

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“

Приета от ФС (протокол №/ дата):
Приета от КС (протокол №6/ 28.02.2020 г.):

УТВЪРЖДАВАМ:
Декан:
(доц. д-р Д. Златева)

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“ – дистанционно обучение
КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6
ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.
КРЕДИТИ: 5
РАБОТЕН ЕЗИК: Български език

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	12
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	138
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	6
• САМОПОДГОТОВКА	130

Изготвили програмата:

1.
(Проф. д-р Данчо Данчев)

2.
(гл. ас. д-р М. Душкова)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина има за предмет проблемите на продуктивния мениджмънт и мърчъндайзинга в търговския бизнес. Вниманието се фокусира върху същността, елементите, обхвата, еволюцията и подходите на продуктивния 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 продуктивния 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.

Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са: знания и разбиране за същността на продуктивния мениджмънт в търговията, същността, значението и подходите за формиране на стоковия асортимент, особеностите на мениджмънта на доставките, управлението на стоковите запаси, значението на мърчъндайзинга в търговските обекти, особеностите на продуктивния мениджмънт при извънмагазинните форми на търговия и основните характеристики на мърчъндайзинга в международен аспект. С изучаването на дисциплината следва да се развият възможности за разширяване на знанията и формиране на нови умения както чрез учебния процес, така и чрез самостоятелната учебно-изследователска работа.

В учебната дисциплина се използват знания и от други изучавани учебни дисциплини, като „Мениджмънт“, „Маркетинг“, „Въведение в търговията“ и др. Същевременно тази учебна дисциплина има пряка връзка с други специални учебни дисциплини, като „Основи на търговския бизнес“, „Търговски мениджмънт“, „Управление на търговските операции“ и „Управление на продажбите“.

Съдържанието на учебния материал е обобщено в учебната програма, чрез предложените теми и подтеми.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
ТЕМА 1. ПРОДУКТЪТ КАТО ОБЕКТ НА ПРОДУКТИВНИЯ МЕНИДЖМЪНТ	
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. ПРОДУКТИВЕН МЕНИДЖМЪНТ В ТЪРГОВИЯТА	
2.1	Същност, роля и елементи на продуктивния мениджмънт в търговията
2.2	Обхват и еволюция на продуктивния мениджмънт в търговията
2.3	Основни проблеми при вземането на решения в продуктивния мениджмънт
2.4	Съвременни подходи и тенденции в търговския продуктив мениджмънт: Efficient consumer response, Category management
ТЕМА 3. ФОРМИРАНЕ НА СТОКОВИЯ АСОРТИМЕНТ	
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	ABC 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	
4.1	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	
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	
6.1	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	
7.1	Формат и характерни особености на извънмагазинните форми за търговия
7.2	Специфични особености на продуктивния 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	
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

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ

Методите на подготовка и провеждане на обучението по дисциплината „Продуктов мениджмънт и мърчъндайзинг“ включват използването на различните учебни ресурси и дейности, чрез които се осъществява учебният процес в дистанционната форма на обучение.

Учебни ресурси:

- Мултимедийни презентации по всяка тема;
- Файл с информация относно разписание за консултации, учебна програма, указания и др.;
- Страница за текущи събития и друга допълнителна информация;
- URL връзки към сайтове.

Учебни дейности:

- Задание за домашна работа;
- Тест за самоподготовка (след всяка тема);
- Тест за текуща оценка;
- Форум за дискусии по всяка тема;
- Готова анкета;
- Чат основно във времето за консултации.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Електронен тест	1	38
1.2.	Домашна работа	1	20
1.3.	Казус	1	20
Общо за семестриален контрол:		3	78
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест с отворени и затворени въпроси – лотарийно)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		4	138

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Продуктов мениджмънт и мърчъндайзинг“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Благоев, Б., Д. Данчев и др. Икономика на предприятието. [Учебник]. Варна: Наука и икономика, 2010.
2. Димитрова, В. и др. Управление на продажбите. [Учебник]. Варна: Наука и икономика, 2011.
3. Димитрова, В. и др. Управление на търговските операции. [Учебно помагало]. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2013.
4. Данчев, Д. Таксономия на потребителските продукти. Варна: Наука и икономика, Икономически университет – Варна, 2012.
5. Данчев, Д. и Д. Гроздева. Въведение в търговския бизнес. [Учебник]. В. Търново: Фабер, 2010.
6. Данчев, Д. Омниканална търговия и омниканални потребители. // Сборник доклади от международната научна конференция „Търговия 4.0 – наука, практика и образование“. Варна: Наука и икономика, Икономически Университет – Варна, 2018, с. 37-74.
7. Данчев, Д. Съвременни измерения на глобалната търговия на дребно. // Сборник доклади от кръгла маса с международно участие „Търговският и туристическият бизнес в условията на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“. Свищов: Академично издателство „Ценов“ – Свищов, 2016, с. 21-52.
8. Петрова, С. Изследване на зависимостта между ефективния търговски асортимент и категорияния мениджмънт. //Сборник доклади от международната научна конференция „Омниканална търговия и иновации“. София: Стопанство, УНСС, 2016, с. 82-88.
9. Гузелевич, Н. Фокуси мерчандайзинга. Санкт-Петербург, „Питер“, 2010.
10. Сысоева, С., Е. Бузукова. Управление асортиментом в рознице. Санкт-Петербург, „Питер“, 2010.

февруари, 2020 г.
ДД/ММ