

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „БИЗНЕС, ИНВЕСТИЦИИ, НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“

Приета от ФС протокол № 11/ 25.04.2024 г.
Приета от КС протокол № 11/ 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: „ФИРМЕНА КУЛТУРА”

ЗА СПЕЦ: „Бизнес икономика“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

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 Илиан Минков)
2.
(гл. ас. д-р Моника Михайлова)

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

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Фирмена култура” се основава на задълбочаващата се значимост на човешкия фактор за фирмата и нейното развитие в съвременните условия на конкуренция. Обект на изучаване са установените формални и неформални взаимоотношения между различните категории персонал в организацията и тяхното отражение върху пазарното поведение на фирмата и ефективността от функционирането ѝ.

В дисциплината се проследява създаването и утвърждаването на фирмената култура, промяната ѝ при обективно възникнала необходимост от средата и изграждането на пазарно ориентирано и социално отговорно организационно поведение. В тази връзка, от една страна се разглеждат базовите въпроси за същността, проявленията и функциите на фирмената култура, както и факторите влияещи върху развитието ѝ. От друга страна се засягат практико-приложните проблеми на управлението на фирмената култура, в т.ч. начините за оценяване на съществуващото равнище на културата и механизмите за промяната ѝ при несъответствие с желаните културни параметри.

Получените знания и умения по дисциплината могат да се приложат при заемане на мениджърски позиции на всички равнища в организационно-управленската йерархия в следните аспекти:

- диагностика и оценка на съществуващата фирмена култура;
- разкриване и анализ на фирмените субкултури и влиянието им върху общата фирмена култура;
- изграждане на наставнически способности и лидерски умения за усъвършенстване на фирмената култура;
- разработване на план за промяна и усъвършенстване на фирмената култура и др.

Проблемите по дисциплината са от интердисциплинарен характер и разглеждането им спомага за разширяване на знанията и уменията, получени при изучаването на дисциплини, свързани със стратегическото управление и управление на човешките ресурси в организацията.

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. Способност за създаване на презентации, търсене и намиране на релевантна информация и създаване на масиви от данни.
- Предприемаческа компетентност – група 7. Способност за критично мислене, управленски умения и умения за работа в екип. Създаване на отговорност и социална ангажираност.
- Компетентност за културна осведоменост и изява – група 8. Способност за адаптивност при работа с лица от различни култури. Способност за разбиране и регулиране на личните емоции, мисли и поведение, включително стрес.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	ТЕМА 1. СЪЩНОСТ И ОСОБЕНОСТИ НА ФИРМЕНАТА КУЛТУРА	8	8	
1.1.	Произход, характерни черти и функции на фирмената култура			
1.2.	Елементи на фирмената култура			

1.3.	Фирмени субкултури			
ТЕМА 2. ТИПОВЕ ФИРМЕНА КУЛТУРА		5	5	
2.1.	Класификации, основани на един признак за типологизиране			
2.2.	Класификации, на базата на емпирични изследвания			
ТЕМА 3. РОЛЯ И МЯСТО НА ФИРМЕНАТА КУЛТУРА В УПРАВЛЕНИЕТО НА ОРГАНИЗАЦИЯТА		4	4	
3.1.	Влияние на фирмената култура върху мениджърските решения			
3.2.	Фирмената култура – инструмент за осъществяване на организационна промяна и развитие			
ТЕМА 4. ФИРМЕНА КУЛТУРА И СТРАТЕГИЯ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА		4	4	
4.1.	Фирмената култура в стратегическото планиране на организацията			
4.2.	Влияние на стратегията върху фирмената култура			
4.3.	Изграждане на „адаптивна” фирмена култура			
ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ И ПРОМЯНА НА ФИРМЕНАТА КУЛТУРА		4	4	
5.1.	Етапи на промяната на фирмената култура			
5.2.	Изследване и оценка на съществуващата фирмена култура			
ТЕМА 6. МЕХАНИЗМИ ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ФИРМЕНАТА КУЛТУРА		5	5	
6.1.	Механизми за усъвършенстване на фирмените ценности			
6.2.	Вербални проявления на фирмената култура – механизми за усъвършенстване			
6.3.	Поведенчески проявления на фирмената култура – механизми за усъвършенстване			
6.4.	Символни проявления на фирмената култура – механизми за усъвършенстване			
6.5.	Управленски (административни) проявления на фирмената култура – механизми за усъвършенстване			
6.6.	Фирмената култура във връзка с осъществяването на организационно развитие – механизми за усъвършенстване			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест	2	40
1.2.	Работа по казуси	2	20
1.3.	Самостоятелна работа по предварително зададена тема	1	30
Общо за семестриалното оценяване:		5	90
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест)	1	30
Общо за сесийното оценяване:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		6	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Минков, И. (2009) Управление на фирмената култура. Варна: „Наука и икономика”.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Димитров, К., Иванов, И. и М. Гешков. (2018) Прокламираната фирмена култура във виртуалното пространство - тенденции и предизвикателства. София: Изд. комплекс - УНСС.
2. Димитров, К. (2012) Фирмена култура. София: Изд. комплекс - УНСС.
3. Димитрова, Я. (2012) Корпоративната култура като конкурентно предимство. София: Акад. издателство "Проф. Марин Дринов".
4. Емилова, Е. (2012) Възможности за управление на организационната култура. Свищов: Изд. на СА.
5. Минков, И., Златева, Д. (2022) Опубличена организационна култура на висшите училища в България - значимост и проявления, Годишник на Икономически университет - Варна, Варна: Наука и икономика, 92, 73-114.
6. Минков, И. (2022) Характеристики на публикуваната в интернет фирмена култура в съвременната бизнес среда, Човешки ресурси & технологии = HR & Technologies, Варна: Сдружение "Креативно пространство", 1, 18-29.
7. Паунов, М. (1996) Организационна култура. София: СД Дино-ИМ.