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“Стратегии на търговското предприятие” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КТБ-М-323**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КТБ-М-323 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.01/2021 |

**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 | 27 |
| 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 | 20 |
| **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% | 5% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 40% | 55% | 55% |
| **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 „Стратегии на търговското предприятие“ се изучава в съответствие с учебния план на магистърска програма „Мениджмънт на търговската дейност“ в ОКС „магистър”. Съдържанието на учебния курс осигурява систематично излагане на водещи концепции, теоретични и практикоприложни модели за разработване и реализиране на стратегии на търговското предприятие.

Основната цел на дисциплината е да формира специализирани знания и умения, свързани с теоретичните постановки, способите, методите и прийомите на разработване и реализиране на стратегии на търговското предприятие, и върху тази основа да създава и развива компетентности за анализиране, оценяване и обобщаване на постигнатите икономически ефекти.

Изучаването на динамичните модерни трансформации, засягащи фундамента и развитието на търговското предприятие, се превръща в необходимо условие за разбирането на ролята на собствения бизнес при избора на стратегически инструменти за целево въздействие върху реално протичащи икономически процеси. В съвременния бизнес експериментирането с концептуални модели и стратегии се обуславя от перманентния мониторинг и анализ на проявяващите се промени и тенденции. Оценяването на базовите източници на стратегическа активност детерминира непрекъснато ново състояние за развитие.

В учебните теми се интегрират казуси от търговската практика, предоставящи допълнително съдържание и специфични приложения. За да се задълбочи разбирането на темите, обособените казуси формират познание към основната тема и са предмет на дискусия и въпроси.

В хода на изучаване на дисциплината за постигане на целта на курса се поставят следните прилежащи задачи:

- получаване на знания за принципите и последователността на разработване и реализация на стратегиите на търговското предприятие;

- характеризиране на стратегическия избор на бизнес формати на търговското предприятие;

- детерминиране на стратегиите на вертикални интеграционни модели за бизнес на търговското предприятие;

- представяне на стратегиите за интернационална експанзия на бизнеса на търговското предприятие;

- предоставяне на знания, спомагащи за идентифициране на инспириращи стратегии за развитие на бизнеса на търговското предприятие;

- систематизиране на стратегии за устойчиво развитие на бизнеса на търговското предприятие;

- усвояване на знания в областта на стратегическото лидерство и дигитализацията на бизнеса на търговското предприятие.

Базовите теми, включени в учебната дисциплина, третират в своята съвкупност решенията на търговското предприятие, насочени към разработване и поддържане на стратегии, създаващи и добавящи икономическа полезност с национално, регионално и международно измерение.

**2.2. Предварителни изисквания**

За усвояването на дисциплината „Стратегии на търговското предприятие“ са полезни придобитите знания и умения по дисциплините „Търговска политика“, „Търговски мениджмънт“ 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, мозъчна атака, директни инструкции, кооперативно учене, независими проекти, групови проекти.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За усвояване на теоретичните знания и придобиване на съответните практически умения 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, инцидентно обучение, проблемно ориентирано обучение, казусно обучение, ролеви и игрови тип обучение, кооперативно/съвместно обучение) и др.

