

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

Приета от ФС (протокол №11/ 25.04.2024)

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №11/ 08.04.2024 г.)

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС“

ЗА СПЕЦ: „Омниканален търговски бизнес“; ОКС „магистър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО

СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 12 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	15
В Т.Ч.:	
• ЛЕКЦИИ	9
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	225

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Виолета Димитрова)
2.
(гл. ас. д-р Юлия Христова)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на търговията и услугите“ (доц. д-р Михал Стоянов)

I. АНОТАЦИЯ

Нарастващата интензивност на конкуренцията и трансформацията на традиционните форми на търговия в хибридни, определят актуалността и значимостта на проблемите свързани с конкурентоспособността на търговския бизнес. Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са формиране на знание и разбиране в областта на изследването на конкурентната среда на търговията, специфичните особености на конкуренцията в омниканална среда, правното регулиране на конкуренцията, изграждането и поддържането на конкурентни предимства на даден търговски бизнес, избора на конкурентни стратегии за неговото по-добро позициониране спрямо конкурентите и чрез изграждане на омниканален бизнес модел.

*Чрез прилагане на получените знания в дискусии, решаване на тестове и казуси от търговската практика се стимулират творческото мислене на студентите. В обучението се прилага **интердисциплинарен подход** като се използват знания от икономиката, стратегическото планиране и правото. Учебната дисциплина разширява знанията на студентите получени по „Търговски мениджмънт“ и „Омниканален търговски бизнес“, като ги запознава със спецификите на разработването на конкурентни стратегии в омниканална среда и изгражда нови умения за вземане на решения в областта на конкурентната динамика и избора на конкурентни предимства, както и тяхното прилагане в търговския бизнес.*

Дисциплината „Конкурентоспособност на търговския бизнес“ съдейства за формиране на следните ключови компетентности:

- **математическа** – обогатява аналитичните способности на студентите за извършване на конкурентен анализ, определяне на бариерите за навлизане и излизане от търговския бизнес, оценка на договорната сила при преговори с доставчици и клиенти, оценка на конкурентните позиции на търговския бизнес на съответен пазар; използването и анализирането на различни формули и показатели, комуникация и защита на курсови проекти.*
- **предприемаческа** – развитие на стратегическото мислене, способност за решаване на проблеми, изработване и вземане на стратегически и тактически решения за повишаване и поддържане на конкурентоспособността на търговския бизнес, анализ на ключови икономически показатели за измерване на конкурентоспособността, изграждане на умения за самостоятелна и екипна работа;*
- **личностна** – студентите придобиват умения учене, включително да си служат с българска и чуждоезикова литература по проблемите на конкурентоспособността в омниканална среда, да работят в конструктивен диалог с колеги, да проявяват съпричастност и да се справят с конфликтни ситуации.*

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	ВЪВЕДЕНИЕ В КОНКУРЕНЦИЯТА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА
1.1.	Същност и характерни особености на конкуренцията
1.2.	Видове конкуренция
1.3.	Конкурентоспособност – същност и равнища на изследване
2.	ДЪРЖАВНО РЕГУЛИРАНЕ НА КОНКУРЕНЦИЯТА
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
3.	АНАЛИЗ НА КОНКУРЕНТНАТА СТРУКТУРА НА ОТРАСЪЛ ТЪРГОВИЯ
3.1.	Граници на пазара и икономическия сектор, източници на конкуренция
3.2.	Модел за анализ на конкурентната структура на търговията като икономически сектор
3.3.	Методика за определяне на съответния пазар
3.4.	Конкурентната структура на търговията в условия на дигитализация и омниканалност
4.	КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦИЯ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС
4.1.	Дефиниране на конкурентната позиция
4.2.	Модел за мениджърска оценка на конкурентната позиция
4.3.	Модел за потребителска оценка на конкурентната позиция
4.4.	Компоненти на конкурентния анализ
5.	КОНКУРЕНТНИ ПРЕДИМСТВА
5.1.	Същност и класификация на конкурентните предимства
5.2.	Еволюция на теорията в областта на конкурентните предимства
5.3.	Източници на конкурентни предимства в търговията
6.	КОНКУРЕНТНИ СТРАТЕГИИ
6.1.	Базисни стратегии на бизнеса
6.2.	Конкурентни стратегии в различни типове отрасли и ситуации
6.3.	Конкурентни стратегии за лидиращи, догонващи и западащи фирми
7.	ОСНОВНИ СТРАТЕГИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ
7.1.	Стратегически анализ на вертикалната интеграция
7.2.	Разширяване на капацитета
7.3.	Навлизане в нов бизнес
8.	КОНКУРЕНТНО ПОВЕДЕНИЕ И КОНКУРЕНТНА ДИНАМИКА
8.1.	Същност и характерни особености на конкурентната динамика
8.2.	Предпоставки на модела „действие-отговор“
9.	НАЦИОНАЛНИ И РЕГИОНАЛНИ АСПЕКТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА
9.1.	Детерминанти на националните конкурентни предимства
9.2.	Групиране на конкурентните индустрии – клъстери
9.3.	Регионални аспекти на конкурентната среда на търговията в България

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

Профилиращата подготовка и обучение на студентите по дисциплината „Конкурентоспособност на търговския бизнес“ в дистанционната форма на обучение се осъществява чрез следните учебни ресурси и дейности:

- Учебни ресурси:
 - мултимедийни презентации по тематичното съдържание на дисциплината включващо теоретично представяне на темите и подтемите (основни понятия, постановки, дефиниции, модели, алгоритми, класификации и др.).

