

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

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

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: 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)	15	1
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р М. Стоянов)
2.
(доц. д-р Д. Желязкова)
3.
(ас. В. Петева)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина "Планиране и анализ на търговската дейност" заема важно място в професионалната подготовка на студентите от спец. "Глобален търговски бизнес" от направления СНУ и ДНДО. Като специална дисциплина тя предоставя на студентите научни знания за теоретико-методологическите основи на планирането и икономическия анализ и тяхното място и значение в системата на фирменото управление. Подробно изяснява обектите на планиране и анализ на търговската дейност и конкретните методи, техники и процедури за осъществяването им според специфичните им форми на проявление, целите и задачите на субекта на управление. Главното предназначение на изучаването на дисциплината е формиране на професионална подготовка, мениджърска компетентност и умения в студентите относно методиката на планирането и анализа на обема и продуктовата структура на продажбите, потребностите от ресурси, величината на разходите, формирането на оптимална капиталова структура, благоприятна възвръщаемост и поддържане на фирмено равновесие.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ПЛАНИРАНЕТО И АНАЛИЗА		4	1	
1.1	Търговският бизнес като обект на планиране и анализ			
1.2	Планирането и анализа в системата на фирменото управление			
1.3	Характеристики на фирменото планиране в пазарни условия			
1.4	Принципи и подходи на фирменото планиране. Форми на фирмено планиране			
1.5	Функционални характеристики и задачи на икономическия анализ на търговската дейност			
1.6	Форми на проявление на икономическия анализ			
ТЕМА 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ОСНОВИ НА ПЛАНИРАНЕТО И АНАЛИЗА		4	2	
2.1	Плановият микс - съдържание и структура			
2.2	Плановият инструментариум. Основни характеристики на плановата технология			
2.3	Продукти на фирменото планиране			
2.4	Методи за планиране и анализ на търговската дейност			
2.5	Организация на аналитичната дейност			
ТЕМА 3. ИНФОРМАЦИОННА БАЗА НА ПЛАНИРАНЕТО И АНАЛИЗА		4	1	
3.1	Информацията като управленски ресурс и основа на планирането и анализа			
3.2	Принципни изисквания към качествените характеристики на информацията			
3.3	Основополагащи канали на информационното осигуряване			
3.4	Методологически вариант за информационното осигуряване на фирменото планиране и анализ			

3.5	Технологични аспекти на информационното осигуряване. Софтуерни приложения за бизнес планиране и анализи			
ТЕМА 4. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ПАЗАРНИЯ КАПАЦИТЕТ И ПРОДАЖБИТЕ НА ТЪРГОВСКАТА ФИРМА		7	2	
4.1	Пазарите на търговската фирма			
4.2	Анализ на пазарната конюнктура и пазарната стратегия на търговската фирма			
4.3	Граници на пазарните условия и фази на развитие на търговския бизнес			
4.4	Технологични аспекти на планирането и анализа на фирмените продажби			
4.5	Балансирането на продажбите - основа на фирменото равновесие			
ТЕМА 5. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ПРОДУКТОВАТА СТРУКТУРА НА ПРОДАЖБИТЕ		4	2	
5.1	Продуктовата структура - основа за качествен мениджмънт и стабилни пазарни позиции			
5.2	Условия и фактори за оптимизиране на продуктовата структура на продажбите			
5.3	Икономическа диагностика на обективните изменения в продуктовата структура на продажбите			
5.4	Фирмени политики и стратегии в областта на продуктовата структура на продажбите			
5.5	Методи, техники и процедури за планиране на продуктовата структура на продажбите			
ТЕМА 6. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА СТОКОВОТО ПРЕДЛАГАНЕ		4	2	
6.1	Стокова осигуреност на търговската фирма			
6.2	Съдържателни елементи и причинно-следствени връзки на краткотрайните (текущи) активи			
6.3	Основни обекти и технологични аспекти на икономически анализ на стоките запаси			
6.4	Методологически аспекти за оптимизиране и планиране количествената и качествената определеност на стоките запаси. Оценка на краткосрочните инвестиции на търговската фирма			
ТЕМА 7. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ТЪРГОВСКИЯ КАПАЦИТЕТ НА ФИРМАТА		4	1	
7.1	Характеристики на търговския капацитет на фирмата. Условия и граници за развитие на търговския капацитет			
7.2	Фирмена стратегия и търговски капацитет			
7.3	Икономическа оценка и анализ на параметрите на развитието на дълготрайните (нетекущи) активи			
7.4	Взаимодействие на търговския капацитет с пазарните позиции и продуктовата реализация			
ТЕМА 8. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ТРУДОВИТЕ РЕСУРСИ		4	1	
8.1	Човешкият фактор в търговския бизнес. Основополагащи обекти на оценка и съдържание на плановите решения за развитие на трудовите ресурси			
8.2	Икономически анализ и планиране параметрите на трудовите ресурси в търговската дейност			

