

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А**  
**ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ**  
**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 Денка Златева)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “Търговски мениджмънт”;  
ЗА СПЕЦ: „Глобален търговски бизнес“; ОКС „магистър“  
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 9-СНУ; КУРС: 6; СЕМЕСТЪР: 11-ДНДО  
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 Виолета Димитрова)
2. ....  
(гл. ас. д-р Миглена Душкова)

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

## I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина има за предмет организацията на търговията като икономически сектор и мениджмънта на отделните търговски предприятия, комплекси, звена и обекти в търговията на дребно (ритейлинга) и търговията на едро (дистрибуцията), както и на търговските операции. В нея се обобщават и отразяват достиженията в теорията и в практиката на търговията. Целите на дисциплината са свързани с придобиване на знания за организацията на основните ресурси на търговията и търговската дейност – търговската инфраструктура и по-конкретно търговската мрежа на дребно и складовата мрежа, труда, стоковото предлагане и допълнителните услуги, мърчандайзинга, качеството на обслужване на клиентите и мениджмънта на търговията в неговите стратегически аспекти, както и мениджмънта на търговските операции по покупките и продажбите.

Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са: знания и разбиране за историческото развитие на организацията на търговията, за нейната нарастваща роля в обществото, за организацията и управлението на търговските предприятия, за организацията на ресурсите в търговията. Получените знания и умения се доизграждат в дискусии, решаване на казуси, тестове, курсов проект, задачи и др. с цел прилагане в практиката при вземане на управленски решения в областта на търговския мениджмънт. Следва да се развиват и стимулират творческите възможности на студентите за разширяване на знанията и формиране на нови умения както чрез учебния процес, така и чрез самостоятелната учебно-изследователска работа.

В учебната дисциплина се надграждат знанията придобити от други изучавани учебни дисциплини от фундаменталната подготовка на бакалаврите в професионално направление „Икономика“, като „Микроикономика“, „Мениджмънт“, „Маркетинг“, „Основи на търговския бизнес“. Учебната дисциплина предоставя базисни специални знания в областта на търговския бизнес и е предпоставка за усвояване на знанията и уменията по специализиращите учебни дисциплини в областта на глобалния търговски бизнес.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯТА НА ТЪРГОВИЯТА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
1.1.	Основни проблеми на организацията на търговията като икономически сектор			
1.2.	Организация на търговията на дребно			
1.3.	Организация на търговията на едро			
1.4.	Тенденции в развитието на търговията			
<b>ТЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
2.1.	Елементи и принципи на търговската организация			
2.2.	Форми и модели за организация на търговското предприятие			
2.3.	Функции и структура на апарата за управление на търговските предприятия			
2.4.	Съвременни тенденции в организацията на търговските фирми			
<b>ТЕМА 3. ТЪРГОВСКА МРЕЖА НА ДРЕБНО</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
3.1.	Същност, задачи и функции на търговската мрежа на дребно			
3.2.	Видове търговска мрежа на дребно			
3.3.	Специализация на търговската мрежа на дребно			
3.4.	Концентрация на търговската мрежа на дребно			
3.5.	Избор на формат на търговския обект			
3.6.	Анализ на търговска зона и избор на локация на търговските обекти			
3.7.	Модернизация и реконструкция на търговската мрежа на дребно			

