

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: „ТЪРГОВСКА ПОЛИТИКА“;

ЗА СПЕЦ: „БИЗНЕС ИКОНОМИКА“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 9;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 75 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	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	105	-

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Д. Данчев)

2.
(доц. д-р М. Стоянов)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина “Търговска политика” цели да запознае студентите с актуални проблеми на вътрешната и международната търговска политика, да изгради разбиране какво представлява добрата търговска политика и как се определя. Обучението формира знания за същността и функциите на търговията и нейната роля в обменните процеси, развитието на формите за осъществяване на търговията, организирани пазари и съвременните форми за търговия като франчайзинг, лизинг, електронна търговия, както и търговското представителство и посредничество.

Дисциплината разширява знанията на студентите в областта на теорията за търговията, маркетинга, управлението на продажбите. Студентите изграждат умения за оценка и избор на търговска политика от страна на бизнес организациите, инструменти за нейното осъществяване, изследване влиянието на промяната на търговската политика върху развитието на бизнеса.

Специално внимание е отделено на търговската политика на Европейския съюз, нейното създаване и развитие, както и основните ѝ инструменти. Изведени са способите за търговия и нелоялните търговски практики в контекста на защитата правата на потребителите. За усвояването на теоретични знания и практически умения в областта на търговската политика се използват казуси, примери от практиката, тестове.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В ТЪРГОВИЯТА И ТЪРГОВСКАТА ПОЛИТИКА		3	2	
1.1.	Същност, роля и функции на търговията в обменните процеси			
1.2.	Значение на търговията за икономиката и обществото			
1.3.	Същност и инструменти на търговската политика			
ТЕМА 2. ФОРМИ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ТЪРГОВИЯТА		3	2	
2.1.	Класификационна структура на търговията			
2.2.	Концепции за развитие на търговските структури			
ТЕМА 3. ПАЗАРНО ПРЕДЛАГАНЕ И СТОКОВИ ЗАПАСИ		3	2	
3.1.	Същност на пазарното предлагане и роля на търговията за неговото оптимизиране			
3.2.	Същност, видове и обръщаемост на стоките запаси в търговията			
ТЕМА 4. ПАЗАРНО ТЪРСЕНЕ И ПОТРЕБИТЕЛСКО ПОВЕДЕНИЕ		4	2	
4.1.	Потребителско търсене – същност, фактори, еластичност			
4.2.	Парични доходи и популателна способност на населението			
4.3.	Потребителско поведение – микроикономически и маркетингов подход			
ТЕМА 5. ЦЕНИ И НАДБАВКИ В ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС		4	2	
5.1.	Същност и значение на цените и ценовата политика в търговската дейност			
5.2.	Същност и видове търговски надбавки			

ТЕМА 6. СЪВРЕМЕННИ ФОРМИ НА ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС		4	2	
6.1.	Основни видове съвременни форми на търговски бизнес			
6.2.	Фактори оказващи влияние върху развитието на съвременните форми на търговски бизнес			
6.3.	Търговската верига като организационно стратегическа концепция за развитие на търговския бизнес			
ТЕМА 7. СПЕЦИФИЧНИ ФОРМИ НА ТЪРГОВИЯ		4	4	
7.1.	Франчайзинг – същност, видове и развитие			
7.2.	Лизинг – същност, видове, развитие			
7.3.	Лицензионно съглашение			
7.4.	Електронна търговия			
ТЕМА 8. СЪВРЕМЕННИ ТЪРГОВСКИ ФОРМАТИ		4	2	
8.1.	Същност и значение на съвременните търговски формати			
8.2.	Класификационна структура на търговските формати			
8.4.	Актуални проблеми и тенденции в развитието на търговските формати			
ТЕМА 9. ОРГАНИЗИРАНИ ПАЗАРИ		4	4	
9.1.	Стокови борси и тържища – същност и видове			
9.2.	Борсови операции – същност, видове, специфични особености			
9.3.	Аукционен търг – същност, организация и предмет на аукционната търговия			
9.4.	Технология на аукционните операции			
ТЕМА 10. ТЪРГОВСКА ПОЛИТИКА НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ		4	2	
10.1.	Същност и развитие на търговската политика на ЕС			
10.2.	Външнотърговска политика на ЕС			
10.3.	Основни средства за регулиране на външно-търговската дейност			
ТЕМА 11. МИТНИЧЕСКА ПОЛИТИКА		4	2	
11.1.	Външнотърговски режим и митнически контрол			
11.2.	Митнически посредници – необходимост, функции, правно регулиране			
11.3.	Митническо деклариране на стоките и митнически надзор			
11.4.	Митническа политика на ЕС			
ТЕМА 12. ТЪРГОВСКА ПОЛИТИКА И ЗАЩИТА ПРАВАТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ		4	4	
12.1.	Търговски практики и способности за продажба			
12.2.	Нелоялни търговски практики			
		Общо:	45	30

