

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“

Приета от ФС (протокол №12/29.04.2024 г.)

Приета от КС (протокол №10/16.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „БИЗНЕС МОДЕЛИ ЗА ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ ”

ЗА СПЕЦ: „Мениджмънт“ ; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5

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 Д. Серафимова)

2.
(доц. д-р Р. Иванова)

Ръководител катедра:
„Управление и администрация“ (доц. д-р Д. Серафимова)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината "Бизнес модели за дигитална трансформация" е предназначена за специалност "Мениджмънт" на Икономически Университет – Варна. В съответствие с мястото ѝ в учебния план на специалността, нейната цел е да разшири теоретичните знания на студентите относно съвременните модели за управление на трансформационните процеси и оптимизиране на бизнес процесите в компаниите в условия на дигитална трансформация.

Основното предназначение на дисциплината е студентите да получат специализирани управленски знания за класическите и съвременните постановки относно създаването и модифицирането на бизнес моделите на компаниите. Акцентът се поставя върху ролята на дигиталните трансформации и глобализацията, пораждащи необходимостта от разработването на нови или усъвършенстването на съществуващи модели на организациите.

Въпросите за същността и видовете бизнес модели, използвани от съвременните компании, тяхната трансформация във времето и приложението им, се характеризират с интердисциплинарност. В международната практика те се изучават в академични дисциплини като „Стратегическо управление“, „Организационно проектиране“ и „Операционен мениджмънт“. Поради факта, че първите две дисциплини се изучават от студентите в специалност „Мениджмънт“ на ИУ-Варна, в настоящия курс се представят класическите разбирания за Операционен мениджмънт на компаниите, както и съвременните му приложения в дигитална бизнес среда. В резултат на което студентите получават конкретни знания и умения за дейностите по агрегатно и календарно планиране на операциите, като ги обвързват с процесите на бизнес моделиране и управление веригата на доставките, запознават се с конкретни техники за графично и математическо моделиране на процеси, генериране на оптимален работен график и др.

Студентите могат да прилагат усвоените знания и умения от тази дисциплина в практическата си работа по проектиране на нови бизнес модели или усъвършенстването на съществуващи такива в организациите, тяхното нагледно и ясно описание чрез разнообразни методи и техники, планиране и контролиране на дейността на производствени и непроизводствени организации, изработването на календарни графици и визуалното им представяне чрез различни подходящи техники – линейни и мрежови графици, вкл. използването на специализиран софтуер.

В хода на обучение се прилагат и развиват следните ключови компетентности, съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2018 г.: цифрова и предприемаческа.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
1.	Дигитална трансформация на бизнеса – същност, роля и основни понятия	5	3	
1.1.	Развитие на идеите за дигитална трансформация на бизнеса и основни понятия – дигитализация, дигитална среда, дигитална трансформация, дигитален бизнес, дигитална икономика, дигитална стратегия, дигитално лидерство	2	1	
1.2	Същност и характеристика на дигиталната среда на бизнеса	1	1	
1.3	Причини за дигитална трансформация на бизнеса	1	½	

