

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
С Т О П А Н С К И Ф А К У Л Т Е Т
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №6/ 28.02.2020 г.):

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ОСНОВИ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС“

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

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4

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
В Т.Ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	8
• САМОПОДГОТОВКА	247

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Д. Данчев)
2.
(гл. ас. д-р Д. Гроздева)
3.
(гл. ас. д-р Ю. Христова)

Ръководител катедра:

„Икономика и управление на търговията“ (доц. д-р В. Димитрова)

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Основи на търговския бизнес“ е една от основните про-филираци дисциплини за студентите в бакалавърска степен на обучение от специалност „Икономика и търговия“. Предмет на дисциплината са проблемите на търговията на макро и микро равнище във връзка със същността и еволюцията на търговията, предпоставките и условията за осъществяване на търговската дейност, вътрешния потребителски пазар, пазарно търсене и предлагане, конкуренцията, потребителско поведение, стоковите запаси, цените и търговските надбавки, приходите, разходите и рентабилността на търговските предприятия. Програмата отразява най-новите научни постижения в тази област и съответства на съдържанието на подобни учебни курсове в български и чуждестранни университети.

Изучаването на дисциплината спомага за повишаване на знанието и разбирането на основните понятия, закономерности, фактори и тенденции в развитието на търговския бизнес. Основната цел на учебната дисциплина е да осъществи логически обоснован преход от общите икономически знания към конкретните проблеми на търговския бизнес; да постави основата на специалните знания и умения на студентите, които по-нататък трябва да се развиват и усъвършенстват; да съчетае фундаментални и приложни знания чрез предлагане на концептуални и аналитични инструменти при изследване на търговската дейност.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
	ТЕМА 1. СЪЩНОСТ И ХАРАКТЕРНИ ОСОБЕНОСТИ НА ТЪРГОВИЯТА
1.1	Същност на търговията
1.2	Функции на търговията
1.3	Място и роля на търговията в обменните процеси
1.4	Значение на търговията за икономиката и обществото
1.5	Изисквания към оптималната търговска дейност
	ТЕМА 2. ФОРМИ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ТЪРГОВИЯТА
2.1	Класификационна структура на търговията
2.2	Концепции за развитието на търговските структури
	ТЕМА 3. ПРЕДПОСТАВКИ И УСЛОВИЯ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ
3.1	Обкръжаваща среда на търговския бизнес
3.2	Правна среда на търговския бизнес
3.3	Икономическа среда на търговския бизнес
3.4	Социална и демографска среда на търговския бизнес
3.5	Технологична и информационна среда на търговския бизнес
	ТЕМА 4. ПАЗАРНИ И КОНКУРЕНТНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС
4.1	Същност и класификация на пазарите
4.2	Пазарен механизъм – функции, елементи, регулиране на пазарното равновесие

4.3	Пазарно търсене – нужди, потребности и желания на потребителите, лично потребление, същност, фактори и еластичност на търсенето, парични доходи и покупателна способност на населението
4.4	Пазарно предлагане – същност, фактори и еластичност
4.5	Конкуренцията в търговския бизнес – същност, видове, фактори
	ТЕМА 5. ПОТРЕБИТЕЛСКО ПОВЕДЕНИЕ
5.1	Микроикономически подход към потребителското поведение
5.2	Маркетингов подход към потребителското поведение
	ТЕМА 6. СТОКОВИ ЗАПАСИ
6.1	Същност, необходимост, видове и икономически релации на стоките запаси
6.2	Обращаемост на стоките запаси
6.3	Фактори и резерви за ускоряване на обращаемостта и повишаване на ефективността на стоките запаси в търговията
	ТЕМА 7. ЦЕНИ И НАДБАВКИ В ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС
7.1	Същност и значение на цените и ценовата политика в търговската дейност
7.2	Ценообразуване в търговията – цели, фактори, методи и политики
7.3	Адаптиране на цените към пазара
7.4	Търговски надбавки – същност, съдържание и видове
	ТЕМА 8. ПРИХОДИ, РАЗХОДИ И РЕНТАБИЛНОСТ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС
8.1	Приходи в търговията – същност, видове, фактори и показатели за измерване
8.2	Разходи в търговията – същност, класификация, фактори и показатели за измерване
8.3	Финансов резултат – обща характеристика, разпределение и данъчно облагане
8.4	Рентабилност в търговията – същност, видове и показатели за измерване

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

Профилиращата подготовка на студентите бакалаври по дисциплината „Основи на търговския бизнес“ в дистанционната форма на обучение се осъществява чрез следните учебни ресурси и дейности:

- *учебни ресурси:*
 - *Мултимедийни презентации по тематичното съдържание на дисциплината, включващо теоретично представяне на темите и подтемите (основни понятия, постановки, дефиниции, модели, алгоритми, класификации и др.).*
 - *Файлове с казуси по отделни теми на учебното съдържание и с условия на задачи и описания на основни етапи при решаване на задачите.*
 - *Файлове (тестове).*
 - *URL връзки към електронни ресурси от интернет страници и други уеб сайтове.*
- *учебни дейности:*

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

- Разписание за консултации: присъствени и в електронна среда (по електронна поща, форум) със студентите.

