

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: „Аутсорсинг и бизнес развитие“; ОКС „магистър“ – задочно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за ПН 3.7, 3.8, 3.9; 6 за ДНДО и СПН

СЕМЕСТЪР: 10 за ПН 3.7, 3.8, 3.9; 11 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 30 ч.

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:	
т.ч.	
• ЛЕКЦИИ	15
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	15
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	150

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:

- Личностна компетентност, социална компетентност – група 5. Разбиране и управление на взаимодействия и комуникации в различни социално-културни контексти, умения за решаване на реално съществуващи проблеми, осъзнаване на необходимостта от разнообразни комуникационни подходи и инструменти, които са адаптирани към контекста на взаимодействие.

- Културна осведоменост и изява - група 8. Адаптивност при работа с лица от различни култури; познаване на местните, националните, регионалните, европейските и световните култури.

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

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

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№ по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
ТЕМА 1. Теоретични основи на търговските взаимоотношения	
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	
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	
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	
4.1.	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.	
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	
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	
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	
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	
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	
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	30
1.2.	Практически Казуси	1	30
1.3.	Курсов проект	1	40
Общо за семестриалното оценяване:		3	100
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	50
Общо за сесийното оценяване:		1	50
Общо за всички форми на контрол:		4	150

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 омниканална 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.