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсов проект (по предварително избрана тема)	1	30
1.2.	Казус	2	20
1.3.	Тест	2	20
Общо за семестриален контрол:		6	70
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (писмен изпит с тест и отворени въпроси)	1	35
Общо за сесиен контрол:		1	35
Общо за всички форми на контрол:		7	105

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Данчев, Д. Технологията RFID в търговския бизнес: Възможности и предизвикателства. // Икономически изследвания, №1, 2012, с. 80 – 107.
2. Данчев Д. и Д. Гроздева. Въведение в търговския бизнес. В. Търново: „Фабер“, 2010.
3. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2015.
4. Стоянов, М. Съвременни търговски формати за пазара на потребителски стоки в Република България. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2011.
5. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България - състояние, проблеми и предизвикателства. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2014.
6. Трайков, Хр. Финансов мениджмънт в търговията. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2014.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Граматикова, Е. Концепцията за устойчиво развитие в политиката на търговските фирми. // Съвременни измерения на търговския бизнес – комуникация между наука и практика: Т.2.: Сб. докл. от юбил. науч.-практ. конф. с междунар. участие. Свищов: АИ „Ценов“, 2011, с.124-129.
2. Граматикова, Е. Съвременните търговски обекти в България – тенденции и предизвикателства.// Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката: Т.3.: Сб. докл. от междунар. науч. конф. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2012, с.344-349.
3. Граматикова, Е. Устояване на икономическата криза чрез стратегия за развитие на собствена търговска марка. // Световната криза и икономическото развитие : Т.2.: Сб. докл. от междунар. науч. конф. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2010, с.617-623.
4. Данчев, Д. Глобалната търговия на дребно – ретроспектива и перспектива. // Регионални и глобални измерения на търговията, Варна: УИ „Наука и икономика“, 2013, с. 44-62.
5. Данчев, Д. Информационната прозрачност в търговския бизнес. // Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката, УИ „Наука и икономика“, 2012, с. 287-295.
6. Данчев, Д. Търговският бизнес в „Течната модерност“. // Съвременни измерения на търговския бизнес: Комуникация между наука и практика, Свищов: АИ „Ценов“, 2011, с. 295-300.
7. Костова С. и И. Петров. Търговия на дребно. София: УИ „Стопанство“, 2010.
8. Маринов, Г. и др. Международен икономикс. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2013.
9. Маринов, Г. и др. Европейска икономическа интеграция. Варна: „Онгъл“, 2014.
10. Стоянов, М. Възможности на електронната търговия в условията на икономическа криза. // Диалог, Издание на Стопанска академия “Д. А. Ценов”, №2 (юни), 2011, с. 32-45.
11. Стоянов, М. Лизингът на транспортни средства – състояние и перспективи. // Сборник доклади от десета международна научна конференция „Логистиката в променящия се свят“, посветена на 25-годишния юбилей на специалност „Бизнес логистика“ в УНСС, София: ИК – УНСС, 2016, с. 284- 292.
12. Стоянов, М. Съвременни проблеми на културата в търговията. // Годишник на Икономически университет – Варна, том 84, 2013, с. 180-218.
13. Стоянов, М. Механизъм на забавяне на плащанията по търговски сделки. // Сборник доклади от международна научна конференция на тема “Търговията – минало, настояще, бъдеще”, С.: ИК – УНСС, 2013, с. 268-273.
14. Стоянов, М. Предимства и недостатъци от навлизането на чуждестранни търговски вериги на пазара на потребителски стоки в България. // Сборник доклади от международна научна конференция на тема “Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката”, Том III, Варна: УИ „Наука и икономика“, 2012, с. 328-336.
15. Сълова, Н. Търговски мениджмънт. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2010.
16. Узунова, Ю. и др. Международен маркетинг. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2012.

17. Abrashev, B. The Language of International Trade. Varna: Science a. Economic Publ. House, 2010.
18. Stojanov, M. Challenges of social networks in the retail trade business. // International conference “Ukraine – Bulgaria – European Union: contemporary state and perspectives”, Kherson National Technical University, September, 2015, Vol. 2, p. 28-34.
19. Krugman, P. R.; Obstfeld, M. J. Melitz. International Economics. England: Harlow, Pearson, 2012.

2016 г.
ДД/МС