

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА И УСЛУГИТЕ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №/ дата): 4 / 12.11.2021 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: „Оmnиканален търговски бизнес“; ОКС „магистър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СНУ, 6 за ДНДО и СПН

СЕМЕСТЪР: 9 за СНУ, 11 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 5

РАБОТЕН ЕЗИК: Български език

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	12
в т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	138

Изготвили програмата:

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

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Търговски мениджмънт“ 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), както и на търговските операции. В нея се обобщават и отразяват достиженията в теорията и в 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 и допълнителните услуги; мърчандайзинга; качеството на обслужване на клиентите; мениджмънта на търговията в неговите стратегически аспекти; мениджмънта на търговските операции по покупките и продажбите.

Получените знания следва да се прилагат в дискусии, курсови проекти, презентации, тестове, решаване на задачи и казуси от търговската практика чрез стимулиране на творческите възможности на студентите. Тази дисциплина разширява знанията на студентите получени по „Мениджмънт и маркетинг“, „Основи на търговския бизнес“ и „Конкурентоспособност на търговския бизнес“, като ги запознава със спецификите на мениджмънта в омниканална среда и изгражда нови умения за вземане на управленски решения и тяхното прилагане в търговския бизнес.

Дисциплината „Търговски мениджмънт“ съдейства за формиране на следните ключови компетентности съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз (ЕС) от 22 май 2018 г.:

- предприемаческа – група 7, развитие на стратегическо мислене, способност за решаване на проблеми, анализ на ключови икономически показатели, избор на форми на организация на бизнеса, управление на ресурсите и разходите за осъществяване на търговската дейност, изграждане на умения за самостоятелна и екипна работа;
- математическа – група 3, способност за развиване и прилагане на математическо, аналитично мислене с цел решаване на различни проблеми в процеса на функционирането на търговския бизнес и осъществяването на търговските операции, чрез решаване на задачи, формулиране на управленски решения и анализ на резултатите от тях;
- гражданска – група 6, способност за разбиране на икономическите и социалните процеси, формиране на интерес към социални и икономически събития, към икономическата политика в областта на търговията, вземане на решения свързани със социалната отговорност на търговския бизнес.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. 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.
3.10.	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 стоковите 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.	Състояние, проблеми и насоки за усъвършенстване технологията на складовите операции в търговията.
4.7.	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, МЪРЧАНДАЙЗИНГ И ДОПЪЛНИТЕЛНИ УСЛУГИ В ТЪРГОВИЯТА	
6.1.	Продуктова политика в търговията.
6.2.	Стоков 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.	Същност и развитие на мърчандайзинга в търговията.
6.7.	Показатели за оценка на продуктовата политиката.
ТЕМА 7. КАЧЕСТВО НА ОБСЛУЖВАНЕТО НА КЛИЕНТИТЕ В ТЪРГОВИЯТА	
7.1.	Теории в областта на 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.
ТЕМА 8. ТЪРГОВСКА ЛОГИСТИКА	
8.1.	Същност на търговската логистика – логистични процеси.
8.2.	Звенност на дистрибуцията.
8.3.	Аутсорсинг и съвместна физическа дистрибуция.
8.4.	Логистика при онлайн покупките – click & collect.
ТЕМА 9. УПРАВЛЕНИЕ НА ПОКУПКИТЕ В ТЪРГОВИЯТА НА ЕДРО И ДРЕБНО	
9.1.	Стратегическо значение и роля на покупките
9.2.	Външни фактори, влияещи върху процеса на покупка
9.3.	Критерии и методи за оценка и избор на доставчици
9.4.	Заявки и поръчки за производство и доставка на стоки
9.5.	Приемане на стоките. Оперативна отчетност и контрол
ТЕМА 10. ОПЕРАЦИИ ПРИ ПРОДАЖБИТЕ НА ДРЕБНО И ЕДРО	
10.1.	Операции в магазина – технологичен процес в магазина
10.2.	Персонална продажба (затворена, традиционна система за продажба) и насоки за нейното усъвършенстване
10.3.	Отворена система за продажби – самообслужване, открит показ, образци
10.4.	Извънмагазинни и други специфични форми за продажби. Електронни продажби
10.5.	Форми на продажба на стоките в търговията на едро
10.6.	Операции на организирани пазари – борсови, аукционни, тръжни
10.7.	Реклама и стимулиране на продажбите
ТЕМА 11. ЕФЕКТИВНОСТ НА ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ И СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС	
11.1.	Същност и критерий за ефективност в търговията
11.2.	Основни показатели за измерване на икономическия ефект в търговията
11.3.	Ресурсен и разходен подход при определяне на икономическата ефективност на търговията
11.4.	Обобщаващи и частни показатели за икономическата ефективност на ресурсите в търговията
11.5.	Основни показатели за оценка икономическата ефективност на разходите в търговията
11.6.	Показатели за определяне на социалната ефективност на търговската дейност
11.7.	Политики в областта на социалната отговорност на търговския бизнес
11.8.	Основни фактори и резерви за повишаване ефективността на търговската дейност

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ

Подготовката на студентите по дисциплината „Търговски мениджмънт“ включва следните учебни ресурси и учебни дейности:

- *Файлове с учебна програма, указания по дисциплината, лекции и упражнения по отделните тематични единици;*
- *URL връзки за провеждане на занятия и онлайн консултации, URL връзки към научни публикации, връзки към сайтове и електронни страници;*
- *Задания за домашни работи;*
- *Тестове за самоконтрол и тестове за оценка;*
- *Форум за дискусии.*

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Задача	1	20
1.2.	Тест	1	20
1.3.	Курсова работа	1	20
Общо за семестриалното оценяване:		3	60
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (класически писмен изпит с отворени въпроси и тест)	1	78
Общо за сесийното оценяване:		1	78
Общо за всички форми на контрол:		4	138

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. Данчев, Д. (2018). Омниканална търговия и омниканални потребители. Сборник с доклади от международна научна конференция „Търговия 4.0. – наука, практика и образование“. Варна: Наука и икономика, Икономически университет – Варна, с. 37-74.
2. Данчев, Д. и Ю. Христова (2017). Основи на търговския бизнес. Варна: Икономически университет – Варна.
3. Димитрова, В. и др. (2021). Влияние на дигитализацията на търговията върху икономическото развитие на България и регионите. Варна: Наука и икономика, Икономически университет – Варна.
4. Димитрова, В., Е. Граматикова, М. Душкова (2011). Управление на търговските операции. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна.
5. Дончев, Д. и Н. Щерев (2019). Икономика на предприятието. София: Мартилен.
6. Гълъбова, В. (2017). Маркетинг на търговската фирма. София: Издателски комплекс – УНСС.
7. Костова, С. и Ив. Петров (2010). Търговия на дребно. София: Стопанство, УНСС.
8. Стоянов, М. (2018). Удобните магазини - модерна класика. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, Варна: Съюз на учените – Варна, с. 21-27.
9. Сълова, Н. (2010). Търговски мениджмънт: Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна.
10. Сълова, Н. и др. (2014). Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и предизвикателства. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна.
11. Zentes, J., Morschett, D., Schramm-Klein, H. (2017). Strategic Retail Management, Springer Gabler.
12. Basker, E. (2016). Handbook on the Economics of Retailing and Distribution, Cheltenham: Edward Elgar.