

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

Приета от ФС (протокол №/ дата):

Приета от КС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(проф. д-р Ст. Маринов)

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“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 60 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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	180	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Д. Серафимова)

2.
(гл. ас. д-р Р. Иванова)

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

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.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	1. Дигитална трансформация на бизнеса – същност и основни понятия	3	3	
1.1.	Развитие на идеите за дигитална трансформация на бизнеса и основни понятия – дигитализация, дигитална среда, дигитална трансформация, дигитален бизнес	2	2	
1.2	Същност и характеристика на дигиталната среда на бизнеса	1	1	
	2. Роля на дигиталната трансформация в бизнеса	3	3	
2.1	Причини за дигитална трансформация на бизнеса	2	2	
2.2	Ползи от дигиталната трансформация на бизнеса	1	1	
	3. Нови технологии, пораждащи дигиталната трансформа-	4	4	

ция				
3.1	Облачни технологии (Cloud-базирани платформи)	1	1	
3.2	Интернет на нещата (IoT)	1	1	
3.3	Бизнес разузнаване/Бизнес анализ (Business intelligence)	1	1	
3.4	Изкуствен интелект (Artificial Intelligence) и машинно самообучение	½	½	
3.5	Добавена и виртуална реалност	½	½	
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		2	2	
6.1	Роля на дигиталната трансформация за оптимизиране на бизнес процесите в компаниите	1	1	
6.2	Преход от традиционни към дигитални бизнес модели	1	1	
7. Методологии за описание на бизнес модела на организацията		3	3	
7.1	Canvas-методологии – Business Model Canvas, Lean Startup Canvas, Value Proposition Canvas	2	2	
7.2	Методологии за описание на дигитални бизнес модели – St. Gallen Business Model Navigator: Magic Triangle; Value Design Model; DNA Model	1	1	
8. Описание на бизнес модела на организациите чрез „Канава на бизнес модела“, разработена от А. Остервалдер		2	2	
8.1	Същност	1	1	
8.2	Елементи	1	1	
9. Класификации на видовете бизнес модели		4	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	1	1	
9.4	Избор между традиционни бизнес модели или бизнес модели тип „Платформа“	1	1	
10. Бизнес моделиране и верига на стойността		2	2	
10.1	Взаимовръзка между дигиталната трансформация на бизнеса и	1	1	

	верига на стойността на компанията			
10.2	Техники за предефиниране на фирмената верига на стойността	1	1	
	Общо:	30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсова работа по предварително зададена тема	1	30
1.2.	Казуси и задачи	3	60
1.3.	Контролни работи	2	30
1.4.			
Общо за семестриален контрол:		6	120
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит – тест с отворени и затворени въпроси	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		7	180

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Павлов, Д. (2017) Бизнес моделът – елемент на система от управленски инструменти, Русе: изд. „А Груп“
2. Славова, М. (2016) Дигитална трансформация на бизнеса. Икономически и социални алтернативи, бр. 4, 2016, с. 142-149

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Гайдаров, И. (2018) Think Digital: Три основни фактора за успешна дигитална трансформация. Сп. Computer World, (www.computerworld.bg)
2. Иванова, М. (2017) „Дигитална трансформация 4.0“: Какви ползи носи дигитализацията на бизнеса. Списание “Enterprise” (<https://enterprise.bg>)
3. Иванова, М. (2019) Дигитализацията може да допринесе с още 8 млрд. евро към БВП на България. Списание “Enterprise” (<https://enterprise.bg>)
4. Маринов, К. и др. (2015) Дигитално управление на общините в България. София: Институт за икономическа политика (http://www.epi-bg.org/images/egov/Working_Bulletin.pdf)
5. Шопов, А. (2017) Дигитална трансформация на бизнеса. On-line списание „Твоят бизнес“ (www.Tbmagazine.net)
6. Aagaard, Annabeth (2019) Digital Business Models: Driving Transformation and Innovation. Palgrave Macmillan (Springer International Publishing AG)
7. Afuah, Allan & Christopher L. Tucci (2003) Internet Business Models and Strategies: Text and Cases. Second Ed. The McGraw–Hill Companies
8. Berman, S. (2012) Digital transformation: Opportunities to create new business models. Strategy and Leadership 40 (2) · March 2012 DOI: 10.1108/10878571211209314
9. Gupta, S. (2018) Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts
10. Raskino, M. & Waller, G. (2015) Digital to the Core: Remastering Leadership for Your Industry, Your Enterprise, and Yourself. Gartner, Inc.
11. Rogers, D. (2016) The digital transformation playbook: rethink your business for the digital age. New York, Columbia University Press
12. Stampfl, Georg. (2016) The Process of Business Model Innovation: An Empirical Exploration. Springer Gabler (Springer Fachmedien Wiesbaden 2016)