

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ФИРМЕНА КУЛТУРА”;

ЗА СПЕЦ: „Икономика на търговията“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТО- ВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Виолета Димитрова)

2.
(ас. Виолета Петева)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на търговията“ (доц. д-р Виолета Димитрова)

I. АНОТАЦИЯ

През последните десетилетия се наблюдава подчертано засилен интерес към проблемите на културата най-общо, на културата на национално равнище, на регионално и на организационно (фирмено) равнище. В процеса на глобализация и интернационализация на бизнеса, с напредъка на информационните и комуникационни технологии, с нарастването на конкуренцията, ролята на т. нар. “меки фактори на управление” става все по-решаваща. Фирмената култура е сред водещите фактори в този контекст.

Дисциплината “Фирмена култура” има подчертано интердисциплинарен характер, тъй като интегрира елементи от управленската наука, от социологията, от социалната психология и от културознанието. Съдържанието на дисциплината е ориентирано прагматично, за да бъде практически полезно на студентите и да повиши техните знания и умения за реалното управление на фирмите. След изучаването на тази дисциплина, студентите ще придобият знания за различните форми на фирмена култура, за функциите и, за връзките на фирмената култура с фирмената стратегия, за промяната във фирмената култура, лидерството и комуникациите. Ще се запознаят с конкретни примери за бизнес етика, етични стандарти и модели, както и с различните съвременни етнорегионални култури.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. СЪЩНОСТ НА ФИРМЕНАТА КУЛТУРА		6	6	
1.1	Същност на културата. Философски и антропологични основи			
1.2	Същност на фирмената култура. Организационна култура. Корпоративна култура			
1.3	Форми на фирмената култура. Когнитивни и поведенчески форми			
1.4	Функции на фирмената култура.			
1.5	Връзка на фирмената култура с другите културални системи			
ТЕМА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА НА ФОРМИТЕ НА ФИРМЕНА КУЛТУРА		4	4	
2.1	Езикова специфика (стил, жаргон, споделеност на подразбирането)			
2.2	Конвенционална мъдрост, митове, артефакти (символи)			
2.3	Норми и ритуали (церемонии). Герои			
2.4	Организационен климат			
ТЕМА 3. ВИДОВЕ ФИРМЕНИ КУЛТУРИ		4	4	
3.1	Специфика на подходите при класифицирането на фирмените култури			
3.2	Модел на Хофстеде: идентичност, йерархия, психологически пол, истина, добродетел			
3.3	Модел и типология на Шайн и Тромпенаарс			
3.4	Типология на фирмените култури на Дийл и Кенеди			
ТЕМА 4. ФИРМЕНА КУЛТУРА И СТРАТЕГИЯ		2	2	
4.1	Концепции и подходи при дефиниране на фирмената стратегия			
4.2	Видове стратегии и взаимодействието им с фирмената култура			
4.3	Класификация на фирмите на основата на културално-стратегическа комбинация			

ТЕМА 5. УПРАВЛЕНСКИ ВЪЗДЕЙСТВИЯ ВЪРХУ ФИРМЕНАТА КУЛТУРА		4	4	
5.1	Промяната във фирмената култура. Управление на промяната. Барииери			
5.2	Лидерство и фирмена култура			
5.3	Вербални и невербални комуникации. Комуникационни мрежи			
5.4	Управление на човешките ресурси и фирмена култура. Ангажираност и лоялност на персонала			
ТЕМА 6. СЪВРЕМЕННИ ЕТНОРЕГИОНАЛНИ КУЛТУРИ		6	6	
6.1	Англосаксонска култура. Великобритания, САЩ и Канада			
6.2	Латинска култура. Франция, Италия, Бразилия			
6.3	Северноевропейска култура. Германия, Швеция			
6.4	Източноевропейска култура. Русия			
6.5	Азиатска култура. Китай, Япония			
6.6	Арабска култура. Близкия изток			
ТЕМА 7. БИЗНЕС ЕТИКА И ФИРМЕНА КУЛТУРА		4	4	
7.1	Същност на бизнес етиката и нейното място в съвременния бизнес модел			
7.2	Етични проблеми и недопустими практики във фирмата			
7.3	Етични стандарти. Етични модели			
7.4	Устойчиво развитие и фирмена култура			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест	1	10
1.2.	Контролна работа	1	20
1.3.	Курсова работа	1	30
Общо за семестриален контрол:		3	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (класически писмен)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Паунов, М. Организационна култура, Издателски комплекс – УНСС, София, 2015
2. Димитрова, В. и др. Управление на търговските операции, учебно помагало, изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2013
3. Зафирова, Цв. и колектив. Международен мениджмънт, изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2016
4. Стоянов, М. Съвременни проблеми на културата в търговията. //Годишник на Икономически университет – Варна, том 84., 2013, с.180-218
5. Сълова Н., Димитрова В. и др., Търговски мениджмънт (Организация на търговията), учебно помагало, ИУ-Варна, 2011

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Паунов, М. Организационна култура, Издателски комплекс – УНСС, София, 2012
2. Петева, В. Потребителско поведение и социален маркетинг: през призмата на поведенческия перспективен модел. //Сборник доклади от юбилейна международна научна конференция „Световната криза и икономическото развитие“, изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2010
3. Димитров, К. Културономика, Издателски комплекс – УНСС, София, 2012
4. Коев, Й. и др. Предприемаческа и фирмена култура в прехода към пазарно стопанство, изд. “Наука и икономика”, ИУ – Варна, 2010
5. Драмалиева, В. Бизнес етика и корпоративна социална отговорност в съвременното управление на бизнеса, Издателски комплекс – УНСС, София, 2014
6. Колев, Бл. Икономическа култура, УИ “Стопанство”, УНСС, София, 2012

2015 г.
ВП/ВД