

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ  
“СВ.КЛ.ОХРИДСКИ”  
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

България, София 1113  
Бул. "Цариградско шосе" 125, бул. 3  
Тел.: (+359 2) 73 83 10  
Факс: (+359 2) 73 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg



SOFIA UNIVERSITY  
“ ST. KLIMENT OHRIDSKI “  
FACULTY OF ECONOMICS AND  
BUSINESS ADMINISTRATION

Bulgaria, Sofia 1113  
125 Tzarigradsko chaussee blvd., bl. 3  
Tel.: (+359 2) 73 83 10  
Fax: (+359 2) 73 99 41  
E-mail: info@feb.uni-sofia.bg

<b>Наименование на учебната дисциплина</b> <b>Методи за изследване на пазарната конюнктура</b>	
<b>Титуляри на курса: проф. д-р Георги Чобанов, гл. ас. д-р Антон Герунов</b>	
<b>Характер на дисциплината</b> Избираема	<b>Образователно-квалификационна степен</b> Магистър
<b>Година</b> V-та	<b>Семестър</b> Летен
<b>Кредити-3</b>	<b>Часове</b> 30 часа лекции 15 часа упражнения
<b>Характер на обучението</b> Редовна форма	<b>Език на обучението</b> Английски език

### **Цели на курса**

Целта е на курса е да запознае студентите с практическите методи за изследване и оценка на пазарната конюнктура. Основният фокус ще бъде анализ на реални икономически данни и овладяване на аналитични умения с икономически и бизнес приложения. Допълнително студентите ще се запознаят с редица свободни софтуерни приложения с отворен код, които да им позволят да проведат емпирично изследване.

### **Методи на преподаване**

Преподаването се извършва на базата лекции с практическа насоченост и упражнения, в които студентите се запознават както теоретично, така и практически с преподавания материал. Семинарните упражнения се провеждат в специално оборудвана компютърна зала, където студентите практикуват използването на съвременни софтуерни решения за анализ на пазарните механизми (PSPP, gretl, R). Силно е застъпен дискусияният и интерактивен елемент на преподаване, като дисциплината предполага активно участие от страна на обучаемите.

### **Методи на оценяване**

Контролът се извършва посредством два практически проекта с емпирично изследване на определен икономически модел, при което всеки студент следва да събере, обработи, анализира и представи подходящи икономически или бизнес данни. Всеки от тези два проекта има тежест от 40%, като участието в дискусията се оценява допълнително и има тежест от 20% в крайната оценка.

### **Предварителни изисквания**

Основни познания по микроикономика, макроикономика, статистика и математика.

### **Съдържание на дисциплината (анотация)**

Изследването на пазарната конюнктура включва обстойно изучаване на наличните микроикономически и макроикономически данни и анализа им с цел подпомагане на икономическите решения. Този процес е улеснен от използването на софтуерни приложения, които позволяват формализирането на анализа. Крайната цел на подобен анализ е достигане до полезни бизнес изводи, като студентите ще преминат през всички фази на изследователския процес. Освен практика в изследването на конюнктурата, студентите ще се запознаят с основни методи и принципи на научните и практическите изследвания.

### **СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА**

#### **Лекции:**

№	Тема:	Бр.часове
1.	Въведение в изследването на пазарната конюнктура. Информационни източници и класификация на данните.	2
2.	Основни характеристики на пазарните данни. Извеждане и анализ на конюнктурни индикатори.	2
3.	Формулиране на икономически проблеми. Бизнес контекст и логика на изследователския процес.	2
4.	Динамика на пазарните процеси: времеви редове от макроикономически и микроикономически данни.	2
5.	Статистическа асоциация между пазарни данни и индикатори: практически измерения.	2
6.	Моделиране на пазара 1: групови различия.	2
7.	Моделиране на пазара 2: клъстери и сегментация.	2
8.	Определяне на ключови фактори, влияещи върху бизнес процесите чрез линейни модели.	2
9.	Приложения на едномерните линейни модели в контекста на конюнктурните анализи.	2
10.	Определяне на ключови фактори, влияещи върху бизнес процесите чрез многомерни линейни модели.	2
11.	Моделиране на двоични избори. Логистична регресия.	2
12.	Приложение: Модели за оценка пазарния риск.	2
13.	Изграждане на пълен анализ на конюнктурата 1.	2
14.	Изграждане на пълен анализ на конюнктурата 2.	2
15.	Значение на основни пазарни тенденции при взимане на бизнес решения.	2
	<b>Общо:</b>	<b>30</b>

#### **Упражнения:**

№	Тема:	Бр.часове
1.	Източници на пазарни данни. Основни софтуерни решения за обработка на конюнктурни данни. Статистики на пазарни данни.	3
2.	Сравнение на дискретни групи по даден признак. Практически измерения на пазарната сегментация.	3
3.	Структурно моделиране на бизнес зависимостите.	3
4.	Моделиране на потребителския избор.	3

5.	Емпирично изследване на пазарните механизми.	3
	<b>Общо:</b>	<b>15</b>

**Основна литература:**

Jank, W. (2011). Business Analytics for Managers. NY: Springer.

Booz et al. (2013). The Field Guide to Data Science. US: Booz Allen Hamilton Inc.

**Препоръчителна литература:**

Bartlett, Randy (2013). A Practitioner's Guide To Business Analytics: Using Data Analysis Tools to Improve Your Organization's Decision Making and Strategy. McGraw-Hill. ISBN 978-0071807593.

Davenport, Thomas H.; Jeanne G. Harris (March 2007). Competing on Analytics: The New Science of Winning. Harvard Business School Press.

Gareth et al. (2013). An Introduction to Statistical Learning with Applications in R. New York: Springer.

Diez et al. (2012). OpenIntro Statistics. US: OpenIntro.

**Съставили програмата: проф. д-р Георги Чобанов, гл. ас. д-р Антон Герунов**