universitaet Wien (Австрия)

• University of Stirling (Шотландия)

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1} Тема I. За стратегическото изследване** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Динамика на системите2. За необходимостта от стратегическо изследване3. Разновидности на стратегическите изследвания* |
| **${temi#2} Тема II. Методически аспекти на стратегическото изследване** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *1. Вариант на обща методика на стратегическото изследване2. Инструментариум на стратегическите изследвания* |
| **${temi#3} Тема III. Бенчмаркинг** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *1. Същност и предназначение2. Форми на приложение* |
| **${temi#4} Тема IV. Процедура на осъществяване на бенчмаркинга** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Определяне обекта на бенчмаркинга2. Избор на еталон3. Осигуряване на информация4. Анализ и вземане на решения5. Внедряване на бенчмаркинг-решенията* |
| **${temi#5} Тема V. Балансирана система от показатели за ефективност (BSC)** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Същност на метода2. Структурни компоненти* |
| **${temi#6} Тема VI. Процедурни моменти на BSC** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Трансформиране на визията в оперативно-тактически решения2. Мониторинг на стратегическата релация “планиране-изпълнение”.3. Анализ на резултатите и реинженеринг на стратегията4. Апробация на метода* |
| **${temi#7} Тема VII. Крос-импакт анализ** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Същност и обща характеристика2. Методика на прилагане3. Полета на приложение4. Приложение на крос-импакт матрицата при разработването на стратегически сценарии* |
| **${temi#8} Тема VIII. Рейтинг на конкурентните сили - CSR** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Същност, характеристика и приложение2. Методически решения3. Възможности за интегрирано приложение на CSR и PEST-анализ* |
| **${temi#9} Тема IX. Други методи за стратегически изследвания и решения** | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| *1. VRIO анализ2. Стратегически часовник на Bowman3. Теория на ограниченията* |
| **${temi\_sum#1}Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование на** **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** |
| **Лекции** | **Семинарни****занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X  |
| 2. Интернет | X | X  |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
|  3.1   | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Каплан, Р., Д. Нортън. Балансирана система от показатели за ефективност: как да превърнем стратегията в действие. С., Класика и стил, 2004. |
|  2. Чиприянов, М. Методи за стратегически изследвания и решения. В. Търново, Абагар, 2008. |
|  3. Чиприянов, М., Е. Линкова. Антикризисен мениджмънт. В. Търново, Абагар, 2014. |
|  4. Gordon, T. Cross-Impact Method. A publication of United Nations Development Program’s African Futures Project incollaboration with the United Nations University’s Millennium Project, 1994. |
|  5. Kaplan, R., D. Norton. Puttingthe Balanced Scorecard to Work. //Harvard Business Review, September-October 1993. |
|  6. Raa, Th. The Economics of Benchmarking : Measuring Perfirmance for Competitive Advantage. New York, Palgrave Macmillan, 2009. |
|  7. Велев, Младен и др. Управление на конкурентоспособността / Младен Велев, Анка Цветанова, Сия Велева . - София : Софттрейд, 2017 . - 452 с |
|  8. Bostrom, Nick . Superintelligence : Paths, Dangers, Strategies / Nick Bostrom . - Oxford : Oxford University Press, 2017 . - 415 p |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Захариев. Е. Стратегическо управление на фирмата. В. Търново, Абагар, 1995. |
|  2. Каменов, К., Ат. Дамянов. Фирмената промяна. // Библиотека “Стопански свят”, Свищов, Ценов, 1995. |
|  3. Чиприянов, М. Методи за стратегически изследвания и решения (сборник материали за аудиторна и извънаудиторна работа). В. Търново, Абагар, 2008. |
|  4. Чиприянов, М. Корпоративно планиране. В. Търново, Абагар, 2009. |
|  5. Чиприянов, М., Е. Лазарова. Иновации и иновационни стратегии. В. Търново, Абагар, 2015. |
|  6. Kaplan, R., Norton, D., Alignment: Using the Balanced Scorecard to Create Corporate Synergies. Harvard Business School Press, 2006. |
|  7. Energy Efficiency Benchmarking Methodology. Brussels: CEN, prEN16231:2011, 2011. |
|  8. Palmatier, Robert W. et al. Marketing Strategy : Based on First Principles and Data Analytics / Robert W. Palmatier, Shrihari Sridhar . - London : Palgrave Macmillan, 2017 . - 288 p. |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Търговски закон – в сила от 01.07.1991 г., обн. ДВ. бр.48 от 18 Юни 1991 г., изм. ДВ. бр.13 от 16 Февруари 2016 г. |
|  2. Закон за задълженията и договорите - попр. ДВ. бр.2 от 5 Декември 1950 г., изм. ДВ. бр.50 от 30 Май 2008 г. |

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. http://www.competitivestrengthreport.com/file/csr\_extract.pdf |
|  2. http://www.pimsonline.com/demoMrkAttrComp.htm |
|  3. http://www.uni-weimar.de/medien/management |
|  4. http://www.bg-ikonomika.com/2011/04/blog-post.html |
|  5. http://tuj.asenevtsi.com/Lean/L003.htm |
|  6. http://www.quality.government.bg/upload/docs/Presentation\_BSc\_1.pdf |
|  7. https://www.investopedia.com/terms/b/balancedscorecard.asp |
|  8. https://hbr.org/1992/01/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance-2 |
|  9. https://balancedscorecard.org/bsc-basics-overview/ |
|  10. https://www.intrafocus.com/balanced-scorecard/ |
|  11. https://www.clearpointstrategy.com/full-exhaustive-balanced-scorecard-example/ |
|  12. https://www.bernardmarr.com/default.asp?contentID=1753 |
|  13. https://asq.org/quality-resources/benchmarking |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………${authors#1}(доц. д-р Михаил Чиприянов) |
|  …………………………………${authors#2}(гл. ас. д-р Надежда Веселинова) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(доц. д-р Христо Сирашки) |  |