¹ Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

- файлове с казуси по отделни теми на учебното съдържание и с условия на задачи и описания на основни етапи при решаване на задачите.
- URL връзки към електронни ресурси от интернет страници и други сайтове.
- Учебни дейности:
 - разписание за консултации: присъствени и в електронна среда (по електронна поща, форум) със студентите.
 - електронни тестове с въпроси за проверка на знанията (отворени, затворени, за съпоставяне, вярно-грешно и др.).
 - задания за решаване на казуси или прикачване на курсови проекти.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ²	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Електронен тест със смесени въпроси	2	60
1.2.	Решаване на казусна ситуация по зададен проблем	1	20
1.3.	Курсов проект (разработван за реален стопански субект или икономическа дейност)	1	65
Общо за семестриалното оценяване:		4	145
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест със смесени въпроси и казус)	1	80
Общо за сесийното оценяване:		1	80
Общо за всички форми на контрол:		5	225

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Конкурентоспособност на търговския бизнес“, качени в платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

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

² При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.

4. Димитрова, В. и др. (2021) Влияние на дигитализацията на търговията върху икономическото развитие на България и регионите. Варна: Наука и икономика, 254. - (Библ. Цани Калянджиев ; Кн. 17).
5. Димитрова, В. (2021) Дигитализация и производителност на ритейл сектора в България. Научни трудове. Университет за национално и световно стопанство, София : Изд. комплекс УНСС, 2, 233-245.
6. Димитрова, В. (2018) Влияние на дигитализацията върху конкуренцията в търговията на дребно в България. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, 7, 1, 5 - 13.
7. Димитрова, В. (2016) 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“, с.82-86.
8. Димитрова, В. (2016) 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, с.15-21.
9. Минков, И. и Иванов, Ц. (2018) Конкурентното разпознаване като инструмент за повишаване на конкурентоспособността, сб. доклади „Предизвикателства пред индустриалния растеж в България“, сборник от конференцията, стр. 33-41, <https://www.industrialgrowth.eu/wp-content/uploads/2018/11/3.pdf> (10.03.2024).
10. Закон за защита на конкуренцията, 2008, изм. и доп. ДВ. бр.56 от 24 Юли 2015г.
11. Мокроносков, А.(2014) Конкуренция и конкурентоспособност. Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та. Достъпен на: <[c.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)> (10.03.2024)
12. Тарануха, Ю. (2012) Конкуренция: Система и процес. Москва: Дело и Сервис.
13. Христова, Ю. (2016) 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, с. 61-68
14. Христова, Ю. (2018) Дигитални технологии разтърсват конкурентната структура на търговията на дребно. Търговия 4.0 - наука, практика и образование: Сборник доклади от международна научна конференция ..., 12 октомври 2018 г, Варна: Наука и икономика, 215 - 225.
15. Dimitrova, V. (2020) E-commerce and Competitiveness of the Bulgarian Trade Sector. Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, Varna : Union of Scientists - Varna, 9, 3, 3 - 11.
16. Dimitrova, V., Hristova, Y., Dushkova, M. (2018) Competitive Structure of Electronic Retailing in Bulgaria. 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts : SGEM 2018 : Conference Proceedings, 26 Aug. - 01 Sept. 2018, Albena, Bulgaria : Vol. 5. Modern Science. Iss. 1.5. Business and Management, Sofia : STEF92 Technology Ltd., 5, 1.5, 161 - 168.
17. European Commission. (2023) Long-term competitiveness of the EU: looking beyond 2030. Brussels, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_1668 (10.03.2024).
18. Hristova, Y. (2021) Sustainability of Competitive Positioning and Challenges for Intermediaries in the New Car Market in Bulgaria. Upravlenets / The Manager: Yekaterinburg: Ural State University of Economics, 12, 3, 67-80.
19. Huggins R., H. Izushi, D. Prokop and P. Thompson. (2013) The Global Competitiveness of Region. Centre of International Competitiveness.

20. Srivastava, M. Et al. (2013) Building a Sustainable Competitive Advantage //Technol. Manag. Innov. Volume 8, Issue 2. Достъпен на: <<https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000200004>> (10.03.2024)
21. Grabowska, S., Saniuk, S. (2022) Assessment of the competitiveness and effectiveness of an open business model in the industry 4.0 environment, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, ISSN 2199-8531, MDPI, Basel, Vol. 8, Iss. 1, pp. 1-16, <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/274359/1/joitmc-08-00057.pdf> (10.03.2024).

Март 2024 г.
ВД/ЮХ