РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ФИНАНСИ” | Катедра “ФИНАНСИ И КРЕДИТ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(проф. д-р Андрей Захариев) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 11.09.2020 г.Приета от КС, Протокол № 1 от 04.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Цени и ценова политика” |
| **Код на дисциплината: ФФ-КФК-Б-351****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФФ-КФК-Б-351 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.03/2020 |

**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)** | **70** | **35** | **70** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 42 | 21 | 42 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **80** | **115** | **80** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 40 | 58 | 40 |
| 2.2. Академични задания | 40 | 57 | 40 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 20 | 28 | 20 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 29 | 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.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 15% | 15% | 20% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 25% | 25% | 30% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**тест със затворени, отворени въпроси и задачи* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

В съвременните условия всяко пазарно стопанство се характеризира с рязко обособено разделение на труда. В този смисъл реализацията на малък или по-голям обем продукция изисква пълно познаване както на пазара, така и на произтичащото от него равнище на цените, т.е. „ценовата грамотност” се утвърждава като важна задача на обществото като цяло и на икономическите субекти в частност. Това е закономерно като се има предвид, че цените определят структурата на производството, оказват вли-я¬ние върху финансовото състояние на фирмите и доходите на домакинствата, рационализират движението на паричните и матери¬алните потоци. Върху тяхното равнище оказват влияние много фактори – икономически, социални, политически и психологически.

Обучението на студентите по „Цени е ценообразуване“ е насочено към усвояване на знания относно същността и отличителните особености на цените на търсене, цените на предлагане и пазарните цени, и спецификата на методите на ценообразуване в зависимост от пазарната структура и финансовите цели на фирмата.

Курсът по "Цени и ценова политика" е с теоретико-приложена насоченост, като се акцентира на методите за ценообразуване в световната практика и особеностите на тяхното приложение в българската практика.

В съответствие с основната цел на дисциплината специално внимание се отделя на поведението на потребителите и на произтичащите от това ценови зависимости. Анализът на печалбата, данъка върху добавената стойност и акцизите като елементи на цената, както и оценката на активите и капиталите на фирмата определят практическите аспекти на курса и насочеността му към фирменото ценообразуване.

**2.2. Предварителни изисквания**

Предвид характера на учебното съдържание на дисциплината „Цени и ценова политика“ стартирането на курса на обучение предполага наличието на базови знания за същността на икономическите категории, характеризиращи управлението на фирмените финанси, както и познания относно взаимозависимостта между основните фактори за производство и движението на паричните потоци във фирмата.

Изискуемите умения, които биха подпомогнали разбирането и усвояването на учебния материал по дисциплината „Цени и ценова политика“ изискват познания относно пазарното поведение на фирмите при управление на факторите за производство, организацията на производствения процес и финансовото обезпечаване на възпроизводствения процес. Тези базови познания се формират след изучаване на дисциплините „Микроикономика“, „Финанси на фирмата“, Финансов анализ“ и „Инвестиции“.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

С оглед формирането на практическо, аналитично и рационално мислене у студентите, наред с мултимедийното представяне на учебното съдържание по време на лекция, се използват и методи за самоподготовка, като самостоятелно решаване на казуси и задачи, и подходи за екипна работа чрез дебати, дискусии, споделяне на опит разработването на групови проекти, разсъждение по предварително поставени казуси и практически задания.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Мултивариантен казус, презентации, он-лайн тестове

**2.4. Очаквани резултати**

Оценявайки значението на процесите по ценообразуване и формиране на адекватна ценова политика на фирмите в условията на пазарно стопанство, курсът по дисциплината „Цени и ценова политика“ дава възможност на студентите да усъвършенстват своите умения и да добият конкретни знания относно основните характеристики и отличителни особености на цените на търсене, цените на предлагане и пазарните цени, поведението на потребителите при изменения в цените и дохода, спецификата на ценообразуване на различните типове пазари, предимства и недостатъци на методите за формиране на цените на предлагане и особеностите на ценообразуването в РБългария, както и да добият практически умения за изработване на фирмени ценови стратегии.

