

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А
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):
Приета от КС (протокол №6/ 28.02.2020 г.):

УТВЪРЖДАВАМ:
Декан:
(Доц. д-р Д. Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ПРОДУКТОВ МЕНИДЖМЪНТ И МЪРЧЪНДАЙЗИНГ“;
ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6;
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.
(Проф. д-р Данчо Данчев)

2.
(гл. ас. д-р М. Душкова)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина има за предмет проблемите на продуктивния мениджмънт и мърчъндайзинга в търговския бизнес. Вниманието се фокусира върху същността, елементите, обхвата, еволюцията и подходите на продуктивния мениджмънт в търговията. Разглеждат се основните проблеми при формирането на стоковия асортимент, мениджмънта на доставките, управлението на запасите и мърчъндайзинга. Специално място се отделя на особеностите на продуктивния мениджмънт при извънмагазинните форми на търговия, както и на неговите международни аспекти. В учебната програма са отразени най-новите постижения в тази научна област и тя е в съответствие със съдържанието на подобни курсове, изучавани в български и чуждестранни университети.

Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са: знания и разбиране за същността на продуктивния мениджмънт в търговията, същността, значението и подходите за формиране на стоковия асортимент, особеностите на мениджмънта на доставките, управлението на стоковите запаси, значението на мърчъндайзинга в търговските обекти, особеностите на продуктивния мениджмънт при извънмагазинните форми на търговия и основните характеристики на мърчъндайзинга в международен аспект. С изучаването на дисциплината следва да се развият възможности 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 и от други изучавани учебни дисциплини, като „Мениджмънт“, „Маркетинг“, „Въведение в търговията“ и др. Същевременно тази учебна дисциплина има пряка връзка с други специални учебни дисциплини, като „Основи на търговския бизнес“, „Търговски мениджмънт“, „Управление на търговските операции“ и „Управление на продажбите“.

Съдържанието на учебния материал е обобщено в учебната програма, чрез предложените теми и подтеми.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ПРОДУКТЪТ КАТО ОБЕКТ НА ПРОДУКТИВНИЯ МЕНИДЖМЪНТ		2	2	
1.1	Същност и равнища на продукта			
1.2	Класификация на продуктите			
1.3	Основни характеристики на продуктите			
1.4	Марка на продуктите: същност, видове, функции, изисквания			
1.5	Опаковка и маркировка на продуктите			
ТЕМА 2. ПРОДУКТИВЕН МЕНИДЖМЪНТ В ТЪРГОВИЯТА		2	2	
2.1	Същност, роля и елементи на продуктивния мениджмънт в търговията			
2.2	Обхват и еволюция на продуктивния мениджмънт в търговията			
2.3	Основни проблеми при вземането на решения в продуктивния мениджмънт			
2.4	Съвременни подходи и тенденции в търговския продуктив мениджмънт: Efficient consumer response, Category management			
ТЕМА 3. ФОРМИРАНЕ НА СТОКОВИЯ АСОРТИМЕНТ		6	6	
3.1	Основни проблеми при формирането на асортимента			
3.2	Структуриране на асортимента			
3.3	Фактори, влияещи върху формирането на асортимента			

3.4	Информация, необходима за формирането на асортимента			
3.5	ABC и XYZ анализ на асортимента			
3.6	Стратегии при формирането на стокския асортимент			
3.7	Съвременни подходи към формирането на асортимента в търговията			
ТЕМА 4. МЕНИДЖМЪНТ НА ДОСТАВКИТЕ		4	4	
4.1	Основни елементи на системата за доставка на стоки			
4.2	Обезпечаване на стоките: идентифициране, контакт, оценка и преговори с доставчиците			
4.3	Поръчване на стоките: стратегии, методи и системи			
4.4	Обработване на стоките: приемане, проверка, маркиране и складиране			
ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ НА СТОКОВИТЕ ЗАПАСИ		6	6	
5.1	Същност и цели на управлението на запасите в търговията			
5.2	Планиране на стоките запаси: 5.2.1.Разработване на стоков бюджет 5.2.2.Разпределение на стокския бюджет по елементи на асортиментната структура			
5.3	Контрол на стоките запаси: 5.3.1. Системи за управление на стоките запаси в търговията 5.3.2. Методи за оценка на запасите в търговията 5.3.3. Показатели за ефективност на запасите в търговията			
ТЕМА 6. МЪРЧЪНДАЙЗИНГ		6	6	
6.1	Алокация на стоките в търговските обекти: цели, методи и фактори			
6.2	Външен и вътрешен дизайн на търговските обекти			
6.3	Визуално представяне на продуктите: същност, обхват, средства и методи			
ТЕМА 7. ПРОДУКТОВ МЕНИДЖМЪНТ ПРИ ИЗВЪНМАГАЗИННИТЕ ФОРМИ НА ТЪРГОВИЯ		2	2	
7.1	Формат и характерни особености на извънмагазинните форми за търговия			
7.2	Специфични особености на продуктивния мениджмънт при извънмагазинните форми на търговия: представяне, поръчване и доставка на продуктите			
7.3	Проблеми на мултиканалната дистрибуция на продуктите.			
ТЕМА 8. МЕЖДУНАРОДНИ АСПЕКТИ НА ПРОДУКТОВИЯ МЕНИДЖМЪНТ		2	2	
8.1	Формиране на асортимента: стандартизация или адаптация			
8.2	Доставка на стоките: локални и глобални източници			
8.3	Етични и културни особености и проблеми на международния продуктов мениджмънт			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест (с отворени и затворени въпроси)	1	20
1.2.	Домашна работа	1	20
1.3.	Казус	1	20
Общо за семестриален контрол:		3	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (писмен тест с отворени и затворени въпроси – лотарийно)	1	30
Общо за сесиен контрол:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		4	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Благоев, Б., Д. Данчев и др. Икономика на предприятието. [Учебник]. Варна: Наука и икономика, 2010.
2. Димитрова, В. и др. Управление на продажбите. [Учебник]. Варна: Наука и икономика, 2011.
3. Димитрова, В. и др. Управление на търговските операции. [Учебно помагало]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2013.
4. Данчев, Д. Таксономия на потребителските продукти. Варна: Наука и икономика, Икономически университет – Варна, 2012.
5. Данчев, Д. и Д. Гроздева. Въведение в търговския бизнес. [Учебник]. В. Търново: Фабер, 2010.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Гузелевич, Н. Фокусы мерчандайзинга. Санкт-Петербург, „Питер“, 2010.
2. Сысоева, С., Е. Бузукова. Управление ассортиментом в рознице. Санкт-Петербург, „Питер“, 2010.
3. Данчев, Д. Омниканална търговия и омниканални потребители. // Сборник доклади от международната научна конференция „Търговия 4.0 – наука, практика и образование“. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2018, с. 37-74.
4. Данчев, Д. Съвременни измерения на глобалната търговия на дребно. // Сборник доклади от кръгла маса с международно участие „Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“. Свищов: Академично издателство „Ценов“ – Свищов, 2016, с. 21-52.
5. Петрова, С. Изследване на зависимостта между ефективния търговски асортимент и категориен мениджмънт. // Сборник доклади от международната научна конференция „Омниканална търговия и иновации“. София: Стопанство, УНСС, 2016, с. 82-88.