

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 Д. 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: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАБОТЕН ЕЗИК: Български език

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	225
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	8
• САМОПОДГОТОВКА	217

Изготвили програмата:

1.
(Доц. д-р В. Димитрова)
2.
(гл. ас. д-р М. Милева)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина има за предмет организацията на търговията като икономически сектор и мениджмънта на отделните търговски предприятия, комплекси, звена и обекти в търговията на дребно (ритейлинга) и търговията на едро (дистрибуцията). В нея се обобщават и отразяват достиженията в теорията и в практиката на търговията. Целите на дисциплината са свързани с придобиване на знания 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 и допълнителните услуги, мърчандайзинга, качеството на обслужване на клиентите и мениджмънта на търговията в неговите стратегически аспекти.

Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са: знания и разбиране за историческото развитие на организацията на търговията, за нейната нарастваща роля в обществото, за организацията и управлението на търговските предприятия и организацията на ресурсите в търговията. Получените знания и умения се доизграждат в дискусии, решаване на казуси, тестове, курсови проекти, задачи и др. с цел прилагане в практиката при вземане на управленски решения в областта на търговския мениджмънт. Следва да се развиват и стимулират творческите възможности на студентите за разширяване на знанията и формиране на нови умения както чрез учебния процес, така и чрез самостоятелната учебно-изследователска работа.

В учебната дисциплина се използват знания от други изучавани учебни дисциплини, като „Микроикономика“, „Мениджмънт“, „Маркетинг“, „Основи на търговския бизнес“ и др. Същевременно тази учебна дисциплина има пряка връзка с други специални учебни дисциплини, като „Управление на търговските операции“, „Инвестиционен и финансов мениджмънт“, „Управление на човешките ресурси“ и др.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№ по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯТА НА ТЪРГОВИЯТА	
1.1.	Основни проблеми на организацията на търговията като икономически сектор
1.2.	Организация на търговията на дребно
1.3.	Организация на търговията на едро
1.4.	Тенденции в развитието на търговията
ТЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	
2.1.	Елементи и принципи на търговската организация
2.2.	Форми и модели за организация на търговското предприятие
2.3.	Функции и структура на апарата за управление на търговските предприятия
2.4.	Съвременни тенденции в организацията на търговските фирми
ТЕМА 3. ТЪРГОВСКА МРЕЖА НА ДРЕБНО	
3.1.	Същност, задачи и функции на търговската мрежа на дребно
3.2.	Видове търговска мрежа на дребно
3.3.	Специализация на търговската мрежа на дребно

3.4.	Концентрация на търговската мрежа на дребно
3.5.	Избор на формат на търговския обект
3.6.	Анализ на търговска зона и избор на локация на търговските обекти
3.7.	Модернизация и реконструкция на търговската мрежа на дребно
3.8.	Състояние и развитие на търговската мрежа на дребно – показатели за оценка
3.9.	Проблеми и перспективи за развитие на търговската мрежа на дребно
3.11.	Основни фактори и резерви за подобряване използването на търговската мрежа на дребно
ТЕМА 4. ОРГАНИЗАЦИЯ НА СКЛАДОВАТА МРЕЖА НА ТЪРГОВИЯТА	
4.1.	Същност, необходимост и функции на търговските складове
4.2.	Класификация на стоките складове в търговията
4.3.	Устройство, обзавеждане и оборудване на търговските складове
4.4.	Състояние на складовата мрежа на търговията – показатели за оценка
4.5.	Проблеми и перспективи за развитие на складовото стопанство на търговията у нас
4.6.	Основни фактори и резерви за подобряване използването на складовата мрежа на търговията
ТЕМА 5. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТРУДА В ТЪРГОВИЯТА	
5.1	Същност, елементи и задачи на организацията на труда в търговията
5.2	Показатели за оценка, състояние и проблеми на организацията на труда в търговията
5.3.	Процес на управление на човешките ресурси в търговията
ТЕМА 6. СТОКОВ АСОРТИМЕНТ И ДОПЪЛНИТЕЛНИ УСЛУГИ В ТЪРГОВИЯТА	
6.1.	Продуктова политика в търговията
6.2.	Стоките асортимент – същност и видове
6.4.	Формиране и регулиране на стоките асортимент, асортиментни стратегии
6.7.	Политика в областта на допълнителните услуги в търговията
6.6.	Бранд мениджмънт в търговията
6.5.	Показатели за оценка на продуктовата политиката
ТЕМА 7. МЪРЧАНДАЙЗИНГ	
7.1.	Същност и развитие на мърчандайзинга в търговията
7.2.	Управление на площта за разполагане на стоките
7.3.	Мърчандайзинг на представянето – управление на пространството в търговските обекти
ТЕМА 8. КАЧЕСТВО НА ОБСЛУЖВАНЕТО НА КЛИЕНТИТЕ В ТЪРГОВИЯТА	
8.1.	Теории в областта на качеството на търговското обслужване
8.2.	Същност, основни елементи и показатели за оценка на културата на търговското обслужване
8.3.	Изграждане и поддържане имиджа на търговския обект
ТЕМА 9. СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕНИДЖМЪНТ В ТЪРГОВИЯТА	
9.1.	Стратегии за растеж
9.2.	Интернационализация на търговията
9.3.	Социална отговорност на търговските предприятия
9.4.	Защита правата на потребителите

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ

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 по всяка тема;
- Файл с информация относно разписание за консултации, учебна програма, указания и др.;
- Страница за текущи събития и друга допълнителна информация;
- URL връзки към сайтове.

Учебни дейности:

- Задание за домашна работа;
- Тест за самоподготовка (след всяка тема);
- Тест за текуща оценка;
- Форум за дискусии по всяка тема;
- Готова анкета;
- Чат основно във времето за консултации.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Електронен тест (затворени въпроси)	2	80
1.2.	Задание	2	85
Общо за семестриален контрол:		4	165
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (присъствен тест)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		5	225

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

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

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Владимирова, Й. и др. Търговия. София: Стопанство, УНСС, 2010.
2. Гълъбова, В. Маркетинг на търговската фирма. София: УНСС, 2017.
3. Данчев, Д. и Ю. Христова. Основи на търговския бизнес. Варна: Икономически университет-Варна, 2017.
4. Дончев, Д. и Н. Щерев. Икономика на предприятието: [Учебник]. София: Мартилен, 2019.
5. Костова, С. и Ив. Петров. Търговия на дребно: [Учебник]. София: Стопанство, УНСС, 2010.
6. Стоянов, М. Удобните магазини - модерна класика. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, Варна : Съюз на учените - Варна, 7, 2018, 1.
7. Сълова, Н. Търговски мениджмънт: [Учебник]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2010.
8. Сълова, Н. и др. Търговски мениджмънт: [Учебно помагало]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2011.
9. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и предизвикателства: [Монография]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2014.
10. Янкулов, Я. Търговски мениджмънт. София: Стопанство, УНСС, 2010.
11. Омниканална търговия и иновации. // Сборник доклади. София: Стопанство, УНСС, 2016.
12. Търговия 4.0 – наука, практика и образование. // Сборник доклади. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2018.
13. Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. // Сборник доклади. Свищов: Академично издателство на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов, 2016.
14. Zentes, J., Morschett, D., Schramm-Klein, H. Strategic Retail Management, Springer Gabler, 2017.
15. Basker, E. Handbook on the Economics of Retailing and Distribution, Cheltenham: Edward Elgar, 2016.

февруари, 2020 г.
ВД/ММ