

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
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 Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВСКИТЕ ОПЕРАЦИИ“;
ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6;
ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.
КРЕДИТИ: 7

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	135	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р В. Димитрова)

2.
(гл. ас. д-р Е. Граматикова)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина цели да изгради теоретични знания в областта на управлението на търговските операции. В условията на динамична и конкурентна пазарна среда операционният мениджмънт играе съществена роля при конкурентното пазарно позициониране на фирмите за търговия на едро и дребно. Дисциплината запознава с характеристиката на търговските операции, същността и съдържанието на управлението на операциите.

Дисциплината разширява знанията на студентите по въведение в търговския бизнес и по търговски мениджмънт, включва изучаване на операциите по производството и управлението на търговската услуга, взаимоотношенията между участниците във веригата за снабдяване, условията на търговската сделка, управлението на покупките и продажбите в дистрибуцията и ритейлинга, складовите операции, управлението на качеството, информационните системи за управление и контрол на операциите, оценката на ефективността на търговската дейност. Обучението по дисциплината формира практически умения в областта на операционния мениджмънт в търговията.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТЪРГОВСКИТЕ ОПЕРАЦИИ		3	2	
1.1.	Търговски операции – същност и класификация			
1.2.	Анализ на търговските процеси и избор на дизайн			
1.3.	Същност и съдържание на управлението на операциите			
1.4.	Управлението на операциите - източник на конкурентно предимство			
ТЕМА 2. ВРЪЗКИ И ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ УЧАСТНИЦИТЕ В РЕАЛИЗАЦИЯТА НА СТОКИТЕ И УСЛУГИТЕ		3	2	
2.1.	Същност и проблеми на взаимоотношенията между участниците в реализацията на стоките. Основни функции, изпълнявани от участниците			
2.2.	Сила на позицията при преговори. Източници на конфликти			
2.3.	Средства за кординиране на взаимоотношенията			
ТЕМА 3. ТЕХНОЛОГИЯ НА ТЪРГОВСКАТА СДЕЛКА		6	4	
3.1.	Видове търговски сделки			
3.2.	Етапи и проблеми при сключването на търговска сделка			
3.3.	Операции по препродажба, търговско представителство			
3.4.	Особености на външнотърговските сделки			
3.5.	Договори – същност, видове и основни клаузи			
ТЕМА 4. ТЪРГОВСКА ЛОГИСТИКА		3	2	
4.1.	Същност на търговската логистика – логистични процеси			
4.2.	Звенност на дистрибуцията			
4.3.	Аутсорсинг и съвместна физическа дистрибуция			
4.4.	Логистика при онлайн покупките – click & collect			
ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ НА ПОКУПКИТЕ В ТЪРГОВИЯТА НА ДРЕБНО		3	2	
5.1.	Източници и форми на снабдяване на търговската мрежа със стоки			
5.2.	Съставяне и изпълнение на поръчките за доставка на стоки			

5.3.	Получаване, приемане и съхранение на стоките в обектите. Рекламации и връщане на стоки			
5.4.	Излагане на стоките върху търговското оборудване – решения в областта на дисплея			
5.5.	Управление на сигурността и риска – кражби в търговията			
ТЕМА 6. ОПЕРАЦИИ ПРИ ПРОДАЖБИТЕ НА ДРЕБНО		6	4	
6.1.	Операции в магазина – технологичен процес в магазина			
6.2.	Подготовка на стоките и търговската зала за продажби			
6.3.	Персонална продажба (затворена, традиционна система за продажба) и насоки за нейното усъвършенстване			
6.4.	Отворена система за продажби – самообслужване, открит показ, образци			
6.5.	Извънмагазинни и други специфични форми за продажби. Електронни продажби			
6.6.	Насоки за усъвършенстване технологията на търговските процеси при продажбите на дребно			
6.7.	Реклама и стимулиране на продажбите			
ТЕМА 7. УПРАВЛЕНИЕ НА ПОКУПКИТЕ В ТЪРГОВИЯТА НА ЕДРО		3	2	
7.1.	Стратегическо значение и роля на покупките			
7.2.	Външни фактори, влияещи върху процеса на покупка			
7.3.	Критерии и методи за оценка и избор на доставчици			
7.4.	Заявки и поръчки за производство и доставка на стоки			
7.5.	Приемане на стоките. Оперативна отчетност и контрол			
ТЕМА 8. УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОДАЖБИТЕ В ТЪРГОВИЯТА НА ЕДРО		3	2	
8.1.	Форми на продажба на стоките в търговията на едро			
8.2.	Оперативно планиране на продажбите			
8.3.	Управление на персонала, територията и времето за продажба			
8.4.	Операции на организираните пазари – борсови, аукционни, тръжни			
ТЕМА 9. УПРАВЛЕНИЕ НА СКЛАДОВИТЕ ОПЕРАЦИИ		3	2	
9.1.	Принципи на организацията на приемането, съхранението и отпускането на стоките в складовете			
9.2.	Групиране и избор на място за съхранение на стоките в складовете, начин за поддръждане и режим за съхранение			
9.3.	Подготовка и ред за отпускане на стоките от склада, организация на извозването			
9.4.	Състояние, проблеми и насоки за усъвършенстване технологията на складовите операции в търговията			
ТЕМА 10. УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО НА ТЪРГОВСКИТЕ ОПЕРАЦИИ		3	2	
10.1.	Концепция за общото качество. Същност и цели на управлението на качеството			
10.2.	Изграждане на системи за управление на качеството на търговските операции			
10.3.	Стандарти за качество. ISO в търговията			
ТЕМА 11. ИНФОРМАЦИОННИ СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ И КОНТРОЛ НА ТЪРГОВСКИТЕ ОПЕРАЦИИ		3	2	
11.1.	ERP системи, ефективна реакция на потребителите (ECR)			
11.2.	Система за бар и радио кодове, електронни етикети, скенери за проверка на цената			
11.3.	POS системи			
ТЕМА 12. ЕФЕКТИВНОСТ НА ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ		6	4	