8.3	Методологически аспекти на анализа и планирането на трудовите ресурси			
8.4	Икономически анализ и обосновка на решенията за развитие на средствата на заплащане на труда и индивидуалната работна заплата			
ТЕМА 9. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ НА РАЗХОДИТЕ ЗА ТЪРГОВСКАТА ДЕЙНОСТ		4	1	
9.1	Целеви аспекти на планирането и анализа на разходите. Основополагащи обекти на планиране и анализ на разходите на търговската дейност			
9.2	Система от индикатори за планиране и анализ на разходите за търговска дейност			
9.3	Методи и техники за планиране и анализ на експлоатационните разходи на търговската дейност			
9.4	Планиране на инвестиционните разходи в търговската фирма			
9.5	Иновационни стратегии и планиране на разходите			
ТЕМА 10. ПЛАНИРАНЕ И АНАЛИЗ ПЕЧАЛБАТА, РЕНТАБИЛНОСТТА И ФИНАНСИТЕ НА ТЪРГОВСКАТА ФИРМА		6	2	
10.1	Образуване и разпределение на brutния доход и печалбата в търговската фирма. Оценка на изменението и факторен анализ			
10.2	Икономически анализ и планиране на рентабилността на търговската дейност			
10.3	Обекти на финансово планиране и анализ			
10.4	Планиране и анализ на паричните потоци			
10.5	Икономически анализ и планиране на капитала и капиталовата структура			
10.6	Капиталово бюджетиране			
Общо:		45	15	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсов проект (с открити въпроси и защита на курсов проект)	1	50
1.2.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	20
1.3.	Контролна работа (писмена с тестови въпроси и/или задачи)	1	20
Общо за семестриален контрол:		3	90
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Текуща оценка	-	-
Общо за сесиен контрол:		-	-
Общо за всички форми на контрол:		3	90

IV. ЛИТЕРАТУРА:

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Йончев, Цв. и др. Икономически анализ на търговската фирма. София: ИК - УНСС, 2013.
2. Стоянов, М. Анализ на търговската дейност. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2010.
3. Терезова, С. Бизнес план на търговската фирма (финансови аспекти). София: УИ „Стопанство“, 2011.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Добрев, Д. Планиране и прогнозиране. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2015.
2. Желязкова, Д. Глобални и регионални измерения на транспорта. Монография. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2015.
3. Желязкова, Д., Д. Гроздева и М. Стоянов. Основни движещи сили за развитие на търговския бизнес в Република България. // сп. Икономически изследвания, София: Институт за икономически изследвания на БАН, кн.1, 2011, с. 90-131.
4. Кобелева, И. В. и др. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций. Москва: „Инфра-М“, 2015.
5. Петева, В. Съвременни аспекти на стратегическото управление на човешките ресурси. // Сб. докл. „Регионални и глобални измерения на търговията“. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2013, с. 419-425.
6. Райков, Е. Ръководство по управление на оборотния капитал. София: ИК – УНСС, 2013.
7. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“, 2015.
8. Стоянов, М. Оценка на структурата на потребителските разходи като барометър за икономическото състояние на домакинствата в България. // Сборник доклади от международна научна конференция на тема “Регионални и глобални измерения на търговията”, Варна: “Наука и икономика”, 2013, с. 159-169.
9. Стоянов, М. Структурни промени в потреблението на хранителни стоки на домакинствата в Република България. // Известия на Икономически университет – Варна, 2012, № 2, с. 86-98.
10. Терезова, С. Анализ на търговската дейност. София. ИК – УНСС, 2012.
11. Терезова, С. Модел на DuPont – възможности и ограничения за прилагане при управление на категориите. // Съвременни измерения на търговския бизнес – комуникации между наука и практика, Свищов: СА „Д. Ценов“, 2011, с. 329-334.
12. Тимчев, М. Финансово-стопански анализ. София: „Нова звезда“, 2011.
13. Чуков, Кр. и др. Финансово-стопански анализ. София: ИК – УНСС, 2014.

2016 г.

МС/ДЖ/ВП