

ПРОГРАМА ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ
МП „БИЗНЕС ИКОНОМИКА“
РЕДОВНО ОБУЧЕНИЕ

Програмата за държавен изпит е утвърдена с
Протокол №6/17.02.2026 г. на Факултетния съвет на
Стопанския факултет и влиза в сила за випуск 2025/2026 г.

ЧАСТ I: ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ФАМИЛЕН БИЗНЕС

1. Същност на предприемачеството. Видове предприемачество. Фигурата на предприемача.
2. Същност на предприемаческата възможност. Източници на предприемачески възможности. Методи за генериране на предприемачески идеи. Дизайн мислене.
3. Същност на предприемаческия процес. Подходът lean start-up.
4. Предложение за стойност. Елементи на канавата на предложението за стойност. Бизнес модел. Елементи на канавата на бизнес модела.
5. Предприемачески ресурси. Предприемаческа екосистема. Презентиране пред инвеститори. Финансиране на предприемаческата дейност.
6. Същност и отличителни характеристики на фамилия бизнес. Теоретични модели за описание на фамилия бизнес.
7. Развитие на системата на собствеността във фамилия бизнес. Задължения и отговорности на собствениците във фамилия бизнес. Функции на съвета на директорите във фамилия бизнес.
8. Развитие на системата на семейството. Институции в системата на семейството. Семейна конституция.
9. Същност на унаследяването. Процесът на унаследяване на фамилия бизнес. Планиране на унаследяването и подготовка на наследници.
10. Институционални противоречия във фамилия бизнес. Проблеми в управлението на човешките ресурси във фамилия фирми. Подходи за справяне с проблемите в управлението на човешките ресурси във фамилия бизнес.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Давидков, Ц., Ценности на забогатяване: предприемачите в България през периода 1991 – 2004 г., УИ „Св. Климент Охридски“, С., 2010
2. Йорданова, Д., Управление и унаследяване на фамилия бизнес. Астарта. Пловдив, 2018

3. Тодоров, К., Бизнес предприемачество, част I, част II., Изд. Българска асоциация за развитие на мениджмънта и предприемачеството, С., 2011
4. Osterwalder, A., Y. Pigneur, Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game changers, and Challengers. John Wiley & Sons, 2010
5. Osterwalder, A., Y. Pigneur, G. Bernarda, A. Smith, Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. John Wiley & Sons, 2014

ЧАСТ II. СЧЕТОВОДСТВО НА ФИРМАТА

1. Счетоводна информационна система. Концепции за активи, пасиви, приходи и разходи.
2. Счетоводна характеристика на дейността на фирмата. Счетоводно третиране на бизнес трансакциите.
3. Финансовите отчети като източник на информация за целите на управлението на фирмата. Счетоводният баланс като източник на информация за финансовото състояние. Нетни активи. Нетен оборотен капитал. Отчет за приходите и разходите – съдържание и структура.
4. Информационно съдържание на отчета за измененията в собствения капитал и на отчета за паричните потоци. Структура. Приложенията към финансовите отчети и тяхното информационно значение.
5. Класификация на разходите за целите на управлението. Преки и косвени разходи. Променливи и постоянни разходи в краткосрочен хоризонт. Съответстващи и несъответстващи (уместни и неуместни) разходи. Алтернативни разходи.
6. Себестойността като информационна база за управленски решения. Калкулиране на пълна себестойност. Калкулиране на себестойност от променливи разходи.
7. Ценообразуването като управленско решение между разходите на фирмата и пазарните условия. Основни стратегии за ценообразуване.
8. Взаимовръзка „разходи – обем – печалба“ в управлението на фирмата. Критичен обем на продажбите и зона на безопасност като управленски индикатори.
9. Бюджетирането в управлението на фирмата. Главният бюджет като основа за планиране, координация и контрол.
10. Отклоненията като инструмент на фирмения контрол. Гъвкав бюджет. Отклонения от гъвкавия бюджет.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Брезоева, Б., М. Мусов, Управленско счетоводство, Издателски комплекс УНСС, 2020
2. Дурин, С., Д. Дурина, Счетоводство на предприятието. ФорКом. София, 2024
3. Дурин, С., Ж. Бонев, Д. Дурина, Теория на счетоводството. ФорКом. София, 2022
4. Стоянов, С., Обща теория на счетоводството. 3. прераб. и доп. изд. Издателски комплекс УНСС, 2021

ЧАСТ III: КОРПОРАТИВНО ФИНАНСИРАНЕ И ИНВЕСТИЦИИ

1. Финансови инструменти – икономическа същност, емитиране, основни видове.
2. Финансови пазари и институции.
3. Инфраструктура на финансовите пазари.

