

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

Приета от ФС (протокол №11 / 25.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №11 / 08.04.2024 г.)

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

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3

СЕМЕСТЪР: 5

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 270 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 9

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	15
В Т.Ч.:	
• ЛЕКЦИИ	9
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	255

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Виолета Димитрова)
2.
(гл. ас. Миглена Душкова)

**Ръководител катедра:
„Икономика и управление на търговията и услугите“ (Доц. д-р Михал Стоянов)**

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Търговски мениджмънт“ има за предмет организацията на търговията като икономически сектор и мениджмънта на отделните търговски предприятия и обекти в търговията на дребно (ритейлинга) и търговията на едро (дистрибуцията). В нея се обобщават и отразяват достиженията в теорията и практиката на търговията. Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са: знание и разбиране 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. Дисциплина разширява знанията на студентите получени по „Основи на търговията“ чрез прилагане на **интердисциплинарен** подход с използване на знания от икономиката, мениджмънта, маркетинга и информационните технологии.

Дисциплината „Търговски мениджмънт“ съдейства за формиране на следните ключови компетентности съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз (ЕС) от 22 май 2018 г.: **предприемаческа** – развитие на стратегическо мислене, способност за решаване на проблеми, анализ на ключови икономически показатели, избор на форми на организация на търговския бизнес, управление на ресурсите за осъществяване на търговската дейност, изграждане на умения за самостоятелна и екипна работа; **математическа** – способност за развиване и прилагане на математическо, аналитично мислене с цел решаване на различни проблеми в процеса на функционирането на търговския бизнес чрез решаване на задачи, формулиране на управленски решения и анализ на резултатите от тях; **цифрова** – способност за умело, критично и отговорно ползване на цифровите технологии, с цел обработване на цифрови данни, с помощта на приложен софтуер, създаване и редактиране на цифрово съдържание.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	ВЪВЕДЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯТА НА ТЪРГОВИЯТА
1.1.	Основни проблеми на организацията на търговията като икономически сектор
1.2.	Организация на търговията дребно
1.3.	Организация на търговията на едро
1.4.	Тенденции в развитието на институционалната структура на търговията
2.	ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
2.1.	Елементи и принципи на търговската организация
2.2.	Форми и модели на организация на търговското предприятие
2.3.	Функции и структура на апарата за управление на търговските предприятия
3.	ТЪРГОВСКА МРЕЖА НА ДРЕБНО
3.1.	Същност, задачи и функции на търговската мрежа на дребно
3.2.	Видове търговска мрежа на дребно – магазинна и извънмагазинна, онлайн и омниканална търговия
3.3.	Специализация на търговските обекти и избор на търговски формат
3.4.	Определяне на капацитета на търговските обекти – концентрация на търговската мрежа
3.5.	Анализ на търговската зона и избор на локалия
3.6.	Регистрация на търговски обект – физически и електронен

3.7.	Състояние и развитие на търговската мрежа на дребно – показатели за оценка
3.8.	Проблеми и перспективи пред развитието на търговската мрежа на дребно
4.	ОРГАНИЗАЦИЯ НА СКЛАДОВАТА МРЕЖА НА ТЪРГОВИЯТА
4.1.	Същност, необходимост и функции на търговските складове
4.2.	Класификация на стоковите складове в търговията
4.3.	Състояние на складовата мрежа на търговията – показатели за оценка
4.4.	Проблеми и перспективи за развитие на складовото стопанство на търговията у нас
5.	ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТРУДА В ТЪРГОВИЯТА
5.1.	Същност, елементи и задачи на организацията на труда в търговията
5.2.	Процес на управление на човешките ресурси в търговията
5.3.	Ефективност и производителност на труда
6.	ПРОДУКТОВ АСОРТИМЕНТ И ДОПЪЛНИТЕЛНИ УСЛУГИ В ТЪРГОВИЯТА
6.1.	Продуктова политика в търговията
6.2.	Продуктов асортимент – същност и видове
6.3.	Формиране и регулиране на стоковия асортимент, асортиментни стратегии
6.4.	Политика в областта на допълнителните услуги в търговията
6.5.	Бранд мениджмънт в търговията
6.6.	Показатели за оценка на продуктовата политиката
7.	КУЛТУРА НА ТЪРГОВИЯТА И КАЧЕСТВО НА ТЪРГОВСКОТО ОБСЛУЖВАНЕТО
7.1.	Концепции в областта на културата на търговията и 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
8.	СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕНИДЖМЪНТ В ТЪРГОВИЯТА
8.1.	Стратегии за растеж
8.2.	Интернационализация на търговията
8.3.	Социална отговорност на търговските предприятия
8.4.	Защита правата на потребителите

