

ВЪПРОСНИК ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ

ЗА МАГИСТЪРСКИ ПРОГРАМИ „БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ – УПРАВЛЕНИЕ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО“ и „УПРАВЛЕНИЕ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО“

Въпросникът за държавен изпит е утвърден с Протокол № 16/19.11.2024 г. на Факултетния съвет на Стопанския факултет и влиза в сила от учебната 2024/2025 г.

1. Същност на предприемачеството. Видове предприемачество. Личността 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. Предприемаческият екип.
4. Предложение за стойност. Елементи на канавата на предложението за стойност. Бизнес модел. Елементи на канавата на бизнес модела.
5. Предприемачески стратегии. Предприемачески ресурси. Предприемаческа икономика.
6. Основни фактори на вътрешната среда, които влияят на корпоративното предприемачество.
7. Основни фактори на външната среда, които влияят на корпоративното предприемачество.
8. Основни стъпки за одит на нивото на корпоративно предприемачество в организацията.
9. Предприемаческа интензивност. Определение и начин на измерване.
10. Фактори, които се измерват с инструмента за одит на корпоративното предприемачество.
11. Основни идеи на доктрината TQM (управление чрез тотално качество) – същност и развитие.
12. Модел за организационно съвършенство на Европейската фондация по управление на качеството (EFQM Excellence Model).
13. Същност и основни характеристики на ISO стандартите.
14. Същност на LEAN мисленето. Основни идеи.
15. ТОП инструменти за управление на бизнеса (актуално състояние въз основа на проучванията на Bain & Co).
16. Концепцията на маркетинга. Стратегическите решения в маркетинга. Маркетингово проучване.
17. Продуктов жизнен цикъл. Сегментиране на пазара и позициониране на продукта.
18. Маркетингов микс. Продуктова политика. Дистрибуция. Ценови стратегии. Комуникационен микс.
19. Концепцията за дигитален маркетинг – определение, основи и съдържание.
20. Фактори за развитие на дигиталния маркетинг.
21. Дигиталният маркетинг като част от интегрираната маркетингова комуникация.
22. Видове дигитални кампании. Планиране на дигитална кампания. Отчитане на резултати.
23. Е-бизнесът като трансформационен процес. Модел на е-бизнес цикъла в организацията.
24. Управление на изискванията към продукт или услуга. Формулиране на потребителски сценарии и пътеки. Извеждане на функционалните изисквания от сценариите. Методи за управление на изграждането на функционалностите при разработката на нови продукти или услуги. Гъвкави методи – Канбан и Скръм.

25. Оптимизация за търсещи машини. Променящите се бизнес модели на търсачките. Индексация на сайтове. Стратегии за подобряване на позицията при търсене в Google. Изисквания към описанието на продуктите в електронния магазин. Ролята на блоговете за електронния магазин. Оптимизация за мобилни пазари.
26. Стратегическото управление – въведение в проблематиката.
27. Глобализация на бизнеса и влиянието ѝ върху стратегиите на фирмите.
28. Стратегията в системата на стратегическото управление на фирмата. Същност на стратегията. Видове стратегии. Традиционни и актуални възгледи относно стратегията и видовете стратегии.
29. Развитие на практиката в областта на стратегическото управление. Развитие на теорията в областта на стратегическото управление. Основни школи и етапи.
30. Стратегическият процес в глобална среда. Особенности и характеристики.
31. Същност и значение на иновациите за конкурентоспособността на компаниите. Видове иновации. Източници на иновации. Теории за иновациите. Иновационни модели.
32. Външни и вътрешни фактори, влияещи върху иновативността на компаниите. Бариери пред иновациите.
33. Същност на създаването на нови продукти. Създаването на нови продукти като стратегия за растеж. Теории и модели за създаване на нови продукти. Превръщането на продукта в услуга (продукта като услуга).
34. Управление на процеса и на екипите по създаване на нови продукти или услуги. Включване на клиентите и доставчиците в процеса. Измерване на представянето.
35. Защита на иновациите. Видове механизми за защита на иновациите. Ефективност на механизмите.
36. Същност и значение на новите и малки фирми. Специфични характеристики на новите и малки фирми. Разлики между новите и малки фирми и големите, установени компании. Особенности и предизвикателства в управлението на нови и малки фирми. Роля на новите и малки фирми за икономическото и социално развитие.
37. Управление на човешките ресурси в МСП. Специфични характеристики на човешките ресурси и на тяхното управление в новите и малки фирми. Функциите по управление на човешките ресурси в новите и малки фирми. Добри практики.
38. Интернационализация на МСП. Теории за интернационализацията на нови и малки фирми. Бариери и фактори, влияещи върху интернационализацията на новите и малки фирми. Стратегии и форми за интернационализация на нови и малки фирми. Стратегически партньорства в международна среда.
39. Управление на малки фамилни фирми. Същност и отличителни характеристики на малките фамилни фирми. Управленски проблеми и добри практики в управлението на малки фамилни фирми. Унаследяване на малки фамилни фирми.
40. Оцеляване и растеж на нови и малки фирми. Управление на новите и малки фирми в условията на криза, оцеляване и фалит. Модели за растеж на нови и малки фирми. Специфични характеристики и фактори, влияещи върху растежа на новите и малки фирми.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА НА БЪЛГАРСКИ ЕЗИК:

