РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра “ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(проф. д-р Любчо Варамезов) | Приета от ФС, Протокол № 6 от 17.12.2024 г.Приета от КС, Протокол № 10 от 13.12.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Търговски мениджмънт ” |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КТБ-М-313****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КТБ-М-313 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2024 |

**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 | 17 | 21 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 10 | 20 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 20 | 27 |
| **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:**Тест с отворени и затворени въпроси.* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Съдържанието на учебния курс предоставя знания, свързани с: изясняване на теоретичния фундамент на търговския мениджмънт и представяне на методологичната съвкупност от функции, посредством които се осъществяват процесите на формиране на решения и постигане на мениджърските цели на търговските предприятия.

Основната цел на дисциплината е да формира специализирани знания и умения, свързани с теоретичните постановки, способите, методите и прийомите на търговския мениджмънт и върху тази основа да създава и развива компетентности за анализиране, оценяване и обобщаване на информационни бази данни, необходими за професионално формиране на решения за управление на търговския бизнес.

В хода на изучаване на дисциплината се поставят следните задачи:

- получаване на знания за същността и принципите на търговския мениджмънт, осигуряващи ефективното организиране и управление на търговските процеси и дейности;

- характеризиране на теоретичните основи на ресурсната теория и разграничаване на основните детерминанти на ресурсния потенциал на търговското предприятие;

- представяне на основните организационни форми на функционирене на търговските предприятия и класифициране на организационните структури на търговските отдели;

- систематизиране на функциите и задачите на търговския мениджър, както и на прилаганите стилове на управление;

- усвояване на знания в областта на ефективното управление на асортимента на търговските предприятия;

- изучаване на същностните аспекти на категорийния мениджмънт като концепция на търговския мениджмънт;

- предоставяне на знания, спомагащи за идентифициране на мястото на логистиката в търговския мениджмънт и на управлението на потоците от складирани стоки, услуги и свързаната с тях информация.

Базовите теми, включени в учебната дисциплина, третират в своята съвкупност мениджърските решения, насочени към усъвършенстване на организацията и технологията на търговските процеси и повишаване на икономическата ефективност на дейността на търговските предприятия.

**2.2. Предварителни изисквания**

За усвояването на дисциплината „Търговски мениджмънт“ са полезни придобитите знания и умения по дисциплините: "Икономика на търговията", „Търговска политика“, "Търговко кредитиране" 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, дискусии, лекции, мозъчни атаки, директни инструкции, курсови разработки, делови игри и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За усвояване на теоретичните знания и придобиване на съответните практически умения по дисциплината се използват интернет базирани технологии (Платформа за дистанционно обучение, социални мрежи и сайтове за комуникиране и обучение) с прилагане на иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение (интерактивно обучение, проблемно-ориентирано обучение, казусно обучение, ролеви и игрови тип обучение) и др.

**2.4. Очаквани резултати**

Теоретични познания, практически умения и компетентности по прилагане на фундаментален понятиен апарат на търговския мениджмънт; владеене на търговски подходи, методи и средства за изследване, анализиране и оценяване на икономическата ефективност на различните аспекти на дейността на търговеца и върху тази основа формулиране на съотвестващи мениджърски решения.

