

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС И ЛОГИСТИКА“

Приета от ФС (протокол № 11/ 25. 04. 2024 г.)

Приета от КС (протокол № 9/ 16. 04. 2024 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 ВЗАИМООТНОШЕНИЯ“

ЗА СПЕЦ: „Логистика“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4 ; СЕМЕСТЪР: 7

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

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	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Йордан Иванов)

2.
(гл. ас. д-р Моника Михайлова)

Ръководител катедра:
„Индустиален бизнес и логистика“ (доц. д-р Пламен Павлов)

I. АНОТАЦИЯ

„Търговски взаимоотношения” е приложна икономическа дисциплина, чиято основна задача е да създаде компетентност в обучаваните за изграждане на връзките, които са в основата на придвижване на стоково материалните ценности. Тя проследява и се стреми да развие познание за подготовка и водене на преговори с клиенти, доставчици и посредници. Разглежда се нормативния регламент за осъществяване на търговска сделка, както и основните търговско-посреднически операции на вътрешната и международната търговия. Проследяват се и основните характеристики на международните търговски операции, митническият режим в България и не на последно място, развитието на системите за управление на продажбите и развитието на електронната търговия.

Съдържанието в посочените области и обхваната в дисциплината, дават възможност обучаваните да придобият система от теоретични познания за:

- същността на търговските взаимоотношения;
- характерните особености на участниците в тях;
- подготовката за и воденето на търговски преговори;
- основните операции обект на търговски взаимоотношения;
- особеностите свързани с международни операции;
- начините за разплащане при осъществяване на търговски взаимоотношения.

Практическите познания за осъществяване на търговски взаимоотношения са:

- ключови умения за водене на преговори;
- познаване на нормативната уредба за реализация на търговски сделки;
- познаване на технологията за осъществяване на различни видове търговски операции;

- познаване на митническият режим на Р. България и технологията за работа с документацията, която той изисква.

Формирането на новите знания и умения в обучаваните се основава на дисциплини като – основи на правото, теория на управлението, въведение във финансите, търговско право, управление на продажбите, ценови практики и решения, маркетинг и др.

В хода на обучението се прилагат и развиват следните ключови компетентности, съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2018 г, а именно:

• Гражданска компетентност – група 6. Умения за вземане на решения, които са в услуга на цялата общност, умения за справяне с разногласия, .

• Предприемаческа компетентност – група 7. Способност за критично мислене, аналитичност, прогнозиране, програмиране и планиране.

• Цифрова компетентност – група 4. Способност за ползване на цифрово съдържание (създаване, филтриране, оценяване, споделяне); ефективно ползване на софтуер.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	ТЕМА 1. Теоретични основи на търговските взаимоотношения	2	1	
1.1.	Икономическа същност и видове търговски взаимоотношения			
1.2.	Организация на търговските взаимоотношения			

1.3.	Логистична система и логистичен подход във взаимоотношенията на фирмите			
ТЕМА 2. Пазарни участници обект на търговски взаимоотношения		3	4	
2.1.	Роля и значение на взаимоотношенията между пазарните участници			
2.2.	Клиентите във търговските взаимоотношения			
2.3.	Доставчиците във търговските взаимоотношения			
2.4.	Роля на посредниците в търговските взаимоотношения			
ТЕМА 3. Регламентиране на търговските взаимоотношения		4	5	
3.1.	Същност и особености на търговските сделки			
3.2.	Технология на сделката (етапи)			
3.3.	Основни документи при търговските взаимоотношения			
3.4.	Видове търговски договори			
ТЕМА 4. Подготовка за сключване на търговска сделка		4	5	
4.1.	Видове преговори			
4.2.	Ключови предпоставки за сключване на сделка			
4.3.	Подготовка за сключване на сделка			
4.4.	Тактики за водене на търговски преговори			
4.5.	Езикът на тялото в търговските срещи			
ТЕМА 5. Определяне на място и време за търговската сделка.		2	3	
5.1.	Същност и значение на мястото за търговска сделка			
5.2.	Проектиране на мястото за продажба			
5.3.	Елементи на управлението на мястото и времето за продажба.			
ТЕМА 6. Електронни продажби		3	3	
6.1.	Същност и особености на електронната търговия			
6.2.	Електронен магазин – същности и видове			
6.3.	Гъвкавост на офертата и цените при електронна търговия.			
6.3.	Правни и данъчни аспекти на търговията през електронен канал.			
ТЕМА 7. Международни договорни цени		3	2	
7.1.	Особености на експортно-импортното ценообразуване			
7.2.	Особености на външно търговската сделка			
7.3.	Видове международни цени			
7.4.	Формиране на експортно – импортната цена на стоките			
ТЕМА 8. Особенности на външотърговските взаимоотношения		3	3	
8.1.	Същност и видове международна търговия. Фирмена политика при внос и износ			
8.2.	Същност и общи правила на вносно-износния режим на Р. България			
8.3.	Изисквания към участниците в търговския оборот при вносно-износен режим			
8.4.	Митническа процедура и режим в Р. България			
8.5.	Същности и видове мита, работа с митническа тарифа			

8.6.	Митническа облагаема стойност и митническа декларация			
ТЕМА 9. Документи и документооборот при реализация на търговските сделки		3	2	
9.1.	Оферта и контра оферта			
9.2.	Търговски договор			
9.3.	Митническа документация и документи свързани с транспорт			
9.4.	Данъчни и счетоводни документи.			
ТЕМА 10. Информационни основи на търговските взаимоотношения		3	2	
10.1.	Информационни системи за управление на продажби			
10.2.	Развитие на софтуера за управление на продажби			
10.3.	POS системи			

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест	1	20
1.2.	Казус	1	20
1.3.	Курсов проект	1	40
Общо за семестриалното оценяване:		3	80
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	40
Общо за сесийното оценяване:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Димитрова, В., и др., Управление на продажбите, ИУ-Варна, 2011 г.
2. Данчев, Д., и колект., Въведение в търговския бизнес, Фабер, В.Търново, 2010
3. Кръстева, Н., Успешни лични продажби, УИ „св. Кл. Охридски“, С., 2013

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Атанасова, Е., Димитрова, С., Бъдещето на директните продажби в условията на омни-канална търговия, сборник с доклади, 2018 г.
2. Гроздева, Д., Електронните маркетплейс платформи и прилагането им от предприятията за онлайн продажби, сборник с доклади 100 години ИУ-Варна, 2020

¹ При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.