РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра  “ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Светослав Илийчовски) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 11.09.2020 г. Приета от КС, Протокол № 2 от 08.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Управление на фирмената конкурентоспособност” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КИБП-Б-325**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КИБП-Б-325 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ/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 | 27 | 41 | 22 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 10 | 10 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 10 | 10 | 15 |
| **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% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 50% | 50% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Тест* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Курсът "Управление на фирмената конкурентоспособност" цели да трансферира в обучаваните знания и да създаде умения и компетенции за успешното управление на бизнес организациите в условията на пазарна конкуренция. За постигането на тази цел се разглеждат широк кръг от въпроси, свързани с конкуренцията и конкурентоспособността, в това число конкурентни пазари, конкурентни предимства, конкурентни стратегии, анализ и оценка на конкурентната способност и др.

**2.2. Предварителни изисквания**

За успешното обучение по "Управление на фирмената конкурентоспособност" е необходимо студентите да притежават фундаментални икономически познания, които се придобиват при изучаването на дисциплините макроикономика, микроикономика, основи на управлението и др.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

За усвояване на теоретичните знания и придобиване на практически умения в

рамките на учебния курс се използват лекции, дискусии, казуси,

демонстрации, директни инструкции, ролеви игри, симулации, мозъчни атаки,

разработване на индивидуални и групови проекти и др. В съответствие с

тенденциите за дигитализация широко приложение намират Интернет базираните информационни технологии (Distance Learning платформа, социални мрежи и сайтове за комуникиране и обучение), както и редица иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение (интерактивно обучение, инцидентно обучение, проблемно ориентирано обучение, казусно обучение, ролеви и игрови тип обучение, кооперативно/съвместно обучение) и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За преподаване на теоретичните знания и придобиване на съответните практически умения в областта на управлението на човешките ресурси се използват интернет базирани информационни технологии (Distance Learning платформа, социални мрежи и сайтове за комуникиране и обучение) с прилагане на иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение (интерактивно обучение, инцидентно обучение, проблемно ориентирано обучение, казусно обучение, ролеви и игрови тип обучение, кооперативно/съвместно обучение) и др.

**2.4. Очаквани резултати**

Обучението в курса по "Управление на фирмената конкурентоспособност" формира в обучаваните студенти задълбочени и широкоспектърни познания за конкурентоспособността на фирмата и нейното управление. Уменията, които студентите придобиват са свързани със идентифицирането и анализа на конкурентите, създаването на конкурентна стратегия, оценката на продуктовата и фирмената конкурентоспособност и др. Посочените знания и умения биха позволили на обучаваните успешно да управляват стопански организации в условията на интензивна конкуренция, включително с използването на нелоялни средства.

**III. разпространение на дисциплината**

Учебната дисциплина се чете със същото или подобно наименование в следните университети:

1. Университет за национално и световно стопанство, София, България.

2. Икономически университет, Варна, България.

3. Технически университет, София, България.

4. Технически университет, Варна, България.