3.8.	Състояние и развитие на търговската мрежа на дребно – показатели за оценка			
3.9.	Проблеми и перспективи за развитие на търговската мрежа на дребно			
3.10.	Основни фактори и резерви за подобряване използването на търговската мрежа на дребно			
<b>ТЕМА 4. ОРГАНИЗАЦИЯ НА СКЛАДОВАТА МРЕЖА НА ТЪРГОВИЯТА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
4.1.	Същност, необходимост и функции на търговските складове			
4.2.	Класификация на стоките складове в търговията			
4.3.	Устройство, обзавеждане и оборудване на търговските складове			
4.4.	Състояние на складовата мрежа на търговията – показатели за оценка			
4.5.	Проблеми и перспективи за развитие на складовото стопанство на търговията у нас			
4.6.	Състояние, проблеми и насоки за усъвършенстване технологията на складовите операции в търговията			
4.7.	Основни фактори и резерви за подобряване използването на складовата мрежа на търговията			
<b>ТЕМА 5. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТРУДА В ТЪРГОВИЯТА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
5.1	Същност, елементи и задачи на организацията на труда в търговията			
5.2	Показатели за оценка, състояние и проблеми на организацията на труда в търговията			
5.3.	Процес на управление на човешките ресурси в търговията			
<b>ТЕМА 6. СТОКОВ АСОРТИМЕНТ, МЪРЧАНДАЙЗИНГ И ДОПЪЛНИТЕЛНИ УСЛУГИ В ТЪРГОВИЯТА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
6.1.	Продуктова политика в търговията			
6.2.	Стоков асортимент – същност и видове			
6.3.	Формиране и регулиране на стокския асортимент, асортиментни стратегии			
6.4.	Политика в областта на допълнителните услуги в търговията			
6.5.	Бранд мениджмънт в търговията			
6.6.	Същност и развитие на мърчандайзинга в търговията			
6.7.	Показатели за оценка на продуктовата политиката			
<b>ТЕМА 7. КАЧЕСТВО НА ОБСЛУЖВАНЕТО НА КЛИЕНТИТЕ В ТЪРГОВИЯТА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
7.1.	Теории в областта на качеството на търговското обслужване			
7.2.	Същност, основни елементи и показатели за оценка на културата на търговското обслужване			
7.3.	Изграждане и поддържане имиджа на търговския обект			
<b>ТЕМА 8. ТЪРГОВСКА ЛОГИСТИКА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
8.1.	Същност на търговската логистика – логистични процеси			
8.2.	Звенност на дистрибуцията			
8.3.	Аутсорсинг и съвместна физическа дистрибуция			
8.4.	Логистика при онлайн покупките – click & collect			
<b>ТЕМА 9. УПРАВЛЕНИЕ НА ПОКУПКИТЕ В ТЪРГОВИЯТА НА ЕДРО И ДРЕБНО</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
9.1.	Стратегическо значение и роля на покупките			
9.2.	Външни фактори, влияещи върху процеса на покупка			
9.3.	Критерии и методи за оценка и избор на доставчици			
9.4.	Заявки и поръчки за производство и доставка на стоки			
9.5.	Приемане на стоките. Оперативна отчетност и контрол			
<b>ТЕМА 10. ОПЕРАЦИИ ПРИ ПРОДАЖБИТЕ НА ДРЕБНО И ЕДРО</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
10.1.	Операции в магазина – технологичен процес в магазина			
10.3.	Персонална продажба (затворена, традиционна система за продажба) и насоки за нейното усъвършенстване			

10.4.	Отворена система за продажби – самообслужване, открит показ, образци			
10.5.	Извънмагазинни и други специфични форми за продажби. Електронни продажби			
10.6.	Форми на продажба на стоките в търговията на едро			
10.7.	Операции на организираните пазари – борсови, аукционни, тръжни			
10.8.	Реклама и стимулиране на продажбите			
<b>ТЕМА 11. ЕФЕКТИВНОСТ НА ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
11.1.	Същност и критерий за ефективност в търговията			
11.2.	Основни показатели за измерване на икономическия ефект в търговията			
11.3.	Ресурсен и разходен подход при определяне на икономическата ефективност на търговията			
11.4.	Обобщаващи и частни показатели за икономическата ефективност на ресурсите в търговията			
11.5.	Основни показатели за оценка икономическата ефективност на разходите в търговията			
11.6.	Показатели за определяне на социалната ефективност на търговската дейност			
11.7.	Основни фактори и резерви за повишаване ефективността на търговската дейност			
		<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.	Контролна работа (тест със смесени въпроси)	2	40
1.2.	Курсов проект	1	20
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>3</b>	<b>60</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тестови въпроси и казус)	1	30
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>30</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>4</b>	<b>90</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

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

1. Сълова, Н. Търговски мениджмънт: [Учебник]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2010.
2. Гълъбова, В. Маркетинг на търговската фирма. София: УНСС, 2017.
3. Димитрова, В., Е. Граматикова, М. Душкова. Управление на търговските операции: Варна: Унив. изд. Наука и икономика, 2013, Достъпен на: <<http://library1.ue-varna.bg:7480/ft/KNR/R0029711.PDF>>

**ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Дончев, Д. и Н. Щерев. Икономика на предприятието: [Учебник]. София: Мартилен, 2019.
2. Сълова, Н. и др. Търговски мениджмънт: [Учебно помагало]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2011.
3. Янкулов, Я. Търговски мениджмънт. София: Стопанство, УНСС, 2010.
4. Владимирова, Й. и др. Търговия. София: Стопанство, УНСС, 2010.
5. Граматикова, Е. Новите технологии в търговията на дребно, подобряващи качеството на търговското обслужване. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, Варна: Съюз на учените - Варна, 2017, с. 34 - 44.
6. Данчев, Д. и Ю. Христова. Основи на търговския бизнес. Варна: Икономически университет-Варна, 2017.
7. Костова, С. и Ив. Петров. Търговия на дребно: [Учебник]. София: Стопанство, УНСС, 2010.
8. Омниканална търговия и иновации. // Сборник доклади. София: Стопанство, УНСС, 2016.
9. Стоянов, М. Удобните магазини - модерна класика. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, Варна : Съюз на учените - Варна, 7, 2018, 1.
10. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и предизвикателства: [Монография]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2014.
11. Търговия 4.0 – наука, практика и образование. // Сборник доклади. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2018.
12. Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. // Сборник доклади. Свищов: Академично издателство на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов, 2016.
13. Zentes, J., Morschett, D., Schramm-Klein, H. Strategic Retail Management, Springer Gabler, 2017.
14. Basker, E. Handbook on the Economics of Retailing and Distribution, Cheltenham: Edward Elgar, 2016.

февруари, 2020 г.