

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС И ЛОГИСТИКА“

Приета от ФС (протокол № 11/ 25. 04. 2024 г.)

Приета от КС (протокол № 9/ 16. 04. 2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ДИГИТАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ”

ЗА СПЕЦ: „Индустриален бизнес и предприемачество“; ОКС „бакалавър“ –
редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3 ; СЕМЕСТЪР: 5

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 8

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	180	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Йордан Иванов)

2.
(гл. ас. д-р Моника Михайлова)

Ръководител катедра:
„Индустриален бизнес и логистика“ (доц. д-р Пламен Павлов)

I. АНОТАЦИЯ

В дисциплината „Дигитално предприемачество” се разглеждат теоретико-методическите и практико-приложни въпроси на дигиталното предприемачество.

Знания и разбиране: Дисциплината „Дигитално предприемачество” има за цел да даде на студентите знания, умения и компетенции по отношение на възможностите за стартиране и развитие на дигитален бизнес в динамично изменящите се условия. Лекционният материал и семинарните занятия имат за цел да формират знания и умения в следните насоки: същност и особености на дигиталното предприемачество; разработване на дигитални стратегии; създаване и оптимизация на дигитално съдържание; финансово планиране на предприемаческата дейност; анализ и оценка на дигиталното представяне; правни аспекти на дигиталното предприемачество.

Приложение на знанията и уменията: Дисциплината „Дигитално предприемачество” формира умения за: генериране на дигитални предприемачески идеи, разработване на дигитални стратегии, финансово планиране на дейността, представяне в социалните мрежи и портали, оптимизиране на съдържание, анализ на дигиталното представяне. Дигиталните умения, съчетани с предприемаческите способности, които студентите придобиват по дисциплината „Дигитално предприемачество” създават условия и дават възможности за започване на конкурентен бизнес в условията на дигитална трансформация.

Способност за разширяване на знанията и формиране на нови умения: дисциплината формира способности за самообучение и разширяване на знанията и уменията в областта на дигиталното предприемачество в контекста на динамично развиващите се дигитални технологии.

Дисциплината „Дигитално предприемачество” се базира на изучаваните в предходните курсове дисциплини „Маркетинг”, „Маркетингови проучвания в индустрията”, „Бизнес планиране на предприятието”, „Индустриално предприемачество” и други. Натрупаните знания са полезни при изучаване на други икономически дисциплини в специалността като например „Ценови практики и решения в индустрията”.

В хода на обучението се прилагат и развиват следните ключови компетентности, съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2018 г, а именно:

- Цифрова компетентност – група 4. създаване на презентации, работа с електронни таблици, способност за търсене и намиране на релевантна информация, ефективно ползване на софтуер.
- Математическа компетентност – група 3. Способност за използване и прилагане на формули, модели концепции, работа със статистически данни.
- Предприемаческа компетентност – група 7. Способност за критично мислене, аналитичност, прогнозиране, програмиране и планиране.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	Тема 1: Същност и особености на дигиталното предприемачество	2	2	
1.1.	Същност и основни характеристики на дигиталното предприемачество			
1.2.	Добри практики в дигиталното предприемачество			

Тема 2: Предприемачески процес в дигиталното предприемачество		2	2	
2.1.	Същност и основни характеристики на предприемаческия процес			
2.2.	Основни етапи на предприемаческия процес			
Тема 3: Дигитални стратегии		4	4	
3.1.	Същност на дигиталните стратегии			
3.2.	Видове дигитални стратегии			
3.3.	Разработване на дигитална стратегия			
Тема 4: Потребителско преживяване и опит		4	4	
4.1.	Същност на потребителското преживяване			
4.2.	Основни направления, съставляващи потребителското преживяване			
4.3.	Дизайн, фокусиран върху потребителите (проучване, прототип, валидация)			
Тема 5: Бизнес модел		4	4	
5.1.	Същност на бизнес модела			
5.2.	Елементи на бизнес модела			
5.3.	Разработване на бизнес модел за дигитален бизнес			
Тема 6: Създаване и оптимизиране на дигитално съдържание		4	4	
6.1.	Създаване на творческо съдържание			
6.2.	Графичен дизайн, фотографии и видео материали			
6.3.	Оптимизация на дигиталното съдържание			
Тема 7: Социални мрежи и платформи		2	2	
7.1.	Същност и характеристика на социалните мрежи			
7.2.	Същност и характеристика на платформите и порталите			
7.3.	Присъствие в социалните мрежи, платформи и портали			
Тема 8: Финансиране на предприемаческата дейност		4	4	
8.1.	Възможности за финансиране			
8.2.	Финансово планиране			
Тема 9: Анализ и оценка на дигиталното представяне		2	2	
9.1.	Инструменти за анализ на дигиталното представяне			
9.2.	Основни направления на анализа			
Тема 10: Правни аспекти на дигиталното предприемачество		2	2	
10.1.	Законодателна рамка на електронния бизнес в Р. България			
10.2.	Данъчна и счетоводна политика при стартиране на електронен бизнес.			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Проект за създаване на дигитален бизнес	1	60
1.2.	Практически казус	1	20
1.3.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	20
Общо за семестриалното оценяване:		3	100
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест)	1	80
Общо за сесийното оценяване:		1	80
Общо за всички форми на контрол:		4	180

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Коев, Й. П., 2016. Кратък курс по предприемачество. Варна: СТЕНО
2. Василева, Б., Иванов, С., Социални медии, Варна : Наука и икономика, 2022, 170., ISBN(печатно) 978-954-21-1115-3

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

3. Павлов, Д., 2011, Бизнес моделът - елемент на система от управленски инструменти. (Business model as an element of the management tool system). Русе, АGrup, 2011, ISBN 978-954-8039-10-9
4. Baierl, R., Behrens, J., Brem, A., 2019, Digital Entrepreneurship: Interfaces Between Digital Technologies and Entrepreneurship, SN - 978-3-030-20138-8, DO - 10.1007/978-3-030-20138-8
5. Elia, G., Margherita, A., Passiante, G., 2020, Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process, Technological Forecasting and Social Change, Elsevier, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
6. Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. Available: http://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/GionesBrem_TIMReview_May2017.pdf
7. Herlache, M., Digital Entrepreneurship, 2015, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015, p-p 188
8. Hosu, I., 2016, Digital Entrepreneurship and Global Innovation, ISBN13: 9781522509530 / ISBN10: 1522509534, DO - 10.4018/978-1-5225-0953-0
9. Li, W., Du, W., & Yin, J., 2017, Digital entrepreneurship ecosystem as a new form of organizing: the case of Zhongguancun. Frontiers of Business Research in China, 11(1), 5. Available: <https://link.springer.com/article/10.1186/s11782-017-0004-8>
10. Zhao, F., Collier, A., 2016, Digital entrepreneurship: research and practice, school of business and Law, Edith Cowan University, Perth, Australia, 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, Warsaw Poland