РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра  “ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (проф. д-р Любчо Варамезов) | Приета от ФС, Протокол № 9 от 16.06.2021 г. Приета от КС, Протокол № 12 от 03.06.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Управление на дистрибуцията и логистиката” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КИУТ-М-320**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КИУТ-М-320 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.02/2021 |

**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 | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **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 | 47 | 61 | 27 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 0 | 0 | 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.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 10% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 40% | 50% | 50% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Тест* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Образователните цели на учебната дисциплина “Управление на дистрибуцията и логистиката” са насочени към предоставяне на знания на студентите, обучаващи се в редовна и дистанционна форма на обучение.

Учебният материал обхваща широк спектър от стратегически решения в сферата на дистрибуцията и логистиката, като: създаване на дистрибуционната система и нейните подсистеми; избор и конструиране на дистрибуционни канали и разнообразието от търговски посредници, участващи в тях; управление на взаимоотношенията между участниците в каналите; стратегии на интеграция в тях; одит на дистрибуцията; логистичен мениджмънт и др. Студентите получават знания и умения за структурата и спецификата на функциониране на каналите за дистрибуция, подходите, методите и средствата за управление на дистрибуционния процес, стратегическите и оперативните решения в логистиката, управлението на логистичните дейности и компетенциите на персонала, зает в пласментните и логистичните отдели на предприятията.

**2.2. Предварителни изисквания**

Учебният материал по дисциплината се базира на получените знания на студентите от дисциплините: “Основи на правото”, „Микроикономика”, “Маркетинг”, „Основи на управлението”.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

В редовна форма на обучение на студентите се използват ролеви игри, дебати, казуси, презентации.

***2.3.2 Дистанционна форма***

В дистанционна форма на обучение на студентите се използват презентации, казуси, тестове.

**2.4. Очаквани резултати**

След изучаване на дисциплината “Управление на дистрибуцията и логистиката” студентите разполагат с необходимите теоретически и практически знания за компетентно и ефективно менажиране на дистрибуцията и бизнес логистиката.

**III. разпространение на дисциплината**

1. Oxford Brookes University – Великобритания

2. London School of Business & Finance – Великобритания

3. Aarhus School of Business – Дания

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Дистрибуционна система** | 4 | 1 | 4 | 0 | 4 | 1 |
| *1. Дистрибуция в системата на маркетинга 2. Същност и компоненти на дистрибуционната система* |
| **Дистрибуционни канали – съдържателна характеристика и класификация** | 4 | 1 | 4 | 0 | 4 | 1 |
| *1. Същност и характеристика на дистрибуционните канали 2. Класификация на дистрибуционните канали 3.Основни характеристики на собствените и посредническите дистрибуционни канали* |
| **Търговци на едро – участници в дистрибуционните канали** | 4 | 1 | 4 | 0 | 4 | 1 |
| *1. Същност и функции на търговците на едро 2. Типология на търговците на едро и техните дейности* |
| **Търговци на дребно - участници в дистрибуционните канали** | 5 | 1 | 4 | 0 | 5 | 1 |
| *1. Същност и функции на търговците на дребно 2. Видове търговци на дребно 3. Стратегически решения на търговците на дребно* |
| **Избор и проектиране на дистрибуционните канали** | 5 | 2 | 3 | 0 | 5 | 2 |
| *1. Избор на дистрибуционни канали 2. Проектиране на дистрибуционните канали и системи* |
| **Управление на взаимоотношенията в дистрибуционните канали** | 5 | 2 | 1 | 0 | 5 | 2 |
| *1. Сътрудничество и интеграция между участниците в дистрибуционните канали 2. Отношения на лидерство и власт в дистрибуционните канали 3. Конфликти в дистрибуционните канали и тяхното управление* |
| **Канали за международна дистрибуция** | 5 | 2 | 1 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Специфика на международната дистрибуция 2. Стратегически решения в каналите за международна дистрибуция* |
| **Одитинг на дистрибуционните канали** | 5 | 2 | 0 | 3 | 5 | 2 |
| *1. Същност, цели, обекти и субекти на одитинга 2. Технология на одитинга 3. Методика на одитинга* |
| **Физическа дистрибуция (Маркетинг логистика)** | 5 | 2 | 0 | 3 | 5 | 2 |
| *1. Същност на физическата дистрибуция/маркетинг логистиката 2. Складова дейност 3. Опаковане, уедряване на товарите, маркиране 4. Контрол на запасите 5. Обработка на поръчките 6. Транспорт 7. Релацията „физическа дистрибуция – логистика“* |
| **Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**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 |  |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Божинова, М. Управление на дистрибуцията. Фабер, В. Търново, 2016 г. |
| 2. Гордон, М. и С. Карнаухов. Логистика товародвижения. Москва, 2009 г. |
| 3. Катранджиев, Хр. Дистрибуционна политика. УИ “Стопанство”, С., 2008 г. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Ahlert, D. Distributions politik. Stuttgart, 1999 |
| 2. Bowersox, D. Management in Marketing Channels. McGraw-Hill Publ. Co, 2009 |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Търговски закон |
| 2. Закон за защита на конкуренцията |
| 3. Закон за защита на потребителите |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. www.atkearney.com |
| 2. www.deloitte.com |
| 3. www.salesandmarketing.com |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (Prof. Mariyana Bozhinova, PhD) |
| …………………………………  (Head Assist.Prof. Lyubomira Todorova, PhD) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Любка Илиева) |  |