

# **ВЪПРОСНИК**

## **за държавен изпит**

### **на студенти в магистърска степен на обучение**

### **спец. „Бизнес консултиране”**

1. **Същност и обхват на бизнес консултантската дейност:** определение и обхват на бизнес консултантската дейност; цел, предмет и обект на бизнес консултиране; класификация на бизнес консултантската дейност
2. **Бизнес консултантската дейност като професия:** видове консултанти; професионална компетенция на консултанта; принципи за ефект
3. **Тивен обмен на информация;** професионални асоциации на консултантските организации
4. **Фази и етапи на консултантския процес:** същност на консултантския процес; предварителна фаза; диагностика; разработка на решение; внедряване на решението; следпроектна фаза
5. **Подходи и методи за бизнес консултиране:** класификация на подходите и методите за бизнес консултиране; методи за процесно; методи за обучаващо консултиране
6. **Маркетинг на бизнес консултантските услуги:** специфика на бизнес консултантските услуги; позициониране на консултантската услуга; видове клиенти на консултантските организации; форми на заплащане за консултантските услуги
7. **Етиката в бизнес консултантската дейност:** предназначение и съдържание на етичния кодекс на консултантските организации; основни етични норми и принципи
8. **Развитие на концепциите по качество.** Същност и принципи на тоталното управление на качеството (TQM).
9. **Съвременни подходи за управление на качеството:** бенчмаркинг; реинженеринг; подход на 6-те сигми; подход „кайзен” и др.
10. **Методи за управление на качеството:** анализ на В. Парето; диаграма на К. Ишикава; дърво на дефектите (FTA метод); FMEA (анализ на грешките и последствията от тях); QFD (разгръщане на функцията качество); статистически контрол на процеси (SPC); статистически приемателен контрол (AS) и др.
11. **Стандартизацията в съвременните пазарни условия.** Основни категории стандарти. Международни стандарти от серията ISO: 9000. Системата HACCP в процеса на непрекъснато подобряване на качеството.
12. **Проектиране на системи за управление на качеството (СУК):** методични изисквания съгласно ISO: 9000; документиране на СУК; процес на оценка на СУК и др.
13. **Маркетинговите изследвания в бизнеса:** същност, обхват и специфики на маркетинговите изследвания; типология на маркетинговите изследвания в бизнеса
14. **Програма на маркетинговото изследване:** съдържание и предназначение на програмата; формулиране на проблем, обект и предмет на изследването; методологическа част на програмата; организационна част на програмата
15. **Стратегии и методи за събиране на данни при маркетинговите изследвания:** изследователски стратегии (формулативна, дескриптивна и експериментална); качествени методи за събиране на данни (неструктурирано интервю, дискусии във фокус групи, проективни методи); наблюдение; дескриптивни методи на допитване (анкета и интервю); експериментални методи.
16. **Модели извадки и обем на извадките:** основни модели неслучайни и случайни извадки; определяне обема на извадката
17. **Измерване, скалиране и разработване на въпросник за маркетингово изследване:** равнища на измерване и видове скали; видове въпроси (открити, закрити,

полузакрити, дихотомни въпроси); структура на въпросника и изисквания при разработването му.

**18. Събиране, анализ на данните и представяне на резултатите от маркетинговото изследване:** полева работа по събиране на данни; подготовка на данните за анализ и анализ на данните; подготовка и представяне на изследователския доклад

**19. Програмна рамка на проектите:** Европейска политика за икономическо и социално сближаване; финансови инструменти на политиката на сближаване; Оперативни програми за финансиране на проектите.

**20. Същност и особености на бизнес проектите:** Определение и характеристики на проекта; видове проекти; проектен цикъл; цел, функции и значение на бизнес проектите за предприятията.

**21. Логически връзки между елементите на проекта:** приложение на метода на логическата рамка като инструмент за планиране на бизнес проекти; методи за идентифициране на проектни идеи; анализ на проблемите и целите на бизнес проекти.

**22. Детайлно планиране на бизнес проекти:** планиране на продължителността; мрежови и линейни календарни графици; разработване и управление на бюджета; формиране на проектния екип - ръководител и членове на екипа на бизнес проекта.

**23. Мониторинг, оценка и приключване на бизнес проекти:** същност и система на мониторинга и контрола; мониторинг на времето за изпълнение и на разходите; предприемане на коригиращи действия и отчитане на изпълнението на проектите.

