

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А**  
**ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“**

---

---

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

**УТВЪРЖДАВАМ:**  
**Декан:**  
(Доц. д-р Денка Златева)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ТЪРГОВСКАТА ДЕЙНОСТ“;  
ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „магистър“  
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 10-СНУ; КУРС: 6; СЕМЕСТЪР: 12-ДНДО  
ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.  
КРЕДИТИ: 5

**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	90	-

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц. д-р М. Стоянов)
2. ....  
(доц. д-р Д. Желязкова)
3. ....  
(гл. ас. д-р В. Петева)

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

## I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Планиране и анализ на търговската дейност“ заема важно място в професионалната подготовка на студентите от спец. „Глобален търговски бизнес“ от направления СНУ и ДНДО. Като специална дисциплина тя предоставя на студентите научни знания за теоретико-методологическите основи на планирането и икономическия анализ и тяхното място и значение в системата на фирменото управление. Подробно изяснява обектите на планиране и анализ на търговската дейност и конкретните методи, техники и процедури за осъществяването им според специфичните им форми на проявление, целите и задачите на субекта на управление. Главното предназначение на изучаването на дисциплината е формиране на професионална подготовка, мениджърска компетентност и умения в студентите относно методиката на планирането и анализа на обема и продуктовата структура на продажбите, потребностите от ресурси, величината на разходите, формирането на оптимална капиталова структура, благоприятна възвръщаемост и поддържане на фирмено равновесие.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ПЛАНИРАНЕТО И АНАЛИЗА</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
1.1	Търговският бизнес като обект на планиране и анализ			
1.2	Планирането и анализа в системата на фирменото управление			
1.3	Характеристики на фирменото планиране в пазарни условия			
1.4	Принципи, подходи и форми на фирменото планиране			
1.5	Функционални характеристики, задачи и форми на икономическия анализ на търговската дейност			
<b>ТЕМА 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ОСНОВИ НА ПЛАНИРАНЕТО И АНАЛИЗА</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
2.1	Плановият микс - съдържание и структура			
2.2	Плановият инструментариум. Основни характеристики на плановата технология			
2.3	Продукти на фирменото планиране			
2.4	Методи за планиране и анализ на търговската дейност			
2.5	Организация на аналитичната дейност			
<b>ТЕМА 3. ИНФОРМАЦИОННА БАЗА НА ПЛАНИРАНЕТО И АНАЛИЗА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
3.1	Информацията като управленски ресурс и основа на планирането и анализа			
3.2	Принципни изисквания към качествените характеристики на информацията			
3.3	Основополагащи канали на информационното осигуряване			
3.4	Методологически вариант за информационното осигуряване на фирменото планиране и анализ			
3.5	Софтуерни приложения за бизнес планиране и анализ			
<b>ТЕМА 4. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ПАЗАРНИЯ КАПАЦИТЕТ И ПРОДАЖБИТЕ НА ТЪРГОВСКАТА ФИРМА</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
4.1	Пазарите на търговската фирма			
4.2	Анализ на пазарната конюнктура и пазарната стратегия на търговската фирма			

4.3	Граници на пазарните условия и фази на развитие на търговския бизнес			
4.4	Технологични аспекти на планирането и анализа на фирмените продажби			
4.5	Балансирането на продажбите - основа на фирменото равновесие			
<b>ТЕМА 5. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ПРОДУКТОВАТА СТРУКТУРА НА ПРОДАЖБИТЕ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
5.1	Продуктовата структура - основа за качествен мениджмънт и стабилни пазарни позиции			
5.2	Условия и фактори за оптимизиране на продуктовата структура на продажбите			
5.3	Икономическа диагностика на обективните изменения в продуктовата структура на продажбите			
5.4	Фирмени политики и стратегии в областта на продуктовата структура на продажбите			
5.5	Методи, техники и процедури за планиране на продуктовата структура на продажбите			
<b>ТЕМА 6. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА СТОКОВОТО ПРЕДЛАГАНЕ</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
6.1	Стокова осигуреност на търговската фирма			
6.2	Съдържателни елементи и причинно-следствени връзки на краткотрайните (текущи) активи			
6.3	Основни обекти и технологични аспекти на икономическия анализ на стоките запаси			
6.4	Методологически аспекти за оптимизиране и планиране количествената и качествената определеност на стоките запаси. Оценка на краткосрочните инвестиции на търговската фирма			
<b>ТЕМА 7. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА НЕТЕКУЩИТЕ (ДЪЛГОТРАЙНИТЕ) АКТИВИ НА ФИРМАТА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
7.1	Характеристики и стратегии за развитие на търговския капацитет на фирмата			
7.2	Икономическа оценка и анализ на параметрите на развитието на нетекущите (дълготрайните) активи			
7.3	Планиране на нетекущите (дълготрайните) активи на търговската фирма			
<b>ТЕМА 8. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ТРУДОВИТЕ РЕСУРСИ</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
8.1	Човешкият фактор в търговския бизнес. Основополагащи обекти на оценка и съдържание на плановите решения за развитие на трудовите ресурси			
8.2	Икономически анализ и планиране параметрите на трудовите ресурси в търговската дейност			
8.3	Методологически аспекти на анализа и планирането на трудовите ресурси			
8.4	Икономически анализ и обосновка на решенията за развитие на средствата за заплащане на труда и индивидуалната работна заплата			
<b>ТЕМА 9. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА РАЗХОДИТЕ ЗА ТЪРГОВСКАТА ДЕЙНОСТ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
9.1	Целеви аспекти на планирането и анализа на разходите. Основополагащи обекти на планиране и анализ на разходите на търговската дейност			

