

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

---

---

Приета от ФС (протокол №/ дата):  
Приета от КС (протокол №6/ 28.02.2020 г.):

**УТВЪРЖДАВАМ:**  
**Декан:**  
(Доц. д-р Д. Златева)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ТЪРГОВИЯ С ИНДУСТРИАЛНИ ПРОДУКТИ“;  
ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“  
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6;  
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 Д. Желязкова)
2. ....  
(доц. д-р М. Стоянов)

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

## I. АНОТАЦИЯ

Настоящата учебна програма по “Търговия с индустриални продукти” обхваща изучаването на проблемите в сферата на търговията, свързани с индустриалните продукти и изискванията при тях. Тематичното съдържание на дисциплината включва усвояването на знания с теоретична и с приложна значимост за студентите относно същността и видовете индустриални продукти, спецификата на търговската марка, опаковка и маркировка при тях, посредническата търговия с индустриални продукти, на характерните черти на организационните пазари, поведението на потребителите на индустриални продукти. В програмата е застъпено придобиването на знания и умения в анализирането и интерпретирането на резултатите от търговията с индустриални продукти. Застъпени са теми, които ще позволят на студентите да се запознаят с последователността при разработването на пласментен план и неговата обвързаност с асортиментната програма и плана по осигуряването на производството с индустриални продукти. Отделено е необходимото място и на проблемите, свързани с определяне на потребностите от индустриални продукти, проучването на пазара и избора на доставчици на индустриални продукти, както и на тяхната реализация от производствените фирми.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ИНДУСТРИАЛНИ ПРОДУКТИ И ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ТЯХ</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
1.1	Същност и видове индустриални продукти.			
1.2	Изисквания за конкурентоспособност на индустриалните продукти.			
1.3	Продуктова политика и стратегии на фирмите			
<b>ТЕМА 2. ПЛАНИРАНЕ НА ПРОИЗВОДСТВОТО</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
2.1	Формиране на производствена програма			
2.2	Системи за управление на материалните потоци в индустриалното предприятие			
<b>ТЕМА 3. ОРГАНИЗАЦИОННИ ПАЗАРИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
3.1	Същност и особености организационни пазари.			
3.2	Сегментиране на организационните пазари			
3.3	Характерни черти на организационните пазари.			
<b>ТЕМА 4. ПРОУЧВАНЕ НА ПАЗАРА НА ИНДУСТРИАЛНИ ПРОДУКТИ И ИЗБОР НА ЦЕЛЕВИ ПАЗАР</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
4.1	Проучване на пазара за целите на пласмента на индустриални продукти			
4.2	Избор на целеви пазар			
<b>ТЕМА 5. ПЛАСМЕНТ И ПРОДАЖБИ НА ИНДУСТРИАЛНИ ПРОДУКТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
5.1	Дейности и решения, свързани с пласмента на индустриални продукти			
5.2	Етапи на сделката за продажба на индустриални продукти			
<b>ТЕМА 6. ТРАНСПОРТ НА ИНДУСТРИАЛНИ ПРОДУКТИ</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
6.1	Транспорт на индустриални продукти със сухопътен транспорт.			
6.2	Транспорт на индустриални продукти с воден транспорт.			
6.3	Транспорт на индустриални продукти с въздушен транспорт.			

<b>ТЕМА 7. ТЪРГОВСКА МАРКА, ОПАКОВКА И МАРКИРОВКА ПРИ ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРОДУКТИ</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
7.1	Необходимост от търговски марки.			
7.2	Функции и изисквания към опаковките на индустриални продукти.			
7.3	Маркировка на индустриалните продукти.			
<b>ТЕМА 8. ПОВЕДЕНИЕ НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
8.1	Вътрешни и външни детерминанти на поведението на потребителите при покупка на индустриални продукти			
8.2	Модел на поведение на организациите потребители			
<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.	Курсова работа (по предварително избрана тема)	1	40
1.2.	Литературен обзор	1	20
1.3.	Казус	1	10
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>3</b>	<b>70</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (класически писмен изпит)	1	20
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>20</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>4</b>	<b>90</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

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

1. Апостолов, В. Индустриални отношения. София: Изд. комплекс на УНСС, 2018.
2. Богданов, Ан. и Пл. Дянков, Индустриален мениджмънт. Шумен: Университетско издателство Еп. Константин Преславски, 2017.

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

1. Армстронг, Г. и Ф. Котлър, Въведение в маркетинга. София: Класика и стил, 2013.
2. Деминг, У. Новата икономика за индустрията, държавния сектор и образованието. София: Инвестпрес АД, 2014.
3. Денева, Ан. Индустриална икономика. Свищов: Акад. изд. Ценов, 2013.
4. Сълова, Н. и колектив. Развитие на търговията в България - състояние, проблеми и предизвикателства. Варна: „Наука и икономика”, 2014.