

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА И
УСЛУГИТЕ“

Приета от ФС (протокол №11 / 25.04.2024 г.)

Приета от КС (протокол №11 / 08.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЦЕНООБРАЗУВАНЕ И РАЗПЛАЩАНИЯ В
ТЪРГОВИЯТА”

ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

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	120	-

Изготвили програмата:

1.

(доц. д-р М. Стоянов)

2.

(гл. ас. д-р Д. Гроздева)

3.

(ас. Д. Кирова)

Ръководител катедра:

„Икономика и управление на търговията и услугите“

(доц. д-р М. Стоянов)

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Ценообразуване и разплащания в търговията“ има за предмет проблемите на ценообразуването и начините за осъществяване на разплащанията в търговията. Нейните цели са свързани с придобиване на знания за същността, функциите и принципите на цените и ценообразуването, ценообразуващите фактори, същността и задачите на системата на цените, основните методи на ценообразуване, ценовата политика на фирмите, връзката на цените с финансово-кредитната система и разплащанията в търговията. Обръща се специално внимание на системите за електронни разплащания, които в значителна степен улесняват търговския бизнес и повишават неговата ефективност с все по-бързото развитие на електронните технологии.

В учебната дисциплина „Ценообразуване и разплащания в търговията“ се надграждат знанията, придобити от изучаваните фундаментални дисциплини „Микроикономика“ и „Маркетинг“, което формира нейния **интердисциплинарен характер**. Същевременно тя има пряка връзка със специални дисциплини, като „Управление на търговските операции“, „Основи на търговията“ и „Планиране и анализ на търговската дейност“, което предоставя възможност на студентите да развият и разширят компетентностите си в областта на фирменото ценообразуване и разплащанията.

Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са знания и разбиране за формиране на цените и организацията на плащанията в търговията, включително електронните разплащания. Получените познания и умения следва да могат да се прилагат в дискусии, казуси, тестове, задачи и др., чрез стимулиране на творческите възможности на студентите, а също така и в практиката, при вземане на управленски решения в областта на цените, ценообразуването и разплащанията на бизнес организациите в условията на активна цифровизация в стопанската дейност и обществения живот.

Предвиденият лекционен материал и форми за текущ контрол по „Ценообразуване и разплащания в търговията“ (решаване на практически задачи и тестове) позволят на студентите да усъвършенстват своята **цифрова, предприемаческа и личностна компетентност**.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ИКОНОМИЧЕСКА СЪЩНОСТ, ФУНКЦИИ И ПРИНЦИПИ НА ЦЕНИТЕ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО. ФАКТОРИ, ОБУСЛАВЯЩИ ЦЕНИТЕ НА СТОКИТЕ		4	4	
1.1.	Икономическа същност на цените на стоките			
1.2.	Функции и принципи на цените			
1.3.	Фактори, влияещи върху формирането на цените			
1.4.	Фирмено предприемачество и цени			
ТЕМА 2. СИСТЕМА НА ЦЕНИТЕ И ВИДОВЕ ЦЕНИ		4	4	
2.1.	Същност и задачи на системата на цените в националната икономика			
2.2.	Видове цени			
2.3.	Елементи на цената. Състав и структура на цената			
2.4.	Равнище и динамика на цените. Индекс на потребителските цени			
2.5.	Марж на дистрибутора и ценова решетка			

