

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: „ПРОЕКТНИ ПРОУЧВАНИЯ И АНАЛИЗИ”

ЗА СПЕЦ: „Управление на проекти“; ОКС „магистър“ – задочно обучение

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

СЕМЕСТЪР: 9 за СНУ, 11 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 30 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:	
т.ч.	
• ЛЕКЦИИ	15
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	15
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	210

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева)

2.
(проф. д-р Юлиан Василев)

3.
(гл.ас. д-р Йордан Недев)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“ (доц. д-р Владимир Жечев)

12.02.25 PR

Ревизия 04/05.04.2023г

Стр. 1 от 5

I. АНОТАЦИЯ

Подготовката на проектни предложения и реализирането на проекти е свързано с изисквания за проучвателни и аналитични активности. Анализът на причините за отхвърляне на проектни предложения показва, че по-голямата част от причини за отказ за финансиране са свързани с невъзможността бенефициентите да подготвят подкрепена с аналитични и оценъчни аргументи проектна документация. Почти всички програми за финансиране на проекти в малкия и средния бизнес са свързани с разработването на бизнес-планове и маркетингови стратегии и планове. Това налага специалистите по управление на проекти да притежават значителни равнища на аналитични знания, умения и компетентности.

Целта на дисциплината е свързана с идентифицирането и надграждането на аналитичните знания, умения и компетентности на студентите, записали магистърската програма „Управление на проекти“.

Завършвайки този курс студентите ще бъдат способни да:

- анализират и оценяват макрообкръжаващата среда, свързана с проектното предложение по начин, който ще осигури успешното планиране и реализиране на проектното предложение;
- анализират и оценяват пазарните възможности за реализиране на проектното предложение;
- анализират и оценяват поведението на потребителите, свързани с планирането и реализирането на проектното предложение;
- анализират и оценяват снабдителните пазари, свързани с планирането и реализирането на проектното предложение;
- анализират и оценяват конкурентната позиция на организацията, свързана с планирането и реализирането на проектното предложение.

Курсът е изцяло практически ориентиран. Обучението се осъществява по иновативен начин – двама преподаватели водят едновременно всички занятия като по този начин се осигурява разглеждането на практическите ситуации от маркетингова гледна точка и от гледна точка на приложение на информационните технологии при осъществяване на проектни проучвания и анализи.

- В хода на обучението се използват следните софтуерни продукти и системи: MS Excel; XAMPP; Alyuda Neurointelligence; EasyNN; IBM SPSS; JASP; PSPP.

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

- Математическа компетентност – група 3;
- Цифрова компетентност – група 4;
- Гражданска компетентност – група 6;
- Предприемаческа компетентност – група 7.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	Тема I: Проектни проучвания и анализи – предназначение и разновидности	1	1	
1.	Видове проучвания при подаване и реализиране на проектно			

	предложение			
2.	Специфични проучвания при разработване на маркетингова стратегия – по изискванията на проектни програми			
3.	Специфични проучвания при разработване на бизнес план – по изискванията на проектни програми			
4.	Технологични решения при реализиране на проектни проучвания – лицензионни и с „отворен код“.			
Тема II: Анализ и оценка на пазарната среда		2	2	
1.	Обща философия на анализа на обкръжаващата среда			
2.	Обхват и съдържание на външната среда			
3.	Обхват и съдържание на вътрешната среда			
4.	Видове анализи на обкръжаващата среда – обща методологическа рамка			
Тема III: Особенности на проучвания на макрообкръжаваща среда		2	2	
1.	Идентифициране на сили и субекти от макрообкръжаваща среда			
2.	Набиране на данни за оценка и анализ на макрообкръжаваща среда			
3.	Извеждане на тенденции по фактори на макрообкръжаващата среда			
4.	Възможни технологични решения			
Тема IV: Особенности на проучвания на микрообкръжаваща среда – анализ и оценка на търсенето		2	2	
1.	Анализ и оценка на пазарното търсене			
2.	Анализ и оценка на клиентски предпочитания			
3.	Аналитични техники за прогнозиране на продажбите			
4.	Възможни технологични решения			
Тема V: Особенности на проучвания на микрообкръжаваща среда – анализ и оценка на снабдителните пазари		2	2	
1.	Анализ и оценка на доставчиците			
2.	Етапи при проучванията на снабдителните пазари			
3.	Софтуерни решения за създаване на масиви от данни за доставчиците			
4.	Технологични решения за анализ и визуализация на данни			
Тема VI: Особенности на проучвания на микрообкръжаваща среда – анализ и оценка на конкуренцията		2	2	
1.	Основни етапи при конкурентните проучвания			
2.	Особености при проучванията на снабдителните пазари			
3.	Аналитични техники за анализ и оценка на конкурентната среда – сравнителни анализи и портфейлни методи			
4.	Възможни технологични решения			
Тема VII: Проучвания при създаване на нови продукти		2	2	
1.	Видове проучвания			
2.	Етапи и действия на проучванията			
3.	Аналитични техники при разработване на нови продукти			
4.	Възможни технологични решения			
Тема VIII: Ценови проучвания и анализи		1	1	
1.	Етапи и действия на ценовите проучвания			
2.	Особености при набиране на данни			
3.	Аналитични техники в ценовите проучвания			
4.	Възможни технологични решения			