**III. разпространение на дисциплината**

Университет за национално и световно стопанство – София;

Икономически университет – Варна;

Нов Български Университет – София

**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 ЦЕНИТЕ И ЦЕНОВА ПОЛИТИКА** | 4 | 6 | 2 | 3 | 4 | 6 |
| *1. Дефиниране на ценовите понятия – цени на предлагане, цени на търсене, равновесна и пазарна цена2. Теоретически основи на фирмената ценова политика3. Теоретически основи на стоковия пазар4. Стокови борси и пазарни цени5. Ценови картели и ценова конкуренция6. Рабати и отстъпки при пазарна икономика* |
| **Тема II . БЛАГА И ПОЛЕЗНОСТ** | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 4 |
| *1. Благо, стока и относителни цени2. Полезност и криви на безразличие3. Пределна полезност и пределен разход* |
| **Тема III . ПОТРЕБИТЕЛСКО ТЪРСАНЕ, РАВНОВЕСНИ ЦЕНИ И ЕЛАСТИЧНОСТ** | 2 | 6 | 1 | 3 | 2 | 6 |
| *1. Потребителско търсене и предлагане2. Равновесни цени и ценова стабилност3. Отчитане комплексното влияние на факторите на търсенето4. Ценова еластичност на предлагането* |
| **Тема IV. ЦЕНОВО ПОВЕДЕНИЕ НА ФИРМИТЕ В ЗАВИСИМОСТ ОТ СТРУКТУРАТА НА ПАЗАР** | 6 | 8 | 3 | 4 | 6 | 8 |
| *1. Зависимост: цена – пазарна структура2. Особености на ценообразуването при съвършена конкуренция3. Особености на ценообразуването при монопол4. Ценообразуване при монополистична конкуренция5. Особености на ценообразуването при олигопол* |
| **Тема V. СТРАТЕГИЯ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ И ЦЕНОВИ РЕШЕНИЯ** | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 4 |
| *1. Характеристика и особености на фирмените ценови стратегии2. Видове ценови стратегии* |
| **Тема VI. МЕТОДИ ЗА ФОРМИРАНЕ ЦЕНИТЕ НА ПРЕДЛАГАНЕ** | 8 | 10 | 4 | 5 | 8 | 10 |
| *1. Избор на метод за ценообразуване2. Методи за формиране на цените на предлагане на основата на разходите3. Маржинално–аналитични методи на ценообразуване. Метод на анализа на контролната точка4. Ценностни методи на ценообразуване* |
| **Тема VII . ОСОБЕНОСТИ НЕ ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Видове цени на вътрешния пазар2. Себестойността като елемент на цените3. Печалбата като елемент на цените4. Връзката на данъка върху добавената стойност с цените на едро и дребно5. Структура на цените6. Левова равностойност и калкулативни цени7. Равнища и динамика на цените8. Долна и горна граница на цените9. Форми за регулиране на цените10. Защита на конкуренцията в Република България* |
| **Общо:** | **28** | **42** | **14** | **21** | **28** | **42** |