9.2	Система от индикатори за планиране и анализ на разходите за търговска дейност			
9.3	Методи и техники за планиране и анализ на експлоатационните разходи за оперативна търговска дейност			
9.4	Планиране на инвестиционните разходи в търговската фирма			
<b>ТЕМА 10. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ ПЕЧАЛБАТА, РЕНТАБИЛНОСТТА И ФИНАНСИТЕ НА ТЪРГОВСКАТА ФИРМА</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
10.1	Образуване и разпределение на брутния доход и печалбата в търговската фирма. Оценка на изменението и факторен анализ			
10.2	Икономически анализ и планиране на рентабилността на търговската дейност			
10.3	Икономически анализ и планиране на капитала и капиталовата структура			
10.4	Капиталово бюджетиране			
<b>Общо:</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№ по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Курсов проект	1	30
1.2.	Тест със смесени въпроси	4	20
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>5</b>	<b>50</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (класически писмен изпит с тестови въпроси и задачи)	1	40
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>40</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>6</b>	<b>90</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Йончев, Цв. и др. Икономически анализ на търговската фирма. София: ИК - УНСС, 2013.
2. Стоянов, М. Анализ на търговската дейност. Варна: УИ "Наука и икономика", 2010.
3. Терезова, С. Бизнес план на търговската фирма (финансови аспекти). София: УИ „Стопанство“, 2011.

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Башева, С. и др. Учебник по бизнес оценяване. София: ИК – УНСС, 2016.
2. Владимирова, Й. и др. Икономика на търговията. София: Изд. комплекс УНСС, 2017.
3. Добрев, Д. Планиране и прогнозиране. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2015.
4. Желязкова, Д., Д. Гроздева, М. Стоянов. Национални и регионални измерения на извънмагазинната търговия и куриерските услуги в Република България и област Варна. //

- Годишник на ИУ – Варна, Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, Том 87, 2015/2016, с. 187-242.
5. Желязкова, Д. Глобални и регионални измерения на транспорта. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2015.
  6. Желязкова, Д., Д. Гроздева и М. Стоянов. Основни движещи сили за развитие на търговския бизнес в Република България. // сп. Икономически изследвания, София: Институт за икономически изследвания на БАН, кн. 1, 2011, с. 90-131.
  7. Кобелева, И. В. и др. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций. Москва: „Инфра-М“, 2015.
  8. Костова, Н. Финансов анализ. Варна: „Актив – К“, 2019.
  9. Костова, Н. и др. Ролята на финансовия анализ за управление на оборотния капитал, вземанията и кредитоспособността на предприятието. Варна: „Знание и бизнес“, Моногр. библ. „Знание и бизнес“, Кн. 2, 2018.
  10. Петева, В. Съвременни аспекти на стратегическото управление на човешките ресурси. // Сб. докл. „Регионални и глобални измерения на търговията“. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2013, с. 419-425.
  11. Райков, Е. Ръководство по управление на оборотния капитал. София: ИК – УНСС, 2013.
  12. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2015.
  13. Стоянов, М. Оценка на структурата на потребителските разходи като барометър за икономическото състояние на домакинствата в България. // Сборник доклади от международна научна конференция на тема „Регионални и глобални измерения на търговията“, Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2013, с. 159-169.
  14. Стоянов, М. Структурни промени в потреблението на хранителни стоки на домакинствата в Република България. // сп. Известия на Икономически университет – Варна, Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2012, № 2, с. 86-98.
  15. Терезова, С. Анализ на търговската дейност. София: ИК – УНСС, 2012.
  16. Тимчев, М. Финансово-стопански анализ. София: „Нова звезда“, 2011.
  17. Чуков, Кр. и др. Финансово-стопански анализ. София: ИК – УНСС, 2017.

02.2020 г.  
МС/ДЖ/ВП