

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

Приета от ФС: протокол № 38/27.04.23 г.

Приета от КС: протокол № 8/19.04.23 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(доц. д-р Денка Златева)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „СЪВРЕМЕННИ ФОРМИ ЗА ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС“
ЗА СПЕЦ: „Качество и експертиза на стоките“; ОКС „магистър“ – задочно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 – СС, СНУ; 6 – СПН, ДНДО; СЕМЕСТЪР: 10 – СС, СНУ;
12 – СПН, ДНДО

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ 180 ч.; в т.ч. аудиторна 22 ч.

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:	
т.ч.	
• ЛЕКЦИИ	15
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	7
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	158

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р М. Стоянов)
2.
(доц. д-р В. Димитрова)

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

I. АНОТАЦИЯ

Търговският бизнес е най-масово разпространения бизнес и има най-широко поле за предприемаческа инициатива. Във всяка страна най-голям брой стопански субекти заемат търговските фирми. Освен търговските фирми, търговска дейност развиват и промишлените, селскостопанските, строителните и всички стопански единици, които реализират своята продукция. Затова почти всички мениджъри в областта на икономиката имат нужда от познания в областта на търговията.

Чрез настоящата учебна програма се предоставя възможност за изучаване на основни и специфични проблеми, свързани с търговията и съвременните форми на търговско предприемачество.

Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са: знания и разбираня за съвременните форми на търговски бизнес, за състоянието и проблемите на търговията в страната, по региони и по света, за търговското предприемачество, посредничество и представителство, за дигиталната трансформация в условия на глобализация, за ефективността на продажбените дейности. Получените знания и умения следва да могат да се прилагат в дискусии, казуси, тестове, курсови проекти, задачи и в същинския бизнес. Следва да се развиват творчески възможностите за разширяване на знанията и формиране на нови умения, главно чрез самостоятелна учебно-изследователска работа. Предвидените форми за текущ контрол по „Съвременни форми за търговски бизнес“ (курс проект, литературен обзор, тест) ще позволят на студентите да разширят своите компетентности и подобрят своята цифрова и предприемаческа компетентност, компетентност на културна осведоменост и изява.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС	
1.1	Същност, място, роля и значение на търговския бизнес
1.2	Съвременни форми на търговски бизнес
ТЕМА 2. МАКРОИКОНОМИЧЕСКА ПАЗАРНА СРЕДА В БЪЛГАРИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС	
2.1	Основни показатели на макроикономическата пазарна среда: брутен вътрешен продукт, инвестиции, спестявания, доходи, потребление
2.2	Състояние и развитие на макроикономическата среда в България. Развитие на основните икономически дейности
ТЕМА 3. СЪСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМИ В РАЗВИТИЕТО НА ТЪРГОВИЯТА В БЪЛГАРИЯ	
3.1	Търговски фирми, търговски обекти, търговски вериги
3.2	Развитие на продажбите, търговията на едро и търговията на дребно
3.3	Специализация и концентрация в търговията
3.4	Частната търговия – развитие и проблеми. Съвременни търговски формати
3.5	Управление на инвестициите и иновациите в търговията
ТЕМА 4. РЕГИОНАЛНИ ПРОБЛЕМИ И АСПЕКТИ НА РАЗВИТИЕТО НА ТЪРГОВИЯТА В БЪЛГАРИЯ	
4.1	Особености на районите на планиране – икономически, демографски, природно-климатически и др.
4.2	Развитието на търговията по региони
ТЕМА 5. ТЪРГОВСКО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО	
5.1	Същност, обхват и форми на предприемачеството

5.2	Проблеми и перспективи в развитието на търговското предприемачество
ТЕМА 6. ТЪРГОВСКО ПОСРЕДНИЧЕСТВО	
6.1	Обща характеристика
6.2	Видове посредничество – дистрибуция, комисионни операции, консигнация, факторинг, лизингово посредничество, инвестиционно посредничество и др.
ТЕМА 7. ТЪРГОВСКО ПРЕДСТАВИТЕЛСТВО	
7.1	Обща характеристика
7.2	Видове търговско представителство
ТЕМА 8. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ В ТЪРГОВИЯТА. ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ	
8.1	Глобализацията и предизвикателствата пред търговията
8.2	Електронна търговия – същност, класификация, елементи, икономика, управление, заплащане, сигурност, участници, представяне в Интернет, метрики в електронната търговия.
ТЕМА 9. ТЪРГОВИЯ С НЕДВИЖИМИ ИМОТИ	
9.1	Особености на обекта на търговия
9.2	Осъществяване на търговските сделки
9.3.	Дружества със специална инвестиционна цел
9.4.	Фасилити мениджмънт
ТЕМА 10. ЕФЕКТИВНОСТ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС	
11.1	Цели и показатели за оценка ефекта и ефективността на търговския бизнес
11.2	Фактори, които влияят на ефективността

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Курсов проект	1	70
1.2.	Литературен обзор	1	28
1.3.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	3	60
Общо за семестриалното оценяване:		5	158
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	-	-
Общо за сесийното оценяване:		-	-
Общо за всички форми на контрол:		5	158

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Димитрова, В. и др. (2021). *Влияние на дигитализацията на търговията върху икономическото развитие на България и регионите*. Варна: „Наука и икономика“.
2. Сълова, Н. (2010). *Търговски мениджмънт*. Варна: УИ „Наука и икономика“.
3. Сълова, Н. и др. (2014). *Развитие на търговията в България - състояние, проблеми и предизвикателства*. Варна: УИ „Наука и икономика“.
4. Стоянов, М. (2015). *Глобални и регионални измерения на търговията*. Варна: „Наука и икономика“, 2015.
5. Стоянов, М. (2011). *Съвременни търговски формати на пазара на потребителски стоки в Република България*. Варна: УИ „Наука и икономика“, 2011.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Акимов, О. Ю. (2011). *Малый и средний бизнес: Эволюция понятий, рыночная среда, проблемы*. Москва: „Финансы и статистика“.
2. Божинова, М. и др. (2008). *Търговско представителство и посредничество*. Велико Търново: „Фабер“.
3. Бъчварова, М. и др. (2011). *Търговско право*. Варна: УИ „Наука и икономика“.
4. Владимирова, Й. и др. (2017). *Икономика на търговията*. София: Изд. комплекс УНСС.
5. Голева, П. (2012). *Търговски сделки*. София: “Феня“.
6. Иванов, Г. и др. (2015). *Франчайзинг в търговле*. Москва: „Форум-Инфра-М“.
7. Панкратов, Ф. Г. и др. (2012). *Коммерческая деятельность*. Москва: „Дашков и К“.
8. Петров, Г. (2012). *Корпоративни финанси: Кратък курс*. София: „Тракия-М“.
9. Савицкая, Г. В. (2011). *Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: Методологические аспекты*. Москва: „Инфра-М“.
10. Стоянов, М. (2018). Умни магазини. *Търговия 4.0 – наука, практика и образование*, Варна: „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, с. 397-406.
11. Стоянов, С. и др. (2013). *Икономика на недвижимата собственост*. Варна: УИ „Наука и икономика“.
12. Тодоров, Б. (2015). *Лизингът като бизнес: Финансово-правна теория и икономическа практика*. София: „Фабер“.
13. Levy M., Grewal D. (2023). *Retailing Management*. McGraw Hill, 11th Ed.
14. Stojanov, M. (2016). Impact of the economic cycle on the development of retail trade in the Republic of Bulgaria. *Ukraine – Bulgaria – European Union: contemporary state and perspectives*, Kherson National Technical University, September, Vol. 2, p. 24-28.

03.2023 г.
МС/ВД