**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. Лилова, Р., А. Радулова, Ст. Симеонов. Цени и ценообразуване. Фабер., 2016 |
|  2. Лилова, Р. Ценовият мениджмънт – възможност за оптимизиране финансовите резултати на фирмата., Свищов., 2012 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Армстронг, Г. и Ф. Котлър. Въведение в Маркетинга. 1-во издание на български. Издателство Класика и Стил ООД, София, 2013. |
|  2. Благоев, Б. и др. Управление на ценообразуването. Варна, 2003. |
|  3. Маршалл, А. Принципы политической экономии. том II. Москва, Издательство „Прогресс”, 1984. |
|  4. Маршалл, А. Принципы политической экономии. Том І. Москва, Издательство „Прогресс”, 1983. |
|  5. Миркович, К. Микроикономика. София, 2003. |
|  6. Ракарова, С. Микроикономикс (второ равнище), първа част, София, 1999. |
|  7. Савов, Ст., К. Миркович и колектив. Икономикс. Тракия-М, София, 1998 г. |
|  8. Тактаров, Г. и др. Ценообразование. Москва, 2008. |
|  9. Тарасевич, В. Ценовая политика предприятия. Москва, 2010. |
|  10. Фридман, Д. Теория на цените. София, 1993. |
|  11. Шерер, Ф.М. Структуря отраслевых ринков. Москва, 1997. |
|  12. Armstrong, M. and Vickers, J. Competitive Price Discrimination, Rand Journal of Economics, № 32, 2001. |
|  13. Caruntu, R. and Caruntu, A. Pricing strategies – aspects, types and characteristics, Constatin Brancusi University of Targu Jiu Annals - Economy Series, Vol. 3, September 2011. |
|  14. Caulkins, J., Feichtinger, G., Grass, D., Hartl, R., Kort, P., Seidl, A. Optimal pricing of a conspicuous product during a recession that freezes capital markets. // Journal of Economic Dynamics and Control, Vol. 35, № 1, Elsevier, 2011. |
|  15. Chen, Y. and Pearcy, J. Dynamic pricing: when to entice brand switching and when to reward consumer loyalty. // The RAND Journal of Economics, Vol. 41, № 4, 2010. |
|  16. Kotler, Ph. and Amstrong. Principles of Marketing. Fourth Edition. Prentice - Hall, Ins., New Jersey, 1987. |
|  17. Kotler, Ph. Marketing Management. Prentice - Hall, Eng¬lewood Cliffs, New Jersey, 1984 |
|  18. Smith, Tim J. Pricing Strategy : Setting Price levels, Managing Price Discounts, & Establishing Price Structures., Mason: South-Western, 2012. |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Насоки на ОИСР за борба с тръжните манипулации в об¬ществените поръчки (работен документ, изготвен от службите на ОИСР). |
|  2. Общи положения за изготвянето и представянето на фи¬нансовите отчети, параграф 70 /б/. |
|  3. Практическо ръководство по въпросите на държавните помощи, МФ, С., 2007. |
|  4. Съобщение на Комисията – Временна общностна рамка за мерките за държавна помощ за подпомагане на достъпа до финансиране при настоящата финансова и икономическа криза, 2009/С 16. |
|  5. Факти и цифри за държавната помощ в държавите–членки на Европейския съюз, 1.12.2010 г. |
|  6. Директива на Европейския парламент и на Съвета относно прозрачността на мерките за регулиране на цените на лекарствените продукти за хуманна употреба и тяхното включване в обхвата на системите за обществено здравно осигуряване (проект), Брюксел, 01.03.2012 г. |
|  7. Директива 2009/72/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 13 юли 2009 г. относно общите правила за вътрешния пазар на електрическа енергия. |
|  8. Директива 2009/73/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 13 юли 2009 г. относно общите правила за вътрешния пазар на природен газ. |
|  9. Закон за обществените поръчки. |
|  10. Закон за данъка върху добавената стойност. |
|  11. Закон за защита на потребителите. |
|  12. Закон за защита на конкуренцията. |
|  13. Закон за държавните помощи. |
|  14. Закон за счетоводството. |
|  15. Международен счетоводен стандарт (МСС) № 2 Матери¬ални запаси. |
|  16. Правилник за прилагане на Закона за държавните помощи. |
|  17. Проект за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията, Народно събрание, София, 17.02.2012 г. |
|  18. Регламент /ЕО/ 150/2001 на Комисията от 25 януари 2001, чл. 2/б/ |

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. http://denel.dir.bg/analyses |
|  2. http://ec.europa.eu/index\_bg.htm |
|  3. http://marketing.start.bg |
|  4. http://microeconomica.economicus.ru |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(х. преп. д-р Румяна Лилова) |
|  …………………………………(доц. д-р Анелия Радулова) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(доц. д-р Стоян Проданов) |  |