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-352**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФФ-КФК-Б-352 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | 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)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **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 | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 23 | 30 | 23 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 24 | 31 | 24 |
| **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 фак¬тори – ико¬номически, 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 отде¬ля 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 н възпроизводствения процес. Тези базови познания се формират след изучаване на дисциплините „Микроикономика“, "Въведение във финансите" и др.

**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 характеристика 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 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Дефиниране на ценовите понятия – цени на предлагане, цени на търсене, равновесна и пазарна цена 2. Теоретически основи на фирмената ценова политика 3. Теоретически основи на стоковия пазар 4. Стокови борси и пазарни цени 5. Ценови картели и ценова конкуренция 6. Рабати и отстъпки при пазарна икономика* |
| **Тема II . БЛАГА И ПОЛЕЗНОСТ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Благо, стока и относителни цени 2. Полезност и криви на безразличие 3. Пределна полезност и пределен разход* |
| **Тема III . ПОТРЕБИТЕЛСКО ТЪРСАНЕ, РАВНОВЕСНИ ЦЕНИ И ЕЛАСТИЧНОСТ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Потребителско търсене и предлагане 2. Равновесни цени и ценова стабилност 3. Отчитане комплексното влияние на факторите на търсенето 4. Ценова еластичност на предлагането* |
| **Тема IV. ЦЕНОВО ПОВЕДЕНИЕ НА ФИРМИТЕ В ЗАВИСИМОСТ ОТ СТРУКТУРАТА НА ПАЗАР** | 6 | 6 | 3 | 3 | 6 | 6 |
| *1. Зависимост: цена – пазарна структура 2. Особености на ценообразуването при съвършена конкуренция 3. Особености на ценообразуването при монопол 4. Ценообразуване при монополистична конкуренция 5. Особености на ценообразуването при олигопол* |
| **Тема V. СТРАТЕГИЯ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ И ЦЕНОВИ РЕШЕНИЯ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Характеристика и особености на фирмените ценови стратегии 2. Видове ценови стратегии* |
| **Тема VI. МЕТОДИ ЗА ФОРМИРАНЕ ЦЕНИТЕ НА ПРЕДЛАГАНЕ** | 8 | 8 | 4 | 4 | 8 | 8 |
| *1. Избор на метод за ценообразуване 2. Методи за формиране на цените на предлагане на основата на разходите 3. Маржинално–аналитични методи на ценообразуване. Метод на анализа на контролната точка 4. Ценностни методи на ценообразуване* |
| **Тема VII . ОСОБЕНОСТИ НЕ ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Видове цени на вътрешния пазар 2. Себестойността като елемент на цените 3. Печалбата като елемент на цените 4. Връзката на данъка върху добавената стойност с цените на едро и дребно 5. Структура на цените 6. Левова равностойност и калкулативни цени 7. Равнища и динамика на цените 8. Долна и горна граница на цените 9. Форми за регулиране на цените 10. Защита на конкуренцията в Република България* |
| **Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**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. Kotler, Ph. and Amstrong. Principles of Marketing. Fourth Edition. Prentice - Hall, Ins., New Jersey, 1987. |
| 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 финанси¬ране 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 Материални 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) |  |