ТЕМА 3. РАЗХОДНИ МЕТОДИ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ		4	4	
3.1.	Избор на методи на ценообразуване			
3.2.	Обща характеристика на разходните методи			
3.3.	Основни разходни методи на ценообразуване			
ТЕМА 4. МЕТОДИ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ С ОТРАЗЯВАНЕ НА ПАЗАРНИТЕ ФАКТОРИ		4	4	
4.1.	Методи на ценообразуване с отразяване на цените на конкурентите			
4.2.	Методи на ценообразуване с отразяване на търсенето			
4.3.	Адаптиране на цените към пазара			
ТЕМА 5. ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕНОВАТА ПОЛИТИКА НА ФИРМАТА		4	4	
5.1.	Същност и съдържание на ценовата политика на фирмата			
5.2.	Стратегия, тактика и средства на ценовата политика на фирмата			
5.3.	Обвързване на цените с жизнения цикъл на стоките и услугите			
5.4.	Използване на неценова конкуренция			
ТЕМА 6. ЦЕНИТЕ И ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАТА СИСТЕМА		2	2	
6.1.	Връзка на цената с финансово-кредитната система			
6.2.	Централизираните данъци – изразител на държавната политика за централизирано натрупване			
6.3.	Системата на кредит – елемент на ценообразуването и финансовата политика			
ТЕМА 7. ОРГАНИЗАЦИЯ НА РАЗПЛАЩАНИЯТА		4	4	
7.1.	Същност на разплащанията			
7.2.	Видове разплащания			
7.3.	Избор на разплащания в търговията – предимства и недостатъци			
ТЕМА 8. СИСТЕМИ ЗА ЕЛЕКТРОННИ РАЗПЛАЩАНИЯ		4	4	
8.1.	Същност и видове системи за електронни разплащания			
8.2.	Изисквания към системата за електронни разплащания			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

Но. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест със смесени въпроси	2	40
1.2.	Решаване на задачи с реални данни от стопанската практика	2	40
Общо за семестриалното оценяване:		4	80
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит (тест със смесени въпроси и задачи)	1	40
Общо за сесийното оценяване:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		5	120

¹ 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.

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Владимирова, Й., Атанасов, Б., Игнатова, Н. (2016). Цени и ценообразуване. София: „Стопанство“.
2. Радков, Р., Манчева, Д. (2012). Организация и техника на търговските плащания. София: „Мартилен“.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрютина, М. (2002). Ценообразование в рыночной экономике. Москва: „Дело и сервис“.
2. Благоев, Б. и др. (2003). Управление на ценообразуването. Варна: УИ „Наука и икономика“.
3. Владимирова, Й. (2010). Цени и ценообразуване. София: „Стопанство“.
4. Владимирова, Й. (2016). Психологичното ценообразуване – предизвикателство пред търговските фирми. // Омниканална търговия и иновации, София: Изд. комплекс – УНСС, с. 7-14.
5. Владимирова, Й. (2013). Подходът „Винаги ниски цени (EDLP)“ – конкурентно предимство на дискаунтните супермаркети. // Регионални и глобални измерения на търговията, Варна: УИ „Наука и икономика“, с. 121-129.
6. Владимирова, Й. (2013). Проактивното ценообразуване – конкурентно предимство на търговските вериги. // Търговията – минало, настояще и бъдеще, София: Изд. комплекс – УНСС, с. 102-106.
7. Владимирова, Й. (2008). Ценовите промоции – конкурентно предимство на търговските вериги. // Търговията в съвременното общество: Теория и практика, Варна: УИ „Наука и икономика“, с. 281-291.
8. Върбанов, Р., Шишманов, К. (2014). Новото поколение системи за електронен бизнес и електронни разплащания = New Generation Systems for Electronic Business and Electronic Payments. // Народно стопански архив, с. 27-48; pp. 24-43.
9. Гроздева, Д. (2023). Динамично ценообразуване в електронната търговия. // Търговия 5.0 - дигитализация и/или хуманизация, Варна: УИ „Наука и икономика“, с. 288-295.
10. Данчев, Д., Христова, Ю. (2017). Основи на търговския бизнес. Варна: УИ „Наука и икономика“.
11. Класова, С., Владимирова, Й. (2004). Приложно ценообразуване: примери, задачи, казуси. София: Изд. комплекс – УНСС.
12. Класова, С. (2006). Цените в системата на маркетинга. София: „Стопанство“.
13. Класова, С. (2001). Цените теория и практика. София: „Сиела“.
14. Куюмджиев, И. (2014). Софтуер за ценообразуване, базирано на стойността на продукта: основни характеристики и тенденции за развитие. // Информационните технологии в бизнеса и образованието, Варна: УИ „Наука и икономика“, с. 133-141.
15. Стоянов, М. (2019). Защита срещу измамите при електронните разплащания в търговията = Protection Against Fraud in Electronic Trade Payments. // Икономика 21, Свищов: АИ. „Ценов“, с. 48-66, pp. 51-71.
16. Тонев, М. (2018). Цени и ценова политика. Шумен: УИ „Еп. Константин Преславски“.

Март 2024 г.
МС/ДГ/ДК