Тема IX: Проучвания и анализи на рекламни и комуникационни материали		1	1	
1.	Етапи и действия на комуникационните проучвания			
2.	Особености на проучванията в дигитална среда			
3.	Аналитични техники в комуникационните проучвания			
4.	Възможни технологични решения			
Общо:		15	15	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Казуси или практически задачи	1	50
1.2.	Индивидуални или групови задачи с практическа насоченост	1	50
1.3.	Презентация	1	20
Общо за семестриалното оценяване:		3	120
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (практическа задача)	1	90
Общо за сесийното оценяване:		1	90
Общо за всички форми на контрол:		4	210

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Василев Ю., Информационна логистика, Наука и икономика, Варна, 2010 г.;
2. Карлберг К., Бизнес анализ с Microsoft Excel, СофтПрес, 2003 г.;
3. Козлов А., Статистические функции MS Excel в экономико-статистических расчетах, Юнити, 2003 г.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Георгиева, Е., Е. Станимиров, Е. Тонкова, Маркетингови анализи, Варна: Наука и икономика, 2008, 252 с.
2. Желев, С., Маркетингови изследвания, София: УИ Стопанство, 2008, 482 с.
3. Кехайова, С. Благоева, Верики на доставките в българската практика, Годишник ИУ-Варна, т.80, 2008
4. Кехайова-Стойчева, М., Ю. Василев, „Формиране на нови умения в бъдещи търговци при откриване на скрити връзки от транзакционни данни., Ю. Василев, „Формиране на нови умения в бъдещи търговци при откриване на скрити връзки от транзакционни данни от ERP система“, Сборник доклади МНК „Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания, т. 3, Свищов, 2016, с. 42 - 48
5. Информационни технологии в управлението на бизнеса, сборник доклади, Наука и икономика, 2010 г.
6. Менеджмент процессов, под ред. Й. Беккера и др., Москва, 2008 г.

7. Реинжиниринг бизнес-процессов, под ред. А.О. Блинова, Москва, 2010 г.
8. Системи за управление на бизнеса в малки и средни предприятия, сборник доклади, Свищов, 2010 г.
9. О'лири Д., ERP системи: Современное планирование и управл. ресурсами предприятия, Москва, 2004 г.
10. Kehayova-Stoycheva, M., Vasilev, J. Developing a Household Sustainable Consumption Index Calculator – Marketing and IT Dimensions. TEM Journal - Technology, Education, Management, Informatics / Association for Information Communication Technology Education and Science, Novi Pazar, Serbia : UIKTEN-Assoc. for Inform. Communication Technology, 12, 2023, 4, 2101-2111.
11. Ketikidis P. H. , S.C.L. Koh, N. Dimitriadis , and M. Kehajova, “The use of information systems for logistics and supply chain management in South East Europe: Current status and future direction”, OMEGA – The International Journal of Management Science, v.36, issue 4, August 2008, pp. 592 – 599
12. Vasilev, J., Kehayova-Stoycheva, M. Sales analysis by the rectangle method. Leonardo Electronic Journal of Practices and Technologies, http://lejpt.academicdirect.org/A30/149_160.pdf, 2017, 2017, 30, 149-160.
13. Watt, A., Project Management, BC Campus, 2014, 265 p., <https://collection.bccampus.ca/textbooks/project-management-2nd-edition-bccampus-298>