**24. Предпоставки за осъществимост на бизнес проекти:** участници в бизнес проекти и комуникационни канали; проектна организация; управлението на риска при реализацията на бизнес проекти.

**25. Счетоводството като информационна система:** необходимост от набиране на информация по счетоводен път; потребители на информация от финансовите отчети.

**26. Нормативна уредба на счетоводството в България:** общ преглед на Закона за счетоводството; общ преглед на НСФОМСП и МСС/МСФО.

**27. Общоприети счетоводни принципи:** общ преглед на счетоводните принципи; принцип на вярното и честно представяне; принцип на предпазливост; принцип на същественост; принцип на действащото предприятие; други общоприети принципи.

**28. Финансови отчети:** необходимост от изготвяне на финансови отчети; елементи на отчета; последователен ред за съставяне на елементите на годишния финансов отчет; представяне и публичност на финансовия отчет; одиторска проверка и заверка на годишния финансов отчет.

**29. Счетоводна политика на предприятието:** общи положения и принципи при разработването на счетоводната политика на предприятието; елементи на счетоводната политика; оповестяване на счетоводната политика на предприятието.

**30. Счетоводната информация като база за вземане на управленски решения:** парадокси на счетоводството; финансово състояние и показатели за неговото измерване и оценка; показатели за ликвидност; показатели за платежоспособност; показатели за имуществена и капиталова структура.

**31. Типове взаимоотношения „доставчик – клиент“.**

**32. Анализ на клиентите – подходи, метрики, методи.**

**33. Жизнен цикъл на клиента (ЖЦК):** същност и анализ.

**34. Клиентски портфейл – същност, процедура за управление.**

**35. Клиентски профили и модели – същност, критерии за формиране, приложение.**

**36. Икономическите регулатори и алтернативните ценови решения.**

**37. Подходи при избор на методи на ценообразуване на фирмата.**

**38. Пазарни корекции на предпазарно определените цени.**

**39. Вътрешнофирмено регулиране и контролиране на цените.**

40. **Същност на бизнес диагностиката:** определения за диагноза и диагностика на организацията; видове бизнес диагноза; обекти и етапи на управленската диагностика; управленска диагностика и управленско консултиране.
41. **Етапи на процеса на бизнес диагностика:** идентифициране на симптомите за наличие на проблеми и диагностика на готовността на организацията за промяна; определяне на равнище и обхват на анализа; формулиране на хипотези за естеството на проблема; събиране и анализ на данни и идентифициране на проблемна област; план за действие; управление на промяната и наблюдение на резултатите.
42. **Показатели и методи за анализ на дейността на организацията:** показатели за анализ на дейността на организацията; методи за събиране на данни при организационната диагностика; методи за анализ на данните за дейността на организацията.
43. **Диагностика на стила на управление:** видове стил на управление – предимства и недостатъци; модели за диагностика на стила на управление.
44. **Диагностика на персонала и междуличностните отношения в бизнес организацията:** анализ на числеността, състава и структурата на персонала; анализ на движението на персонала; анализ на използването на работното време и разходите за работна заплата; анализ на производителността на труда; същност и видове интервенции за повишаване на груповата ефективност.
45. **Диагностика на общото състояние и на финансово-икономическото състояние на фирмата:** диагностика на общото състояние; анализ на структурата на капитала; анализ на платежоспособността и ликвидността; анализ на масата на паричния поток; анализ на рентабилността.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева М. Диагностика и организационно развитие. Академично издателство "Ценов", 2008
2. Апостолов, Ал. Основи на проекта. Изд."Проджекта", С., 2004.
3. Апостолов, Ал. Разработване на проекти за устойчиво развитие. Изд."Проджекта", С., 2005.
4. Боева, Б., Управление на проекти. С., 1996.
5. Божков, Й. и др. Ръководство за строителство. Изд. „Даниел СГ”, С., 2004.
6. Генов Г. и др. Теория на счетоводството. Изд.“Стено”, В. 2005.
7. Георгиева Е., Тонкова Е., Станимиров Е. Маркетингови анализи. Издателство: „Наука и икономика“, 2008
8. Георгиева Т. Иновации в агробизнеса. „Наука и икономика“, 2019
9. Гоев, В. Статистическа обработка и анализ на информацията от социологически, маркетингови и политически изследвания със SPSS. Изд. “Стопанство”, УНСС, С., 1996.
10. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 2-е изд., Финпресс, М., 2000.
11. Дончев, Д. Теория на риска. ИК „Труд и право”, С., 2001.
12. Дончев, Д. Финансов анализ. София: Софттрейд, 2009
13. Драганов, Х. Управление на риска във фирмата. ИК „Призма”, С., 2001.
14. Дурин Ст. и Д. Дурина. Счетоводство на предприятието. Изд.“ФорКом”, 2006.
15. Душанов, И. и М. Димитров. Курс по счетоводство на предприятието. Изд.“Ромина”, 2005.
16. Желев, И. Управление на инвестиционния процес. Изд.,„Наука и икономика”, В., 2001.

