

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“**  
**КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“**

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

( Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: **“ИНОВАЦИИ И ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ”;**

ЗА СПЕЦ: **„Дигитални медии и ПР“; 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<br/>НАТОВАРЕНОСТ<br/>(часове)</i> |
|---|---------------------|---|
| АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:  |                     |   |
| т. ч.   |                     |   |
| • ЛЕКЦИИ  | 30                  | 2   |
| • УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/<br>лабораторни упражнения) | 30                  | 2   |
| ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ                                      | 90                  | -   |

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц.д-р Бистра Василева)

2. ....  
(гл.ас.д-р Пламен Павлов)

3. ....  
(гл.ас. д-р Свилен Иванов)

Ръководител катедра: .....  
„Маркетинг“ (проф.д-р Евгени Станимиров)

## I. АНОТАЦИЯ

В дисциплината „Иновации и дигитална трансформация” се разглеждат теоретико-методическите и практико-приложни въпроси на управлението на иновациите в предприятията и предизвикателства пред него в условия на дигитална трансформация. Представят се основните характеристики, принципи и процеси на дигиталната трансформация. В дисциплината се преплитат технологичната и управленската гледна точка към иновациите и тяхното управление.

**Знания и разбиране:** С изучаването на дисциплината студентите придобиват знания за същността на иновациите и тяхната роля за успеха на бизнеса, видовете иновации и етапите за създаването им, елементите на националната иновационна система, иновационните политики и стратегии, моделите за симулиране и финансиране на иновациите, различните организационни структури за тяхното създаване и внедряване на пазара.

**Приложение на знанията и уменията:** Завършилите този курс трябва да могат да разработват иновационна стратегия на фирмата, да управляват стратегически и тактически създаването на иновационни продукти, да правят пазарна, техническа и икономическа обосновка на иновационни проекти, да планират, отчитат, анализират и управляват иновационната дейност на фирмата, да обосновават и реализират проекти, финансирани от ЕС.

**Способност за разширяване на знанията и формиране на нови умения:** Завършилите този курс трябва да могат творчески да усвояват и прилагат в своята дейност водещите постижения в областта на управлението на иновациите, да анализират състоянието и промените на дигиталната среда и да прилагат в предприятията най-подходящите иновационни стратегии, да правят оценка на възможността за иновации и да вземат оптимални управленски решения при разработване и внедряване на дигитална трансформация.

Дисциплината „Иновации и дигитална трансформация” се базира на изучаваните в предходните курсове дисциплини „Дигитални маркетингови изследвания”, „Основи на дигиталните медии и ПР”, „Социални медии”. Натрупаните знания са полезни при изучаване на други икономически дисциплини в специалността, например „Управление на маркетингови проекти”.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

| No. по ред   | НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ                            | БРОЙ ЧАСОВЕ |          |    |
|--|---|-------------|----------|----|
|  |   | Л           | СЗ       | ЛУ |
| <b>Тема 1. Теоретични постановки на иновациите</b>       |   | <b>2</b>    | <b>2</b> |    |
| 1.1.   | Същност на иновациите.  |             |          |    |
| 1.2.   | Видове иновации.  |             |          |    |
| 1.3.   | Фактори, влияещи на иновациите.                               |             |          |    |
| <b>Тема 2. Национална иновационна система и политика</b> |   | <b>2</b>    | <b>2</b> |    |
| 2.1.   | Същност на националната иновационна система.                  |             |          |    |
| 2.2.   | Същност на националната иновационна политика.                 |             |          |    |
| 2.3.   | Видове иновационна политика.                                  |             |          |    |
| <b>Тема 3. Фирмени иновационни стратегии</b>             |   | <b>4</b>    | <b>4</b> |    |
| 3.1.   | Същност на иновационната стратегия.                           |             |          |    |
| 3.2.   | Видове иновационни стратегии.                                 |             |          |    |
| 3.3.   | Влияние на иновациите при класическите стратегии.             |             |          |    |
| <b>Тема 4. Управление на иновациите</b>                  |   | <b>6</b>    | <b>7</b> |    |
| 4.1.   | Процесът на генериране на иновативни идеи.                    |             |          |    |
| 4.2.   | Методики за анализ и оценка на иновативните идеи и концепции. |             |          |    |
| 4.3.   | Предварителна бизнес оценка.                                  |             |          |    |
| 4.4.   | Организационни структури в иновационния мениджмънт.           |             |          |    |
| <b>Тема 5. Домейни на дигиталната трансформация</b>      |   | <b>4</b>    | <b>4</b> |    |
| 5.1.   | Същност и характеристики на дигиталната трансформация.        |             |          |    |

