

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А**  
**Ф А К У Л Т Е Т „УПРАВЛЕНИЕ“**  
**КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“**

---

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**  
**Ректор:**  
( Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “БИЗНЕС АНАЛИЗИ”;

ЗА СПЕЦ: „Мениджмънт“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 5

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
Т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц. д-р Добрин Добрев)

2. ....  
(гл.ас. д-р Веселина Максимова)

Ръководител катедра: .....  
„Управление и администрация“ (доц. д-р Добрин Добрев)

## I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Бизнес анализи на фирмата” има за цел да запознае студентите с инструментариума на различните видове анализи, използвани в стопанската практика, както и с направленията на използване на резултатите от анализа.. Тя се основава на получените знания от дисциплините “Основи на управлението” I и II част, “Планиране и прогнозиране”, “Финансов мениджмънт”, “Въведение в счетоводството”. Теоретичните аспекти са свързани с определянето целите на анализа, изборът на обект за анализиране, методиката за провеждане на анализа. Акцентира се върху изграждане на практически умения за анализиране на дейността и резултатите от нея и върху използването на резултатите от анализите за различни управленски решения. Запознаването с практиката става по време на обучението чрез анализиране на информация и предлагане на решения по проблемни ситуации, описани в казуси.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. СЪЩНОСТ НА БИЗНЕС АНАЛИЗИТЕ</b>		<b>3</b>	<b>2</b>	
	Предмет, цели и задачи на анализа.			
	Основни принципи при анализирането.			
	Място и роля на анализа в управлението на бизнес-организациите.			
<b>ТЕМА 2. КЛАСИФИКАЦИЯ НА БИЗНЕС АНАЛИЗИТЕ</b>		<b>4</b>	<b>2</b>	
	Обекти и субекти на бизнес-анализа.			
	Класификация на анализите.			
	Инструменти на анализа – класификация, същност, използване.			
<b>ТЕМА 3. ТЕХНОЛОГИЯ НА БИЗНЕС АНАЛИЗА</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	
	Етапи в провеждането на бизнес анализа.			
	Аналитични показатели – характеристика и класификация.			
	Информационно осигуряване на анализа.			
	Организация на аналитичната дейност във фирмата.			
<b>ТЕМА 4. АНАЛИЗ НА РЕСУРСИТЕ</b>		<b>4</b>	<b>5</b>	
	Цели на анализа. Класификация на ресурсите.			
	Анализ на осигуреността с ресурси.			
	Анализ на използването на ресурсите.			
	Оценка потенциала на ресурсите да бъдат източник на конкурентно предимство (VRIO анализ).			
<b>ТЕМА 5. АНАЛИЗ НА ОСНОВНАТА ДЕЙНОСТ НА ФИРМАТА</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	
	Обхват и задачи на анализа на основната дейност			
	Анализ на продуктовата структура. Цели. Ограничения при анализа. Критерии за оценка на продуктова структура.			
	Дейността – генератор на стойност и на разходи. Анализ на разходите за дейността. Функционално-стойностен анализ – предназначение и същност.			
	Анализ за определяне на приоритетните области и обекти (Парето анализ). Същност и предназначение. Сфери на приложение.			

<b>ТЕМА 6. АНАЛИЗ НА БИЗНЕС- РЕЗУЛТАТИТЕ</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	
	Анализ на приходите, добавената стойност и приноса.			
	Анализ на финансовия резултат – показатели за резултата. Модел за анализ на факторите, влияещи на финансовия резултат. Връзка на финансовия резултат с ефективността и риска.			
	Развитие на концепцията за измерване на резултатите. Показателите “икономическа печалба” и “икономическа добавена стойност” (EVA).			
<b>ТЕМА 7. АНАЛИЗ НА ФИНАНСОВОТО СЪСТОЯНИЕ</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
	Обща оценка на финансовото състояние. Модели за анализ.			
	Анализ на имуществената и капиталова структура.			
	Анализ на ликвидността.			
	Модели за оценка на опасността от финансова несъстоятелност.			
<b>ТЕМА 8. МЕЖДУНАРОДНИ МЕТОДИКИ ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА БИЗНЕС АНАЛИЗИ И ИЗРАБОТВАНЕ НА КЛАСАЦИИ</b>		<b>3</b>	<b>2</b>	
	Методика на Форбс за оценка на малкия бизнес.			
	Класацията “Fortune 500” за най- големите фирми в САЩ.			
	Методика на Capital за оценка на средния и големия бизнес.			
<b>Общо:</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№ по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Курсов проект	<b>1</b>	<b>40</b>
1.2.	Контролен тест	<b>1</b>	<b>20</b>
1.3.			
1.4.			
<b>Общо за семестриален контрол:</b>			
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тест)		<b>30</b>
<b>Общо за сесиен контрол:</b>			
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>			<b>90</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Вос, Боб, Корпоративен анализ, пътеводител, “Класика и стил”, София, 2006
2. Дончев, Димитър, Анализ на стопанската дейност, Софттрейд, София 2004
3. Симеонов, О. и кол., “Контролинг. Основи на контролинга, оперативен контролинг, стратегически контролинг”, ИК при УНСС, София, 2008
4. Чуков, К., Р. Иванова, Финансово- стопански анализ, ИК при УНСС, София, 2014

**ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Велев, Мл., Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност, Софттрейд, София 2004
2. Касърова, В., Модели и показатели за анализ на финансовата устойчивост на компанията, електр. документ [http://eprints.nbu.bg/637/1/FU\\_1\\_FINAL.pdf](http://eprints.nbu.bg/637/1/FU_1_FINAL.pdf), НБУ, 2010
3. Касърова, В., Сн. Башева, С. Ангелов, Практикум по бизнесоценяване, НБУ, София 2004
4. Каплан, Р., Нортън, Д. Балансирана система от показатели за ефективност, “Класика и стил”, София, 2005
5. Максимова, В. Условия за устойчивост на конкурентното предимство, сп. „Известия”, Варна, кн.4, 2014, с. 42-56
6. Михайлов, М., К. Митов, Р. Колева, Анализ на търговския бизнес, Фабер, В. Търново, 2012
7. Ненов, Т. Бизнес диагностика, Наука и икономика, ИУ- Варна, 2012
8. Нийли, А. Перспективи за развитие на бизнеса, “Класика и стил”, София, 2002
9. Cadle, J., Paul, D., Turner P., Business Analysis Techniques: 72 Essential Tools for Success, CPI Antony Rowe, Chippenham, UK, 2010
10. Davenport, Thomas, Harris, J. Analytics at Work: Smarter Decisions, Better Results, Harvard Business School Publishing, 2010
11. Maximova, V., Measures of competitive advantage: some theoretical and practical considerations, International Conference on Management and Industrial Engineering; Bucharest: Niculescu Publishing House, 2015, с. 517-526