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 № 8 от 14.06.2021 г. Приета от КС, Протокол № 16 от 23.04.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Ценови мениджмънт” | |
| **Код на дисциплината: ФФ-КФК-М-309**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФФ-КФК-М-309 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ/НЕМСКИ | Версия:v.02/2021 |

**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 | 15 | 18 | 15 |
| 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 | 12 | 15 | 12 |
| **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% | 10% | 10% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 10% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 40% | 40% | 40% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Тест* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

В съвременните условия на динамично променящи се икономически реалности „ценовата грамотност” се утвърждава като важна задача на обществото като цяло и на икономическите субекти в частност. Цените определят структурата на производството, оказват влияние върху финансовото състояние на фирмите и доходите на домакинствата, рационализират движението на паричните и материалните потоци. Върху тяхното равнище оказват влияние много фактори – икономически, социални, политически и психологически.

В съвременните условия изборът на икономическо поведение на производствените структури е доста труден и изисква специализирани познания по формирането на цените на предлаганата от тях продукция. Целта на курса "Ценови мениджмънт" е придобиване на теоретически и практико-приложни знания за установяване на връзката между цената, търсенето, обема на реализираната продукция и въздействието на всеки един от тези фактори поотделно и комплексно върху крайните финансови резултати на фирмата.

**2.2. Предварителни изисквания**

Предвид характера на учебното съдържание на дисциплината „Ценови менджмънт“ 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 „Ценови мениджмънт“ 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 „Макроикономика“, „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, подходи за екипна работа чрез дебати, дискусии, делови игри, споделяне на опит разработването на групови проекти, разсъждение по предварително поставени казуси и практически задания, с моделирани уникални изходни данни.

В изпълнение на дейности по проект BG051PO001-3.1.07-0019 „Нови знания и умения за успешна професионална реализация на студентите от СА „Д. А. Ценов” Свищов“ вкл. съвместна работа с Българска стопанска камара с изготвен компетентностен модел с идентификация на изискванията на основните длъжности от Националния класификатор на професиите и длъжностите за практикуване след завършване на специалността и магистърската програма, както и катедрени инициативи по проекта е усъвършенствана учебната програма в посока практическото приложение на знанията и моделиране на устойчиви аналитично-управленски умения чрез внедряване и актуализация на поливариантно индивидуално семестриално практико-приложно задание – казус.

***2.3.2 Дистанционна форма***

С оглед формирането на практическо, аналитично и рационално мислене у студентите заедно с основния академичен текст на хартиен носител и в дигитален формат се прилагат различни технически средства за обучение като видеоклипове, подпомагащи решаването на казуси, тестови задания и допълнителни материали, позиционирани в обучителната платформа.

В изпълнение на дейности по проект BG051PO001-3.1.07-0019 „Нови знания и умения за успешна професионална реализация на студентите от СА „Д. А. Ценов” Свищов“ вкл. съвместна работа с Българска стопанска камара с изготвен компетентностен модел с идентификация на изискванията на основните длъжности от Националния класификатор на професиите и длъжностите за практикуване след завършване на специалността и магистърската програма, както и катедрени инициативи по проекта е усъвършенствана учебната програма в посока практическото приложение на знанията и моделиране на устойчиви аналитично-управленски умения чрез внедряване и актуализация на поливариантно индивидуално семестриално практико-приложно задание – казус.

**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**

“Ценови мениджмънт” се изучават като учебна дисциплина в най-авторитетните световни висши училища.

Coventry University UK – “Price management”

Lincoln Memorial University USA – “Price management”

University of Ottawa – Telfer school of management – “Price management”

The University Oklahoma-Price college of business – “Price management”

