

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: **“КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ”;**

ЗА СПЕЦ: **„Бизнес икономика“; ОКС „бакалавър“**

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: **3; СЕМЕСТЪР: 6;**

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

КРЕДИТИ: **6**

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
Т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Виолета Димитрова)

2.
(гл. ас. д-р Юлия Христова)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на търговията“ (доц. д-р Виолета Димитрова)

I. АНОТАЦИЯ

Нарастващата интензивност на конкуренцията определя актуалността и значимостта на проблемите свързани с изграждането и поддържането на конкурентоспособността на бизнеса. Учебната дисциплина формира знания относно изследването на конкурентната среда, изграждането и поддържането на конкурентни предимства, избора на конкурентни стратегии, позиционирането и препозиционирането на фирмата и конкретен бизнес на пазара.

Обучението по дисциплината разширява знанията на студентите по икономика, маркетинг, мениджмънт и предприемачество, обогатява техните аналитични способности. Студентите придобиват умения за реална оценка на конкурентните позиции на фирмата на съответен пазар, изработването на стратегически и тактически решения за повишаване и поддържане конкурентоспособността на бизнеса.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1: ВЪВЕДЕНИЕ В КОНКУРЕНЦИЯТА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА		4	4	
1.1	Същност и характерни особености на конкуренцията			
1.2	Видове конкуренция			
1.3	Конкурентоспособност – същност и равнища на изследване			
ТЕМА 2: ДЪРЖАВНО РЕГУЛИРАНЕ НА КОНКУРЕНЦИЯТА		4	4	
2.1	Нормативно-правна уредба в областта на конкуренцията			
2.2	Споразумения и съгласувани практики			
2.3	Злоупотреба с монополно или господстващо положение			
2.4	Контрол върху концентрациите между предприятия			
2.5	Нелоялна конкуренция – същност, форми, правна защита			
ТЕМА 3: АНАЛИЗ НА КОНКУРЕНТНАТА СТРУКТУРА НА ОТРАСЪЛА		4	4	
3.1	Граници на отрасъла и източници на конкуренция			
3.2	Модели за анализ на конкурентната структура на отрасъла			
3.3	Методика за определяне положението на фирмата на съответния пазар			

