

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „БИЗНЕС, ИНВЕСТИЦИИ, НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“

Приета от ФС протокол № 11/ 25.04.2024 г.

Приета от КС протокол № 11/ 16.04.2024 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЦЕНИ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ“

ЗА СПЕЦ: „Бизнес икономика“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 5

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 8

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	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	165	-

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Теодорина Турлакова)

2.
(доц. д-р Тания Георгиева)

Ръководител катедра:
„Аграрна икономика“ (проф. д-р Теодорина Турлакова)

I. АНОТАЦИЯ

Обучението по дисциплината „Цени и ценообразуване“ следва да запознае студентите с основни въпроси в областта на цените и ценообразуването. Учебното съдържание на дисциплината е структурирано по начин, който осигурява необходимия базов обем знания за системата на цените на национално равнище и тяхното формиране на микро- ниво. С изучаването на тази дисциплина се цели студентите да получат знания за същността и видовете цени, да разбират механизмите на ценообразуване в бизнес организациите. Обект на изучаване са системата от цени, методи на ценообразуване, субектите при ценообразуването, методиката на ценообразуване, регулирането на цените и други.

За пазарното стопанство от особена актуалност са цените като основна категория и пазарен елемент. Те имат значение не само за макросредата, но и за микро системите. Спецификата във функционирането на последните дава отражение върху спецификата и на ценообразуването в тях и специфичните за тях пазари.

С изучаването на тази дисциплина студентите от специалността придобиват необходимите теоретични и практически знания, за да могат да:

- познават основните понятия и категории в областта на цените и ценообразуването;
- вземат решения за структурата, съотношенията и равнището на цените, съобразени с вътрешнофирмените процеси;
- разкриват възможности за решаване на проблеми в областта на оптимизацията на разходите, рентабилността и цените;
- анализират основните ценови механизми в зависимост от икономическата система, вида на пазара и продукта;
- формират мислене за адаптиране на ценовата политика и стратегия на фирмата според спецификите на бизнеса, процесите на формиране на стойността и конюнктурата на националните, регионални и международни пазари.

Дисциплината „Цени и ценообразуване“ формира умения за: практическо приложение на изучаваните основни инструменти и методи на ценообразуване, като по този начин създава условия за рационална ценова политика и стратегия на микро и макро равнище; текущо анализиране на целесъобразността при калкулиране на цената и др.

В процеса на обучение по дисциплината се придобиват и развиват следните ключови компетентности:

- предприемаческа компетентност – развиване на критично мислене по отношение на ценовите категории и ценовата конюнктура, аналитичност и умения за прогнозиране, проектиране, планиране; придобиване на управленски умения, както и умения за работа в екип, отговорност и социална ангажираност;
- математическа компетентност – решаване на задачи; формулиране на решения, развиване на способност за използване и прилагане на формули, методи и механизми на ценообразуване;
- цифрова компетентност – възможността за ползване на софтуер (Excel и др.), за извършване на ценови анализи, за повишаване знанията, уменията и нагласите за прилагане на цифровите технологии в обучението и икономическата практика.

Получените знания и формираните умения по дисциплината са на основата на широкопрофилна подготовка с интердисциплинарен характер от областта на точните науки и фундаменталните икономически дисциплини. Дисциплината „Цени и ценообразуване“ се базира на изучаваните в предходните курсове дисциплини „Основи на статистиката“, „Икономикс“, „Математика“, „Въведение във финансите“, „Мениджмънт и маркетинг“ и др.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема първа. СЪЩНОСТ, ЗНАЧЕНИЕ И ФАКТОРИ ЗА ДВИЖЕНИЕТО НА ЦЕНИТЕ		3	3	
1.1.	Цената-обективна категория на стоковото производство. Макроикономическа характеристика на пазарното ценообразуване.			
1.2.	Значение на цената в пазарното стопанство			
1.3.	Фактори, които определят движението на цените			
1.4.	Пазари и влиянието им върху цените и ценообразуването. Ценова и неценова конкуренция на потребителския и инвестиционния пазар.			
Тема втора. ОСНОВНИ КОНЦЕПЦИИ ЗА ЦЕНАТА		3	3	
2.1.	Цената в теорията за стойността. Количествена теория за цените и ценообразуването.			
2.2.	Маржинални теории за цените и ценообразуването			
2.3.	Теориите за пазарната равновесна цена и различните пазарни условия			
2.4.	Други теории за ценообразуването			
Тема трета: ФУНКЦИИ НА ЦЕНИТЕ		2	2	
3.1.	Информационна и отчетна функция			
3.2.	Разпределителна и стимулираща функция			
3.3.	Функция на балансиране на търсенето и предлагането			
Тема четвърта. СЪСТАВ, СТРУКТУРА И ДИНАМИКА НА ЦЕНИТЕ		3	3	
4.1.	Компоненти на цената. Елементи на цените за стоки с потребителско и инвестиционно предназначение.			
4.2.	Структура на цените. Ценова решетка			
4.3.	Съотношения на цените- секторни и стокови съотношения			
4.4.	Тенденции в равнището и структурата на цените по сектори на икономиката.			
Тема пета. ВИДОВЕ ЦЕНИ И ПРИЛОЖЕНИЕТО ИМ В РАЗЛИЧНИТЕ СТОПАНСКИ СЕКТОРИ		3	3	
5.1.	Класификация на цените. Цени на вътрешния пазар			
5.2.	Световни и международни цени			
5.3.	Франкировка на цените			
Тема шеста. РАЗХОДИ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО И ВЛИЯНИЕТО ИМ ВЪРХУ ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО		3	3	
6.1.	Управление на разходите в предприятието и включването им в себестойността и цената			
6.2.	Формиране на себестойността при производството и услугите.			
6.3.	Определяне на потребностите от труд и рационалното му разпределение в предприятието			
6.4.	Формиране на себестойността в процеса на обръщение и отражението върху цената			
Тема седма. СИСТЕМИ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА ПРОДУКЦИЯТА И УСЛУГИТЕ		3	3	
7.1.	Система на ценообразуване при свободен пазар. Специфика на търсенето и предлагането на стоките и услугите.			

