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 № 9 от 16.06.2021 г. Приета от КС, Протокол № 12 от 03.06.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Търговска политика” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КТБ-М-309**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КТБ-М-309 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.03/2021 |

**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 | 27 | 41 | 0 |
| 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 | 20 | 20 | 47 |
| **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% | 5% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 40% | 55% | 60% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Писменият изпит е под формата на тест със закрити и открити въпроси.* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Преподаването на дисциплината е насочено към теоретическо и практическо усвояване на търговската политика като съвременна философия на предприятието. В съдържанието на дисциплината са преплетени в едно цяло стокови и организационни проблеми. Тази политика се формира при определянето на такива статични елементи като: качество, дизайн, асортимент, номенклатура и др. Всичко това формира в студентите умения и навици да организират своята дейност съобразно изискванията на потребителите.

**2.2. Предварителни изисквания**

Дисциплината "Търговска политика" е съобразена с получените знания по дисциплините: "Търговски мениджмънт", "Реинженеринг на търговската дейност”, "Икономика на търговията" и др.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

При представяне на учебния материал се използват лекции, казуси, дискусии, индивидуални и групови проекти.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Обучението по дисциплината обуславя използването на методи на преподаване, като: on-line лекции, on-line казуси, мозъчна атака, директни инструкции, ситуационни методи, опитни (емпирични) методи и др. За придобиване на знания и практически умения по дисциплината се използва Платформа за дистанционно обучение с вградени иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение.

**2.4. Очаквани резултати**

Студентите, изучаващи "Търговска политика" трябва да придобият знания, умения и компетенции за формиране на продуктовия портфейл, за избор на адекватна стратегия, за избор на качество, решение за регистрация на търговска марка и други решения за повишаване конкурентоспособността на търговското предприятие.

**III. разпространение на дисциплината**

1. УНСС, София

2. Икономически университет, Варна

3. University of Economics, Prague, Czech Republic

4. Cracow University of Economics, Poland

5. 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** |
| **ТЕМА 1. ТЪРГОВСКА ПОЛИТИКА** | 5 | 1 | 3 | 1 | 5 | 1 |
| *1. Обхват на търговската политика 2. Характеристика и равнища на стоката 3. Групировка на стоките* |
| **ТЕМА 2. ИЗСЛЕДВАНЕ ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ПРИ ПОКУПКА** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *1. Храктеристика на изследване поведението на потребителите и фактори, влияещи върху него 2. Етапи на процеса на вземане нарешение за покупка 3. Изследване поведението на потребителите в България* |
| **ТЕМА 3. КАЧЕСТВО НА СТОКИТЕ И УСЛУГИТЕ** | 6 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Качество – същност, определение, елементи 2. Системи за управление на качеството 3. Подходи за управление на качеството* |
| **ТЕМА 4. ДИЗАЙН НА СТОКИТЕ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Роля на дизайна в търговската политика 2. Видове дизайн 3. Правна закрила на промишления дизайн* |
| **ТЕМА 5. ТЪРГОВСКИ МАРКИ** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Търговска маркта – определение, същност, компоненти 2. Видове търговски марки 3. Функции на търговските марки 4. Стратегии за използване на търговските марки* |
| **ТЕМА 6. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Същност и особености на процеса на стандартизация 2. Категории стандарти 3. Същност и принципи на сертификацията. Видове сертификация* |
| **ТЕМА 7. ТЪРГОВСКИ АСОРТИМЕНТ И ТЪРГОВСКА НОМЕНКЛАТУРА** | 5 | 2 | 3 | 0 | 5 | 2 |
| *1. Същност на търговския асортимент и търговската номенклатура 2. Параметри на търговската номенклатура 3. Асортиментна политика на предприятието* |
| **ТЕМА 8. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Същност на конкуренцията 2. Движещи сили на конкуренцията 3. Равнища на конкурентоспособност 4. Видове конкуренция 5. Конкурентни стратегии* |
| **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 | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Минков, В. и др. Търговска политика, Фабер, 2016 |
| 2. Балева, В. и др. Стокова политика, Стопанство, 2000 |
| 3. Щерев, Н. Маркетинг и реклама, Мартилен, 2009 |
| 4. Станимирова, М. Управление на качеството. Варна: Наука и икономика, 2015 |
| 5. Узунова, Ю. и др. Маркетинг за всички, София, 1992 |
| 6. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Москва, 1990 |
| 7. Брестничка, Р. Нелоялна конкуренция. София. УИ „Стопанство“, 2009 |
| 8. Депутатова, Е.Ю. Коммуникативная политика розничных торговых предприятий. М. Дашков и К |
| 9. Федько, В. Товарная политика организациии. СПб. Питер |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Стоянов, Д. Маркетинг в индустрията, 2001 |
| 2. Банчев, П. Маркетингови продуктови решения, Свищов, 1997 |
| 3. Митев, Н. и Чиприянов, М. Компендиум по маркениг и логистика. Свищов: АИ Ценов, 2000 |
| 4. Аврамов, В. Потребителско поведение. София: УИ "Стопанство", 2001 |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за защита на конкуренцията |
| 2. Закон за защита на потребителите |
| 3. Закон за марките и географските означения |
| 4. Закон за промишления дизайн |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. http://www.lex.bg/laws/ldoc/2135607845 |
| 2. http://www.marketing.spb.ru/read/m3/1.htm |
| 3. https://vesti.bg/bulgaria/obshtestvo/bylgariia-izostava-v-obrazovatelna-klasaciia-5999956 |

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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