**2.4. Очаквани резултати**

Теоретични познания, практически умения и компетентности по прилагане на понятиен апарат за интерпретиране и избор на съвременни стратегии на търговското предприятие; владеене на търговски подходи, методи и средства за изследване, анализиране и оценяване на икономическите ефекти от практическото прилагане на избраните стратегии и върху тази основа формулиране на съответстващи 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** |
| **${temi#1}Тема I. РАЗРАБОТВАНЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ НА СТРАТЕГИИ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Принципи и последователност на разработване и реализация на стратегии на търговското предприятие 2. Стратегически цели за развитие на бизнеса на търговското предприятие 3. Процес на разработване и реализация на стратегически решения на търговското предприятие* |
| **${temi#2}Тема II. СТРАТЕГИИ ЗА ИЗБОР НА БИЗНЕС ФОРМАТИ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 3 | 3 | 1.5 | 6 | 3 |
| *1. Стратегически фактори, влияещи върху избора на бизнес формати на търговското предприятие 2. Класически стратегии за избор на бизнес формати на търговското предприятие 3. Иновативни стратегии за избор на бизнес формати на търговското предприятие* |
| **${temi#3}Тема III. СТРАТЕГИИ НА ВЕРТИКАЛНИ ИНТЕГРАЦИОННИ МОДЕЛИ ЗА БИЗНЕС НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Стратегическа детерминираност на вертикалните интеграционни модели за бизнес на търговското предприятие 2. Еволюционни фактори, обуславящи развитието на мултиканални и кросканални модели за бизнес на търговското предприятие 3. Стратегически перспективи в развитието на омниканални модели за бизнес на търговското предприятие* |
| **${temi#4}Тема IV. СТРАТЕГИИ ЗА ИНТЕРНАЦИОНАЛНА ЕКСПАНЗИЯ НА БИЗНЕСА НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Стратегически опции и методи на интернационална експанзия на бизнеса на търговското предприятие 2. Оценка на потенциални пазари, избор на пазари и време за интернационална експанзия на бизнеса на търговското предприятие* |
| **${temi#5}Тема V. ИНСПИРИРАЩИ СТРАТЕГИИ ЗА РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Детерминанти на инспириращите стратегии за развитие на бизнеса на търговското предприятие 2. Типология на инспириращите стратегии за развитие на бизнеса на търговското предприятие* |
| **${temi#6}Тема VI. СТРАТЕГИИ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 1 | 3 | 0.5 | 6 | 1 |
| *1. Екологични стратегии за развитие на бизнеса на търговското предприятие 2. Източници, стандарти и стратегии за социална отговорност на търговското предприятие* |
| **${temi#7}Тема VII. СТРАТЕГИЧЕСКО ЛИДЕРСТВО И ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА БИЗНЕСА НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Стратегическо лидерство и създаване на ценности на търговското предприятие 2. Приемственост в стратегическото лидерство 3. Проявления на дигитализация на бизнеса на търговското предприятие* |
| **${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. Костова, С. Стратегически мениджмънт на търговската фирма. Университетско издателство, УНСС, София, 2009. |
| 2. Норка, Д. Управление на отдел продажби – стратегии и тактики за успех в примери. Софтпрес, 2007. |
| 3. Портър, М. Конкурентна стратегия. Изд. „Класика и стил“, 2010. |
| 4. Сълова, Н. Търговски мениджмънт. Изд. „Наука и икономика”. Варна. 2010. |
| 5. Славова, И. Бизнес стратегии, планове, бюджети. Изд. „Сиела“, 2011. |
| 6. Янкулов, Я. Търговски мениджмънт. УИ „Стопанство”. София, 2010. |
| 7. Pantano, E., Dennis, Ch., Smart Retailing: Technologies and Strategies, Palgrave Pivot, Switzerland, 2019. |
| 8. Canals, J., Heukamp, F., The Future of Management in an AI World Redefning Purpose and Strategy in the Fourth Industrial Revolution, Palgrave Macmillan, 2020. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Отварухина Н., Веснин В. Стратегический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата, Изд. "Юрайт", Москва, 2018. |
| 2. Ружанская, Л., Якимова, Е. и Д. Зубакина. Стратегический менеджмент, Изд. „Уральского университета“, Екатеринбург, 2019. |
| 3. 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. Buttkus, M., Eberenz, R. Performance Management in Retail and the Consumer Goods Industry Best Practices and Case Studies, Springer Nature Switzerland AG, 2019. |
| 7. Fernie, J., Sparks, L. Logistics and Retail Management: Emerging issues and new challenges in the retail supply chain, Kogan, 2019. |
| 8. Tamini, L. Re-activation of Vacant Retail Spaces Strategies, Policies and Guidelines, Springer, 2018. |
| 9. Zentes, J., Morschett, D., Schramm-Klein, H. Strategic Retail Management: Text and International Cases, 3rd Edition, Springer Gabler, 2017. |

**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) |
| …………………………………  ${authors#3}(гл. ас. д-р Иван Маринов) |

Ръководител катедра:

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