1. Борисов, Б., Ц. Давидков (2008) От управление на качеството към съвършенство на организацията. С., СУ-СтФ.
2. Български икономически форум (2018). Сборник с учебителни материали. Проект BG05M9OP001- 4.001- 0013 – „ИКТ в полза на стартиращи предприемачи“, реализиран от Сдружение „Български икономически форум“ в партньорство с италианската организация АРокка.
3. Бънкова, А. (2004). Организационната теория и проектирането на организации. ИПЗ на Техническият университет-София, филиал Пловдив.

4. Владимирев, Ж. (2013) Глобални предизвикателства пред малките и средните предприятия. УИ „Свети Климент Охридски“, София.
5. Георгиев, И., Благоев, Д. и Цветков, Ц. (2013) Мениджмънт на фирмените иновации и инвестиции. Издателски комплекс - УНСС
6. Годишни доклади Иновации.бг (2004-2020), достъпни на Фондация ПИК: Индекс Иновации-БГ (arcfund.net)
7. Давидков, Ц. (2010) Ценности на забогатяване: предприемачите в България през периода 1991 – 2004 г. С., УИ „Свети Климент Охридски“.
8. Дракър, П. (2002) Иновации и предприемачество. С., Изд. „Класика и стил“.
9. Йорданова, Д. (2018) Управление и унаследяване на фамилен бизнес. Астарта. Пловдив.
10. Йорданова, З. (2020) Интегрирано управление на иновациите в бизнес организацията чрез информационни системи за управление на бизнеса, Издателство Компас - УНСС
11. Каназирева, Р. (2013) *Корпоративно предприемачество: от „класически“ определения към стратегически контекст.* Докторантска академия по стопански и управленски науки - Сборник с докторантски трудове, първа част. Софийски университет “Св. Климент Охридски”, Стопански факултет. София. ISSN 978-954-9399-19-6.
12. Каназирева, Р. (2016) *Фактори и модели за корпоративно предприемачество.* Годишник на Софийския университет, Стопански факултет, том 16. ISSN 1311-8420.
13. Керчев, К. (2015) Иновации и иновационна система. Издателски комплекс - УНСС
14. Кръстева Н. и др. (2019) Дигитален маркетинг - изкуствен интелект и потребителско поведение, том 3, С., „Авангард Прима“.
15. Кръстева Н. и др. (2019) Дигитален маркетинг. Въведение, том 1, С., „Авангард Прима“.
16. Кръстева Н. и др. (2019) Дигитален маркетинг. Стратегическо планиране на дигиталния маркетинг, том 2, С., „Авангард Прима“.
17. Кръстева, Н. (2013) Съвременен маркетинг, том 1 и том 2, С., „Авангард прима“.
18. Ненов., Т. (2010) Управление на иновациите. Издателство, [Наука и икономика](#), Икономически университет – Варна, Учебник
19. Радев, К., Електронен учебник “Иновации” – лекционен курс, Moodle, НБУ, 2014
20. Тодоров, К. (2011) Бизнес предприемачество, част I, част II. С., Изд. Българска асоциация за развитие на мениджмънта и предприемачеството.
21. Уомак, Д. и Джоунс, Д. (2015) LEAN мислене: как да печелим повече с по-малко усилия. С., Изд. REXINTEGRA
22. Христова, М. (2011) *Международни бизнес-стратегии.* Академично издателство „Проф.Марин Дринов”.
23. Христова, М. (2015) *Стратегии и стратегически анализи: теория и практически наблюдения за България.* Издателство ”Direct Services” Ltd.
24. Ялъмов, Т. (2016) е-бизнес 2.7 (PDF) e-Business 2.7 (researchgate.net)