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема I. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ЦЕНИТЕ И ЦЕНОВА ПОЛИТИКА** | 7 | 2 | 3 | 1 | 7 | 2 |
| *1. Дефиниране на ценовите понятия – цени на предлагане,  цени на търсене, равновесна и пазарна цена 2. Ценова политика и ценови решения 3. Стоковият пазар и пазарните структури – основа  на ценообразуването* |
| **${temi#2}Тема II. ФОРМИРАНЕ НА ЦЕНИТЕ НА ПРЕДЛАГАНЕ** | 8 | 3 | 4 | 1 | 8 | 3 |
| *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* |
| **${temi#3}Тема III. ЦЕННОСТНИ МЕТОДИ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ** | 8 | 3 | 4 | 1 | 8 | 3 |
| *1. Метод на потребителската оценка 2. Ценообразуване на база пазарните конкуренти 3. Образуване на цените на предлагане с ориентация  към определен/и параметър/и (Параметрични методи) 4. Тръжно ценообразуване* |
| **${temi#4}Тема IV. ФОРМИРАНЕ НА ЦЕНИТЕ НА ТЪРСЕНЕ** | 8 | 3 | 4 | 1 | 8 | 3 |
| *1. Научни подходи за формиране на цената на търсене 2. Количествен (кардинален) подход към анализа на полезността и търсенето 3. Построяване на функцията на полезността на основата на хипотезите за ординарната полезност 4. Проявление на предпочитанията на потребителя в зависимост от равнището на пазарните цени* |
| **${temi#5}Тема V. ЦЕНА НА РЕАЛИЗАЦИЯТА – ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕНИ ВРЪЗКИ** | 7 | 1 | 3 | 1 | 7 | 1 |
| *1. СVР-анализът като основа за определяне на връзката между разходите, обема реализирана продукция и фирмената печалба 2. Пределен принос, фирмена печалба и асортимент на производството 3. Структура на продажната цена при изменения в пазарния обем и/или ценовото равнище 4. Граници на цените и връзката им с финансовите резултати на фирмата* |
| **${temi#6}Тема VI. ДЪРЖАВНО РЕГУЛИРАНЕ НА ЦЕНИТЕ** | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| *1. Форми за регулиране на цените 2. Защитата на конкуренцията на пазара – основна форма  на косвено държавно регулиране на цените* |
| **${temi#7}Тема VII. ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА В БЪЛГАРИЯ** | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| *1. Национално законодателство и органи по защита  на конкуренцията 2. Контролът върху отпускането на държавни помощи  като форма за защита на конкуренцията* |
| **${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. Лилова, Р., А. Радулова, Ст. Симеонов. (2016). Цени и ценообразуване. Фабер. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. ЛИЛОВА, Р., РАДУЛОВА, А. (2013). Ценови мениджмънт. Библиотека „Образование и наука“ № 49, Свищов, АИ „Ценов“. |
| 2. Лилова, Р. (2012). Ценовият мениджмънт – възможност за оптимизиране финансовите резултати на фирмата. Свищов. |
| 3. Армстронг, Г. и Ф. Котлър. (2013). Въведение в Маркетинга. 1-во издание на български. Издателство Класика и Стил ООД, София. |
| 4. Миркович, К. Микроикономика. (2003). София. |
| 5. Ракарова, С. (1999). Микроикономикс (второ равнище), първа част. София. |
| 6. Фридман, Д. Теория на цените. (1993). София. |
| 7. Armstrong, M. and Vickers, J. (2001). Competitive Price Discri¬mi¬na¬tion, Rand Journal of Economics, № 32. |
| 8. Kotler, Ph. and Amstrong. (1987). Principles of Marketing. Fourth Edition. Prentice - Hall, Ins., New Jersey. |
| 9. Smith, Tim J. (2012). Pricing Strategy : Setting Price levels, Managing Price Discounts, & Establishing Price Structures., Mason : South-Western. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за обществените поръчки. |
| 2. Закон за данъка върху добавената стойност. |
| 3. Закон за защита на потребителите. |
| 4. Закон за защита на конкуренцията. |
| 5. Закон за държавните помощи. |
| 6. Закон за счетоводството. |
| 7. Международен счетоводен стандарт (МСС) № 2 Матери¬ални запаси. |
| 8. Правилник за прилагане на Закона за държавните помощи. |
| 9. Проект за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията, Народно събрание, София, 17.02.2012 г. |
| 10. 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/:

|  |
| --- |
| …………………………………  ${authors#1}(х. преп. д-р Румяна Лилова) |
| …………………………………  ${authors#2}(доц. д-р Анелия Радулова) |

Ръководител катедра:

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