

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: „ПРОДУКТОВ МЕНИДЖМЪНТ И МЪРЧЪНДАЙЗИНГ“

ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 5

РАБОТЕН ЕЗИК: Български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	12
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	138
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	6
• САМОПОДГОТОВКА	132

Изготвили програмата:

1.

(Проф. д-р Д.Данчев)

2.

(Гл.ас. д-р М.Душкова)

Ръководител катедра:

„Икономика и управление на търговията“ (Доц. д-р В.Димитрова)

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина е предназначена да задълбочи знанията на студентите в областта на продуктивния мениджмънт и мърчъндайзинга в търговския бизнес. Вниманието се фокусира върху същността, елементите, обхвата, еволюцията и подходите на продуктивния мениджмънт в търговията. Разглеждат се основните проблеми при формирането на стоковия асортимент, мениджмънта на доставките, управлението на запасите и мърчъндайзинга. Специално място се отделя на особеностите на продуктивния мениджмънт при извънмагазинните форми на търговия, както и на неговите международни аспекти. В учебната програма са отразени най-новите постижения в тази научна област и тя е в съответствие със съдържанието на подобни курсове, изучавани в български и чуждестранни университети.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ПРОДУКТЪТ КАТО ОБЕКТ НА ПРОДУКТИВНИЯ МЕНИДЖМЪНТ				
1.1	Същност и равнища на продукта.			
1.2	Класификация на продуктите.			
1.3	Основни характеристики на продуктите			
1.4	Марка на продуктите: същност, видове, функции, изисквания			
1.5	Опаковка и маркировка на продуктите.			
ТЕМА 2. ПРОДУКТОВ МЕНИДЖМЪНТ В ТЪРГОВИЯТА				
2.1	Същност, роля и елементи на продуктивния мениджмънт в търговията			
2.2	Обхват и еволюция на продуктивния мениджмънт в търговията			
2.3	Основни проблеми при вземането на решения в продуктивния мениджмънт			
2.4	Съвременни подходи и тенденции в търговския продуктов мениджмънт: Efficient consumer response, Category management.			
ТЕМА 3. ФОРМИРАНЕ НА СТОКОВИЯ АСОРТИМЕНТ				
3.1	Основни проблеми при формирането на асортимента.			
3.2	Структуриране на асортимента			
3.3	Фактори, влияещи върху формирането на асортимента.			
3.4	Информация, необходима за формирането на асортимента.			
3.5	ABC и XYZ анализ на асортимента.			
3.6	Стратегии при формирането на стоковия асортимент.			
3.7	Съвременни подходи към формирането на асортимента в търговията.			
ТЕМА 4. МЕНИДЖМЪНТ НА ДОСТАВКИТЕ				

4.1	Основни елементи на системата за доставка на стоки.			
4.2	Обезпечаване на стоките: идентифициране, контакт, оценка и преговори с доставчиците.			
4.3	Поръчване на стоките: стратегии, методи и системи.			
4.4	Обработване на стоките: приемане, проверка, маркиране и складиране.			
ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ НА СТОКОВИТЕ ЗАПАСИ				
5.1	Същност и цели на управлението на запасите в търговията.			
5.2	Планиране на стоките запаси: 5.2.1.Разработване на стоков бюджет 5.2.2.Разпределение на стоковия бюджет по елементи на асортиментната структура.			
5.3	Контрол на стоките запаси: 5.3.1. Системи за управление на стоките запаси в търговията 5.3.2. Методи за оценка на запасите в търговията 5.3.3. Показатели за ефективност на запасите в търговията.			
ТЕМА 6. МЪРЧЪНДАЙЗИНГ				
6.1	Алокация на стоките в търговските обекти: цели, методи и фактори.			
6.2	Външен и вътрешен дизайн на търговските обекти.			
6.3	Визуално представяне на продуктите: същност, обхват, средства и методи.			
ТЕМА 7. ПРОДУКТОВ МЕНИДЖМЪНТ ПРИ ИЗВЪНМАГАЗИННИТЕ ФОРМИ НА ТЪРГОВИЯ				
7.1	Формат и характерни особености на извънмагазинните форми за търговия			
7.2	Специфични особености на продуктивния мениджмънт при извънмагазинните форми на търговия: представяне, поръчване и доставка на продуктите.			
7.3	Проблеми на мултиканалната дистрибуция на продуктите.			
ТЕМА 8. МЕЖДУНАРОДНИ АСПЕКТИ НА ПРОДУКТОВИЯ МЕНИДЖМЪНТ				
8.1	Формиране на асортимента: стандартизация или адаптация.			
8.2	Доставка на стоките: локални и глобални източници.			
8.3	Етични и културни особености и проблеми на международния продуктов мениджмънт.			
	Общо:			

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

Учебни ресурси:

- Мултимедийни презентации
- Интернет страници
- Файлове

Учебни дейности:

- Разписание за консултации
- Чат във времето за консултации

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.			
Общо за семестриален контрол:		0	0
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (присъствен тест)		
Общо за сесиен контрол:		0	0
Общо за всички форми на контрол:		0	0

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Продуктов мениджмънт“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Балева, В. Продуктът: маркетингови стратегии и политики, . София, Унив. издателство “Стопанство”, 2007.
2. Балева, В и др. Стокова политика. София, Унив. издателство "Стопанство", 2000.
3. Гузелевич,Н. Фокусы мерчандайзинга. Санкт-Петербург, "Питер", 2010.
4. Сысоева,С., Е.Бузукова. Управление ассортиментом в рознице. Санкт-Петербург, "Питер", 2010.
5. Сысоева,С., Е.Бузукова. Закупки и поставщики. Санкт-Петербург, "Питер", 2009.
6. Сысоева,С., Е.Бузукова. Мерчандайзинг. Санкт-Петербург, "Питер", 2009.
7. Сэнд, Г. Принципы мерчандайзинга. Минск, „Гревцов Публишер”, 2007.
8. Эстерлинг,С. и др. Мерчандайзинг в розничной торговле. Санкт-Петербург, "Питер", 2004.

¹ Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

