РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра  “ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (проф. д-р Любчо Варамезов) | Приета от ФС, Протокол № 4 от 26.11.2024 г. Приета от КС, Протокол № 5 от 14.11.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Цени и ценообразуване” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КИБП-Б-337**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КИБП-Б-337 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: АНГЛИЙСКИ | Версия:v.02/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 27 | 41 | 17 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 10 | 10 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 10 | 10 | 20 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия** | | |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 50% | 50% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Тест.* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Учебната дисциплина „Ценообразуване и ценова политика”, като логическо продължение на други специални дисциплини, обхваща, обобщава и отразява особеностите, начините на определяне и използване на различните видове цени. Запознава с причинно-следствените връзки и закономерности, изискванията, правилата и проблемите на формирането и изменението на цените при пазарното стопанство с неговата динамика и пазарна конюнктура.

**2.2. Предварителни изисквания**

Основа при разглеждането на тематиката са дисциплини като макро-, микроикономика, икономика и организация на предприятието, управление на разходите, логистика на индустриалното предприятие, предприемачество.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

За усвояване на теоретичните знания и придобиване на практически умения в рамките на учебния курс се използват лекции, дискусии, казуси, демонстрации, директни инструкции, ролеви игри, симулации, мозъчни атаки, разработване на индивидуални и групови проекти и др. В съответствие с тенденциите за дигитализация широко приложение намират Интернет базираните информационни технологии (Distance Learning платформа, социални мрежи и сайтове за комуникиране и обучение), както и редица иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение (интерактивно обучение, инцидентно обучение, проблемно ориентирано обучение, казусно обучение, ролеви и игрови тип

обучение, кооперативно/съвместно обучение) и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За преподаване на теоретичните знания и придобиване на съответните практически умения за ценообразуването и ценовата политика се използват интернет базирани информационни технологии (Distance Learning платформа, социални мрежи и сайтове за комуникиране и обучение) с прилагане на иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение (интерактивно обучение, инцидентно обучение, проблемно ориентирано обучение, казусно обучение, ролеви и игрови тип обучение, кооперативно/съвместно обучение) и др.

**2.4. Очаквани резултати**

Резултатите от такива знания придобити от студентите се обуславят от обстоятелствата:

Първо, ценообразуването и ценовата политика са неотменима и важна съставка на всяка пазарно ориентирана стопанска дейност. Запознаването с тях има приложно значение.

Второ, ценообразуването и ценовата политика са обект на постоянни теоретични и практически изследвания, анализи, обобщения, оценки и препоръки за усъвършенстване.

Трето, цената е органично свързана и взаимодейства с останалите основни икономически категории и явления и затова студентите ще познават процесите, предопределящи образуването и изменението на цените.

**III. разпространение на дисциплината**

Университет за национално и световно стопанство, София, България.

Икономически университет, Варна, България.

ВТУ"Св.Св. Кирил и Методий", Велико Търново, България.

University of Mancester, UK.

Vlerick Leuven Gent Management of Belgium.

Helsinki school of Economics, Finland.

European bussnes school, Germany.

