

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ФИНАНСИ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ИНОВАЦИИ В БАНКИРАНЕТО“

ЗА СПЕЦ: „Финанси и иновации“; ОКС „магистър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО

СЕМЕСТЪР: 10 за СС и СНУ, 11 за ДНДО

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 270 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 9

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	15
в т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	9
• УПРАЖНЕНИЯ	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	255
в т.ч.:	
• КОНСУЛТАЦИИ	0
• САМОПОДГОТОВКА	255

Изготвил програмата:

(Проф. д-р Стефан Вачков)

Ръководител катедра: „Финанси“:

(Проф. д-р Стефан Вачков)

I. АНОТАЦИЯ

Лекционният курс по дисциплината е първи по рода си в системата на магистърското обучение в България. Като представя цялостен подход при изследването на банковите иновации, той има за цел да формира знания за развитието, систематизацията и особеностите на иновациите на всички равнища в банковата организация. За неговото пълноценно усвояване студентите трябва да притежават базисни познания за банковото предприятие, респ. за особеностите на неговите продукти и услуги в ключовите бизнес сфери.

След въведението в иновационната проблематика и обзора на иновациите в банкирането се представят различни подходи за тяхното класифициране. Формулирана е първата в българската литература по банково дело дефиниция на феномена „банкови иновации” и е направена задълбочена оценка на банковия иновационен афинитет. В логическа последователност се разглеждат въпросите за: наложения от дигитализацията дизайн на промяната в банковия бизнес, чийто успех трябва да се гарантира от подходяща иновационна култура, „елегантна” организационна структура и клиентскоцентрирани бизнес процеси. Анализират се банковата стойностна оферта и решенията за нейното оптимизиране в основните сфери на банкирането. Специално внимание се отделя на трансформацията на банковия бизнес в посока от продуктова дистрибуция към социална комуникация, която променя парадигмата за класическите измерения на банковата маркетингова политика. Популяризира се оживената дискусия за конкуренцията между банките и иновативните финансово-технологични компании (FinTechs) и за вариантите за коопериране между тях като нейна алтернатива.

Въз основа на придобитите знания студентите формират умения за: открояване на основните етапи от еволюцията на иновациите в банкирането; дефиниране на адекватна стратегия за иновиране (дигитализиране) на банковия бизнес и за нейното организационно (структурно и процесно) „абсорбиране”; обосновка на подходи за създаване на подходящи продукти и услуги в основните бизнес сфери на банкирането; избор на оптимален обслужващ микс; анализ на конкуренцията и на възможностите за нов тип коопериране между основните участници във финансовата търговия и др.

Придобитите знания и умения се разширяват при изучаването на дисциплините: „Иновации и финансови кризи”, „Контролинг и иновации в бизнеса”, „Финансово регулиране и нормативно съответствие”.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	Въведение в иновационната проблематика
1.1.	Подходи за дефиниране и видове иновации
1.2.	Развитие и класификация на иновациите в банковото дело
2.	Иновациите в банките - между скептицизма и необходимостта от промяна
2.1.	Причини за иновационния антагонизъм на банките
2.2.	Иновациите - двигател на банковия бизнес
3.	Позициониране и оценка на банковата иновационна нагласа
3.1.	Типизиране на иновационното поведение
3.2.	Бариерите пред иновациите в банкирането
3.3.	Бъдещите иновационни приоритети
4.	Дизайнът на дигиталната промяна
4.1.	Стратегически акценти към иновациите на бъдещето
4.2.	Бизнес моделите на бионичното банкиране
4.3.	Иновационната култура в банкирането
5.	Организационни аспекти на банковите иновации
5.1.	Приоритети и варианти за организационно позициониране
5.2.	Екипна организация на иновациите
5.3.	Акценти върху процесните иновации
6.	Стойностната оферта – функционалност и комплексни ползи
6.1.	Диагностика на „обещаната” полза
6.2.	Възможности за оптимизиране на стойностното предложение
6.3.	Y и Z-генерациите – атрактивни елементи от иновационния пъзел
7.	От продуктова дистрибуция към социална комуникация
7.1.	Мобилното банкиране – парични сделки в нов контекст

7.2.	Съдбата на банковите филиали
7.3.	Social Banking – „продукт” и „двигател” на иновациите
7.4.	В търсене на оптималния микс
8.	Финансовите иновации – между конкуренцията и партньорството
8.1.	FinTechs – иновация и иноватори
8.2.	Интереси, класификация и предимства на FinTech компаниите
8.3.	От конкуренция към партньорство

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ

Обучението по дисциплината „Иновации в банкирането“ се осъществява чрез използване на следните учебни ресурси и дейности:

- учебни ресурси: електронен учебник, URL модул, електронна книга, онлайн блог;
- учебни дейности: разписание, база от данни, форум.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Задание за самостоятелна работа	1	100
	Общо за семестриален контрол:	1	100
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (присъствен тест)	1	125
	Общо за сесиен контрол:	1	125
	Общо за всички форми на контрол:	2	225

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Иновации в банкирането” (2016), качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Вачков, Ст. (2015). Иновациите – новата нормалност в банкирането. Варна: Наука и икономика.
 2. Вачков, Ст. (2016). Дигитализацията на банкирането – реалност без алтернатива. // В: Вачков, Ст. и др. Финансовата наука – между догмите и реалността. Варна: Наука и икономика, с. 13-107.