

**СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВЕТИ КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”**

**СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ  
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПО ОТРАСЛИ**

---

**ПРОГРАМА ЗА КАНДИДАТ-ДОКТОРАНТСКИ ИЗПИТ**

**ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПО ОТРАСЛИ**

**Шифър – 05.02.18.**

**Част I – Икономика и управление в енергетиката, инфраструктурата и комуналните услуги**

1. Икономика на инфраструктурата и мрежовите индустрии. Значение на енергетиката, инфраструктурата и комуналните услуги за националната икономика.
2. Дефиниция на естествен монопол и регулирани услуги. Видове естествени монополи и услуги от обществен интерес.
3. Анализ на актуалното състояние на енергетиката, инфраструктурата и комуналните услуги в България.
4. Роли и отговорности на заинтересованите и балансиращите страни в енергетиката, инфраструктурата и комуналните услуги. Публично-частни партньорства.
5. Пазарни модели и структура на пазарите в енергетиката и комуналните услуги. Приватизация, реструктуриране и либерализация.
6. Ценообразуване при конкурентни пазари на електроенергия. Двустранни договори и енергийни борси.
7. Сигурност на енергийните доставки. Основни източници на енерго-ресурси за България и ЕС. Методи за подобряване сигурността на доставките.
8. Влияние на световните цени на петрола върху производствените и потребителските цени в националните икономики.
9. Управление на човешките ресурси в енергетиката, инфраструктурата и комуналните услуги.
10. От естествен монопол към пазарни отношения. Маркетинг мениджмънт в енергетиката и комуналните услуги.
11. Customer Relationship Management. Основните фактори за успех и възвращаемост на инвестициите в CRM. Основни елементи на CRM стратегията.
12. Управление на физическите активи в капиталоемките индустрии. Планиране на инвестициите и разходите за поддръжка на активи.
13. Създаване на географски информационни системи (ГИС) в инфраструктурните предприятия. Роля на пространствената информация. Оценка на информацията.
14. Въведение в проектното финансиране. Методология и инструменти. Области на приложение.
15. Корпоративна социална отговорност и принципи на устойчивото развитие в енергетиката, инфраструктурата и комуналните услуги.

## ЛИТЕРАТУРА

- ◆ Markets, Pricing, and Deregulation of Utilities – Michael A. Crew – 2002
- ◆ Regulation of Network Utilities: The European Experience – Claude. Henry, Michel (EDT) Matheu, Alain (EDT) Jeunemaitre - Social Science – 2001
- ◆ Reinventing Electric Utilities: competition, citizen action, and clean power – Ed Smeloff, Peter Asmus – 1996
- ◆ Understanding Electric Utilities and De-Regulation – Lorrin Philipson, H. Lee – 1998
- ◆ H.Bierman, L. Fernandez, Game theory with Economic Applications, Addison-Wesley Publishing Company, USA, 1998.
- ◆ Robert Gibbons, Game theory for applied economists, Princeton University Press, 1992.
- ◆ F. Vega-Redondo, Economics and the Theory of Games, Cambridge University Press, 2003.
- ◆ Nevitt, Peter K. and Frank Fabozzi, Project Financing, 6th Edition, Euromoney Publications, London, 1996
- ◆ Beenhakker, Henri L., Risk Management in Project Finance and Implementation, Quorum Books, Westport, Connecticut, 1997
- ◆ Guidelines for Infrastructure Development through Build-Operate-Transfer (BOT) Projects, UNIDO, Vienna, 1996
- ◆ Levy, Sidney M., Build, Operate, Transfer, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1996
- ◆ Lynch, Penelope, A Practical Introduction to Financial Modeling for Project Finance, Euromoney Publications & DC Gardner Workbook, London, 1997

## Част II. Икономика и управление на сгради и съоръжения

1. Същност на фасилити мениджмънта
2. Организиране на отдел фасилити мениджмънт. Лидерство.
3. Стратегическо и годишно планиране.
4. Финансов мениджмънт
5. Мениджмънт и планиране на пространството
6. Варианти за недвижимите имоти. Администриране на наемите и управление на собствеността
7. Цикъл проектиране-изграждане. Проектен мениджмънт. Прогнозиране и развитие на проекта
8. Фази на проектиране и изграждане
9. Експлоатация и поддръжка – координация на работата. Експлоатация на сградите
10. Поддръжка и ремонтни дейности. Обслужване на сградите
11. Информационни системи и други технологии