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема І. ОСОБЕНОСТИ НА ПАЗАРНОТО ЦЕНООБРАЗУВАНЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Същност на цените. Функции на цените.* |
| **Тема ІІ. СЪЩНОСТ И ФУНКЦИИ НА ЦЕНИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Теории за цените. Фактори, влияещи върху цените посредством измененията в разходите. Фактори, пряко влияещи върху цените и отклоняващи ги от стойността. Парите като фактор за движението на цените.* |
| **Тема ІІІ. ФАКТОРИ ВЛИЯЕЩИ НА ЦЕНИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Състав на цените. Структура на цените.* |
| **Тема ІV. СЪСТАВ И СТРУКТУРА НА ЦЕНИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Система на цените. Видове цени. Франко на цените.* |
| **Тема V. СИСТЕМА НА ЦЕНИТЕ И ВИДОВЕ ЦЕНИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Разходно-калкулативни методи на ценообразуване. Аналитични методи на ценообразуване. Други разходни методи на ценообразуване.* |
| **Тема VІ. ЦЕНОВА ПОЛИТИКА И ЦЕНОВА СТРАТЕГИЯ НА ФИРМАТА** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Пазарни методи на ценообразуване, ориентирани към потребителите. Методи на ценообразуване, ориентирани към конкурентите. Ценообразуване в различните стопански дейности.* |
| **Тема VІІ. ФИРМЕНА ПОЛИТИКА ПО ЦЕНИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Същност и значение на ценовата политика. Видове ценови политики. Ценови стратегии.* |
| **Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование на**  **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** | |
| **Лекции** | **Семинарни**  **занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1  Microsoft Office: Word, Excel, PowerPoint | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=7729 |
| 2. Найденов, С. (2017). Ценообразуване и ценова политика на фирмата.. Свищов: АИ Ценов. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Атанасов, Б., Й. Ковачева & Т. Пелов (2003). Цени и ценообразуване. София: |
| 2. Ахамед, Л. (2012). Властелините на финансите. София: Изток - Запад. |
| 3. Благоев, Б., В. Янакиев, М. Ангелова & С. Киров (2003). Управление на ценообразуването. Варна: УИ- Вн. |
| 4. Брукс, Ал (2013). Технически анализ на ценовото движение за сериозния трейдър. София: Сиела Норма АД. |
| 5. Класова, С. & Й. Владимирова.(2004). Приложно ценообразуване. София: УИ Стопанство. |
| 6. Василев, Й. (2019) Микроикономика : Учебно пособие за дистанционно обучение / Йордан Василев и др. . - Свищов : АИ Ценов |
| 7. Димов, С. (2016). Съвременни измерения на международните финансови пазари. Габрово: Екс-прес. |
| 8. Гребенков, П. & Л. Тарасевич (2016). Корпоративные финансы. Москва: Юрайт. |
| 9. Люис, Г. (2004). Ценообразуване за печалба. Кабри. |
| 10. Иванов, Й. (2016). Ценови аспекти на конкурентоспособността. Варна: Наука и икономика. |
| 11. Кийосаки, Р. (2013). Несправедливо предимство. София: Анхира. |
| 12. Липсиц, Игорь Владимирович. (2017) Цены и ценообразование : Учебное пособие для СПО / Игорь Владимирович Липсиц . - Москва : Юрайт, |
| 13. Лилова, Р. (2013). Ценови мениджмънт. Свищов: АИ Ценов. |
| 14. Максуел, С. (2011). Цената е грешна. София: Класика и Стил. |
| 15. Макни, В. (2015). Скритото предприемачество. Варна: Издателство:Наука и икономика. |
| 16. Минев, С. (2016). Следвайте големите пари. София: Сиела Норма АД. |
| 17. Найденов, С. (2012). Ценообразуване и ценова политика на фирмата. Свищов: АИ Ценов. |
| 18. Пелов, Т. (2012). Оценяване и ценообразуване на недвижими имоти. София: Издателски комплекс - УНСС. |
| 19. Първанов, Хр. (2013). Инвестиции в транспорта. София: Издателски комплекс - УНСС. |
| 20. Стоименов, М. (2017). Международни финанси. София: Тракия - М. |
| 21. Чавдарова, Т. (2014). Социална вграденост на дребното предприемачество. София: УИ Св. Климент Охридски. |
| 22. Иванов, Йордан. (2019) Ценова стратегия за българските акумулаторни батерии на националния пазар / Йордан Иванов . - Варна : Данграфик |
| 23. Тарасевич, В. (2010). Ценовая политика предприятия. Москва: Питер. |
| 24. Bodea, Tudor, Segmentation, Revenue Management and Pricing Analytics : Study Guide / Tudor Bodea . - Б. м. : Content Technologies (2014). Segmentation, Revenue Management and Pricing Analytics: Study Guide. Б. м.: Content Technologies. |
| 25. Gruber J. (2004). Public finance and public policy. |
| 26. Fritch, M.& T. Wein(2003). Marktversagen und Wirtschaftpolitik. Franz Vahlen. |
| 27. Husemann-Kopetzky, Markus.(2018). Handbook on the Psychology of Pricing. School Press. |
| 28. Nagle, T. T., Müller, G., & Gruyaert, E. (2023). The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably (7th ed.). Routledge. |
| 29. Smith, Tim J (2012). Pricing Strategy: Setting Price levels, Managing Price Discounts, & Establishing Price Structures. Mason: South-Western. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за регулиране на цените на водоснабдителните и канализационни услуги. О |
| 2. Закон за енергетиката. Обн. ДВ. бр.107 от 9 Декември 2003.,... изм. и доп. ДВ. бр.38 от 8 Май 2018г.,... |
| 3. Закон за далекосъобщенията. Обн., ДВ, бр. 88 от 7.10.2003 г.,... изм. и доп., бр. 59 от 21.07.2006 г. |
| 4. Методика за определяне размера на възнагражденията |
| 5. Нормативна база за ценообразуване в строителството на макро и микро равнище |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. www.mrrb.government.bg - Министерство на регионалното развитие и благоустройство |
| 2. www.startmoney.bg - как да определим правилно цените на продукта |
| 3. www. taschevapartuer.com/bg/ - политика на трансферно ценообразуване |
| 4. www.linkedin.com - практическо ценообразуване |
| 5. www. https://erp.bg/bg/produkts/Enterprise One/modules - модул ценообразуване |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (доц. д-р Сергей Найденов) |
| …………………………………  (доц. д-р Петранка Мидова) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Сергей Найденов) |  |