

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛЬТЕТ “УПРАВЛЕНИЯ”**  
**КАФЕДРА “УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ”**

---

---

**УТВЕРЖДАЮ:**  
(Проф. д-р Пламен Илиев)

**У Ч Е Б Н А Я П Р О Г Р А М М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ: “ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО”;**  
**ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ: “Международный туризм”, ОКС „Бакалавр“**  
**КУРС ОБУЧЕНИЯ: 3; СЕМЕСТР: 6;**  
**ОБЩАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАГРУЗКА: 180 ч.; в т.ч. аудиторная 60 ч.**  
**КРЕДИТЫ: 6**

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ НАГРУЗКИ СОГЛАСНО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ**

<i>ВИД УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ</i>	<i>ВСЕГО (часов)</i>	<i>НЕДЕЛНАЯ НАГРУЗКА (часов)</i>
АУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ: т. ч. <ul style="list-style-type: none"><li>• ЛЕКЦИИ</li><li>• УПРАЖНЕНИЯ (семинарские занятия/ лабораторные упражнения)</li></ul>	30 30	2 2
ВНЕАУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ	120	-

ПОДГОТОВИЛИ ПРОГРАММУ:

1. ....  
(проф. д-р л.к.н. Йордан П. Коев)

2. ....  
(гл.ас д-р Катя Влодова)

Руководитель кафедры: .....  
„Управления и администрации“ (доц. д-р Добрин Добрев)

## **I. АННОТАЦИЯ**

*Курс лекции по дисциплине „Введение в предпринимательство” предназначен для студентов, обучающихся в бакалаврской степени по специальности „Международный туризм“. Настоящий курс ставит своей целью ознакомление студентов с инструментами, организацией и культурой предпринимательства. Цель данного курса – сформировать целостное представление о сущности и значении предпринимательства как науке, практике и искусстве и понимание его современной концепции; а также адаптация этой концепции к потребностям и задачам управления предприятиями в современных экономических условиях.*

*Основное содержание курса составляет разнообразный учебно-методический материал по каждой теме и позволяет применять активные формы обучения при обсуждении, закреплении изучаемых тем, для текущего и итогового контроля. В процессе обучения студенты разрабатывают бизнес-планы и обсуждают вопросы по данным практическим ситуациям.*

## **II. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ**

№.	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ И ПОДТЕМ	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ		
		Л	СУ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ИДЕЯ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
1.1	Появление предпринимательства и роль предпринимателей в развитии общества.			
1.2	Основные теоретические подходы в анализе предпринимательства.			
1.3	Развитие предпринимательства во второй половине 20-го века			
1.4.	Проблемы предпринимательства в начале 21-го века			
<b>ТЕМА 2. РАЗВИТИЕ БОЛГАРСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
2.1	Болгарское экономическое развитие до Освобождения			
2.2	Развитие болгарского предпринимательства до 1912 г.			
2.3	Болгарское предпринимательство до 1944 г.			
2.4	Развитие предпринимательства после 10.11.1989 г.			
<b>ТЕМА 3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
3.1	Сущность и роль предпринимательской культуры в развитии общества.			
3.2	Источники болгарской предпринимательской культуры			
3.3	Структура предпринимательской культуры			
<b>ТЕМА 4. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ОТКРЫТИЕ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
4.1	Роль знания			
4.2	Роль бдительности			
4.3.	Роль креативности			
4.4.	Роль экономической свободы			

<b>ТЕМА 5. РАБОЧАЯ СРЕДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
5.1.	Среда предпринимателя			
5.2.	Сущность и компоненты рабочей среды			
<b>ТЕМА 6. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПРОЦЕСС</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
6.1	Сущность предпринимательского процесса.			
6.2	Фазы и этапы предпринимательского процесса			
<b>ТЕМА 7. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ АНАЛИЗ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
7.1	Интуитивно-творческие методы предпринимательского анализа			
7.2	Аналитично-творческие методы предпринимательского анализа			
7.3	Рыночно-ориентированные методы предпринимательского анализа			
<b>ТЕМА 8. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ОКНА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
8.1	Сущность и организация предпринимательских окон			
8.2	Место в предпринимательском процессе			
8.3	Виды предпринимательских окон.			
<b>ТЕМА 9. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ СТРАТЕГИИ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
9.1	Сущность и виды предпринимательских стратегий			
9.2	Традиционные предпринимательские стратегии			
9.3	Предпринимательские стратегии перехода			
<b>ТЕМА 10. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПЛАН</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
10.1	Сущность и роль предпринимательского плана			
10.2	Методические указания для подготовки предпринимательского плана			
<b>ТЕМА 11. ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
11.1	Традиционное предпринимательство			
11.2	Франчайзинг			
11.3	Приобретение другой компании.			
<b>ТЕМА 12. ВИРТУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
12.1	Основные принципы для развития виртуального предпринимательства.			
12.2	Конвергенция реального и виртуального предпринимательства.			
12.3	Опасности для виртуальных и реальных предпринимателей.			
12.4	Виртуальное предпринимательство в 21-ом веке.			
<b>ТЕМА 13. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
13.1	Типичные ошибки в управлении новой компании			
13.2	Сущность и фазы предпринимательского управления			
13.3	Семь “ключей” к успешному предпринимательскому управлению.			
<b>ТЕМА 14. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
14.1	Предпринимательская этика и мораль.			

