

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС И ЛОГИСТИКА“

Приета от ФС (протокол № 11/ 25. 04. 2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол № 9/ 16. 04. 2024 г.)

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЦЕНОВИ ПРАКТИКИ И РЕШЕНИЯ“

**ЗА СПЕЦ: „Индустриален бизнес и предприемачество“; 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

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

Изготвили програмата:

1.

(доц. д-р Йордан Иванов)

2.

(гл. ас. д-р Моника Михайлова)

Ръководител катедра:
„Индустриален бизнес и логистика“ (доц. д-р Пламен Павлов)

I. АНОТАЦИЯ

„Ценови практики и решения“ е приложна икономическа дисциплина, чиято основна цел е да изгради представа и познания в обучаваните, относно същността на цените и ценовите решения вземани от мениджърите. Вниманието се фокусира върху същността на ценовите решения за бизнеса, анализа на факторите, оказващи влияние върху ценовите решения, начина за формиране на изходни равнища на цените, ценовите анализи за рентабилността, ефективността на цената и др.

Съдържанието, тезите и анализите в посочените области, обхванати в дисциплината, дават възможност обучаваните да придобият система от теоретични познания за:

- същността на цените, техните функции, елементи и структура;*
- ценообразуващите фактори;*
- методи на ценообразуване;*
- ценовите политики и стратегии на фирмите;*
- икономическите и психологическите аспекти на ценовите решения;*
- ценовите анализи и проучванията свързани с тях;*
- цените и жизнения цикъл на продукта/услугите;*
- определяне на ценовата чувствителност;*
- етичните и правните аспекти на ценовите решения.*

Практическите познания за цялостния процес на управление и вземане на ценови решения във фирмите се свежда до:

- умения и компетентности за формиране на пазарни цени;*
- умения и компетентности за пазарни проучвания свързани с процеса на ценообразуване;*
- умения и компетентности за анализи и отчитане влиянието на ценообразуващите фактори при вземане на решения;*
- умение и компетентност за дефиниране на ценова политика и стратегия на фирмите;*
- управление и компетентност на процеса на формиране на решение по повод цените на фирмите.*

Формирането на новите знания и умения у обучаваните се основава на вече придобитите от тях знания и умения в сферата на Общата икономическа теория, Маркетинга и др.

Обучението по дисциплината „Ценови практики и решения“ развива следните ключови компетентности, съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2018 г, а именно:

- Математическа компетентност и точни науки – група 3. решаване на задачи; формулиране на решения, развитие на математическо мислене, работа със статистически данни;*
- Цифрова компетентност – група 4. създаване на презентации, работа с електронни таблици, способност за търсене и намиране на релевантна информация;*
- Предприемаческа компетентност – група 7. критично мислене, аналитичност, прогнозиране, програмиране, проектиране, планиране, осведоменост за социално-икономически тенденции и способност за диагностика.*

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
Тема 1. Основи на ценовите практики и решения.	
1.1.	Теоретични аспекти на цените в системата на маркетинга
1.2.	Ценовата система като елемент на маркетинговата управленска система
1.3.	Мястото на цените в маркетинговите дейности на компаниите
1.4.	Ценообразуване, ориентирано към разходите
1.5.	Ценообразуване, ориентирано към потребителите
1.6.	Ценообразуване, ориентирано към пазарен дял
1.7.	Същност на стратегическото ценообразуване
Тема 2. Същност, функции и елементи на цената. Ценова структура.	
2.1.	Ценовата система в концепцията на маркетинга
2.2.	Същност и елементи на цената. Функции на цената. Видове цени.
2.3.	Тактики за ценова диференциация в потребителските сегменти
2.4.	Ценова структура
2.5.	Ценови метрики
2.6.	Ценови ограничения
Тема 3. Фактори влияещи на ценовите решения.	
3.1.	Търсенето и предлагането като ценообразуващ фактор
3.2.	Ценова еластичност на търсенето. Тактически ценови анализи
3.3.	Пазар и пазарни структури като ценообразуващ фактор
3.4.	Потребителите като ценообразуващ фактор
3.5.	Разходите и печалбата като ценообразуващ фактор
3.6.	Финансово-икономическата система като ценообразуващ фактор
Тема 4. Методи за формиране на изходни ценови равнища	
4.1.	Същност на методите за формиране на изходни равнища на цените
4.2.	Разходни подходи при формиране на изходни равнища на цените
4.3.	Пазарни подходи при формиране на изходни равнища на цените
4.4.	Пазарно тестване на ценовите равнища
4.5.	Установяване на ценови равнища на пазара
Тема 5. Ценови политики и стратегии. Приложение на ценовите стратегии.	
5.1.	Същност, цели и основни принципи на ценовата политика
5.2.	Процес на избор и реализиране на ценовата политика
5.3.	Видове ценови политики
5.4.	Същност и съдържание на ценовата стратегия
5.5.	Изпълнение на ценовата стратегия
Тема 6. Създаване на ценност за потребителите и връзка с ценовото решение	
6.1.	Ролята на ценността в ценообразуването
6.2.	Икономическа ценност
6.3.	Психологическа ценност
6.4.	Сегментиране основано на ценността
6.5.	Комуникация на цената и стойността
Тема 7. Ценови решения и жизнен цикъл на продукта	
7.1.	Ценови решения при нови продукти/услуги
7.2.	Ценови решения на продукти/услуги във фаза растеж

