

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ОСНОВИ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС”;

ЗА СПЕЦ: „Глобален търговски бизнес“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 9;

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	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	15	1
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Данчо Данчев)

2.
(гл. ас. д-р Юлия Христова)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина “Основи на търговския бизнес” е една от основните профилиращи дисциплини за студентите в магистърска степен на обучение от специалност “Глобален търговски бизнес”, завършили в бакалавърска степен други специалности. Предмет на дисциплината са проблемите на търговията на макро и микро равнище във връзка със същността и еволюцията на търговията, предпоставките и условията за осъществяване на търговската дейност, вътрешния потребителски пазар, пазарно търсене и предлагане, конкуренцията, потребителско поведение, стоковите запаси, цените и търговските надбавки, приходите, разходите и рентабилността на търговските предприятия. Програмата отразява най-новите научни постижения в тази област и съответства на съдържанието на подобни учебни курсове в български и чуждестранни университети.

Изучаването на дисциплината спомага за повишаване на знанието и разбирането на основните понятия, закономерности, фактори и тенденции в развитието на търговския бизнес. Основната цел на учебната дисциплина е да осъществи логически обоснован преход от общите икономически знания към конкретните проблеми на търговския бизнес; да постави основата на специалните знания и умения на студентите, които по-нататък трябва да се развиват и усъвършенстват; да съчетае фундаментални и приложни знания чрез предлагане на концептуални и аналитични инструменти при изследване на търговската дейност.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. СЪЩНОСТ И ХАРАКТЕРНИ ОСОБЕНОСТИ НА ТЪРГОВИЯТА		6	2	
1.1	Същност на търговията			
1.2	Функции на търговията			
1.3	Място и роля на търговията в обменните процеси			
1.4	Значение на търговията за икономиката и обществото			
1.5	Изисквания към оптималната търговска дейност			
ТЕМА 2. ФОРМИ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ТЪРГОВИЯТА		3	1	
2.1	Класификационна структура на търговията			
2.2	Концепции за развитието на търговските структури			
ТЕМА 3. ПРЕДПОСТАВКИ И УСЛОВИЯ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ		6	2	
3.1	Обкръжаваща среда на търговския бизнес			
3.2	Правна среда на търговския бизнес			
3.3	Икономическа среда на търговския бизнес			
3.4	Социална и демографска среда на търговския бизнес			
3.5	Технологична и информационна среда на търговския бизнес			
ТЕМА 4. ПАЗАРНИ И КОНКУРЕНТНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС		9	2	
4.1	Същност и класификация на пазарите			
4.2	Пазарен механизъм – функции, елементи, регулиране на пазарното равновесие			
4.3	Пазарно търсене – нужди, потребности и желания на потребителите, лично потребление, същност, фактори и еластичност на търсенето, парични доходи и покупателна способност на населението			

4.4	Пазарно предлагане – същност, фактори и еластичност.			
4.5	Конкуренцията в търговския бизнес – същност, видове, фактори			
ТЕМА 5. ПОТРЕБИТЕЛСКО ПОВЕДЕНИЕ		3	2	
5.1	Микроикономически подход към потребителското поведение			
5.2	Маркетингов подход към потребителското поведение			
ТЕМА 6. СТОКОВИ ЗАПАСИ		3	2	
6.1	Същност, необходимост, видове и икономически релации на стоките запаси			
6.2	Обращаемост на стоките запаси			
6.3	Фактори и резерви за ускоряване на обращаемостта и повишаване на ефективността на стоките запаси в търговията.			
ТЕМА 7. ЦЕНИ И НАДБАВКИ В ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС		6	2	
7.1	Същност и значение на цените и ценовата политика в търговската дейност			
7.2	Ценообразуване в търговията – цели, фактори, методи и политики			
7.3	Адаптиране на цените към пазара			
7.4	Търговски надбавки – същност, съдържание и видове.			
ТЕМА 8. ПРИХОДИ, РАЗХОДИ И РЕНТАБИЛНОСТ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС		9	2	
8.1	Приходи в търговията – същност, видове, фактори и показатели за измерване.			
8.2	Разходи в търговията – същност, класификация, фактори и показатели за измерване.			
8.3	Финансов резултат – обща характеристика, разпределение и данъчно облагане.			
8.4	Рентабилност в търговията – същност, видове и показатели за измерване.			
Общо:		45	15	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест със смесени въпроси	5	70
1.2.	Контролна работа (писмено решаване на задачи)	1	20
Общо за семестриален контрол:		6	90
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Текуща оценка	-	-
Общо за сесиен контрол:		-	-
Общо за всички форми на контрол:		6	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Данчев, Д., Ю. Христова. Основи на търговския бизнес. Унив. изд. на ИУ-Варна, 2017.
2. Данчев, Д., Д. Гроздева. Въведение в търговски бизнес. Велико Търново, Фабер, 2010.
3. Колектив. Търговия. София, Университетско издателство „Стопанство“, 2010.
4. Петрова С., С. Илийчовски, П. Кънев. Икономика на търговията. Свищов, Академично издателство "Ценов", 2012г.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“, 2015.
2. Данчев, Д. Технологията RFID в търговския бизнес: възможности и предизвикателства. София, Икономически изследвания, 2012, кн. 1.
3. Данчев, Д. Съвременни измерения на глобалната търговия на дребно. В сб.: Търговският и туристическият бизнес в условия на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Академично издателство „Ценов“ – Свищов, 2016.
4. Данчев, Д. Мобилната търговия – концептуална рамка и приложни проекции. В сб.: Омниканална търговия и иновации. Издателски комплекс-УНСС, София, 2016.
5. Данчев, Д. Глобалната търговия на дребно – ретроспектива и перспектива. В сб.: регионални и глобални измерения на търговията. Издателство „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, 2013
6. Данчев, Д. Информационната прозрачност в търговския бизнес. В сб.: Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката. Издателство „Наука и икономика“ при Икономически университет-Варна, 2012.
7. Сълова, Н., Д. Данчев, Ю. Христова и др. Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и перспективи. Издателство „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, 2014.
8. Христова-Петкова, Ю. Потребителска оценка на конкурентоспособността на вносителите на нови автомобили в България. // Електронно списание „Диалог“ – СА „Д. Ценов“ - Свищов, 2013, бр. 1, стр.75-92.
9. Христова-Петкова, Ю. Конкурентни влияния върху привлекателността на автомобилния пазар в България. // Сборник с доклади от международната научна конференция „Търговията – минало, настояще и бъдеще“, УНСС - София, София: Унив. изд. „Стопанство“ 2013, стр.122 -127.
10. Христова-Петкова, Ю. Стратегическо позициониране на вносителите на нови автомобили в България. // Сборник с доклади от научна конференция на младите научни работници, ИУ – Варна, Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2013, стр. 277- 286.
11. Христова-Петкова, Ю. Оценка на привлекателността на пазара на нови автомобили в България. // Сборник с доклади от международна научна конференция „Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката“, ИУ-Варна, Варна: Унив.изд. „Наука и икономика“ 2012, Том III, стр. 419-427.
12. Христова, Ю. Омниканалната търговия – източник на конкурентно предимство при продажбата на нови автомобили // Сб.докл. от международна научна конференция „Омниканална търговия и иновации“, База на УНСС – с.Равда, София: Издателски комплекс – УНСС, 2016, с. 61-68