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“Икономика на услугите” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КТБ-Б-305**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КТБ-Б-305 |
| 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)** | **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 | 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 | 20 | 20 | 37 |
| **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:*  *Писмен тест.* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Икономиката на услуги представлява една от отрасловите икономически науки, изследващи икономическите процеси по подов използването на ограничени ресурси при оказване на услуги и разработване на модели за ефективното им използване. Програмата е насочена към студенти от специалност „Икономика на търговията” в ОКС „бакалавър” на СА „Д. А. Ценов”. Тя е структурирана на основата на интегрирания подход за изучаване сферата на услугите, в който те се разглежда в контекста на икономическата им същност, техния маркетинг и мениджмънт. Съдържанието на курса помага да се разбере тясната връзка между услугите, оперативния мениджмънт и управлението на основните политики, свързани с тях. Теоретичните концепции, предлагани в програмата, отчитат спецификата на услугите и необходимостта от специализиран подход в тази сфера.

**2.2. Предварителни изисквания**

Усвояването на съдържанието по дисциплината предполага подготовка по следните дисциплини: "Микроикономика", "Макроикономика", "Маркетинг", "Основи на управлението", "Въведение в търговията", "Икономика на търговията"

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

За ефективното преподаване и усвояване на материала по дисциплината, биха могли да се подготвят и прилагат: казуси, симулации, дебати, дискусии, независими и групови проекти.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За ефективното преподаване и усвояване на материала по дисциплината, биха могли да се подготвят и прилагат: казуси, симулации, дебати, дискусии, независими и групови проекти.

**2.4. Очаквани резултати**

Модулите в курса са насочени към формиране на теоретични знания за същността на услугите, видовото разнообразие, особеностите им като икономическа категория; практически умения, базирани на различни концепции и аналитични инструменти за повишаване на ефективността на работата в сферата на услугите; компетенции за усъвършенстване и повишаване качеството на предлаганите услуги чрез създаване на стандарти, ефективно позициониране и оптимизиране на директния контакт с клиенти.

**III. разпространение на дисциплината**

1. Lund University, Sweden

2. Dominikan University of California, USA

3. Boston University Information Services & Technology, USA

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}ТЕМА ПЪРВА. ХАРАКТЕРИСТИКА НА УСЛУГИТЕ КАТО ИКОНОМИЧЕСКА КАТЕГОРИЯ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Основни характеристики на услугите. Класификация на услугите* |
| **${temi#2}ТЕМА ВТОРА. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА, ПРЕДОСТАВЯЩИ УСЛУГИ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *Същност и типология. Роля на предприятията за задоволяване потребностите на населението. Характеристика на предприятията, предоставящи услуги в България.* |
| **${temi#3}ТЕМА ТРЕТА. ПРЕДПРИЯТИЯТА В СФЕРАТА НА УСЛУГИТЕ В УСЛОВИЯ НА РАЗЛИЧНИ ПАЗАРНИ СТРУКТУРИ** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *Конкуренция и монопол. Поведение в условията на несъвършена конкуренция. Основни монополни структури.* |
| **${temi#4}ТЕМА ЧЕТВЪРТА. ОСНОВНИ ПРОИЗВОДСТВЕНИ РЕСУРСИ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА В СФЕРАТА НА УСЛУГИТЕ** | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| *Материални ресурси. Човешки ресурси. Финансови ресурси.* |
| **${temi#5}ТЕМА ПЕТА. УПРАВЛЕНИЕ И СЕРТИФИКАЦИЯ НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ** | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| *Управление на качеството. Контрол на качеството на продукта. Сертификация на качеството.* |
| **${temi#6}ТЕМА ШЕСТА. ЦЕНОВИ СИСТЕМИ НА ПАЗАРА НА УСЛУГИ** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *Формиране цената на услугите. Видове цени. Ценови стратегии* |
| **${temi#7}ТЕМА СЕДМА. АУТСОРСИНГ И КОНСУЛТАНТСКИ УСЛУГИ** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *Същност и значение на аутсорсинга. Същност и основни форми на консултиране. Международна класификация на консултантските услуги.* |
| **${temi#8}ТЕМА ОСМА. ИНОВАЦИИ В СФЕРАТА НА УСЛУГИТЕ** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *Иновациите като фактор за развитие на сферата на услугите. Диференциация на подходите към иновациите в сферата на услугите. Направления на иновациите в сферата на услугите. Управление на иновациите в сферата на услугите, насърчаване на нови услуги и развитие дизайна на услугите.* |
| **${temi#9}ТЕМА ДЕВЕТА. МЕЖДУНАРОДЕН ПАЗАР НА УСЛУГИ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Регулиране на услугите на международно ниво. Единен пазар на услуги в рамките на ЕС.* |
| **${temi\_sum#1}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 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Марчева, А. и Ал Розенблум. Икономика на услугите. Габрово, Екс-прес, 2010. |
| 2. Скрынникова,И.А. Маркетинг в сфере услуг. Москва, 2012 |
| 3. Костина, Г.Д. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг. Омега-Л, 2013 |
| 4. Йоргова-Форд, Ю. Изследване на процесите на обслужване в операциите на услуги : [Монография] / Юлия Трифонова Йоргова-Форд . - Бургас : Бургаски свободен унив., 2015 |
| 5. Бурменко, Т. Сфера услуг. Менеджмент. Москва, Кнорус, 2017. |
| 6. Синяева И. М., Синяев В. В., Романенкова О. Н. Маркетинг услуг. Москва, Дашков и К, 2017. |
| 7. Ивайло Стоянов. Стратегическо управление на услугите. С., Авангард Прима, 2017 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Dorner, N. et al. Service innovation: why is it so difficult to accomplish? / Nadin Dorner, Oliver Gassmann, Heiko Gebauer. // Journal of Business Strategy (New York), 32, 2011. |
| 2. The Service–Profit Chain: A Meta-Analytic Test of a Comprehensive Theoretical Framework . // Journal of Marketing (Chicago), 81, 2017, N 3 |
| 3. Tyagi, R. et al. Gauging performance in the service industry / Rajesh Tyagi, Praveen Gupta. // Journal of Business Strategy (New York), 34, 2013, N 3 |
| 4. Башмачникова, Е. и др. Современная сфера услуг: определение, классификация, задачи / Елена Башмачникова, Любовь Абрамова. // Проблемы теории и практики управления (Москва), 2013, N 2, |
| 5. Бурменко, Т.Д. Сфера услуг: Экономика, менеджмент, маркетинг. М. КноРус, 2015 |
| 6. Панина, Зинаида Ивановна. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса. М., Дашков и К |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Търговски закон |
| 2. Закон за данък върху добавената стойност |

**6.4. Интернет ресурси**



Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  ${authors#1}(доц. д-р Теодора Филипова) |
| …………………………………  ${authors#2}(доц. д-р Симеонка Петрова) |

Ръководител катедра:

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