

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
С Т О П А Н С К И Ф А К У Л Т Е Т
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

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

Декан:

(доц. д-р Д. Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЦЕНООБРАЗУВАНЕ И РАЗПЛАЩАНИЯ В ТЪРГОВИЯТА“

ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „бакалавър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 6

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	168
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	6
• САМОПОДГОТОВКА	160

Изготвили програмата:

1.
(Доц. д-р М. Стоянов)
2.
(гл. д-р Д. Гроздева)
3.
(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 ценообразуването и начините за осъществяване на разплащанията в търговията. Целите на дисциплината са свързани с придобиване на знания за същността, функциите и принципите на цените и ценообразуването, ценообразуващите фактори, същността и задачите на системата на цените, ценовата политика на фирмите, връзката на цените с финансово-кредитната система и разплащанията в търговията.

Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са знания и разбиране за формиране на цените и организацията на плащанията в търговията, включително електронните разплащания. Получените знания и умения следва да могат да се прилагат в дискусии, казуси, тестове, задачи и др., чрез стимулиране на творческите възможности на студентите, а също така и в практиката, при вземане на управленски решения в областта на цените и ценообразуването.

В учебната дисциплина се използват знания от други изучавани учебни дисциплини, като „Микроикономика“ и „Маркетинг“. Същевременно тази учебна дисциплина има пряка връзка с други специални учебни дисциплини, като „Управление на търговските операции“, „Основи на търговския бизнес“ и „Планиране и анализ на търговската дейност“.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№ по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
ТЕМА 1. Икономическа същност, функции и принципи на цените и ценообразуването. Фактори, обуславящи цените на стоките.	
1.1.	Икономическата същност на цените на стоките
1.2.	Функции и принципи на цените
1.3.	Фактори, влияещи върху формирането на цените
1.4.	Фирмено предприемачество и цени
ТЕМА 2. Система на цените и видове цени	
2.1.	Същност и задачи на системата на цените в националната икономика
2.2.	Видове цени
2.3.	Елементи на цената. Състав и структура на цената
2.4.	Равнище и динамика на цените. Индекс на потребителските цени
2.5.	Марж на дистрибутора и ценова решетка
ТЕМА 3. Методи за формиране на цените	
3.1.	Разходни методи за ценообразуване
3.2.	Методи за ценообразуване с отразяване на пазарните фактори
3.3.	Адаптиране на цените към пазара
3.4.	Особености при ценообразуването на различните видове продукция
ТЕМА 4. Определяне ценовата политика на фирмата	
4.1.	Същност и съдържание на ценовата политика на фирмата
4.2.	Стратегия, тактика и средства на ценовата политика на фирмата
4.3.	Обвързване на цените с жизнения цикъл на стоките и услугите
4.4.	Използване на неценова конкуренция
ТЕМА 5. Цените и финансово-кредитната система	
5.1.	Връзка на цената с финансовата система

5.2.	Централизираните данъци – изразител на държавната политика за централизирано натрупване
5.3.	Системата на кредит – елемент на ценообразуването и финансовата политика
5.4	Насоки за усъвършенстване на данъчната и кредитната система, предпоставки за оптимизиране на ценовата политика на държавата
ТЕМА 6. Организация на разплащанията	
6.1.	Същност на разплащанията
6.2.	Видове разплащания
6.3.	Избор на разплащания в търговията - предимства и недостатъци
ТЕМА 7. Системи за електронни разплащания	
7.1.	Същност и особености на системите за електронни разплащания
7.2.	Видове системи за електронни разплащания
7.3.	Изисквания към електронните разплащания

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ

Методите на подготовка и провеждане на обучението по дисциплината „Ценообразуване и разплащания в търговията” 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.	Задача	1	20
1.3.	Домашна работа	1	20
Общо за семестриален контрол:		3	78
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест с отворени и затворени въпроси и задачи – 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 „Ценообразуване и разплащания в търговията“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрютинa, М. Ценообразование в рыночной экономике. Москва: „Дело и сервис“, 2002.
2. Благоев, Б. и др. Управление на ценообразуването. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2003.
3. Владимирова, Й. Цени и ценообразуване. София: Стопанство, 2010.
4. Владимирова, Й., Б. Атанасов и Н. Игнатова. Цени и ценообразуване. София: „Стопанство“, 2016.
5. Владимирова, Й. Психологичното ценообразуване – предизвикателство пред търговските фирми. // Омниканална търговия и иновации: Сб. с докл. от международ. науч. конф. София: Изд. комплекс – УНСС, 2016, с. 7 – 14.
6. Владимирова, Й. Подходът „Винаги ниски цени (EDLP)“ – конкурентно предимство на дискаунтните супермаркети. // Регионални и глобални измерения на търговията : Сб. с докл. от международ. науч. конф., Варна: УИ „Наука и икономика“, 2013, с. 121-129.
7. Владимирова, Й. Проактивното ценообразуване – конкурентно предимство на търговските вериги. // Търговията – минало, настояще и бъдеще: Сб. с докл. от юбил. международ. науч. конф., София: Изд. комплекс – УНСС, 2013, с. 102 – 106.
8. Владимирова, Й. Ценовите промоции – конкурентно предимство на търговските вериги. // Търговията в съвременното общество: теория и практика : Сб. с докл. от юбил. международ. науч. конф., Варна: УИ „Наука и икономика“, 2008, 281 – 291.
9. Данчев, Д., Ю. Христова. Основи на търговския бизнес. Варна: Унив. изд. на ИУ – Варна, 2017.
10. Класова, С., Й. Владимирова. Приложно ценообразуване: примери, задачи, казуси. София: Изд. Комплекс – УНСС, 2004.

11. Класова, С. Цените в системата на маркетинга. София: „Стопанство“, 2006.
12. Класова, С. Цените теория и практика София: „СИЕЛА“, София, 2001.
13. Куюмджиев, И. Софтуер за ценообразуване, базирано на стойността на продукта : основни характеристики и тенденции за развитие. // Информационните технологии в бизнеса и образованието : Сб. докл. от межд. науч. конф. посветена на 45 год. от създаването на кат. Информатика в ИУ – Варна, Варна: УИ „Наука и икономика“, 2014, с. 133 – 141.
14. Радков, Р. и Д. Манчева. Организация и техника на търговските плащания. София: „Мартилен“, 2012.
15. Тонев, М. Цени и ценова политика. Учебно пособие. Шумен: УИ „Еп. Константин Преславски“, 2018.
16. Тотев, И. Разходи и ценообразуване. Свищов: АИ „Д.А. Ценов“, 2003.

февруари, 2020 г.
МС/ДГ/ММ