7.2.	Система на ценообразуване при централно планирана икономика. Механизми на ценообразуването при „обемна“ икономика			
7.3.	Система на ценообразуване при регулиран пазар. Инструменти за правителствена намеса на пазарите.			
7.4.	Технология на ценообразуване по икономически сектори			
Тема осма. МЕТОДИ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ		4	4	
8.1.	Класификация на методите на ценообразуване. Обвързаност на ценообразуването с потребителската кошница и дефлатора на БВП.			
8.2.	Методи на ценообразуване, свързани със стойността на стоките			
8.3.	Методи на ценообразуване, отчитащи условията на пазара			
8.4.	Методи на ценообразуване, свързани с качеството на стоките			
8.5.	Статистически и иконометрични методи на ценообразуване			
Тема девета. СТРАТЕГИИ И ФИРМЕНИ ПОЛИТИКИ ПО ЦЕНИТЕ		3	3	
9.1.	Същност, цели и изисквания			
9.2.	Видове ценови стратегии и политики.			
9.3.	Избор и механизми за прилагане на ценови политики.			
9.4.	Ценообразуване и жизнен цикъл на стоките и услугите. Ценови стратегии при въвеждане на нов продукт и/или услуга.			
Тема десета. ДЪРЖАВНО РЕГУЛИРАНЕ НА ЦЕНИТЕ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО		3	3	
10.1.	Държавни функции при регулирането на цените			
10.2.	Правно-организационни средства за регулиране системата на цените.			
10.3.	Икономически средства за регулиране на цените.			
10.4.	Антимонополна и антиинфлационна политика на държавата.			
10.5.	Контрол над цените. Институции, осъществяващи регулациите и контрола.			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Курсова работа по практико-приложна тематика	1	50
1.2.	Задание по практически ценови казус	1	40
1.3.	Тест	1	25
Общо за семестриалното оценяване:		3	115
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	50
Общо за сесийното оценяване:		1	50
Общо за всички форми на контрол:		4	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Турлакова, Теодорина Желязкова, Георгиева, Таня Николова, Иванова, Павлина Любенова Ценообразуване в аграрния бизнес, Унив. изд. Наука и икономика, 2021, 266 с., ISBN 978-954-21-1078-1.
2. Владимирова, Йорданка Цени и ценообразуване, УИ “Стопанство“, С., 2010.
3. Монеv, Петко Генчев Ценообразуване в строителството, Унив. изд. Наука и икономика, 2018, 340 с., 978-954-21-0987-7.
4. Владимирова, Йорданка, Атанасов, Борислав, Игнатова, Николинка Цени и ценообразуване, Изд. комплекс - УНСС, 2016, 286 с., 978-954-644-919-1.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Тодоров, Александър Боянов Алгоритмично ценообразуване и съгласувано поведение - предизвикателства пред конкуренцията, Институт за икономически изследвания. БАН, 2022, с. 90-107, ISSN 0013-2993 (print) ; 2815-3189 (online).
2. Мичева, Е. Пазари Цени Маркетинг част 1: Пазарно ценообразуване Теория и практика, УНСС, С., 1993.
3. Братков, Марин Стратегии при психологическото ценообразуване, , 2021, с. 79 - 86.
4. Турлакова Т. Аграрна политика. Варна: Геа-Принт, 2017.
5. Турлакова Т. М. Стоянов, Аграрни пазари, маркетинг и цени, ИК Геа принт, Варна, 2007.
6. Георгиев, Й. и др. Теория на разходите, цени и ценообразуване. Свищов, 2012.
7. Деков, В. Теоретично-практически аспекти при избор на метод за трансферно ценообразуване (трансферни методи за целите на предприятието и методи за данъчни цели), БСУ, 2019, с. 59-90, ISSN 1312-6016 (print) ; 2367-9277 (online).
8. Николаев, Росен Николаев Инфлация и ценообразуване, Асоциация за развитие на образованието, 2023, с. 76-83, ISSN 0861-8321 (print) ; 2603-4964 (online).
9. Генов, Стефан Димитров Модел на ценообразуване в месодайното говедовъдство, Изв. на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки , 2015, с. 79 - 88, 1314-7390.
10. Петрова, Диана Трансферно ценообразуване и оповестяване на сделки със свързани лица в транснационалните компании, Годишник на ИДЕС, 2013, с. 186 - 204.
11. Класова, С. Формиране на цените в пазарната икономика. Наръчник по ценообразуване. С., 2007.
12. Пехливанов и др. Цени и ценова политика. 1992 г.,
13. Фридман, М. Теория на цените, т.1,2,3, ИК “Христо Ботев“, С., 2001.
14. Гроздева, Десислава Кирилова Динамично ценообразуване в електронната търговия [Dynamic Pricing in E-Commerce], Унив. изд. Наука и икономика, 2023, с. 288-295, ISBN 978-954-21-1160-3.