РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра  “ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Светослав Илийчовски) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 11.09.2020 г. Приета от КС, Протокол № 1 от 03.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Въведение в търговския бизнес” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КТБ-Б-302**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КТБ-Б-302 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2020 |

**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)** | **70** | **35** | **70** |
| 1.1. Лекции | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **80** | **115** | **80** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 40 | 58 | 40 |
| 2.2. Академични задания | 40 | 57 | 40 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 25 | 37 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 15 | 20 | 30 |
| **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)* | 5% | 5% | 5% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 15% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 45% | 45% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *тест с отворени и затворени въпроси* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Учебната дисциплина „Въведение в търговския бизнес“ е фундаментална дисциплина, изучавана от студентите, обучавани в специалност „Икономика на търговията” от ОКС „бакалавър” в редовна, задочна и дистанционна форма на обучение. Потребността от дисциплината се обуславя от необходимостта от основополагащо познание на студентите за същността, понятийния апарат, мястото и ролята на търговията в процеса на покукпо-продажбата и придвижването на потоците от стоки и услуги от производителите към потребителите, при отчитане на създаваната икономическа полезност. В основата на дисциплината се поставя разглеждане на фундаментални понятия и базови характеристики на отрасловото и функционалното измерение на търговията, като значим икономически сектор и като вид бизнес дейност.

Обучението по учебната дисциплина съчетава формирането на знания и умения за търговската дейност и субектите, които я осъществяват; за икономическите отношения, свързани с търговските обменни процеси; за интегриращата функция на търговията при икономиката, организацията и управлението на сложната съвкупност от информационни, правни, логистични, финансови и други видове взаимоотношения между продавача и купувача.

Основната цел на обучението по учебната дисциплина е да предостави на студентите необходимия обем от знания за:

• целите, задачите, обекта, предмета и съдържанието на търговията, като сектор на икономиката и като бизнес дейност;

• фундаменталните концепции, категории и понятия на търговията в сферата на обмена;

• същността, значението и подходите за класифицирането на търговията;

• съвременните тенденции и актуалните насоки в развитието на търговията;

• специфичните характеристики на търговията с разнородни обекти на различните пазари;

• конкурентното развитие на електронната търговия;

• особеностите на защитата на правата на потребителите.

Като резултат от усвояването на учебния материал по дисциплината, студентите изграждат умения и компетенции за: боравене с категорийния апарат на търговията; анализиране, оценяване и разрешаване на проблеми, свързани с дейността на субектите на търговската дейност; прилагане на търговски методи, средства и способи за изследване и определяне на потребителското търсене и за неговото удовлетворяване.

**2.2. Предварителни изисквания**

За усвояването на дисциплината „Въведение в търговския бизнес“ са полезни придобитите знания и умения по дисциплините "Микроикономика", "Макроикономика", "Основи на правото" и др.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

В процеса на обучение по дисциплината се използват методи на преподаване, като: казуси, симулации, ролеви игри, дискусии, лекции, мозъчни атаки, директни инструкции, кооперативно учене, независими проекти, групови проекти.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Обучението по дисциплината се основана на използване на методи на преподаване, като: казуси, симулации, on-line лекции, on-line тестове, метод на мозъчната атака, директни инструкции, дискусии, ситуационни методи и опитни (емпирични) методи.

**2.4. Очаквани резултати**

Теоретични познания, практически умения и компетенции по прилагане на фундаментален понятиен апарат на търговията; владеене на търговски подходи, методи и средства за анализиране и оценяване на дейността на субектите на търговска дейност, за определяне на търсенето на потребителите и за неговото удовлетворяване.