14.2	Социальная ответственность предпринимателей и ее бенефициенты.			
14.3	Политика социальной ответственности предпринимателя.			
<b>ТЕМА 15. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ СЕТИ.</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
15.1	Сущность, роль и значение предпринимательских сетей			
15.2	Виды предпринимательских сетей			
15.3	Предпринимательские сети как инструмент для проникновения на рынок.			

### **III. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ:**

<b>№.</b>	<b>ВИД И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>	<b>Количество</b>	<b>ВАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Текущий контроль</b>		
1.1.	Письменная работа на определенную тему	1	20
1.2.	Промежуточные тесты	2	40
<b>Всего для текущего контроля:</b>		<b>3</b>	<b>60</b>
<b>2.</b>	<b>Итоговый контроль</b>		
2.1.	Экзамен		
	Письменный тест с открытыми и закрытыми вопросами	1	
<b>Всего для итогового контроля:</b>		<b>1</b>	<b>60</b>
<b>Всего для всех форм контроля:</b>		<b>4</b>	<b>120</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ (ОСНОВНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Коев, Й. 2012. *Введение в предприемачеството*, В.: Издателство на ИУ Варна

#### **РЕКОМЕНДАТЕЛЬНАЯ (ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Бриджит Б. "Култура на предприемачеството", УИ"Стопанство", С., 1994
2. Бъчварова, М. Търговски предприятия и сделки с тях. В., 2001
3. Велев, М и др. Управление на малката фирма, С. Информа-интелект, 1995
4. Дракър, П. Новаторство и предприемачество, практика и принципи, С. "Хр. Ботев", 1992 г.
5. Закон за кооперациите. Търговско право ООД, 1993
6. Как да започнем собствен бизнес, Информа-интелект, С. 1994 г.
7. Как да започнете собствен бизнес, С. Рива, 1998 г.
8. Калигорев, Хр. И др. Бизнес среда и малък бизнес, Свищов, 1997 г
9. Кацаров, К. Систематичен курс по българско търговско право. - 4. фототип. изд.- София: ДП Георги Димитров, 1990. - 1064 с.
10. Коев, Й. *Предприемачеството*, В. СТЕНО, 2007
11. Коев Й., *Предприемачеството-теория и приложение в България*, В., "Тедина", 1996 г.
12. Коев Й. и др. *Малкият бизнес*, 2002, *Проблеми и решения*, В. СТЕНО, 2003

13. Микелонис, В, Петров, И., Тошева, С., Бизнес план и предложение за финансиране на малък и среден бизнес, Проект за обучение на околната среда за Централна и Източна Европа, С.1994
14. Морис, М. Как да основем собствена фирма, Бургас. Делфинпрес,1993 г.
15. Пейнтър, Дж. Ръководство за оцеляване на малките фирми, Зодираж, Варна,1994
16. Петканов, Г. Данъчен процес. С., 1996, “Тилия” ООД
17. Петров, И., Задочен курс за управление на малкия бизнес (в пет части), Част първа, ИКК “Ико-консулт Иван Петров”, Варна, 1992
18. Рийс А., Рийс Л., “Единадесет неизменни закона на Интернет брендинга”, изд. “Класика и стил”, София, 2001, 7 стр.
19. Barrow C. The essence of small business, Prentice Hall Int.Ltd, 1993
20. Baumbach, A.,Basic Small Business Management, Boston, IRWIN,1983
21. Bernstein D., Corporate Image and Reality, Cassell, 1989
22. Burns, P. and J.Dewhurst, Small Business and Entrepreneurship, Macmillan, London, 1994.
23. Cohen,William A., The Entrepreneur & Small Business Marketing Problem Solverq,John Wiley & Sons Inc. NY, 1991
24. Cooper, A.C, Strategic Management, New Venture and Smaal Business, Long Range Planning, vol. 14, N 5 ,1981
25. Garier P., The Corporation as a Brand, Chief Executive, Vol.66, April 1991
26. Greiner L.E., “Evolution and revolution as organisations grow”, Harvard Business Review, July/august 1972
27. Herbig P., The Relationship of reputation and credibility to brand success, Pricing Strategy & Practice, Vol 5, Issue 1, 1997
28. Scarboough,. And W. Zimmer, Effective Small Business Management, Macmilan, New York, 1993
29. SBA Rules and Regulations, The code of Federal Regulation, Washington,D.C.,
30. Starting Up Your Oun Business, Liberty Hall Press, 1991
31. Stevenson, Howard H, Michael J. Roberts and H.Irving Grosback. New Business Ventures and the Entrepreneur. , Homewood, ILL; Richard D. Irwing, 1985
32. Storey, D.J., Umderstending the Small Business Sector, Routledge, London, 1994