|  |  |              |           |           |
|--|--|--------------|-----------|-----------|
| 5.2.   | Домейни 1 и 2: потребители и конкуренция.  |              |           |           |
| 5.3.   | Домейн 3: данни.   |              |           |           |
| 5.4.   | Домейн 4 и 5: Иновации и стойност.   |              |           |           |
| <b>Тема 6. Изграждане на дигитален капацитет</b>               |  | <b>6</b>     | <b>6</b>  |           |
| 6.1.   | Потребителското изживяване и опит: базова маркетингова оферта в дигиталните пазари.      |              |           |           |
| 6.2.   | Управление на ключовите операции.  |              |           |           |
| 6.3.   | Реинженеринг на бизнес моделите.   |              |           |           |
| 6.4.   | Дигитални технологични иновации: Big Data, Интернет на нещата (IoT), изкуствен интелект. |              |           |           |
| <b>Тема 7. Дигиталната трансформация: 4 ключови компонента</b> |  | <b>6</b>     | <b>5</b>  |           |
| 7.1.   | Идентифициране на опита на потребителите.  |              |           |           |
| 7.2.   | Свързване на дигиталните процеси.  |              |           |           |
| 7.3.   | Трансформиране на технологичните практики.   |              |           |           |
| 7.4.   | Внедряване на трансформацията в организациите.   |              |           |           |
|  |  | <b>Общо:</b> | <b>30</b> | <b>30</b> |

### III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

| № по ред                                | ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА                                     | Брой     | ИАЗ ч.    |
|---|---|----------|-----------|
| <b>1.</b>                               | <b>Семестриален (текущ) контрол</b>                         |          |           |
| 1.1.                                    | Курсова работа (по предварително избрана или зададена тема) | 1        | 40        |
| 1.2.                                    | Тест (смесени въпроси)                                      | 1        | 10        |
| <b>Общо за семестриален контрол:</b>    |   | <b>2</b> | <b>50</b> |
| <b>2.</b>                               | <b>Сесиен (краен) контрол</b>                               |          |           |
| 2.1.                                    | Изпит (тест)  | 1        | 40        |
| <b>Общо за сесиен контрол:</b>          |   | <b>1</b> | <b>40</b> |
| <b>Общо за всички форми на контрол:</b> |   | <b>3</b> | <b>90</b> |

### IV. ЛИТЕРАТУРА

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

1. Ненов Т., Управление на иновациите, изд. "Наука и икономика", Варна, 2010.
2. Rogers, D. The Digital Transformation Playbook, Columbia Business School Publishing, 2016.

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Павлов, Пл., "Иновационни политики в някои водещи иновативни икономики", Съвременната логистика – бизнес и образование, Варна: Наука и икономика, 2017, 323 – 335.
2. Павлов, Пл., "Иновационна активност в индустриалните предприятия от Варненска област за периода 2009-2013 година", студия, Годишник на ИУ – Варна, 2015, с.214 – 257.
3. Шопова, Т., Николова, А. Информационни технологии, култура, общество / Information Technologies, Culture, Society. София, 2016.
3. Westerman, G., Bonnet, D. & McAfee, A. Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation, HBR Press, 2014.