**III. разпространение на дисциплината**

Университет за национално и световно стопанство - София, България

Икономически университет - Варна, България

Universidad Complutense de Madrid

University of Economics, Prague, Czech Republic

Cracow University of Economics, Poland

Wroclaw University of Economics, Poland

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема I. ХАРАКТЕРИСТИКА НА ТЪРГОВИЯТА КАТО СТОПАНСКА ДЕЙНОСТ** | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *1. Исторически предпоставки на възникване и развитие на търговията 2. Диалектика на понятието търговия 3. Функции и значение на търговията 4. Особености на взаимовръзката „търговия – маркетинг – дистрибуция“* |
| **${temi#2}Тема II. КЛАСИФИКАЦИОННА СТРУКТУРА НА ТЪРГОВИЯТА** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Същност, значение и подходи за класифициране на търговията 2. Форми на търговията 3. Хоризонтална и вертикална интеграция, диверсификация на търговията* |
| **${temi#3}Тема III. КОНЦЕПЦИИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ТЪРГОВСКИТЕ СТРУКТУРИ** | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Теория за колелото на търговията 2. Концепция за развитието на търговията като диалектически процес 3. Теория за „търговския акордеон“ 4. Теория за търговския жизнен цикъл 5. Еволюция на търговските структури – сливания, диверсификация и съкращаване* |
| **${temi#4}Тема IV. СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ И АКТУАЛНИ НАСОКИ В РАЗВИТИЕТО НА ТЪРГОВИЯТА** | 5 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 |
| *1. Характеристика на глобализацията на търговията в световен мащаб 2. Проблеми на глобализацията 3. Тенденции на протичащата глобализация и влиянието й върху българския пазар* |
| **${temi#5}Тема V. ТЪРГОВИЯ С ИНДУСТРИАЛНИ СТОКИ** | 5 | 3 | 2 | 1 | 5 | 3 |
| *1. Характеристика и особености на търговията с индустриални стоки 2. Основни решения за покупка на индустриални стоки 3. Особености на пласмента на индустриални стоки* |
| **${temi#6}Тема VI. ТЪРГОВИЯ СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ** | 5 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 |
| *1. Същност и специфични особености на търговията със селскостопански стоки 2. Организация на търговията със селскостопански стоки 3. Избор на алтернатива за съхранение на селскостопански стоки* |
| **${temi#7}Тема VII. ТЪРГОВИЯ НА ОРГАНИЗИРАНИТЕ ПАЗАРИ** | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| *1. Основни характеристики на организираните пазари 2. Сделки на стоковите борси* |
| **${temi#8}Тема VIII. ТЪРГОВИЯ С ИНТЕЛЕКТУАЛНИ ПРОДУКТИ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 5 | 3 |
| *1. Интелектуалната собственост като продукт в икономиката 2. Характеристика на търговията с обекти на интелектуалната собственост 3. Роля и особености на пазара на интелектуалната собственост* |
| **${temi#9}Тема IX. ЕЛЕКТОРОННА ТЪРГОВИЯ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Въведение в електронната търговия 2. Характеристика, особености и обекти на електронната търговия 3. Бизнес модели за електронна търговия 4. Сравнителен анализ между традиционната и електронната търговия 5. Правна защита на електронната търговия* |
| **${temi#10}Тема X. ЗАЩИТА ПРАВАТА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ** | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| *1. Необходимост от защита правата на потребителите 2. Видове права на потребление 3. Органи за защита правата на потребителите 4. Поведение на потребителите при рекламации на стоки и услуги* |
| **${temi\_sum#1}Общо:** | **42** | **28** | **21** | **14** | **42** | **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 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Божинова, М. и др. Въведение в търговията. Фабер, В. Търново, 2012. |
| 2. Данчев, Д. и Юл. Христова, Основи на търговския бизнес, Варна, 2017. |
| 3. Владимирова, Й. и др. Търговия. УИ „Стопанство”, София, 2010. |
| 4. Данчев, Д. и Д. Гроздева. Въведение в търговския бизнес. Фабер, В. Търново, 2010. |
| 5. Сълова, Н. Търговски мениджмънт. Наука и икономика, Варна, 2010. |
| 6. Памбухчиянц, О.В. Организация торговли. М.,Дашков и К, 2018 |
| 7. Депутатова, Е.Ю. Системный подход к исследованию покупательского поведения и обслуживания в розничной торговле . М.,Дашков и К, 2019. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Иванов, Г. Организация и технология коммерческой деятельности. Москва, Изд. „Академия“, 2013. |
| 2. Магомедов, А. Экономика организаций торговли : учебник для прикладного бакалавриата, Москва, 2018, |
| 3. Костова, С. и Ив. Петров. Търговия на дребно. УИ „Стопанство”, София, 2010 |
| 4. Краев, Л., В. Краева и П. Емилова. Електронен бизнес. Фабер, В. Търново, 2009. |
| 5. Dunne, P., Lusch, R. and P. Rental. Retailling. South-Western Cengage Learning, 2013. |
| 6. The Expansion of Modern Grocery Retailing and Trade in Developing Countries, A Report from the Economic Research Servicе, USDA, July, 2011. |
| 7. Иванов, Г.Г. Развитие торговых организаций в современной экономике. М., Дашков и К, 2019 |
| 8. Валигурский, Д.И. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка. М., Дашков и К, 2019 |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за данък върху добавената стойност  2018 |
| 2. Закон за корпоративното подоходно облагане  2018 |
| 3. Търговски закон  2018 |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. www.econ.bg |
| 2. www.capital.bg |
| 3. www.ime.bg |
| 4. www.journals.elsevier.com |
| 5. www.nsi.bg |
| 6. www.regal.bg |
| 7. www.sciencedirect.com |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  ${authors#1}(доц. д-р Симеонка Петрова) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Теодора Филипова) |  |