1.4	Ползи от дигиталната трансформация на бизнеса	1	½	
2. Иновации и дигитална трансформация в бизнеса		3	3	
2.1	Същност на иновациите	1	1	
2.2	Разрушителна иновация (Disruptive innovation) – значение и характеристика	1	1	
2.3	Иновационни рискове	1	1	
3. Нови технологии, пораждащи дигиталната трансформация		5	3	
3.1	Облачни технологии (Cloud-базирани платформи)	1	½	
3.2	Интернет на нещата (IoT)	1	½	
3.3	Бизнес разузнаване/Бизнес анализ (Business intelligence)	1	½	
3.4	Изкуствен интелект (Artificial Intelligence) и машинно самообучение	1	½	
3.5	Добавена и виртуална реалност, чатботове, блокчейн, роботика и др.	1	1	
4. Бизнес модел и бизнес моделиране		3	3	
4.1	Развитие на идеите за създаване и описание на бизнес модела на организациите	1	1	
4.2	Процесът на бизнес моделиране	1	1	
4.3	Интердисциплинарност на концепцията за „бизнес моделиране“ – взаимовръзка с дисциплините „Стратегически мениджмънт“, „Организационно проектиране“ и „Операционен мениджмънт“.	1	1	
5. Бизнес моделиране и Операционен мениджмънт на компаниите		4	4	
5.1	Класически разбирания за Операционен мениджмънт на компаниите	2	2	
5.2	Операционен мениджмънт в дигитална бизнес среда	2	2	
6. Дигитални трансформации на бизнеса и модификации в бизнес моделите на организациите		4	2	
6.1	Роля на дигиталната трансформация за оптимизиране на бизнес процесите в компаниите	2	1	
6.2	Преход от традиционни към дигитални бизнес модели	2	1	
7. Методологии за описание на бизнес модела на организацията		6	3	
7.1	Canvas-методологии – Business Model Canvas, Lean Startup Canvas, Value Proposition Canvas	3	2	
7.2	Методологии за описание на дигитални бизнес модели – St. Gallen Business Model Navigator: Magic Triangle; Value Design Model; DNA Model	3	1	
8. Описание на бизнес модела на организациите чрез „канава на бизнес модела“, разработена от А. Остервалдер		5	2	
8.1	Същност	2	1	
8.2	Елементи и етапи при разработване	3	1	
9. Класификации на видовете бизнес модели		6	4	
9.1	Традиционни бизнес модели	1	1	

9.2	Дигитални бизнес модели	1	1	
9.3	Изграждане на платформи като вид бизнес модел на организациите	2	1	
9.4	Избор между традиционни бизнес модели или бизнес модели тип „платформа“	2	1	
10. Бизнес моделиране и верига на стойността		4	3	
10.1	Взаимовръзка между дигиталната трансформация на бизнеса и верига на стойността на компанията	2	1	
10.2	Техники за предефиниране на фирмената верига на стойността	2	2	
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Казуси	2	50
1.2.	Курсова работа	1	50
1.3.	Контролни тестове	1	30
Общо за семестриалното оценяване:		4	130
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест)	1	35
Общо за сесийното оценяване:		1	35
Общо за всички форми на контрол:		7	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

- Недялков, А. и др. (2020). Процеси на дигитализация в системата за управление на организацията. Русе: РУ „А. Кънчев. (<https://www.researchgate.net/publication/346670219>)
- Павлов, П. и др. (2020). Дигитализация на бизнес процеси в строителството и логистиката. Варна: Монографична библиотека „Знание и бизнес“, книга 8

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

- Павлов, Д. (2011) Бизнес моделът – елемент на система от управленски инструменти, Русе: изд. „А Груп“
- Серафимова, Д. (2023). Мениджмънт. Варна: Наука и икономика [девета глава от учебника: „Дигитализация и бизнес модели на организациите“, стр. 185-202].

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.

3. Славова, М. (2016) Дигитална трансформация на бизнеса. Икономически и социални алтернативи, бр. 4, 2016, с. 142-149
4. Шопов, А. (2017) Дигитална трансформация на бизнеса. On-line списание „Твоят бизнес“ (www. Tbmagazine.net)
5. Aagaard, Annabeth (2019) Digital Business Models: Driving Transformation and Innovation. Palgrave Macmillan (Springer International Publishing AG)
6. Baumers, M., Dominy, J., (2022). Practical Management for the Digital Age. An Introduction to Engineers, Scientists, and Other Disciplines. CRC Press, Taylor & Francis Group. Boca Raton, London, NY.
7. Berman, S. (2012) Digital transformation: Opportunities to create new business models. Strategy and Leadership 40 (2) · March 2012 DOI: 10.1108/10878571211209314
8. Gupta, S. (2018) Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts
9. Raskino, M. & Waller, G. (2015) Digital to the Core: Remastering Leadership for Your Industry, Your Enterprise, and Yourself. Gartner, Inc.
10. Rogers, D. (2016) The digital transformation playbook: rethink your business for the digital age. New York, Columbia University Press
11. Stampfl, Georg. (2016) The Process of Business Model Innovation: An Empirical Exploration. Springer Gabler (Springer Fachmedien Wiesbaden 2016)
12. Steiber, A., (2018). Management in the Digital age: Will China Surpass Silicon Valley? Springer. Cham, Switzerland
13. Osterwalder, A. (2004). The business model ontology: A proposition in a design science approach. (PhD Thesis). Lausanne: University of Lausanne
14. Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey