

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

Приета от ФС (протокол №11/ 25.04.2024)
Приета от КС (протокол №11/ 08.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:
Декан:
(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС”

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

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

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

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 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	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	165	-

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 фактори 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

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В КОНКУРЕНЦИЯТА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА	6	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	6	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 ОТРАСЪЛ ТЪРГОВИЯ		6	4	
3.1.	Граници на пазара и икономическия сектор, източници на конкуренция			
3.2.	Модели 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 омникалност			
ТЕМА 4. КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦИЯ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС		6	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		5	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 в търговията			
ТЕМА 6. КОНКУРЕНТНИ СТРАТЕГИИ		4	4	
6.1.	Базисни стратегии на бизнеса			
6.2.	Конкурентни стратегии в различни типове отрасли и ситуации			
6.3.	Конкурентни стратегии за лидеращи, догонващи и западащи фирми			
ТЕМА 7. ОСНОВНИ СТРАТЕГИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ		4	4	
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		4	4	
8.1.	Същност и характерни особености на конкурентната динамика			
8.2.	Предпоставки на модела „действие-отговор“			
ТЕМА 9. НАЦИОНАЛНИ И РЕГИОНАЛНИ АСПЕКТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА		4	2	
9.1.	Детерминанти на националните конкурентни предимства			
9.2.	Групиране на конкурентните индустрии – клъстър			
9.3.	Регионални аспекти на конкурентната среда на търговията в България			
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Електронен тест със смесени въпроси	2	40
1.2.	Решаване на казусна ситуация по зададен проблем	1	20
1.3.	Курсов проект (разработван за реален стопански субект или икономическа дейност)	1	45
Общо за семестриалното оценяване:		4	105
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест със смесени въпроси и казус)	1	60
Общо за сесийното оценяване:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		5	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

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

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. 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).
2. 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.
3. 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.
4. 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.

¹ 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.

5. 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.
6. Минков, И. и Иванов, Ц. (2018) Конкурентното разузнаване 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).
7. Закон за защита на конкуренцията, 2008, изм. и доп. ДВ. бр.56 от 24 Юли 2015г.
8. Мокроносов, 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)
9. Тарануха, Ю. (2012) Конкуренция: Система и процес. Москва: Дело и Сервис.
10. 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
11. 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.
12. 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.
13. 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.
14. 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).
15. 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.
16. Huggins R., H. Izushi, D. Prokop and P. Thompson. The Global Competitiveness of Region. Centre of International Competitiveness, 2013.
17. 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)
18. 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/2024