

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
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: “ПРОДУКТОВ МЕНИДЖМЪНТ И МЪРЧЪНДАЙЗИНГ”;

ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8;

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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(Проф. д-р Данчо Данчев)

2.
(Гл.ас. д-р Миглена Душкова)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина е предназначена да задълбочи знанията на студентите в областта на продуктовия мениджмънт и мърчъндайзинга в търговския бизнес. Вниманието се фокусира върху същността, елементите, обхвата, еволюцията и подходите на продуктовия мениджмънт в търговията. Разглеждат се основните проблеми при формирането на стоковия асортимент, мениджмънта на доставките, управлението на запасите и мърчъндайзинга. Специално място се отделя на особеностите на продуктовия мениджмънт при извънмагазинните форми на търговия, както и на неговите международни аспекти. В учебната програма са отразени най-новите постижения в тази научна област и тя е в съответствие със съдържанието на подобни курсове, изучавани в български и чуждестранни университети.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ПРОДУКТЪТ КАТО ОБЕКТ НА ПРОДУКТОВИЯ МЕНИДЖМЪНТ		2	2	
1.1	Същност и равнища на продукта.			
1.2	Класификация на продуктите.			
1.3	Основни характеристики на продуктите			
1.4	Марка на продуктите: същност, видове, функции, изисквания			
1.5	Опаковка и маркировка на продуктите.			
ТЕМА 2. ПРОДУКТОВ МЕНИДЖМЪНТ В ТЪРГОВИЯТА		2	2	
2.1	Същност, роля и елементи на продуктовия мениджмънт в търговията			
2.2	Обхват и еволюция на продуктовия мениджмънт в търговията			
2.3	Основни проблеми при вземането на решения в продуктовия мениджмънт			
2.4	Съвременни подходи и тенденции в търговския продуктов мениджмънт: Efficient consumer response, Category management.			
ТЕМА 3. ФОРМИРАНЕ НА СТОКОВИЯ АСОРТИМЕНТ		6	6	
3.1	Основни проблеми при формирането на асортимента.			
3.2	Структуриране на асортимента			
3.3	Фактори, влияещи върху формирането на асортимента.			
3.4	Информация, необходима за формирането на асортимента.			
3.5	АВС и XYZ анализ на асортимента.			
3.6	Стратегии при формирането на стоковия асортимент.			
3.7	Съвременни подходи към формирането на асортимента в търговията.			
ТЕМА 4. МЕНИДЖМЪНТ НА ДОСТАВКИТЕ		4	4	
4.1	Основни елементи на системата за доставка на стоки.			
4.2	Обезпечаване на стоките: идентифициране, контакт, оценка и преговори с доставчиците.			
4.3	Поръчване на стоките: стратегии, методи и системи.			
4.4	Обработване на стоките: приемане, проверка, маркиране и складиране.			

ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ НА СТОКОВИТЕ ЗАПАСИ		6	6	
5.1	Същност и цели на управлението на запасите в търговията.			
5.2	Планиране на стоките запаси: 5.2.1.Разработване на стоков бюджет 5.2.2.Разпределение на стоковия бюджет по елементи на асортиментната структура.			
5.3	Контрол на стоките запаси: 5.3.1. Системи за управление на стоките запаси в търговията 5.3.2. Методи за оценка на запасите в търговията 5.3.3. Показатели за ефективност на запасите в търговията.			
ТЕМА 6. МЪРЧЪНДАЙЗИНГ		6	6	
6.1	Алокация на стоките в търговските обекти: цели, методи и фактори.			
6.2	Външен и вътрешен дизайн на търговските обекти.			
6.3	Визуално представяне на продуктите: същност, обхват, средства и методи.			
ТЕМА 7. ПРОДУКТОВ МЕНИДЖМЪНТ ПРИ ИЗВЪНМАГАЗИННИТЕ ФОРМИ НА ТЪРГОВИЯ		2	2	
7.1	Формат и характерни особености на извънмагазинните форми за търговия			
7.2	Специфични особености на продуктовия мениджмънт при извънмагазинните форми на търговия: представяне, поръчване и доставка на продуктите.			
7.3	Проблеми на мултиканалната дистрибуция на продуктите.			
ТЕМА 8. МЕЖДУНАРОДНИ АСПЕКТИ НА ПРОДУКТОВИЯ МЕНИДЖМЪНТ		2	2	
8.1	Формиране на асортимента: стандартизация или адаптация.			
8.2	Доставка на стоките: локални и глобални източници.			
8.3	Етични и културни особености и проблеми на международния продуктов мениджмънт.			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Контролна работа (писмена по зададена тема)	1	15
1.2.	Литературен обзор	1	10
1.3.	Домашна работа	1	10
1.4.	Казус	1	10
1.5.	Тест	1	15
Общо за семестриален контрол:		5	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	30
Общо за сесиен контрол:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		6	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Балева, В. Продуктът: маркетингови стратегии и политики, . София, Унив. издателство “Стопанство”, 2007.
2. Балева, В и др. Стокова политика. София, Унив. издателство "Стопанство", 2000.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Гузелевич,Н. Фокусы мерчандайзинга. Санкт-Петербург, "Питер", 2010.
2. Сысоева,С., Е.Бузукова. Управление ассортиментом в рознице. Санкт-Петербург, "Питер", 2010.
3. Сысоева,С., Е.Бузукова. Закупки и поставщики. Санкт-Петербург, "Питер", 2009.
4. Сысоева,С., Е.Бузукова. Мерчандайзинг. Санкт-Петербург, "Питер", 2009.
5. Сэнд, Г. Принципы мерчандайзинга. Минск, „Гревцов Публишер”, 2007.
6. Эстерлинг,С. и др. Мерчандайзинг в розничной торговле. Санкт-Петербург, "Питер", 2004.