**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** |
| **Тема I. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ТЪРГОВСКИЯ МЕНИДЖМЪНТ** | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Същност, цел и задачи на търговския мениджмънт
2. Функции на търговския мениджмънт
3. Механизъм на търговския мениджмънт* |
| **Тема II. ОРГАНИЗАЦИОННИ СТРУКТУРИ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| *1. Характеристика на организационните структури
2. Видове организационни структури
3. Организационна промяна и организационно развитие* |
| **Тема III. УПРАВЛЕНИЕ НА РЕСУРСИТЕ В ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Теоретични основи на ресурсния подход
2. Ресурсен потенциал и превръщане на ресурсите в конкурентни предимства
3. Разработване на стратегия на база ресурсите* |
| **Тема IV. УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВСКИЯ ПЕРСОНАЛ** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Система за управление на човешките ресурси в търговските предприятия
2. Класификационна структура на персонала в търговията
3. Подбор и назначаване на персонала в търговското предприятие* |
| **Тема V. БРАНД МЕНИДЖМЪНТ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Същност и съдържание на бранда
2. Изграждане и управление на корпоративния бранд
3. Функции и дейности на бранд мениджъра* |
| **Тема VI. КАТЕГОРИЙНИЯТ МЕНИДЖМЪНТ КАТО КОНЦЕПЦИЯ НА ТЪРГОВСКИЯ МЕНИДЖМЪНТ** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *1. Същност, цел и задачи на категорийния мениджмънт
2. Формиране и определяне на структурата на стоковите категории
3. Методология на категорийния мениджмънт* |
| **Тема VII. ЕФЕКТИВНОТО УПРАВЛЕНИЕ НА АСОРТИМЕНТА КАТО ЧАСТ НА ТЪРГОВСКИЯ МЕНИДЖМЪНТ** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Теоретични основи на формирането на ефективен търговски асортимент
2. Процес на формиране на ефективен търговски асортимент
3. Източници на данни за поддържане на ефективен търговски асортимент* |
| **Тема VIII. МЯСТО НА ЛОГИСТИКАТА В ТЪРГОВСКИЯ МЕНИДЖМЪНТ** | 5 | 1 | 2 | 0 | 5 | 1 |
| *1. Логистиката като фактор за повишаване конкурентоспособността на търговското предприятие
2. Място на логистиката в организационната структура на управление на търговското предприятие
3. Взаимовръзка на логистиката с маркетинга, търговската дейност, организацията и технологията на търговските процеси* |
| **Тема IX. ЛОГИСТИЧЕН МЕНИДЖМЪНТ И ОБРАТНА ЛОГИСТИКА** | 5 | 2 | 2 | 0 | 5 | 2 |
| *1. Теоретични аспекти на логистичния мениджмънт
2. Възможности за развитие на логистичния мениджмънт
3. Същност на обратната 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 | X  |
| 2. Интернет | X | X  |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Петрова, С., Перков, В., Илиева, Л. Търговски мениджмънт, АИ "Ценов", Свищов, 2017, учебен курс в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg. |
|  2. Димитрова, В. Икономика, организация и управление на търговията. Мартилен, София, 2020. |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Велев, Мл. Клъстерен подход за повишаване на конкурентоспособността, София. 2007. |
|  2. Иванова, Р. и Тодоров, Л. Финансово-стопански анализ. Изд. „Тракия-М”, София. 2008. |
|  3. Сборник с доклади "Търговията - научно знание и бизнес реалност". АИ "Ценов", Свищов, 2021. |
|  4. Сборник с доклади "Устойчиво развитие и социално-икономическа кохезия през XXI век - тенденции и предизвикателства, т.II, Академично издателство "Ценов", Свищов, 2021. |
|  5. Сборник с доклади "Търговия 5.0 Дигитализация и/или хуманизация". Наука и икономика ИУ - Варна, 2023. |
|  6. Илийчовски, С., Филипова, Т. Изследване необходимостта от придобиване на търговски умения по женско предприемачество. АИ "Ценов", 2020. |
|  7. Петрова, С. Измерения на връзката между корпоративните характеристики на ритейлърите и асортиментното предлагане. УИ "Св. Св. Кирил и Методий", 2022. |
|  8. сп. "Икономически и социални алтернативи". т.30/бр.3, УНСС, София, 2024. |
|  9. сп. „Бизнес управление“. бр.4, Свищов, 2023. |
|  10. Данчев, Д. и Д. Гроздева. Въведение в търговския бизнес. Изд. „Фабер”, В. Търново. 2010. |
|  11. Dennis, S. Remarkable Retail: How to Win & Keep Customers in the Age of Digital Disruption. LifeTree, 2020. |
|  12. Сълова, Н. Търговски мениджмънт. Изд. „Наука и икономика”, Варна. 2010. |
|  13. Янкулов, Я. Търговски мениджмънт. УИ „Стопанство”, София, 2010. |
|  14. Prabhu TL. Retail Management: An Effective Management Strategy for Retail Store Managers (Management Skills Book 3) Kindle Edition, 2019. |
|  15. Levy, M., Weitz, B., Grewal., D. Retailing Management. Mc. Graw Hill, New York, 2023. |
|  16. Матеева, Д., Кръстев, Ф. Електронна търговия: Теория и практика, Мартилен, София, 2023. |
|  17. Michele, M. Granger, Tina M. Sterling, Ann Cantrell Fashion Entrepreneurship: Retail Business Planning, 2019. |
|  18. Илийчовски, С. Възможности за извеждане на индикативна стойност на търговско предприятие. АИ Ценов, Свищов, 2022. |
|  19. Kyle Bagwell, Robert W. Staiger. Business Process Reengineering A Complete Guide, 2020. |

 **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 |
|  8. www.ec.europa.eu/eurostat |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(доц. д-р Симеонка Петрова) |

Ръководител катедра:

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