- База данни с условия на задачи (решени и нерешени), казуси и друга учебна информация.

- Речник с основни понятия, термини и категории по отделните теми и общо.

- Електронни тестове с въпроси за проверка на знанията (отворени, затворени, за съпоставяне, вярно-грешно и др.).

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Електронни тестове със смесени въпроси	2	100
1.2.	Задание (решаване на задачи)	2	55
Общо за семестриален контрол:		4	155
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (присъствен) - писмен тест със смесени въпроси	1	100
Общо за сесиен контрол:		1	100
Общо за всички форми на контрол:		5	255

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Основи на търговския бизнес“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Владимирова, Й. и др. Търговия. София: Университетско издателство „Стопанство“, 2010.
2. Гроздева, Д. Същност и глобални имерения на омниканалната търговия на дребно. // В сб. докл: „Омниканална търговия и иновации“. София: Издателски комплекс – УНСС, 2016, с. 100-106.
3. Гроздева, Д. Хибридният подход като предпоставка за успешно развитие на търговските фирми. // В сб. докл: „Търговията – минало, настояще и бъдеще“. София: Издателски комплекс – УНСС, 2013, с. 68-73.
4. Данчев, Д. Омниканална търговия и омниканални потребители. // В сб. докл: „Търговия 4.0 - наука, практика и образование“, Варна: „Наука и икономика“, 2018, с. 37-74.
5. Данчев, Д., Ю. Христова. Основи на търговския бизнес. Варна: Унив. изд. на ИУ – Варна, 2017.

6. Данчев, Д. Съвременни измерения на глобалната търговия на дребно. // В сб. докл.: „Търговският и туристическият бизнес в условия на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“, Свищов: Академично издателство „Ценов“, 2016.
7. Данчев, Д. Мобилната търговия – концептуална рамка и приложни проекции. В сб. докл.: „Омниканална търговия и иновации“, София: Издателски комплекс – УНСС, 2016.
8. Данчев, Д. Глобалната търговия на дребно – ретроспектива и перспектива. // В сб. докл.: „Регионални и глобални измерения на търговията“. Варна: „Наука и икономика“, 2013.
9. Данчев, Д. Технологията RFID в търговския бизнес: възможности и предизвикателства. // Сп. „Икономически изследвания“, София: БАН, 2012, кн. 1.
10. Данчев, Д. Информационната прозрачност в търговския бизнес. // В сб. докл.: „Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката“. Варна: „Наука и икономика“, 2012.
11. Данчев, Д., Д. Гроздева. Въведение в търговския бизнес. Велико Търново: „Фабер“, 2010.
12. Петрова С., С. Илийчовски, П. Кънев. Икономика на търговията. Свищов: Академично издателство „Ценов“, 2012.
13. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“, 2015.
14. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и перспективи. Варна: „Наука и икономика“, 2014.
15. Христова-Петкова, Ю. Потребителска оценка на конкурентоспособността на вносителите на нови автомобили в България. // Електронно списание „Диалог“, Свищов: СА „Д. Ценов“, 2013, бр. 1, с. 75-92.
16. Христова-Петкова, Ю. Конкурентни влияния върху привлекателността на автомобилния пазар в България. // Сб. докл. от международната научна конференция „Търговията – минало, настояще и бъдеще“, София: Унив. изд. „Стопанство“, 2013, с. 122-127.
17. Христова-Петкова, Ю. Стратегическо позициониране на вносителите на нови автомобили в България. // Сб. докл. от научна конференция на младите научни работници, Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2013, с. 277- 286.
18. Христова-Петкова, Ю. Оценка на привлекателността на пазара на нови автомобили в България. // Сб. докл. от международна научна конференция „Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката“, Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2012, Том III, с. 419-427.
19. Христова, Ю. Омниканалната търговия – източник на конкурентно предимство при продажбата на нови автомобили. // Сб. докл. от международна научна конференция „Омниканална търговия и иновации“, София: Издателски комплекс – УНСС, 2016, с. 61-68.

02.2020 г.
ДД/ДГ/ЮХ