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“Управление на дистрибуцията” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КТБ-Б-320**  **Брой кредити по учебен план: (5)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КТБ-Б-320 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2020 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 9 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **45** | **23** | **45** |
| 1.1. Лекции | 27 | 14 | 27 |
| 1.2. Семинарни занятия | 18 | 9 | 18 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **90** | **112** | **90** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 45 | 56 | 45 |
| 2.2. Академични задания | 45 | 56 | 45 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 25 | 36 | 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 | 35 |
| **Всичко:** | **135** | **135** | **135** |

**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)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 35% | 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 „Управление на дистрибуцията“ е избираема от блок дисциплини, осигуряващи специална профилираща подготовка на студентите, обучавани в специалност „Икономика на търговията”, ОКС „бакалавър”, редовна, задочна и дистанционна форма. Потребността от дисциплината се обуславя от необходимостта от формиране на познание на студентите за същността, понятийния апарат, мястото и ролята дистрибуцията в управлението на търговското предприятие. В основата на дисциплината се поставя прилагането на широк спектър от методи на изучаване и изследване на явленията и процесите, протичащи в сферата на дистрибуцията на стоките и услугите.

Основната цел на обучението по учебната дисциплина е да предостави на студентите необходимия обем от знания за целите, задачите, обекта, предмета и съдържанието на дистрибуцията, като част от системата на управление на търговското предприятие. Базовите теми, включени в дисциплината, третират: основните понятия на дистрибуцията; природата на конструиране на дистрибуционните канали; критериите за избор на дистрибуционни канали; спецификата на построяването и развитието на взаимоотношенията в дистрибуционните канали; основите на управлението на дистрибуционните канали; особеностите на управлението на дистрибуторската мрежа; възможностите за повишаване на ефективността на дистрибуционните канали.

Като резултат от усвояването на учебния материал по дисциплината, студентите изграждат умения и компетенции за: боравене с категорийния апарат на дистрибуцията; анализиране, оценяване и разрешаване на проблеми, свързани с дистрибуцията на стоки и услуги; прилагане на концептуални и аналитични инструменти при изследването и оценяването на ефективността на осъществяваната дистрибуционна дейност на търговското предприятие.

**2.2. Предварителни изисквания**

За усвояването на дисциплината „Управление на дистрибуцията“ са полезни придобитите знания и умения по „Търговски комуникации“, „Организация и технология на доставките“, „Организация и технология на продажбите“, „Търговско представителство и посредничество“ 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 категорийния апарат на дистрибуцията; владеене на търговски подходи, методи и средства за изследване, анализиране и оценяване на ефективността на осъществяваната дистрибуционна дейност на търговското предприятие.

**III. разпространение на дисциплината**

Университет за национално и световно стопанство - София, България

Икономически университет - Варна, България

Universidad Complutense de Madrid - Spain

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** |
| **${temi#1}Тема I. ОСНОВНИ ПОНЯТИЯ НА ДИСТРИБУЦИЯТА** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Дистрибуцията като система – базови характеристики 2. Дистрибуционни канали – икономическа същност, структура и типове 3. Физическа дистрибуция – основни дейности 4. Дигитална подсистема на дистрибуцията* |
| **${temi#2}Тема II. КОНСТРУИРАНЕ НА ДИСТРИБУЦИОННИ КАНАЛИ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Определяне на потребностите от конструиране на нов или реорганизация на съществуващ дистрибуционен канал 2. Проанализиране на конкурентните дистрибуционни канали 3. Изследване на структурата на дистрибуционните канали* |
| **${temi#3}Тема III. КРИТЕРИИ ЗА ИЗБОР НА ДИСТРИБУЦИОННИ КАНАЛИ** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *1. Определяне на бизнес активността на дистрибуционните канали 2. Детерминиране на факторите, влияещи върху избора на дистрибуционни канали 3. Критерии за избор на дистрибуционни канали* |
| **${temi#4}Тема IV. ПОСТРОЯВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА КАНАЛОВИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ** | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Фактори, влияещи върху построяването на каналовите взаимоотношения 2. Изследване на релацията „корпоративна култура – разширяване на непреките дистрибуционни канали“ 3. Оценка на каналовите взаимоотношения във функциониращите дистрибуционни канали 4. Решения за развитие на каналовите взаимоотношения* |
| **${temi#5}Тема V. УПРАВЛЕНИЕ НА ДИСТРИБУЦИОННИТЕ КАНАЛИ** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *1. Управление на обучението на участниците в дистрибуционните канали  2. Анализиране на влиянието на пазарната ситуация върху дистрибуционните канали 3. Показатели за оценка на дейността на дистрибуционните канали 4. Дистрибуционни решения за развитие на нови пазари и за предлагане на нови стоки  5. Изменения на дистрибуционните канали 6. Разработване на дистрибуционна стратегия* |
| **${temi#6}Тема VI. УПРАВЛЕНИЕ НА ДИСТРИБУТОРСКАТА МРЕЖА** | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| *1. Модели за управление на дистрибуторската мрежа 2. Асортиментно обезпечаване на дейността на дистрибуторите 3. Организация и управление на документооборота  4. Показатели за управление на продажбите чрез дистрибутори 5. Контролиране дейността на дистрибуторите* |
| **${temi#7}Тема VII. ПОВИШАВАНЕ НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА ДИСТРИБУЦИОННИТЕ КАНАЛИ** | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *1. Оценяване ефективността на дейността на дистрибуционните канали 2. Сравняване ефективността на дейността на дистрибуционните канали 3. Решения за повишаване ефективността на дистрибуционните канали* |
| **${temi\_sum#1}Общо:** | **27** | **18** | **14** | **9** | **27** | **18** |

**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. Василева, Л. и др. Дистрибуционна политика. Тракия-М, София, 2002. |
| 2. Илийчовски, Св. и Т. Филипова. Търговско представителство и посредничество. Комтекс, София, 2013. |
| 3. Катранджиев, Хр. Дистрибуционна политика. УИ „Стопанство”, София, 2008. |
| 4. Петрова, С. Дистрибуционна политика. АИ „Ценов“, Свищов, 2009. |
| 5. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията. Изд. Наука и изкуство“, Варна, 2015. |
| 6. Станимиров, Е. и др. Маркетинг, Варна, Наука и икономика ИУ - Варна, 2017 |
| 7. Мхитарян, С.В., Русин, В.Н., Карпова, С.В., Маркетинговый анализ. Теория и практика. Учебное пособие, Гриф УМО ВО, 2018 |
| 8. Григорова, В Дистрибуционна политика.Свищов, АИ Ценов, 2018 |
| 9. Moretti, L. Distribution Strategy: The BESTX® Method for Sustainably Managing Networks and Channels, 2019 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Гордон, М. и С. Карнаухов. Логистика товародвижения. Москва, 2009. |
| 2. Levy, M., Weitz, D. Grewal. Retailing Management. 9-th Edition, McCraw-Hill Education, New York, 2013. |
| 3. Dent, J. Distribution channels: Understanding and Managing Channels to Market. Rogan Page Limited, 2011. |
| 4. Palmatier, R., Stern, L., El-Ansary, A. and E. Anderson. Marketing Channel Strategy. 8-th Edition, Routlendge, London and New York, 2015. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за данък върху добавената стойност |
| 2. Закон за задълженията и договорите |
| 3. Закон за корпоративното подоходно облагане |
| 4. Търговски закон |

**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) |
| …………………………………  ${authors#2}(доц. д-р Венцислав Перков) |

Ръководител катедра:

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