17. Желев, С. Маркетингови изследвания за маркетингови решения. Маркетингови изследвания за маркетингови решения. Изд. "Тракия-М", С. 2000.
18. Желев, С. Маркетингови изследвания за маркетингови решения. Маркетингови изследвания за маркетингови решения. Университетско изд., "Стопанство", София, 1995.
19. Желев, С. Маркетингови изследвания. Изд. "Стопанство", С., 1999.
20. Йорданов С., Чакмаков С., Киречев Д. Анализ на дейността на аграрното предприятие. Университетско издателство на ИУ-Варна, 2003
21. Каменов, К. Ситуационен мениджмънт. Изд. „Христо Ботев”, С., 2003.
22. Касърва В. Финансов анализ. Нов български университет, 2013
23. Костова, Н. Финансово- счетоводен анализ. Варна: Актив-К ООД, 2010
24. Костова Н. Счетоводната политика. Делова седмица – консулт. 2003.
25. Котлър, Ф. Управление на маркетинга. Том I., Част II. Анализ на маркетинговите възможности. Изд., "Графема", София, 1996.
26. Кръстев, С. Маркетингови проучвания. Отраслова специфика. "Зодиак-ЦВД" ЕООД, С. 1996.
27. Кръстев, С. Маркетингови проучвания. Отраслова специфика. "Зодиак-ЦВД" ЕООД, София, 1996.
28. Маврова, Б., Л.Милева и В.Шербанов. Стъпки в управлението на проекти (наръчник). Фондация "Ресурсен център", С., 2001.
29. Маринова Е. Маркетинг, продукт, реклама. Част II, Глава 3. Маркетингова информационна система. Изд., "Princers", София, 1992.
30. Михайлов, М. и Н. Конов. Финансово – икономически анализ на предприятието. Изд. „Христо Ботев”, С., 2003.
31. Михайлов М., Митов К., Колева Р., Дончева Л. (2008) Анализ на търговския бизнес. Фабер., 2008
32. Младенова Г. Маркетингови анализи. София: Тракия-М, 2000
33. Найденов, Н. Мениджмънт на проекти. РУ "А. Кънчев", Русе, 2005.
34. Ненков, Д. Оценка на инвестициите в реални активи. Изд. "Стопанство", С., 2005.
35. Ненов, Т. Фирмена диагностика и управление на риска. ИК "ТедИна", В., 1996.
36. Станимирова, М и др. Аграрен маркетинг. Изд. "Наука и икономика", Варна, 2013.
37. Станимирова, М и Е. Станимиров. Аграрен маркетинг. Ръководство. Изд. "Наука и икономика", В., 2008.
38. Станимиров, Е. Управление на взаимоотношенията с клиентите. Изд. "Наука и икономика", В., 2010.
39. Станчева, А. Управление на бизнес проекти. Изд. "ТедИна", В., 1993.
40. Станчева, В. и др. Управление на качеството. ЕАД "Бряг принт" Варна, 1995.
41. Тодоров, Т. Статистика за мениджъри. ИК „Призма”, С., 2004.
42. Узунова, Ю., Василева, Б. Управление на качеството. Методични основи. Университетско издателство – ИУ- Варна, 2000.
43. Узунова, Ю., Василева, Б. Управление на качеството. Университетско издателство – ИУ- Варна, 2000.
44. Щуб, Г. и др., Управление на проекти. Т. I и II. Изд. "Делфин прес", Бургас, 1999.
45. Crawford, I., M. Agricultural and food marketing management. Chapter 11, Marketing research, FAO, ISBN 92-5-103904-6, Rome, 1997.