

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**  
**СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТЪРГОВИЯТА“**

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

(Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ОСНОВИ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС“

ЗА СПЕЦ: „Икономика и търговия“; ОКС „БАКАЛАВЪР“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 2; СЕМЕСТЪР: 4

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 270 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 9

РАБОТЕН ЕЗИК: БЪЛГАРСКИ ЕЗИК

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>15</b>
в т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	<b>9</b>
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	<b>6</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>255</b>
в т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	<b>8</b>
• САМОПОДГОТОВКА	<b>247</b>

Изготвили програмата:

1. ....  
(проф.д-р Данчо Данчев)

2. ....  
(гл.ас.д-р Десислава Гроздева)

3. ....  
(гл.ас.д-р Юлия Христова)

Ръководител катедра: .....  
„Икономика и управление на търговията“ (доц.д-р Виолета Димитрова)

## I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина "Основи на търговския бизнес" е една от основните профилиращи дисциплини за студентите в бакалавърска степен на обучение от специалност "Икономика и търговия". Предмет на дисциплината са проблемите на търговията на макро и микро равнище във връзка със същността и еволюцията на търговията, предпоставките и условията за осъществяване на търговската дейност, вътрешния потребителски пазар, пазарно търсене и предлагане, конкуренцията, потребителско поведение, стоковите запаси, цените и търговските надбавки, приходите, разходите и рентабилността на търговските предприятия. Програмата отразява най-новите научни постижения в тази област и съответства на съдържанието на подобни учебни курсове в български и чуждестранни университети.

Изучаването на дисциплината спомага за повишаване на знанието и разбирането на основните понятия, закономерности, фактори и тенденции в развитието на търговския бизнес. Основната цел на учебната дисциплина е да осъществи логически обоснован преход от общите икономически знания към конкретните проблеми на търговския бизнес; да постави основата на специалните знания и умения на студентите, които по-нататък трябва да се развиват и усъвършенстват; да съчетае фундаментални и приложни знания чрез предлагане на концептуални и аналитични инструменти при изследване на търговската дейност.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
<b>ТЕМА 1.</b>	<b>СЪЩНОСТ И ХАРАКТЕРНИ ОСОБЕНОСТИ НА ТЪРГОВИЯТА</b> 1.1 Същност на търговията 1.2 Функции на търговията 1.3 Място и роля на търговията в обменните процеси 1.4 Значение на търговията за икономиката и обществото 1.5 Изисквания към оптималната търговска дейност
<b>ТЕМА 2.</b>	<b>ФОРМИ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ТЪРГОВИЯТА</b> 2.1 Класификационна структура на търговията 2.2 Концепции за развитието на търговските структури
<b>ТЕМА 3.</b>	<b>ПРЕДПОСТАВКИ И УСЛОВИЯ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ</b> 3.1 Обкръжаваща среда на търговския бизнес 3.2 Правна среда на търговския бизнес 3.3 Икономическа среда на търговския бизнес 3.4 Социална и демографска среда на търговския бизнес 3.5 Технологична и информационна среда на търговския бизнес

<b>ТЕМА 4.</b>	<b>ПАЗАРНИ И КОНКУРЕНТНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС</b> 4.1 Същност и класификация на пазарите 4.2 Пазарен механизъм – функции, елементи, регулиране на пазарното равновесие 4.3 Пазарно търсене – нужди, потребности и желания на потребителите, лично потребление, същност, фактори и еластичност на търсенето, парични доходи и покупателна способност на населението 4.4 Пазарно предлагане – същност, фактори и еластичност. 4.5 Конкуренцията в търговския бизнес – същност, видове, фактори
<b>ТЕМА 5.</b>	<b>ПОТРЕБИТЕЛСКО ПОВЕДЕНИЕ</b> 5.1 Микроикономически подход към потребителското поведение 5.2 Маркетингов подход към потребителското поведение
<b>ТЕМА 6.</b>	<b>СТОКОВИ ЗАПАСИ</b> 6.1 Същност, необходимост, видове и икономически релации на стоките запаси 6.2 Обращаемост на стоките запаси 6.3 Фактори и резерви за ускоряване на обращаемостта и повишаване на ефективността на стоките запаси в търговията.
<b>ТЕМА 7.</b>	<b>ЦЕНИ И НАДБАВКИ В ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС</b> 7.1 Същност и значение на цените и ценовата политика в търговската дейност 7.2 Ценообразуване в търговията – цели, фактори, методи и политики 7.3 Адаптиране на цените към пазара 7.4 Търговски надбавки – същност, съдържание и видове.
<b>ТЕМА 8.</b>	<b>ПРИХОДИ, РАЗХОДИ И РЕНТАБИЛНОСТ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС</b> 8.1 Приходи в търговията – същност, видове, фактори и показатели за измерване. 8.2 Разходи в търговията – същност, класификация, фактори и показатели за измерване. 8.3 Финансов резултат – обща характеристика, разпределение и данъчно облагане. 8.4 Рентабилност в търговията – същност, видове и показатели за измерване.