5. Harvard University (USA).

6. University of Edinburg (Scotland).

7. University of Jena (Germany).

8. Univestity of Leicester (UK).

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема I. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА КОНКУРЕНЦИЯТА** | 3.5 | 3.5 | 1 | 1 | 3.5 | 3.5 |
| *Същност, функции и видове конкуренция. Основни концепции и теории за конкуренцията. Форми на конкуренция.* |
| **${temi#2}Тема II. КОНКУРЕНТНИ ПАЗАРИ И ТЯХНАТА СТРУКТУРА** | 3.5 | 3.5 | 2 | 2 | 3.5 | 3.5 |
| *Същност на пазара и пазарната структура. Съвършена конкуренция. Монопол. Олигопол. Монополистична конкуренция.* |
| **${temi#3}Тема III. АНАЛИЗ НА ИНТЕНЗИВНОСТТА НА ПАЗАРНАТА КОНКУРЕНЦИЯ** | 3.5 | 3.5 | 2 | 2 | 3.5 | 3.5 |
| *Интензивност на пазарната конкуренция. Потенциални конкуренти. Потребители. Доставчици. Продукти-заместители. Съществуващи конкуренти.* |
| **${temi#4}Тема IV. АНАЛИЗ НА КОНКУРЕНТИТЕ** | 3.5 | 3.5 | 2 | 2 | 3.5 | 3.5 |
| *Идентифициране на конкурентите. Събиране на информация и изготвяне на профил на конкурентите. Техники за анализ на конкурентите.* |
| **${temi#5}Тема V. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА** | 3.5 | 3.5 | 2 | 2 | 3.5 | 3.5 |
| *Същност, характерни черти и видове конкурентоспособност. Йерархична структура на конкурентоспособността. Фактори на конкурентоспособността.* |
| **${temi#6}Тема VI. КОНКУРЕНТНИ ПРЕДИМСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО** | 3.5 | 3.5 | 1 | 1 | 3.5 | 3.5 |
| *Същност на конкурентното предимство. Видове конкурентни предимства. Създаване на конкурентни предимства.* |
| **${temi#7}Тема VII. КОНКУРЕНТНИ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО** | 3.5 | 3.5 | 2 | 2 | 3.5 | 3.5 |
| *Същност и видове конкурентни стратегии. Избор, разработване и реализиране на стратегии за повишаване на конкурентната способност на предприятието.* |
| **${temi#8}Тема VIII. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТНАТА СПОСОБНОСТ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО** | 3.5 | 3.5 | 2 | 2 | 3.5 | 3.5 |
| *Същност, подходи и принципи на анализа и оценката на конкурентоспособността. Критерии и показатели за анализ и оценка на конкурентоспособността. Методи за оценка.* |
| **${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  Microsoft office: Excel, Word, PowerPoint | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Велев, М., Цветанова, А., & Велева, С. (2017). Управление на конкурентоспособността. София: Софттрейд. |
| 2. Георгиева, Т., Цоцорков, Л., Галев, Т., Генчева, Н., Стефанов, Р., & Ценов, М. (2014). Анализ на конкурентоспособността на българската икономика. София: Център за изследване на демокрацията. |
| 3. Димитрова, В., Желязкова, Д., & Христова, Ю. (2016). Конкуренция и конкурентоспособност. Варна: Наука и икономика ИУ - Варна. |
| 4. Димитрова, Я. (2015). Корпоративна култура и конкурентоспособност - реална връзка. // Социология и икономика, VI, N 3, с. 56-73. |
| 5. Димитров, М., Илиева, Р., & Стефанов, Ц. (2017). Синергия и конкурентоспособност на българските предприятия. // Списание на Българската академия на науките, CXXX, N 3, с. 7-17. |
| 6. Кельчевская, Н., Исагилова, Г. (2017). Усиление конкурентных позиций промышленного предприятия в условиях макроэкономической нестабильности. // Проблемы теории и практики управления (Москва), XXXV, N 7, с. 127-135. |
| 7. Лифиц, И. (2005). Теория оценки конкурентоспособности товаров и услуг. Москва: Юрайт-М. |
| 8. Мокроносов, А. & Маврина, И. (2014). Конкуренция и конкурентоспособность. Екатеринбург. |
| 9. Николов, П. (2012). Нелоялна конкуренция и стратегии за противодействие. София, Сиби. |
| 10. Сергеев, А., & Димов, С. (2014). Методология конкурентоспособности организации. Габрово: Екс-прес. |
| 11. Хамел, Г. & Прахалад, К. Конкурируя за будущее. (2016). Создание рынков завтрашнего дня. Москва: ЗАО «Олим – Бизнес». |
| 12. Шарафутдинова, Н. & Палякин, Р. (2017). Управление конкурентоспособностью организации. Москва: РУСАЙНС. |
| 13. Bankova, Y. (2013) National Competitiveness Levers: How it Looks in Bulgaria. // Economic Alternatives, N 1, с. 66-80. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Николов, Е. (2013). Повишаване на фирмената конкурентоспособност чрез възприемане на концепцията за социална отговорност / Емил Николов. // Перспективи пред индустриалния бизнес: Международна научна конференция – Варна, 6-7 декември 2013 г., -Варна: Ико-консулт. |
| 2. Мельников, И. (2017). Конкуренция: как победить? -Москва: Литрес. |
| 3. Huggins, R., & Izushi, H. (2012). Competition, Competitive Advantage, and Clusters: The Ideas of Michael Porter. -USA: Oxford University Press. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за защита на конкуренцията. Обн. ДВ. бр.102 от 28 Ноември 2008 г., изм. ДВ. бр.7 от 19 Януари 2018 г. |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. Комисия за защита на конкуренцията (http://www.cpc.bg/). |
| 2. Индекс на глобалната конкурентоспособност на Международния икономически форум (http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/). |
| 3. Съвет по конкурентоспособност към ЕС (http://www.consilium.europa.eu/bg/council-eu/configurations/compet/). |
| 4. Класация за националната конкурентоспособност на IMD - Швейцария (https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-competitiveness-ranking-2018/). |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  ${authors#1}(проф. д-р Любчо Варамезов) |
| …………………………………  ${authors#2}(гл. ас. д-р Емил Николов) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Искра Пантелеева) |  |