

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):9/23.04.2020

Приета от КС (протокол №/ дата):7/27.02.2020

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ДИСТРИБУЦИОННА ЛОГИСТИКА”;

ЗА СПЕЦ: „Логистика“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 7

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 | 45 | 3 |
| • УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения) | 30 | 2 |
| ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ | 135 | - |

Изготвили програмата:

1.
(Доц. д-р Евгения Тонкова)

2.
(Проф. д-р Евгени Станимиров)

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

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Дистрибуционна логистика” включена в учебния план на специалност „Логистика” има за цел да подготви студентите за практическата им реализация в сферата на дистрибуцията на продукти и услуги. В лекционния курс и семинарните занятия са включени основните тематични направления: дистрибуцията – съвременни измерения, същност и основни задачи на дистрибуционната логистика, дистрибуционни канали – теория и практика, посредниците по каналите за реализация, дистрибуционно-логистични решения по нива на канала за реализация, дистрибуционни планове, организиране на дистрибуционната логистика, анализ на разходите за дистрибуционна логистика и обратна логистика.

Студентите през периода на обучение и самостоятелна (екипна) извънаудиторна заетост ще имат възможност да осъществят практически наблюдения и задания по изследване, проектиране и модифициране на дистрибуционни логистични практики в потребителския и индустриалния маркетинг. В лекционния курс се обхващат съвременни дистрибуционни модели и технологии в сферата на дистрибуционната логистика. Лекциите и семинарните занятия ще допринесат за усвояване на знания и разбиране, формиране на опит и компетенции, които са необходими за по-добрата им реализация в бизнеса в сферата на дистрибуционния и логистичния мениджмънт на български и мултинационални компании.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

| No. по ред | НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ | БРОЙ ЧАСОВЕ | | |
|---|--|-------------|----------|----|
| | | Л | СУ | ЛУ |
| ТЕМА 1. Дистрибуцията – съвременни измерения | | 5 | 3 | |
| 1.1 | Роля на дистрибуцията за фирмата и националната икономика | | | |
| 1.2 | Съвременни дистрибуционни модели и технологии | | | |
| 1.3. | Мобилни приложения в сферата на дистрибуционната логистика | | | |
| 1.4. | Глобални дистрибуционни решения | | | |
| ТЕМА 2. Същност и основни задачи на дистрибуционната логистика | | 5 | 3 | |
| 2.1 | Дистрибуционни практики в съвременния бизнес | | | |
| 2.2 | Специфика в дистрибуционната логистика – продукт-пазари, субекти и обекти | | | |
| 2.3 | Връзки на дистрибуционната логистика с продуктите, цените и промоциите | | | |
| ТЕМА 3. Дистрибуционни канали – теория и практика | | 5 | 3 | |
| 3.1 | Дистрибуционни канали – същност, функции и особености | | | |
| 3.2 | Видове дистрибуционни канали | | | |
| 3.3 | Комплексна оценка на маркетинговите канали в рамките на дистрибуционната система | | | |

| | | | | |
|--|--|-----------|-----------|--|
| ТЕМА 4. Посредниците по каналите за реализация | | 5 | 3 | |
| 4.1 | Категории посредници в дистрибуционната логистика | | | |
| 4.2 | Анализ и оценка на посредниците | | | |
| 4.3 | Управление на взаимоотношенията | | | |
| 4.4 | Мотивиране на участниците в дистрибуционните системи | | | |
| ТЕМА 5. Дистрибуционно-логистични решения по нива на канала за реализация | | 5 | 4 | |
| 5.1 | Проектиране на дистрибуционните канали | | | |
| 5.2 | Модели при проектиране на дистрибуционни канали | | | |
| 5.3 | Дистрибуционно-логистични решения - алтернативи | | | |
| ТЕМА 6. Дистрибуционни планове | | 5 | 3 | |
| 6.1 | Методи на планиране | | | |
| 6.2 | Разрези на планиране – по канали, продукти, обекти и субекти | | | |
| 6.3 | Контрол върху изпълнението на плана | | | |
| ТЕМА 7. Организиране на дистрибуционната логистика | | 5 | 4 | |
| 7.1 | Подходи в организиране на дейностите | | | |
| 7.2 | Фактори, влияещи върху организирането на дейностите | | | |
| ТЕМА 8. Анализ на разходите за дистрибуционна логистика | | 5 | 4 | |
| 8.1 | Основни теоретични постановки | | | |
| 8.2 | Ключови отношения | | | |
| 8.3 | Модели за изследване на разходите за дистрибуция | | | |
| ТЕМА 9. Обратна логистика | | 5 | 3 | |
| 9.1 | Обратна логистика – същност и правна регламентация | | | |
| 9.2 | Модели на обратна логистика. Обратна логистика и защита на правата на потребителите. | | | |
| Общо: | | 45 | 30 | |

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

| №. по ред | ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА | Брой | ИАЗ ч. |
|---|---|-------------|---------------|
| 1. | Семестриален (текущ) контрол | | |
| 1.1. | Курсов проект/Екипно или индивидуално задание | 1 | 40 |
| 1.2. | Тестове | 2 | 40 |
| Общо за семестриален контрол: | | 3 | 80 |
| 2. | Сесиен (краен) контрол | | |
| 2.1. | Изпит (тест) | 1 | 55 |
| Общо за сесиен контрол: | | 1 | 55 |
| Общо за всички форми на контрол: | | 4 | 135 |

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Благоев, Б. и колектив. Стопанска логистика. Варна: Наука и икономика, 2009.
2. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията, УИ Варна, 2015
3. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията – задачи, казуси и тестове, Наука и икономика, 2015
4. Тонкова, Е. Дистрибуционни модели в условията на е-бизнес. Стено, Варна, 2005

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Банчев, П., Маркетингови дистрибуционни решения, Стопански свят, 1999
2. Василева Л. И колектив, Дистрибуционна политика, Част I и II, 2002
3. Димова, Н. Дистрибуционна политика, НБУ, 2011
4. Ковачева, В. Физическа дистрибуция, УИ Стопанство, София, 1994
5. Тодоров, Ф., Дистрибуционна политика, Тракия, 1999
6. Christopher, M. Logistics and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Costs and Improving Service, 2005
7. Christopher, M. Marketing Logistics. CIM, ВН, 2012
8. Omar, O. Retail Marketing, ET Pitman, 1999
9. Bowersox, D., Strategic Marketing Channel Management, 2004
10. Dayan, A., Manuel de la distribution functions – structures – evolution, PUF, 1992
11. Friedman, Furey, The Channel Advantage, ВН, 2012
12. Rosenbloom, Bert. Marketing Channels, НВ, 2012
13. Murphy, P., Wood, D., Contemporary Logistics, 2008
14. Tonkova, E. Multi-channel Distribution Approaches in Business. // New Challenges of Economic and Business Development - 2016 : Society, Innovations and Colaborative Economy : Proceedings, May 12 - 14, 2016, Riga, University of Latvia. - Riga : University of Latvia, 2016, p. 858 - 869.
15. Tonkova, E. Multi-channel Distribution Drivers and Arguments for Adding New Channels. // New Challenges of Economic and Business Development - 2016 : Society, Innovations and Colaborative Economy : Proceedings, May 12 - 14, 2016, Riga, University of Latvia. - Riga : University of Latvia, 2016, p. 870 - 881.