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“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/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:*  *тест с отворени и затворени въпроси* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Учебната дисциплина „Търговски мениджмънт“ се изучава в съответствие с учебния план на магистърска програма „Мениджмънт на търговската дейност" в ОКС „магистър”. 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 дисциплината „Търговска политика“ 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 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**

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** |
| **${temi#1}Тема I. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ТЪРГОВСКИЯ МЕНИДЖМЪНТ** | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Същност, цел и задачи на търговския мениджмънт 2. Функции на търговския мениджмънт 3. Механизъм на търговския мениджмънт* |
| **${temi#2}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* |
| **${temi#3}Тема III. УПРАВЛЕНИЕ НА РЕСУРСИТЕ В ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Теоретични основи на ресурсния подход 2. Ресурсен потенциал и превръщане на ресурсите в конкурентни предимства 3. Разработване на стратегия на база ресурсите* |
| **${temi#4}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* |
| **${temi#5}Тема V. БРАНД МЕНИДЖМЪНТ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Същност и съдържание на бранда  2. Изграждане и управление на корпоративния бранд 3. Функции и дейности на бранд мениджъра* |
| **${temi#6}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* |
| **${temi#7}Тема VII. ЕФЕКТИВНОТО УПРАВЛЕНИЕ НА АСОРТИМЕНТА КАТО ЧАСТ НА ТЪРГОВСКИЯ МЕНИДЖМЪНТ** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Теоретични основи на формирането на ефективен търговски асортимент 2. Процес на формиране на ефективен търговски асортимент 3. Източници на данни за поддържане на ефективен търговски асортимент* |
| **${temi#8}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* |
| **${temi#9}Тема IX. ЛОГИСТИЧЕН МЕНИДЖМЪНТ И ОБРАТНА ЛОГИСТИКА** | 5 | 2 | 2 | 0 | 5 | 2 |
| *1. Теоретични аспекти на логистичния мениджмънт 2. Възможности за развитие на логистичния мениджмънт 3. Същност на обратната логистика* |
| **${temi\_sum#1}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. Данчев, Д. и Д. Гроздева. Въведение в търговския бизнес. Изд. „Фабер”, В. Търново. 2010 |
| 2. Норка, Д. Управление на отдел продажби – стратегии и тактики за успех в примери. Софтпрес. 2007 |
| 3. Сълова, Н. Търговски мениджмънт. Изд. „Наука и икономика”, Варна. 2010 |
| 4. Янкулов, Я. Търговски мениджмънт. УИ „Стопанство”, София, 2010 |
| 5. Prabhu TL. Retail Management: An Effective Management Strategy for Retail Store Managers (Management Skills Book 3) Kindle Edition |
| 6. Michele M. Granger, Tina M. Sterling, Ann Cantrell Fashion Entrepreneurship: Retail Business Planning, Bloo |
| 7. Molly Elodie Rose. Business Plan For A Retail Store |
| 8. Kyle Bagwell, Robert W. Staiger. Business Process Reengineering A Complete Guide - 2020 Edition – Book |

**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. 4. Репин, В., В. Елиферов. Процессных подход к управлению. Моделирование бизнес-процесов. Москва. 2006 |
| 4. Gilbert, D. Retail Marketing Management, Harlow: Pearson Education, 1999 |
| 5. Harwood, T., T. Carry and A. Broderick. Relationship Marketing, Mc Graw-Hill. 2008 |
| 6. Отварухина Н., Веснин В. Стратегический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата, Изд. "Юрайт", Москва, 2018. |

**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) |  |