### III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ<sup>1</sup>

Профилиращата подготовка и обучение на студентите бакалаври по дисциплината "Основи на търговския бизнес" в дистанционната форма на обучение се осъществява чрез следните учебни ресурси и дейности:

- учебни ресурси:
  - Мултимедийни презентации по тематичното съдържание на дисциплината включващо теоретично представяне на темите и подтемите (основни понятия, постановки, дефиниции, модели, алгоритми, класификации и др.).
  - Файлове с казуси по отделни теми на учебното съдържание и с условия на задачи и описания на основни етапи при решаване на задачите.
  - URL връзки към електронни ресурси от интернет страници и други сайтове.
- учебни дейности:
  - Разписание за консултации: присъствени и в електронна среда (по електронна поща, форум) със студентите.
  - База данни с условия на задачи (решени и нерешени), казуси и друга учебна информация.
  - Речник с основни понятия, термини и категории по отделните теми и общо.
  - Електронни тестове с въпроси за проверка на знанията (отворени, затворени, за съпоставяне, вярно-грешно и др.).

### IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Електронни тестове със смесени въпроси	3	100
1.2.	Задание (решаване на задачи)	2	55
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>5</b>	<b>155</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (присъствен) - писмен тест със смесени въпроси	1	100
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>100</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>6</b>	<b>255</b>

### V. ЛИТЕРАТУРА

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Основи на търговския бизнес“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

<sup>1</sup> Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

2. Електронни учебни материали по дисциплината „Въведение в търговския бизнес“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.
3. Данчев, Д., Ю. Христова. Основи на търговския бизнес. Унив. изд. на ИУ-Варна, 2017.

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Данчев, Д., Д. Гроздева. Въведение в търговски бизнес. Велико Търново, Фабер, 2010.
2. Колектив. Търговия. София, Университетско издателство „Стопанство“, 2010.
3. Петрова С., С. Илийчовски, П. Кънев. Икономика на търговията. Свищов, Академично издателство "Ценов", 2012г.
4. Стоянов, М. Глобални и регионални измерения на търговията. Варна: „Наука и икономика“, 2015.
5. Данчев, Д. Технологията RFID в търговския бизнес: възможности и предизвикателства. София, Икономически изследвания, 2012, кн. 1.
6. Данчев, Д. Съвременни измерения на глобалната търговия на дребно. В сб.: Търговският и туристическият бизнес в условия на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Академично издателство „Ценов“ – Свищов, 2016.
7. Данчев, Д. Мобилната търговия – концептуална рамка и приложни проекции. В сб.: Омниканална търговия и иновации. Издателски комплекс-УНСС, София, 2016.
8. Данчев, Д. Глобалната търговия на дребно – ретроспектива и перспектива. В сб.: регионални и глобални измерения на търговията. Издателство „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, 2013
9. Данчев, Д. Информационната прозрачност в търговския бизнес. В сб.: Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката. Издателство „Наука и икономика“ при Икономически университет-Варна, 2012.
10. Сълова, Н., Д. Данчев, Ю. Христова и др. Развитие на търговията в България – състояние, проблеми и перспективи. Издателство „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, 2014.
11. Христова-Петкова, Ю. Потребителска оценка на конкурентоспособността на вносителите на нови автомобили в България. // Електронно списание „Диалог“ – СА „Д. Ценов“ - Свищов, 2013, бр. 1, стр.75-92.
12. Христова-Петкова, Ю. Конкурентни влияния върху привлекателността на автомобилния пазар в България. // Сборник с доклади от международната научна конференция „Търговията – минало, настояще и бъдеще“, УНСС - София, София: Унив. изд. „Стопанство“ 2013, стр.122 -127.
13. Христова-Петкова, Ю. Стратегическо позициониране на вносителите на нови автомобили в България. // Сборник с доклади от научна конференция на младите научни работници, ИУ – Варна, Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“, 2013, стр. 277- 286.
14. Христова-Петкова, Ю. Оценка на привлекателността на пазара на нови автомобили в България. // Сборник с доклади от международна научна конференция „Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката“, ИУ-Варна, Варна: Унив.изд. „Наука и икономика“ 2012, Том III, стр. 419-427.
15. Христова, Ю. Омниканалната търговия – източник на конкурентно предимство при продажбата на нови автомобили // Сб.докл. от международна научна конференция „Омниканална търговия и иновации“, База на УНСС – с.Равда, София: Издателски комплекс – УНСС, 2016, с. 61-68