## ЛИТЕРАТУРА

- ◆ The facility management handbook. 2nd edition. David Cotts
- ◆ Facility management. 2nd edition. Edmond Rondeau, Robert Kevin Brown, Paul D. Lapides
- ◆ Facility design and management. Eric Teicholz
- ◆ сп. „Фасилитис”
- ◆ Сградостроителство - елементи на сградата, Проф. д-р арх. Чавдар Ангелов, изд. Техника, 2005

- ◆ Energy Efficiency Indicators: The European Experience – Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie /ADEM éditions, Paris 1999
- ◆ Evaluation of energy efficiency in the EU-15 Indicators and measures, ADEM Editions, Paris, 2007

### **Част III. Икономика и управление на туризма**

1. Обективни исторически предпоставки за появата и развитие на туризма. Основни етапи и тенденции в развитието на туризма. Икономическа роля и значение на туризма. Неикономически аспекти на ролята и значението на туризма.
2. Същност и определения за туризма. Основни видове и форми на туризма. Характеристика на понятието туристически продукт. Съдържание и структура на туристическия продукт. Туристическо място – определение и особености. Типология на туристическите места.
3. Икономическа функция на туристическия пазар. Туристическо търсене и предлагане. Вътрешен и международен туристически пазар. Емитивен и рецептивен туристически пазар. Видове пазари, разграничени по критериите “съвкупно предлагане” и “съвкупно търсене”.
4. Организираните туристически пазари като източник на информация за туристическото предприятие. Международни туристически борси.
5. Туристическото предприятие в различни пазарни структури. Иновационни и инвестиционна политика на туристическото предприятие. Образование и разпределение на дохода на туристическото предприятие. Формиране на основния и на оборотния капитал на туристическото предприятие.
6. Основни понятия за цените. Функции, състав и структура на цените. Видове цени в туризма. Методи за ценообразуване. Особенности на ценообразуването в туризма. Отбиви и отстъпки в туризма.
7. Организация и структура на управлението на туристическото предприятие. Функции на управлението на туристическото предприятие. Методи на управление на туристическото предприятие. Модели и методи за вземане на решение.
8. Туристическа политика. Визия, мисия и цели на туристическата политика. Стратегии, субстратегии и тактика на туристическата политика.
9. Органи на управление в туризма. Държавни органи на управление в туризма. Стопански и нестопански органи на управление в туризма. Структура на управлението в туристическото предприятие.
10. Международни туристически организации. Общофункционални международни туристически организации. Международни туристически организации в областта на туроператорската и турагентската дейност. Международни туристически организации в областта на хотелиерството и ресторантьорството.
11. Терминологични уточнения за качеството на туристическия продукт. Качество на материалните продукти и услугите в туризма. Качество на туристическото място. Качество на туристическото пътуване. Качество на пребиваването. Реално и очаквано качество на туристите.
12. Счетоводно отчитане на разходите и приходите на туристическото предприятие. Особенности на икономическия анализ на туристическото предприятие. Анализ на основните икономически показатели в дейността на туристическото предприятие.

13. Основни интерпретации на понятието маркетинг. Маркетингова концепция. Контролируеми фактори на маркетинга. Маркетинг-микс. Неконтролируеми фактори. Маркетингова обкръжаваща среда.
14. Маркетингови проучвания. Информационни потребности и вземане на решения. Технология на маркетинговото проучване. Интерпретация на резултатите от проучването. Маркетингова информационна система.
15. Основни понятия и определения за туристическата реклама. Концепции за рекламата. Психологически механизми на въздействие на рекламата. Рекламни носители и рекламни средства. Видове реклами в туризма.