12.1.	Същност и критерий за ефективност в търговията			
12.2.	Основни показатели за измерване на икономическия ефект в търговията			
12.3.	Ресурсен и разходен подход при определяне на икономическата ефективност на търговията			
12.4.	Обобщаващи и частни показатели за икономическата ефективност на ресурсите в търговията			
12.5.	Основни показатели за оценка икономическата ефективност на разходите в търговията			
12.6.	Показатели за определяне на социалната ефективност на търговската дейност			
12.7.	Основни фактори и резерви за повишаване ефективността на търговската дейност			
	Общо:	45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Задание	1	20
1.2.	Тест	1	20
1.3.	Курсов проект	1	40
	Общо за семестриален контрол:	3	80
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест и задача)	1	55
	Общо за сесиен контрол:	1	55
	Общо за всички форми на контрол:	4	135

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Димитрова, В., Е. Граматикова, М. Душкова. Управление на търговските операции: Варна: Унив. изд. Наука и икономика, 2013, Достъпен на: <<http://library1.uv-varna.bg:7480/ft/KNG/R0029711.PDF>>, (21.02.2020).
2. Дончев, Д. и Н. Щерев. Икономика на предприятието: [Учебник]. София: Мартилен, 2019.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Владимирова, Й. и др. Търговия. София: Унив. изд. Стопанство, 2010.
2. Граматикова, Е. Новите технологии в търговията на дребно, подобряващи качеството на търговското обслужване. Известия на Съюза на учените - Варна. Сер. Икономически науки, Варна: Съюз на учените - Варна, 2017, с. 34 - 44.
3. Граматикова, Е. Иновативни решения на търговските фирми за гарантиране качеството и безопасността на стоките. Качество и безопасност на потребителските стоки: Сб. с докл. от кръгла маса с международ. уч, Варна: Наука и икономика, 2017, с. 25 - 35.

4. Граматикова, Е. Възможности на омниканалната търговия за задоволяване на потребителските предпочитания. Акад. Сп. „Управление и образование“. Том XII (2), с. 98-103.
5. Граматикова, Е. Основни грешки в търговията с потребителски стоки. // Регионални и глобални измерения на търговията: Сб. докл. от междунар. науч. конф. Варна: Унив. изд. Наука и икономика, 2013, с. 398-407.
6. Дашков, Л. и др. Организация и управление на търговската дейност. Москва: „Дашков и К“, 2012.
7. Димитрова, В. Конкурендно поведение в условията на омниканална търговия. Омниканална търговия и иновации: Сборник доклади, София: Изд. комп. УНСС, 2016, с. 15 - 21.
8. Димитрова, В. Договорна сила на предприятията за търговия на дребно. Диалог: Електронно списание на СА "Д. А. Ценов" - Свищов, Свищов: Акад. изд. Ценов, 2015, 2, с. 1 - 13.
9. Желязкова, Д. Транспортна логистика. Варна: Наука и икономика, 2017, 259 с
10. Желязкова, Д. Глобални и регионални измерения на транспорта. Варна: Икономически университет-Варна, 2015.
11. Желязкова, Д. Нещата в транспорта започват да мислят. Сборник с доклади „Търговия 4.0 – наука, практика и образование“, Варна: Икономически университет-Варна, 2018.
12. Костова С. и др. Търговия на дребно. София: Унив. изд. Стопанство, 2010.
13. Недялков, А. Проблеми на качеството в операционния мениджмънт на услугите. Русе: Примакс, 2012.
14. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и предизвикателства. Варна: Унив. изд. Наука и икономика, 2014.
15. Сълова, Н. Организация и технология на търговията. Варна: Унив. изд. Наука и икономика, 2002.
16. Chopra S., P. Meindl. Supply Chain Management. Harlow, England: Prentice Hall, 2012.
17. Ayers, J. and M. Odegaard. Retail Supply Chain Management, 2nd Edition, 2017.
18. Dimitrova, V., Kaneva, M. Electronic Commerce and Gross Domestic Product Growth in Bulgaria. 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science & Arts: SGEM 2018, STEF92 Technology Ltd., Vol. 5. Modern Science, 2018, pp. 297 - 304.
19. Felice, F. at al. Operations Management, The Open University of Hong Kong, 2013, Достъпен на: http://www.opentextbooks.org.hk/system/files/export/18/18769/pdf/Operations_Management_18769.pdf
20. Heizer, J., Render, B., Munson, C. Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 13th Edition, 2020. Jay,
21. Johnston, R. et al. Service Operations Management: Improving, Service, Delivery. Harlow, England: Prentice Hall, 2012.
22. Stojanov, M., Zhelyazkova, D., Gramatikova, E. Development of Courier Services in the Context of the Omnichannel Strategy. 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts: SGEM 2018: Vol. 5. Modern Science, Sofia: STEF92, 2018, pp. 261 – 268.

февруари, 2020 г.
ВД/ЕГ