ТЕМА 4: КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦИЯ НА ФИРМАТА		4	4	
4.1	Дефиниране на конкурентната позиция			
4.2	Модели за мениджърска оценка на конкурентната позиция			
4.3	Модели за потребителска оценка на конкурентната позиция			
4.4	Компоненти на конкурентния анализ			
ТЕМА 5: КОНКУРЕНТНИ ПРЕДИМСТВА		4	4	
5.1	Същност и класификация на конкурентните предимства			
5.2	Еволюция на теорията в областта на конкурентните предимства			
5.3	Източници на конкурентни предимства			
ТЕМА 6: КОНКУРЕНТНИ СТРАТЕГИИ		4	4	
6.1	Същност и видове стратегии			
6.2	Базисни стратегии на бизнеса			
6.3	Конкурентни стратегии в различни типове отрасли и ситуации			
6.4	Конкурентни стратегии за лидеращи, догонващи и западащи фирми			
ТЕМА 7: СТРАТЕГИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ		2	2	
7.1	Стратегически анализ на вертикалната интеграция			
7.2	Разширяване на капацитета			
7.3	Навлизване в нов бизнес			
ТЕМА 8: КОНКУРЕНТНО ПОВЕДЕНИЕ И КОНКУРЕНТНА ДИНАМИКА		2	2	
8.1	Същност и характерни особености на конкурентната динамика			
8.2	Предпоставки на модела „действие-отговор“			
8.3	Видове конкурентни действия			
ТЕМА 9. НАЦИОНАЛНИ И РЕГИОНАЛНИ АСПЕКТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА		2	2	
9.1.	Детерминанти на националните конкурентни предимства			
9.2.	Групиране на конкурентните индустрии - клъстърри			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест със смесени въпроси и казус	2	40
1.2.	Курсов проект	1	40
Общо за семестриален контрол:		3	80
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)		
	-писмен тест и казус	1	40
Общо за сесиен контрол:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Димитрова В., Д. Желязкова, Ю. Христова. Конкуренция и конкурентоспособност. Варна: Изд-во «Наука и икономика», 2016.
2. Владимирова, Й. Конкуренция и конкурентноспособност на търговските фирми. София: Авангард Прима, 2012
3. Портър М. Конкурентна стратегия. Техники за анализ на индустрии и конкуренти. София: „Класика стил”, 2010.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Димитрова, В. Конкуренция и сътрудничество между участниците във веригата на стойността. // Търговията – минало, настояще, бъдеще: Сб. докл. от юбилейна международна конференция, 11-12 април 2013. – София: Изд. Комплекс УНСС, 2013, с.107 – 111.
2. Димитрова, В. Договорна сила на предприятията за търговия на дребно, сп. Диалог, СА „Д.А. Ценов“, 2015, бр.2. Достъпен на: <<http://www.unisvistov.bg/dialog/title.asp?title=475>> (31.11.2016).
3. Димитрова, В. Търговските марки на веригите за търговия на дребно – средство за вертикална конкуренция. // Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. // Сб. с докл. от кръгла маса „Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“, С.А. „Д.Ценов“ - Свищов, Свищов: Академично изд. „Ценов“, 2016, с.82-86.
4. Димитрова, В. Конкурентно поведение в условията на омниканална търговия. // Сб. докл. от международна научна конференция „Омниканална търговия и иновации“, База на УНСС – с.Равда, София: Издателски комплекс – УНСС, 2016, с.15-21.
5. Закон за защита на конкуренцията, 2008, изм. и доп. ДВ. бр.56 от 24 Юли 2015г.
6. Мокроносков, А. Конкуренция и конкурентоспособност. Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. Достъпен на: <[s.http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28814/1/978-5-7996-1098-2_2014.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28814/1/978-5-7996-1098-2_2014.pdf)> (31.11.2015)
7. Тарануха, Ю. Конкуренция: Система и процес. Москва: Дело и Сервис, 2012

8. Христова, Ю. Мъртвите зони в управлението на автомобилния бизнес. // Електронно научно списание „Авангардни научни инструменти в управлението“ (ISSN 1314-0582) – УНСС, София 2013, брой 2 (7), стр. 233-247. Достъпен на: <http://ru.scribd.com/doc/198319883/Vanguard-Scientific-Instruments-in-Management-volume-2-7-2013-ISSN-1314-0582> (26.01.2015)
9. Христова-Петкова, Ю. Потребителска оценка на конкурентоспособността на вносителите на нови автомобили в България. // Електронно списание „Диалог“ – СА „Д. Ценов“ - Свищов, 2013, бр. 1, стр.75-92. Достъпна на: http://www.uni-svishtov.bg/dialog_old/2013/1.13.5.pdf (26.01.2015)
10. Христова-Петкова, Ю. Оценка на привлекателността на пазара на нови автомобили в България. // Сборник с доклади от международна научна конференция „Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката“, ИУ-Варна, Варна: Унив.изд. „Наука и икономика“ 2012, Том III, стр. 419-427.
11. Христова, Ю. Омниканалната търговия – източник на конкурентно предимство при продажбата на нови автомобили // Сб.докл. от международна научна конференция „Омниканална търговия и иновации“, База на УНСС – с.Равда, София: Издателски комплекс – УНСС, 2016, с. 61-68
12. DIMITROVA, V. (2016) Concentration and Buyer Power in Bulgarian Food Retailing. 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences&Arts, SGEM 2016, book 2, Vol. IV, p. 185-192
13. Huggins R., H. Izushi, D. Prokop and P. Thompson. The Global Competitiveness of Region. Centre of International Competitiveness, 2013.
14. Shafaeddin M. Competitiveness and Development Myth and Realities. Anthem Press, 2012.
15. Srivastava1, M. Et al. Building a Sustainable Competitive Advantage //Technol. Manag. Innov. Volume 8, Issue 2, 2013. Достъпен на: <file:///C:/Users/Julia/Downloads/1048-2358-2-PB.pdf> (31.11.2015)

2016

ВД/ЮХ