#### ЛИТЕРАТУРА

- ◆ Азар, В. И., Экономика и организация туризма, Москва, 1995.
- ◆ Азар, В. И. и Поляк, С. В., Транспорт и туризъм, Москва, 1998.
- ◆ Атанасова, Л., Маркетингови изследвания в туризма, Селекта, Бургас, 1998.
- ◆ Бъчваров, М., Т. Тончев, Основи на туризма, “Тилия”, София, 1996.
- ◆ Георгиев, Ас. и Василева, М., Туроператорска, агентска и транспортна дейност в туризма, “Паралакс”, София, 1999.
- ◆ Доганов, Д., Маркетинг в туризма, Prinseps, Варна, 1994.
- ◆ Доганов, Д., Б., Дуранкев, Реклама и насърчаване на продажбите, Университетско издателство “Стопанство”, София, 1995.
- ◆ Закон за туризма (вж. ДВ).
- ◆ Котлър, Ф., Основи на маркетинга, София, 1993.
- ◆ Мутафчиев, Л. И Нешков, М., Транспортното обслужване на туризма на НРБ, Варна, 1980.
- ◆ Нешков, М. Туроператорска, агентска и транспортна дейност. Университетско издателство – Икономически университет – Варна, 2000.
- ◆ Портър, М., Конкурентно предимство на нациите., С., 2004.
- ◆ Портър, М., Конкуренция, М., 2000.
- ◆ Портър, М., Международна конкуренция, М., 1993.
- ◆ Ракаджийска, С., Туристически пазар и реклама, ИК Галактика, Варна, 1991.
- ◆ Рибов, М., Туризмът на новото хилядолетие, изд. “Тракия-М”, София, 2003.
- ◆ Рибов, М., Туризмът в ерата на качеството, изд. “Тракия-М”, София, 2003.
- ◆ Рибов, М., Конкурентно предимство в туризма, Изд. “Нова звезда”, 2005.
- ◆ Туризм: Поглед към 2020, 2000, Програма на СТО за растеж на туристическата индустрия, Мадрид.
- ◆ Хаджиниколов, Хр., Икономика и организация на международния туризъм, София, 1976.
- ◆ Хаджиниколов, Хр., Икономика и планиране на туризма, ИУ “Св. Климент Охридски”, С., 1988.
- ◆ Туристически пазар, С., 1999 – 2000.
- ◆ Ashworthon, G. J. & Goodall, B, 1900, Marketing Tourism Places, Routledge, London.
- ◆ Berkowitz, Kerin Rudelins, Marketing, Boston, 1989.
- ◆ Berman, E., Marketing, N.Y., 1990.
- ◆ Biales, M., Economie generale, P.q., 1990.
- ◆ Bishop, J., Travel Marketing, New Romney, Bailey, Bros and Swinfen, 1989.
- ◆ Burkart, A.J. & Medlik, S., Tourism, Past, Present and Future, Heinemann, London, 1981.

- ◆ Cooper, C., Tourism principales & practice, Pitman Pbl. FVW, 1993, Int. № 22/97.
- ◆ Engass, P., Tourism and the Travel Industry – an information sourcebook.
- ◆ Davidoff, D.M. Contact: Customer Services in the Hospitality and Tourism Industry, Prentice hall, London, 1994.
- ◆ Holloway, J. A. & J. N. Seth, The Theory of Buyer Behavior, N. Y. John Wiley, 1969.
- ◆ Inskip, E., Tourism Planning, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
- ◆ Kotler, P., La concurrence totale: le model japonaise de marketing strategique, Press Univ de France, Paris, 1996.
- ◆ Lindsay, K., Planning and Competition, NY, 1988.
- ◆ Maslow, A., Motivation and Personality, Harper and Row, London, 1984.
- ◆ Mayo, E. J. & Jarvis, L. P., 1981, The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services, CBI, Boston.
- ◆ Seaton, A. V. and M. Bennet, Marketing Tourism Products, Chapman and Hall, London, 1996.
- ◆ WTO, Tourism to the year 2000: Qualitative aspect affecting global growth, Madrid, 1993.
- ◆ Poon, A., Tourism technology and competitive strategies, CAB International, Oxford, 1993.

#### **Част IV. Икономика и управление на аграрния сектор**

1. Приложение на някои основни икономически принципи в агробизнеса.
2. Основни елементи на маркетинговата среда в агробизнеса
3. Потребителските пазари в агробизнеса. Поведение на индивидуалния купувач на потребителските пазари.
4. Индустириалните пазари в агробизнеса – дефиниция и основни характеристики. Отношенията между продавачите и купувачите на индустириалните пазари.
5. Сегментиране на потребителите и позициониране на хранителните продукти.
6. Политиката на продукта в агробизнеса. Основни решения, свързани с политиката на продукта.
7. Ценова политика. Цели и основни методи на формирането на цената.
8. Комуникационна политика в агробизнеса. Продуктова и маркова реклама.
9. Политика на дистрибуцията. Системи за координация на хранителната верига.
10. Структура на пазара на селскостопанските суровини. Аграрен маркетинг.
11. Система за стандартизиране на селскостопанските суровини. Изграждане и оценка на системите за окачествяване.
12. Управление на риска в агробизнеса. Връзка между цените на кешовите и фючърните пазари.
13. Техника на хеджирането на фючърните пазари със селскостопански суровини.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

- ◆ Агротаркетинг, Р.Трендафиров, А.Симова, София, Изд. Болид, 2000 г.