

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: „КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ“
ЗА СПЕЦ: „Бизнес икономика“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4
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 и услугите“ (доц. д-р Михал Стоянов)

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, изграждането и поддържането на конкурентни предимства, избора на конкурентни стратегии, позиционирането и препозиционирането на фирмата и конкретен бизнес на пазара.

Обучението по дисциплината разширява знанията на студентите по икономика, маркетинг, мениджмънт и предприемачество, 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.

Дисциплината съдейства за формиране на следните ключови компетентности:

- **математическа** – обогатява аналитичните способности на студентите за извършване на конкурентен анализ, определяне на бариерите за навлизане и излизане от търговския бизнес, оценка на договорната сила при преговори с доставчици и клиенти, оценка на конкурентните позиции на търговския бизнес на съответен пазар; използването и анализирането на различни формули и показатели, комуникация и защита на курсови проекти.

- **предприемаческа** – развитие на стратегическото мислене, способност за решаване на проблеми, изработване и вземане на стратегически и тактически решения за повишаване и поддържане на конкурентоспособността на търговския бизнес, анализ на ключови икономически показатели за измерване на конкурентоспособността, изграждане на умения за самостоятелна и екипна работа.

- **цифрова компетентност** – умело, критично и отговорно ползване на цифровите технологии с цел създаване на презентации и обработка на цифрови данни с помощта на статистически софтуер

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 характерни особености на конкуренцията			
1.2.	Видове конкуренция			
1.3.	Конкурентоспособност – същност и равнища на изследване			
	ТЕМА 2: ДЪРЖАВНО 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 ОТРАСЪЛА		4	4	
3.1.	Граници на отрасъла и източници на конкуренция			
3.2.	Модел за анализ на конкурентната структура на отрасъла			
3.3.	Методика за определяне положението на фирмата на съответния пазар			
ТЕМА 4: КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦИЯ НА ФИРМАТА		4	4	
4.1.	Дефиниране на конкурентната позиция			
4.2.	Модел за мениджърска оценка на конкурентната позиция			
4.3.	Модел за потребителска оценка на конкурентната позиция			
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 лидери, 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 - клъстери			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест със смесени въпроси	2	30
1.2.	Казус	1	10
1.3.	Курсов проект	1	40
Общо за семестриалното оценяване:		4	80
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (писмен тест и казус)	1	40
Общо за сесийното оценяване:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		5	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

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

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Димитрова, В. и др. (2021) Влияние на дигитализацията на търговията върху икономическото развитие на България и регионите. Варна : Наука и икономика, 254. - (Библ. Цани Калянджиев ; Кн. 17).
2. Димитрова, В. (2021) Дигитализация и производителност на ритейл сектора в България. Научни трудове. Университет за национално и световно стопанство, София : Изд. комплекс УНСС, 2, 233-245.
3. Димитрова, В. (2018) Влияние на дигитализацията върху конкуренцията в търговията на дребно в България. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, 7, 1, 5 - 13.
4. Димитрова, В. (2016) Търговските марки на веригите за търговия на дребно – средство за вертикална конкуренция. // Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. // Сб. с докл. от кръгла маса „Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“, С.А. “Д.Ценов” - Свищов, Свищов: Академично изд. “Ценов“, с.82-86.
5. Димитрова, В. (2016) 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, с.15-21.
6. Закон за защита на конкуренцията (2008) изм. и доп. ДВ. бр.56 от 24 Юли 2015г.

7. Мокроносов, А. (2014) Конкуренция и конкурентоспособность. Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та. Достъпен на: <[c.http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28814/1/978-5-7996-1098-2_2014.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28814/1/978-5-7996-1098-2_2014.pdf)> (10.03.2024)
8. Тарануха, Ю. (2012) Конкуренция: Система и процес. Москва: Дело и Сервис.
9. Христова, Ю. (2016) 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, с. 61-68
10. Dimitrova, V. (2020) E-commerce and Competitiveness of the Bulgarian Trade Sector. Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, Varna : Union of Scientists - Varna, 9, 3, 3 - 11.
11. Dimitrova, V., Hristova, Y., Dushkova, M. (2018) 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, 1.5, 161 - 168.
12. Huggins R., et al. (2013) The Global Competitiveness of Region. Centre of International Competitiveness.
11. European Commission. (2023) Long-term competitiveness of the EU: looking beyond 2030. Brussels, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_1668 (10.03.2024).
13. Srivastava, M., et al. (2013) Building a Sustainable Competitive Advantage //Technol. Manag. Innov. Volume 8, Issue 2. Достъпен на: <<https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000200004>> (10.03.2024)
13. Grabowska, S., Saniuk, S. (2022) Assessment of the competitiveness and effectiveness of an open business model in the industry 4.0 environment, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, ISSN 2199-8531, MDPI, Basel, Vol. 8, Iss. 1, pp. 1-16, <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/274359/1/joitmc-08-00057.pdf> (10.03.2024).

ВД/ЮХ/2024