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

Методите на подготовка и провеждане на обучението по дисциплината „Търговски мениджмънт“ включват използването на различните учебни ресурси и дейности, чрез които се осъществява учебният процес в дистанционната форма на обучение.

Учебни ресурси:

- Папка с качен учебник;
- Папка с качено учебно помагало;
- Мултимедийни презентации;
- Файл с информация относно разписание за консултации, учебна програма, указания;
- Страница за текущи събития и друга допълнителна информация;

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

- URL връзки към сайтове.

Учебни дейности:

- Задания за домашна работа;
- Тестове за самоподготовка;
- Тест за текуща оценка;
- Форум за дискусии;
- Чат основно във времето за консултации.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ²	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест	1	40
1.2.	Задача	1	40
1.3.	Курсова работа (с данни за реален стопански субект)	1	80
Общо за семестриалното оценяване:		3	160
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест и отворени въпроси)	1	95
Общо за сесийното оценяване:		1	95
Общо за всички форми на контрол:		4	255

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

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

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Гълъбова, В. Маркетинг на търговската фирма. София: УНСС, 2017.
2. Владимирова, Й. и др. Търговия. София: Стопанство, УНСС, 2010.
3. Данчев, Д. и Ю. Христова. Основи на търговския бизнес. Варна: Икономически университет-Варна, 2017.
4. Димитрова, В. Бранд имидж в ритейлинга. Варна: Стено, 2022.

² 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.

5. Димитрова и др. Влияние на дигитализацията на търговията върху икономическото развитие на България и регионите. Монография, Библиотека проф. Цани Калянджиев. Варна: Наука и икономика, кн. 70, 2021.
6. Душкова, М. Инструменти за решаване на потребителски спорове. Търговия 5.0. – хуманизация и/или дигитализация. Сборник доклади от международна научна конференция, 2023, с. 85-91.
7. Костова, С. и Ив. Петров. Търговия на дребно: [Учебник]. София: Стопанство, УНСС, 2010.
8. Стоянов, М. Удобните магазини - модерна класика. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, Варна: Съюз на учените - Варна, 7, 2018, 21-27.
9. Сълова, Н. Търговски мениджмънт: [Учебник]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2010.
10. Сълова, Н. и др. Търговски мениджмънт: [Учебно помагало]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2011.
11. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и предизвикателства: [Монография]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2014.
12. Янкулов, Я. Търговски мениджмънт. София: Стопанство, УНСС, 2010.
13. Basker, E. Handbook on the Economics of Retailing and Distribution, Cheltenham: Edward Elgar, 2016.
14. Dimitrova, V. Labour Productivity Gaps in the Trade Industries in Bulgaria and Some European Countries. Economic Studies [Икономически изследвания], Sofia : Economic Research Institute. Bulgarian Academy of Sciences, 32, 2023, 6, pp. 54-75, [линк](#).
15. Eurostat – Turnover and volume of sales in wholesale and retail trade (<https://ec.europa.eu/eurostat/>).
16. Zentes, J., D. Morschett, H. Klein. Strategic Retail Management. Springer Gabler, 2017.

ВД/МД
Март 2024 г.