4. Необходимост и икономическа същност на регулирането на финансовите пазари.
5. Риск и възвръщаемост на финансовите инструменти.
6. Стойност на парите във времето и оценка на стойността на финансови активи.
7. Процес на пазарно финансиране – частно пласиране, първично публично предлагане, последващи емисии. Правни аспекти и процедури на емитирането на акции и облигации.
8. Правна и институционална рамка на капиталовия пазар в България. Закони и подзаконовни нормативни актове. Надзорна дейност и групи поднадзорни лица.
9. Комисия за финансов надзор. Структура. Процес на взимане на решения.
10. Процес на отчитане на поднадзорните лица. Дистанционни проверки и проверки на място. Риск-базиран подход.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Петранов, С. Инвестиции. Теория и практика на финансовите инструменти и пазари. Трето разширено и актуализирано издание, 2026:
<https://investments.petranov.education/>
2. Закон за Комисията за финансов надзор
3. Закон за публичното предлагане на ценни книжа

ЧАСТ IV: МАРКЕТИНГ МЕНИДЖМЪНТ

1. Основни концепции в маркетинга. Дефиниране на маркетинга в новите реалности.
2. Разработване на маркетингови планове и стратегии.
3. Маркетингови проучвания – събиране на данни. Оценка на пазара и търсенето.
4. Анализ на потребителски и бизнес пазари.
5. Пазарна сегментация и целеви сегменти. Позициониране. Изграждане на бранд.
6. Конкурентни стратегии, стратегии на растежа.
7. Създаване на потребителска стойност: продукт.
8. Създаване на потребителска стойност: цена.
9. Предоставяне на стойност на потребителите: дистрибуция.
10. Управление на интегрирани маркетингови комуникации.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Kotler, P., Keller, K., Chernev, A., Marketing Management, 16 edition, Pearson Education. ISBN: 9780135887158, 2022
2. Кръстева, Н., Съвременен маркетинг, том 1, Издателство „Авангард прима”, С., 2020
3. Кръстева Н., Съвременен маркетинг, том 2, Издателство „Авангард прима”, С., 2020

ЧАСТ V. ВЪНШНОТЪРГОВСКИ ОПЕРАЦИИ

1. Историческо развитие на външотърговската дейност.
2. Външотърговски сделки – същност. Специфични външотърговски операции – реекспортни сделки.
3. Видове документи при външотърговските сделки.
4. Лизингови операции – същност. Видове лизингови операции.
5. Митнически операции и митнически режими – същност.

6. Поставяне на стоките под определен митнически режим. Видове митнически декларации. Работа на митническите служители с митнически документи.
7. Митнически икономически режими.
8. Режим допускане за свободно обращение и крайна употреба /внос/. Режим износ. Митнически процедури.
9. Условията на доставка съгласно международните правила за тълкуване на търговските термини „Инкотермс“.
10. Провеждане на търговски преговори при лични контакти.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Спиридонов, И., Г. Захариева, Външнотърговски операции, Академично издателство Ценов“, Свищов, 2004
2. Мадански, Цв., Митнически регулации и икономически аспекти на вноса на стоки в Европейския съюз, С., Издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“, 2021
3. Мадански, Цв., И. Ставрева, Основи на митническия контрол. С., Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2017
4. Мадански, Цв., Актуални въпроси на косвените данъци, С., Издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“, 2022
5. Регламент (ЕС) 952/2013 относно създаване на Митнически кодекс на Съюза
6. Делегиран регламент на Комисията (ЕС) 2015/2446 от 28 юли 2015 година за допълнение на Регламент (ЕС) № 952/2013 на Европейския парламент и на Съвета за определяне на подробни правила за някои от разпоредбите на Митническия кодекс на Съюза
7. Регламент за изпълнение (ЕС) 2015/2447 на Комисията от 24 ноември 2015 година за определяне на подробни правила за прилагането на някои разпоредби на Регламент (ЕС) № 952/2013 на Европейския парламент и на Съвета за създаване на Митнически кодекс на Съюза

м. февруари 2026 г.