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК:

1. Bain & Company (2015) management Tools & Trends 2015
<https://www.bain.com/insights/management-tools-and-trends-2017/>
2. Darrell, R. (2015) Management Tolls 2015: an executive’s guide. <http://www.efqm.org/>
3. [ISO - International Organization for Standardization](#)
4. Zentes, J., Morschett, D., and H. Schramm-Klein (2017). Strategic Retail Management, Text and International Cases 3rd Edn. Springer Fachmedien Wiesbaden.
5. Mazzarol, T., & Reboud, S. (2020) Small business management: Theory and practice. Springer, 4th ed.
6. Vom Brocke, J., J. Mendling (2018) Business Process Management Cases, Digital Innovation and Business Transformation in Practice, Springer International Publishing.
7. Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020) Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons.

8. Trott, P. (2017) Innovation management and new product development. Pearson.
9. Schilling, M. (2010) Strategic Management of Technological Innovation. McGraw-Hill Irwin, 3ed.
10. Morris, M., Kuratko, D., and Covin, J. (2011) Corporate innovation & entrepreneurship. International edition. Cengage Learning.
11. Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W. and West, J. eds., (2014) New frontiers in open innovation. OUP Oxford.
12. Neck, H. M., Neck, C. P., & Murray, E. L. (2019) Entrepreneurship: the practice and mindset. SAGE Publications, Incorporated.
13. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010) Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.
14. Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, and Alan Smith (2014) Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons.
15. Bland, D. J., & Osterwalder, A. (2019) Testing business ideas: A field guide for rapid experimentation (Vol. 3). John Wiley & Sons.
16. Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019) Digital business and e-commerce management. Pearson UK.

Допълнителна литература:

1. Давидков, Ц., М. Христова, Д. Йорданова, И. Гурбалова, З. Паскалева. Типологични особености на предприемачите в България – доклад пред Десетата международна научна конференция МЕНИДЖМЪНТ И ИНЖЕНЕРИНГ’12 (Созопол, 17-20 юни 2012). Публикувано в: CONFERENCE PROCEEDINGS (volume II) – JUBILEE X INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE “MANAGEMENT AND ENGINEERING’12” , pp 984-992.
2. Котлер, Ф. (2016) Управление на маркетинга, С., изд. „Графема“.
3. Vladimirov, Z. (2016) SME innovations and performance: the mediating role of product innovation. International Review of Entrepreneurship, 14(2), pp. 209-234.
4. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016) Entrepreneurship, McGraw-Hill. 10 ed.
5. Davidkov, T., Yordanova, D. (2015) Entrepreneurial Orientation as a Managerial Innovation: implications for Bulgarian Enterprises, T Côme, G Rouet (eds.)Innovations managériales: Enjeux et perspectives., Editions L'Harmattan.
6. Davidkov, T., Yordanova, D., Petkova-Gurbalova, I., Mihailova, I., and Mladenova, I. (2011) “Values and innovative behaviour: Evidence from Bulgaria”, Proceedings of the 4th International Conference for Entrepreneurship, Innovation and Regional Development, pp. 219-224, ISBN 978–608–65144-2-6.
7. Vladimirov, Z. (2014) Configurations of the Manufacturing SMEs Competitiveness Factors under Globalization. The Journal of Small Business Innovation, 17(4), pp. 19-48.
8. Lau, V. P., Dimitrova, M., Shaffer, M. A, Davidkov, T., Yordanova, D. I. (2012) “Entrepreneurial readiness and firm growth: an integrated etic and emic approach”, Journal of International Management, Vol. 18, pp. 147-159, ISSN 1075-4253.
9. Vladimirov, Z. (2015) Factors for the e-business adoption by small tourism firms and the role of shadow economic practices. European Journal of Tourism Research 10, pp. 5-34.
10. Vladimirov, Z., Ganeva, R., and Ganev, K. (2013) Significance of globalization-specific factors for SME competitiveness: a conceptual model and an empirical test. Business Systems Review, Vol. 2 (3), July-December, pp. 1-25.
11. Byrd, M. J. (2018) Small business management: an entrepreneur's guidebook. Irwin/McGraw-Hill.
12. W. Chan Kim, Renee Mauborgne (2005) Blue Ocean Strategy, изд. Harvard Business School Press.