7.3.	Ценови решения на продукти/услуги във фаза на зрялост
7.4.	Ценови решения на продукти/услуги във фаза на спад
Тема 8. Финансови аспекти на ценовите анализи	
8.1.	Анализ на критичната точка на продажбите(ВЕР-анализ): Базов модел
8.2.	ВЕР-анализ включващ изменението на променливите разходи
8.3.	ВЕР-анализ с добавяне на постоянните разходи
8.4.	Изчисляване на финансовите ефекти от ценообразуването
8.5.	Крива на критичната точка на продажбите
Тема 9. Измерване на ценовата чувствителност	
9.1.	Анализ на точката на безразличие, оптималната ценова точка и област на приемливи цени
9.2.	Психологическо- ценово описание на пазарите
9.3.	Изучаване на ценови прагове
9.4.	Психологическа ценова адаптация на пазарите
9.5.	Ценообразуване при специални оферти и сравняване силата на марките
Тема 10. Етични и правни аспекти на ценовите решения. Регулиране и контрол на цените.	
10.1.	Етични ограничения в ценообразуването
10.2.	Правна рамка за регулиране на цените
10.3.	Микроконтрол на цените
10.4.	Макроконтрол на цените

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

Методите на подготовка и провеждане на обучението по дисциплината „Индустириална икономика” включват използването на различните учебни ресурси и дейности, чрез които се осъществява учебният процес в дистанционната форма на обучение:

- *учебни ресурси:*
 - *електронен учебник;*
 - *файлове с допълнителна информация по темите;*
 - *хипервръзки (URL-модул) към ресурси от други сайтове;*
 - *интернет страници.*
- *учебни дейности:*
 - *провеждане на учебни занятия и изпълнение на компонентите от семестриалното оценяване чрез използването на средствата за електронно обучение.*

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.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ²	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест (отворени, затворени въпроси и задачи)	1	40
1.2.	Курсов проект	1	55
1.3.	Решаване на практически казус	1	30
	Общо за семестриалното оценяване:	3	125
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	100
	Общо за сесийното оценяване:	1	100
	Общо за всички форми на контрол:	4	225

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Ценови практики и решения“, качени в платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Минков, И., Иванов, Й., Михайлова, М., Куршумов, В., Павлова, Д. Перспективи и възможности пред индустриалните предприятия в България : [Монография]. Варна : Наука и икономика, 2019
2. Иванов, Й. Връзка на ефикасността и ефективността при обслужването на клиентите и ценовата конкурентоспособност. Индустриален бизнес и предприемачество - иновации в науката и практиката : Сборник с доклади от научно-практическа конференция посв. на 70 г. от създаването на спец. Индустриален бизнес и предприемачество в ИУ - Варна, Варна : Наука и икономика, 2018
3. Иванов, Й., Ценови аспекти на конкурентоспособността, [Монография]. Варна : Наука и икономика, 2016 г.
4. Иванов, Й. Ценови аспекти на конкурентоспособността на "Крафт" пивото в България. Известия Сп. Икономически университет - Варна, Варна : Наука и икономика, 60, 2016
5. Иванов, Й., Минков, И., Янакиев, В., Михайлова, М. Управление на ценообразуването. Варна : Наука и икономика, 2012

² 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.