

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ**  
**КАФЕДРА „ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЛЕЙ“**

---

---

**УТВЕРЖДАЮ:**

**Ректор:**

(Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А Я   П Р О Г Р А М М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ: „ВВЕДЕНИЕ В ТОРГОВЛЮ“;**

**ДЛЯ СПЕЦ: для всех специальностей (за исключением спец. „Информатика“);**

**ОКС „бакалавр“**

**КУРС ОБУЧЕНИЯ: 2; СЕМЕСТР: 4;**

**ОБЩАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ ЗАНЯТОСТЬ: 180 ч.; в т.ч. в аудитории 60 ч.**

**КРЕДИТЫ: 6**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ ЗАНЯТОСТИ СОГЛАСНО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ**

<i>ВИД УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ВСЕГО (часа)</i>	<i>НЕДЕЛЬНАЯ НАТОВАРЕННОСТЬ (часа)</i>
АУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ:		
Т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарные занятия/ лабораторные упражнения)	30	2
ВНЕАУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ	120	-

Изготовили программу:

1. ....  
(доц. д-р В. Димитрова)
2. ....  
(доц. д-р Г. Маринов)
3. ....  
(доц. д-р М. Стоянов)
4. ....  
(гл. ас. д-р А. Шиваров)

Руководитель кафедры: .....  
„Экономика и управление торговлей“ (доц. д-р В. Димитрова)

## **I. АННОТАЦИЯ**

Учебная дисциплина „Введение в торговлю“ разработана совместно кафедрами „Экономика и управление торговлей“ и „Международные экономические отношения“ и включена как выборочная дисциплина в фундаменте профессиональных направлениях 3.7. „Администрация и управление“, 3.8. „Экономика“ и 3.9. „Туризм“. Необходимость, значимость и актуальность учебной дисциплины обусловлены рыночной связанностью бизнес единиц, которая осуществляется посредством торговой деятельности, ее ролью как функция на входе и выходе каждой фирмы, а посредством внешнеторгового обмена так же и ее выражением в взаимосвязи отдельных национальных экономик.

Углубление специализации отдельных деятельностей и развитие новых информационных технологий расширяют поля торговли и увеличивают число осуществляемых транзакций, включительно с помощью деятельности на международном уровне.

Дисциплина предназначена формировать и углубить знания и компетенции студентов в сущности и характерных особенностях обмена и торговли, классификации торговли, особенностей оптовой и розничной торговли, современных измерений биржевой и электронной торговли и т.д. Рассматриваются темы связанные с управлением закупками и продажами, технологией торговой сделки, стратегиями, техниками и тактиками переговоров. Отделено специальное внимание защите прав потребителей.

## **II. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ**

№.	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ И ПОДТЕМ	БРОЙ ЧАСОВ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ОБМЕН И ТОРГОВЛЯ</b>		<b>4</b>	<b>2</b>	
1.1.	Сущность и исторические предпосылки возникновения и развития обмена и торговли.			
1.2.	Виды торговой деятельности.			
1.3.	Теории торговли.			
<b>ТЕМА 2. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
2.1.	Концепции развития торговых структур			
2.2.	Класификация розничной торговли и современные торговые форматы.			
<b>ТЕМА 3. ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ, ТОРГОВОЕ ПОСРЕДНИЧЕСТВО И ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
3.1.	Сущность и функции торгового посредничества.			
3.2.	Сущность и виды торгового представительства.			
3.3.	Характеристика и виды оптовой торговли.			
<b>ТЕМА 4. ОРГАНИЗОВАННЫЕ РЫНКИ И БИРЖЕВАЯ ТОРГОВЛЯ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
4.1.	Сущность и виды организованных рынков.			
4.2.	Биржи и биржевая торговля.			
4.3.	Биржевые сделки и стратегии.			
<b>ТЕМА 5. ЭЛЕКТРОННАЯ И МУЛЬТИКАНАЛЬНАЯ ТОРГОВЛЯ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
5.1.	Сетевые технологии в бизнесе.			
5.2.	Преимущества и недостатки электронной торговли.			

