

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**  
**ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ**  
**КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“**

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

**(Проф. д-р Пл. Илиев)**

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „БИЗНЕС ЛИДЕРСТВО“**

**ЗА СПЕЦ: „Комуникации и бизнес развитие“; ОКС „магистър“**

**КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5**

**СЕМЕСТЪР: 9 за СНУ, 10 за ДНДО**

**ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.**

**КРЕДИТИ: 6**

**РАБОТЕН ЕЗИК: български**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>60</b>	
В т.ч.:		
• ЛЕКЦИИ	<b>45</b>	<b>3</b>
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	<b>15</b>	<b>1</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>120</b>	-

**Изготвили програмата:**

1. ....

(доц.д-р Денчо Неделчев)

2. ....

(доц.д-р Бистра Василева)

3. ....

(Мирослав Николов)

**Ръководител катедра: .....**

„Маркетинг“ (проф.д-р Евгени Станимиров)

## I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина "Бизнес лидерство" се преподава на студентите от специалност „Комуникации и бизнес развитие“ като избираема дисциплина. Целта на дисциплината е да осигури приложни знания с интегрирани практически умения в следните професионални области:

- Информационно-технологични процеси и решения за конкурентоспособност на база на бизнес лидерство;
- Маркетингова процесност и регламентация в пазарно-конкурентни анализи;
- Системен мениджмънт и архитектура на конкурентоспособното качество в бизнеса;
- Бизнес стратегии за конкурентоспособност на основа на лидерство чрез качество;
- Маркетингово лидерство, персонален бранд и критични пазарни саморегулации в конкурентни граници на устойчивост и защита.

Като вход в учебната дисциплина се използват знанията на студентите, придобити в процеса на обучение по „Бизнес комуникации“ и „Бизнес модели и развитие“.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>Тема 1. Бизнес промени, процеси и модели.</b>		9		3
1.1.	Турболентност, глобализация, кризи.			
1.2.	Бизнес модели, системи, процеси.			
<b>Тема 2. Анализи в конкурентното позициониране.</b>		9		4
2.1.	Анализ на бранша. Стратегически групи. Портфейлни анализи.			
2.2.	Оценка на фирмените потенциали и възможности.			
2.3.	Анализ на конкуренти и контрагенти.			
2.4.	Анализи на ключови потребители и стейкхолдъри.			
<b>Тема 3. Бизнес лидерство. Бизнес процесна архитектура.</b>		12		4
3.1.	Същност, еволюция, синдроми за несигурност в конкурентните позиции.			
3.2.	Процесна архитектура на бизнес лидерството.			
3.3.	Конкурентни предимства-стратегически изравняващи компоненти.			
<b>Тема 4. Управление на конкурентни ситуации и променящи се бизнес компетенции.</b>		15		4
4.1.	Мисия на бизнес лидерство и качество.			
4.2.	Бизнес компетенции и конкурентоспособност.			

4.3.	Проект „Бизнес лидерство“			
		<b>Общо:</b>	<b>45</b>	<b>15</b>

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ**

<b>№. по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Тест (смесени въпроси)	1	40
1.2.	Курсова работа (по предварително избрана или зададена тема)	1	60
1.3.	Казус	1	20
	<b>Общо за семестриален контрол:</b>	<b>3</b>	<b>120</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
	<b>Общо за сесиен контрол:</b>		
	<b>Общо за всички форми на контрол:</b>	<b>3</b>	<b>120</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Прахалад, С.К., Рамасвами, В. Бъдещето на конкуренцията, Класика и стил, 2004.

#### **ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Каплан, Р., Нортън, Д. Стратегически карти, Класика и стил, 2004.
2. Узунова, Ю. ,Д. Данчев, Б. Василева. Маркетингово лидерство, метрика, бенчпрактика. ИУ. Варна. Биб. “Ц. Калянджиев, 2009.