

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №/ дата):

Декан:

(проф. д-р Стоян Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ТЪРГОВСКА ЛОГИСТИКА И МЪРЧАНДАЙЗИНГ”;

ЗА СПЕЦ: „Управление на продажбите и мърчандайзинг“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5- за СС и СНУ; 6 – за ДНДО; СЕМЕСТЪР: 9 – за СС и СНУ; 11 – за ДНДО

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 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)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	165	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Евгения Тонкова)

2.
(проф. д-р Евгени Станимиров)

Ръководител катедра:

„Маркетинг“

(проф. д-р Евгени Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Търговска логистика и мърчандайзинг” има за цел да подготви студентите за практическата им реализация в търговския сектор на националната икономика. В лекционния курс и семинарните занятия са включени основните тематични направления: търговска логистика – съвременни виждания, търговската логистика и маркетинг, логистични решения в търговския сектор на едро, логистични решения в търговския сектор на дребно, логистика на запасите, транспортна логистика, логистични разходи, логистични партньори, мърчандайзингови измерения, организация и контрол на мърчандайзинга, и информационно осигуряване на търговската логистика и мърчандайзинга.

Студентите магистърско обучение ще имат възможност да осъществят реални наблюдения в практиката и конкретни задания по логистични и мърчандайзингови процеси и операции в дистрибуционни канали в потребителския и индустриалния маркетинг, които ще допринесат за по-добрата им подготовка и реализация в бизнеса в сферата на дистрибуционния мениджмънт и управление на продажбите и мърчандайзинга на български и мултинационални компании.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СУ	ЛУ
ТЕМА 1. Търговска логистика – съвременни виждания		2	2	
1.1	Дефиниции и операционализации в сферата на търговската логистика	1		
1.2	Значение на логистиката в процеса на създаване на потребителска стойност			
1.3.	Търговската логистика, като фактор за конкурентно способност	1		
1.4	Специфика в търговската логистика – продукт-пазари, субекти и обекти	1		
1.5	Управленски и организационни аспекти на търговската логистика	1		
ТЕМА 2. Търговската логистика и маркетинга		3	2	
2.1	Релация продукт - логистика	1		
2.2	Релация цена - логистика			
2.3	Релация промоции - логистика	1		
2.4	Релация канали за реализация - логистика			
2.5	Потребителското поведение и търговската логистика	1		
ТЕМА 3. Логистични решения в търговския сектор на едро		4	2	
3.1	Логистични канали и вериги	1		
3.2	Дистрибуционни и разпределителни центрове	1		

3.3	Складове – същност, класификации, функции	1		
3.4	Складови процеси, операции, логистични модели и управление на разходите. Логистично обслужване.	1		
ТЕМА 4. Локализационни модели в търговията на едро		3	2	
4.1	Модели на локализиране	1		
4.2	Локализацията като фактор за успех	1		
4.3	Трансформации	1		
ТЕМА 5. Логистични решения в търговския сектор на дребно		3	2	
5.1	Логистични решения на равнище търговска верига	1		
5.2	Логистични решения на ниво търговски обект. Логистично обслужване.	1		
5.3	Процеси, операции и логистични модели в търговските обекти	1		
ТЕМА 6. Логистика на запасите		3	2	
6.1	Системи за управление на запасите	1		
6.2	Определяне на оптималното количество на поръчка	1		
6.3	Моделiranje на запасите	1		
ТЕМА 7. Транспортна логистика		3	2	
7.1	Транспортни решения в търговския сектор	1		
7.2	Транспортните разходи в логистичните модели	1		
7.3	Фактори влияещи върху транспортната логистика	1		
Тема 8. Логистични разходи		3	2	
8.1	Видове разходи	1		
8.2	Методи за анализ на логистичните разходи	1		
8.3	Модели за оптимизиране на логистичните разходи	1		
ТЕМА 9. Логистични партньори		2	2	
9.1	Необходимост от логистични партньори в бизнеса	1		
9.2	Разпределение на логистичните функции между страните	1		
ТЕМА 10. Информационно осигуряване на търговската логистика		2	2	
10.1	Източници на информация	1		
10.2	МИС и логистичните решения на фирмата	1		
ТЕМА 11. Мърчандайзинг – многоаспектен поглед		5	2	
11.1	Дефиниции на мърчандайзинга	1		
11.2	Мърчандайзингът от позициите на производителя	1		
11.3	Мърчандайзингът от позициите на посредника	1		
11.4	Мърчандайзингът и елементите на маркетинговия микс	1		
ТЕМА 12. Мърчандайзинг приложения		5	4	
12.1	Видове мърчандайзинг	1		
12.2	Разполагане на продуктите	1		
12.3	Представяне на продуктите	1		
12.4	Мърчандайзингов аспект на продуктовете запаси	1		
12.5	Други аспекти на мърчандайзинга	1		
Тема 13. Управленски аспекти на мърчандайзинга		3	2	
13.1	Проектиране на мърчандайзингови стандарти	1		
13.2	Организационни аспекти на мърчандайзинга	1		
13.3	Контрол върху мърчандайзинга	1		

Тема 14. Ефективност на мърчандайзинговите решения		4	2	
14.1	Определяне ефективността на мърчандайзинговите решения	1		
14.2	Ефективност и разпределение на мърчандайзинговите средства	1		
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсова работа (по предварително избрана или зададена тема)	1	50
1.2.	Тест (смесени въпроси)	1	30
1.3.	Работа по казус	1	30
1.4.			
Общо за семестриален контрол:		3	110
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	55
Общо за сесиен контрол:		1	55
Общо за всички форми на контрол:		4	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. **Благоев, Б.** и колектив. Стопанска логистика, Наука и икономика, 2009
2. **Василева, Л.** и колектив. Дистрибуционна политика – физическа дистрибуция и логистика, 2002
3. **Кръстева, Н.** Мърчандайзинг, Авангард-Прима, 2013
4. **Петров, И.** Визуален мърчандайзинг, Крисан-с, 2008
5. **Санд, Г.** Принципи на мърчандайзинга в глобален план, София, 2005
6. **Санд, Грегъри.** Световна мърчандайзинг енциклопедия, София, 2006
7. **Цветков, Ц.** Търговска логистика, Стено, 2011

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. **Аникина, Б.** Логистика. Инфра – М, Москва, 2000
2. **Гаджинский, А.** Логистика, Маркетинг, 2000
3. **Джонсън, Дж.** И колектив, Современная логистика, Вильямс, 2004
4. **Димитров, П.** и колектив, Логистиката в променящия се свят, София, 1996
5. **Димова, Н.,** Маркетингови аспекти на емоционалното пазаруване : [Монография] / Надежда Димова . - София : Унив. изд. на НБУ, 2013.
6. **Wood, D.,** Contemporary Logistics. 1999