5.3.	Электронные платежи.			
5.4.	Формы и особенности внемагазинной торговли.			
<b>ТЕМА 6. УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПКАМИ И ПРОДАЖАМИ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
6.1.	Процес закупки.			
6.2.	Исследование и выбор поставщиков.			
6.3.	Виды продаж.			
6.4.	Этапы и техники персональной продажи.			
<b>ТЕМА 7. ТОРГОВЫЕ СДЕЛКИ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
7.1.	Сущность и виды торговых сделок.			
7.2.	Основные условия сделки.			
7.3.	Технология торговой сделки – оферта, запрос, заказ.			
<b>ТЕМА 8. ТОРГОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
8.1.	Сущность и предпосылки вхождения в переговоры.			
8.2.	Элементы подготовки ведения переговоров.			
8.3.	Стратегии, техники и тактики переговоров.			
8.4.	Завершение и анализ переговоров.			
<b>ТЕМА 9. ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ</b>		<b>2</b>	<b>4</b>	
9.1.	Нормативное регулирование и административная организация			
9.2.	Нелояльные торговые практики. Коллективные иски.			
9.3.	Организация защиты прав потребителей.			
<b>ТЕМА 10. ТАРИФНЫЕ И НЕТАРИФНЫЕ МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
10.1.	Таможенные пошлины – сущность и виды.			
10.2.	Таможенные пошлины Европейского союза.			
10.3.	Административные регуляторы.			
<b>ТЕМА 11. ТАМОЖЕННЫЙ ПРОЦЕСС</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
11.1.	Функции и задачи таможни.			
11.2.	Таможенные процедуры.			
11.3.	Основные таможенные документы.			
<b>ТЕМА 12. ТАМОЖЕННЫЙ РЕЖИМ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
12.1.	Режим с отложенным платежом.			
12.2.	Экономические режимы.			
<b>ТЕМА 13. ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
13.1.	Однофакторные модели международной торговли.			
13.2.	Альтернативные модели международной торговли.			
13.3.	Эффекты международной торговли.			
<b>ТЕМА 14. РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	
14.1.	Модели региональной экономической интеграции.			
14.2.	Основные региональные блоки государств.			
14.3.	Последствия для бизнеса.			
		<b>Всего:</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

### III. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

№.	ВИД И ФОРМА КОНТРОЛЯ	Брой	ИАЗ ч.
<b>1.</b>	<b>Семестровый (текущий) контроль</b>		
1.1.	Литературный обзор	1	20
1.2.	Тест (с открытыми, закрытыми и/или смешанными вопросами)	2	20
1.3.	Казус	1	30
<b>Всего семестровый контроль:</b>		<b>4</b>	<b>60</b>
<b>2.</b>	<b>Сессионный (конечный) контроль</b>		
2.1.	Экзамен (классический посменный экзамен с вопросами и задачами)	1	50
<b>Всего сессионный контроль:</b>		<b>1</b>	<b>50</b>
<b>Всего все формы контроля:</b>		<b>7</b>	<b>120</b>

### IV. ЛИТЕРАТУРА

#### **ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ (ОСНОВНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Владимирова Й. и др. Търговия. София: УИ „Стопанство“, 2010.
2. Маринов Г. и др. Международен икономикс. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2013.
3. Тонева, М. и др. Валутен и митнически контрол, „3Мекс“, 2014.

#### **РЕКОМЕНДУЕМАЯ (ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Димитрова, В. Конкурентоспособност на търговията като икономически сектор. // „Регионални и глобални измерения на търговията“, Варна: УИ „Наука и икономика“, 2013, с. 139-148.
2. Каракашева, Л. и др. Маркетинг: Ч. 1 - 2. София: „Призма“, 2005 – 2011.
3. Костова, С. и др. Търговия на дребно. София: УИ „Стопанство“, 2010.
- Дашков, Л. и др. Коммерция и технология на търговията. Москва: „Дашков и К“, 2012.
4. Маринов, Г. и др. Психосемантичен поглед върху нагласите към потребление на вносни стоки у нас. Варна: „Онгъл“, 2013, НП 107/2013 г. – ИУ-Варна, ISBN 978-619-7079-19-7.
5. Маринов, Г. и др. Международни финанси. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2012.
6. Маринов, Г. и др. Европейска икономическа интеграция. Варна: „Онгъл“, 2014.
7. Стоименов, М. и др. Финанси на международната търговия. София: ИК - УНСС, 2013.
8. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“, 2015.
9. Сълова, Н. Търговски мениджмънт. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2011.
10. Сълова, Н. и др. Развитие на търговията в България - състояние, проблеми и предизвикателства. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2014.
11. Шиваров, А. и др. Международен мениджмънт. Варна: „Стено“, 2012.
12. Закон за задълженията и договорите. Обн. ДВ. бр. 275 от 22 Ноември 1950 г., и последващи изменения и допълнения.
13. Закон за защита на потребителите. Обн., ДВ, бр. 99 от 9.12.2005 г., в сила от 10.06.2006 г., и последващи изменения и допълнения.