

Факултет: ФАКУЛТЕТ ПО ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И МЕНИДЖМЪНТ
Катедра: МЕНИДЖМЪНТ В СЪОБЩЕНИЯТА
Професионално направление: 3.7 АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
Специалност: УПРАВЛЕНИЕ НА УСЛУГИ
Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР

ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

1. Наименование на курса: БИЗНЕС АНАЛИЗИ
2. Код на курса: 24.1.3.0.14
3. Вид на курса: *задължителен*
4. Ниво: *магистър*
5. Година на изучаване: *втора*
6. Семестър: *трети*
7. Брой кредити: 6
8. Име на лектора: *проф. д-р Миглена Темелкова*
9. Резултати от обучението за дисциплината:

Целта на курса е да дадат на студентите в систематизиран вид основни познания в областта на бизнес анализа на стопанската дейност на икономическите субекти, да се обогати техния понятийен апарат и аналитичен инструментариум и да се надградят техните практически способности за анализ на реални икономически процеси.

Основни знания за характеристиките, методите и възможностите на стратегическите, оперативните, оцените и ситуационите анализи; понятийния апарат, свързан с аналитичната дейност във фирмата; факторите, подлежащи на аналитична дейност и определящи динамиката на глобалната икономическа среда; анализа на възможностите за бърза и адекватна бизнес реакция в динамично променяща се бизнес среда.

Практическите умения, които студентите следва да придобият и развият по време на курса са свързани с прилагането на аналитичния инструментариум за постигане на гъвкаво и адаптивно управление, както и с изграждане на способности за: анализ на планирана бизнес идея, дейност, процес, операция; анализ на прогнозираните бизнес показатели; аналитичност при оценяване на влиянието и въздействието на вътрешните и външните фактори на средата; анализ на формирания набор от управленски алтернативи.

Компетенции: След приключване на курса студентите, успешно завършили курса, трябва да са усвоили теоретичните и практически възможности на бизнес анализирането на стратегическо, оперативно, процесно и ситуационно ниво като дейност, улесняваща мениджмънта във фирмата.

10. Начин на преподаване:

Начинът на преподаване е в лекционна форма, казуси и практически задачи.

11. Предварителни изисквания:

Студентите следва да имат задълбочени познания в областта на мениджмънта, маркетинга, планирането и прогнозирането на финансовите потоци, предприемачеството. От значение са знанията придобити по дисциплините основи на управлението, основи на маркетинга, икономика на съобщенията, бизнес статистика, планиране и анализ на стопанската дейност, счетоводство на предприятието”.

12. Съдържание на курса:

Същност на стратегическия анализ, инструменти използвани за анализ и оценка на външната среда на бизнес организацията, инструменти, използвани за анализ и оценка на вътрешната среда на бизнес организацията, стратегическа карта и балансирана оценъчна карта, анализ на стратегическите комплексни системи в бизнес организацията, същност на оперативния анализ, оперативен анализ на трансформационния процес и на печалбата, анализ на финансово-производствените показатели, анализ базиран на оперативно моделиране, екстраполация, аналогия, същност на анализа на бизнес процесите, схема на Браун за измерване на процесите, модели на Деминг, Шухарт, Джуран, Тагучи и Ишикава за анализ на процесно ниво.

13. Библиография:

Основна литература:

1. Портър, М. Конкурентна стратегия: Техники за анализ на индустрии и конкуренти. Класика и стил. 2010.
2. Темелкова, М. Контролинг в производствената организация – сборник с тестове. Колор принт. Варна, 2010.
3. Темелкова, М. Оптимизация на производствената организация в условията на криза. ВСУ Черноризец Храбър. 2010.
4. Темелкова, М. Контролинг в производствената организация. Колор принт. Варна, 2010.
5. Темелкова, М. Семинарна тетрадка по контролинг. Колор принт. Варна, 2011.
6. Тодоров, Л. Съвременни модели за оценка на бизнеса. Нова звезда. 2014.
7. Gertsbach, P. Basiswissen Business-Analyse: Probleme lösen, Chancen nutzen. Redline Verlag. 2015.

Допълнителна литература:

1. Guenter, T. Die PEST-Analyse als effektives Instrument des strategischen Managements Taschenbuch. Grin Verlag. 2016.
2. Hruschka, P. Business Analysis und Requirements Engineering: Produkte und Prozesse nachhaltig verbessern. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. 2014.
3. Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R. Strategisches Management - Eine Einführung: Analyse, Entscheidung und Umsetzung. Pearson Studium. München, 2011.
4. Oelker, S. Die SWOT-Analyse als Instrument des strategischen Managements in sozialen Einrichtungen. Grin Verlag. 2013. PMI (2013). Practice Standard for Work Breakdown Structure. Project Management Institute.

14. Методи и критерии на оценяване:

Изпитът се провежда под формата на тест върху теоретичния материал и степента на завършеност на аналитичната дейност, изисквана в петте разработвани през семестъра проекта, като под внимание се взема и активността на студентите по време на самия обучителен процес през семестъра. Тежестта на оценяването е както следва: Оценяване в процеса на обучение - разработени пет проекта през семестъра – носи 50% тежест в крайната оценка; Теоретичен тест от 20 въпроса с продължителност 40 минути – носи 50% тежест в крайната оценка, като се отчитат верните отговори и се показват правилните при сгрешените въпроси. Оценяването на резултатите става по зададени предварително критерии (до 50% верни отговори – Слаб 2; до 70% верни отговори – Среден 3; до 80% верни отговори – Добър 4; до 90% верни отговори – Много добър 5 и над 91% - Отличен 6.).

15. Език на преподаване: *български*