

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

Приета от ФС (протокол №/ дата): №9/ 23.04.2020 г.

Приета от КС (протокол №/ дата): №6/ 25.02.2020 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ“;

ЗА СПЕЦ: „Бизнес икономика“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5;

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 Виолета Димитрова)

2.
(гл. ас. д-р Юлия Христова)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на търговията“ (доц. д-р Виолета Димитрова)

I. АНОТАЦИЯ

Нарастващата интензивност на конкуренцията определя актуалността и значимостта на проблемите свързани с изграждането и поддържането на конкурентоспособността на бизнеса. Учебната дисциплина формира знания относно изследването на конкурентната среда – бариерите за навлизане и излизане от бизнеса, изграждането и поддържането на конкурентни предимства, избора на конкурентни стратегии, позиционирането и препозиционирането на фирмата и конкретен бизнес на пазара, конкурентната динамика.

Обучението по дисциплината разширява знанията на студентите по икономика, маркетинг, мениджмънт и предприемачество и обогатява техните аналитични способности. Студентите придобиват умения за реална оценка на конкурентните позиции на фирмата на съответен пазар, изработването на стратегически и тактически решения за повишаване и поддържане конкурентоспособността на бизнеса, регионална и националната икономика.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1: ВЪВЕДЕНИЕ В КОНКУРЕНЦИЯТА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА		4	4	
1.1	Същност и основни теории за конкуренцията			
1.2	Видове конкуренция			
1.3	Конкурентоспособност – същност и равнища на изследване			
ТЕМА 2: РЕГУЛИРАНЕ НА КОНКУРЕНЦИЯТА		4	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 ПАЗАРА		4	4	
3.1	Граници на пазара и източници на конкуренция			
3.2	Модели за анализ на конкурентната структура на пазара			
3.3	Методика за определяне положението на фирмата на съответния пазар			
ТЕМА 4: ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТНАТА ПОЗИЦИЯ		4	4	
4.1	Дефиниране на конкурентната позиция			
4.2	Модели за мениджърска оценка на конкурентната позиция			
4.3	Модели за потребителска оценка на конкурентната пози-			

	ция			
4.4	Компоненти на конкурентния анализ			
ТЕМА 5: КОНКУРЕНТНИ ПРЕДИМСТВА		4	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			
ТЕМА 6: КОНКУРЕНТНИ СТРАТЕГИИ		4	4	
6.1	Същност и видове стратегии			
6.2	Базисни стратегии на бизнеса			
6.3	Конкурентни стратегии в различни типове отрасли и ситуации			
6.4	Конкурентни стратегии за лидеращи, догонващи и западащи фирми			
ТЕМА 7: СТРАТЕГИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ		2	2	
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		2	2	
8.1	Същност и характерни особености на конкурентната динамика			
8.2	Предпоставки на модела „действие-отговор“			
8.3	Видове конкурентни действия			
ТЕМА 9. НАЦИОНАЛНИ И РЕГИОНАЛНИ АСПЕКТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА		2	2	
9.1	Детерминанти на националните конкурентни предимства			
9.2	Групиране на конкурентните индустрии - клъстъри			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

No. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест със смесени въпроси и казус	2	40
1.2.	Курсов проект	1	40
Общо за семестриален контрол:		3	80
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест) - писмен тест и казус	1	40
Общо за сесиен контрол:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

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

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

4. Димитрова, В. Влияние на дигитализацията върху конкуренцията в търговията на дребно в България. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, 7, 2018, 1, 5 - 13. Димитрова, В. Конкурентно поведение в условията на омниканална търговия. Омниканална търговия и иновации: Сборник доклади, София: Издателски комплекс УНСС, 2016, с. 15 - 21.
5. Димитрова, В. 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, 2016, с.15-21.
6. Мокроносов, А. Конкуренция и конкурентоспособност. Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. Достъпен на: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28814/1/978-5-7996-1098-2_2014.pdf> (19.02.2020).
7. Стойнев, И. Правен режим за защита на конкуренцията в ЕС, том I, Антикартелно право, София: Сиела, 2018.
8. Христова, Ю. Дигитални технологии разтърсват конкурентната структура на търговията на дребно. Търговия 4.0 – наука, практика и образование: Сборник доклади, Варна: Наука и икономика, 2018, с.215-225
9. Христова, Ю. 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, 2016, с. 61-68.
10. Dimitrova, V. Gross Margin and Buyer Power in Bulgarian Food Retailing. Economic Studies = Икономически изследвания, Sofia : Bulgarian Academy of Science, Year 26, 2017, Iss. 6, 172 - 189.
11. Dimitrova, V., Hristova, Y., Dushkova, M. 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, 2018, 1.5, 161 - 168.
12. Hristova, Y. Bulgarian Passenger Car Market: Dynamics and Perspectives. 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts : SGEM 2018 : Conference Proceedings, Sofia: STEF92 Technology Ltd., 5, 1.4, 2018, 61-68.
13. Hristova, Y. Dynamics in the competitive position of importers of new cars in Bulgaria. In The Sixth International Conference On New Innovations in Teaching and Management, 2016, p. 168-187.

Февруари 2020 г.