

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: “ЦЕНООБРАЗУВАНЕ И РАЗПЛАЩАНИЯ В ТЪРГОВИЯТА”;

ЗА СПЕЦ. “Икономика и търговия “; ОКС "бакалавър"

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч., в т.ч. аудиторна 60 ч.

Брой кредити: 5

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(Доц. д-р Цв. Цветков)

2.
(гл. ас. д-р М. Душкова)

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

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Ценообразуване и разплащания в търговията” има за предмет съществено място за подготовката на специалистите с висше икономическо образование в условията на глобална икономика. В нея се разглеждат същността, функциите и принципите на цените и ценообразуването, както и ценообразуващите фактори. Представят се същността и задачите на системата на цените. Изучава се ценовата политика на фирмите, връзката на цените с финансово-кредитната система и проблемите, свързани с разплащанията в търговията, без които не би могло да се провежда ефективно търговската дейност.

Очакваните резултати от изучаването на дисциплината са: знания и разбиране за същността, значението и методите за формиране на цените и ценообразуващите фактори, провеждането на ценова политика във фирмите, връзката на цените с финансово-кредитната система, както и за начините на осъществяване на разплащанията в търговията. Получените знания и умения следва да могат да се прилагат в дискусии, казуси, тестове, задачи и др., а също в практиката като средство за повишаване на конкурентоспособността на фирмите. С изучаването на дисциплината следва да се развият възможности за разширяване на знанията и формиране на нови умения както чрез учебния процес, така и чрез самостоятелната учебно-изследователска работа.

В учебната дисциплина се използват знания и от други изучавани учебни дисциплини като: микроикономика, макроикономика, въведение във финансите, теория на счетоводството, маркетинг, основи на търговския бизнес, инвестиционна политика в търговията, логистика и др.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. Икономическа същност, функции и принципи на цените и ценообразуването. Фактори, обуславящи цените на стоките.		14	14	
1.1.	Икономическата същност на цените на стоките.			
1.2.	Функции и принципи на цените.			
1.3.	Фактори, влияещи върху формирането на цените: - фактори, които обуславят стойността на стоката; фактори, предизвикващи отклонение на цената от стойността на стоката.			
1.4.	Фирмено предприемачество и цени			
ТЕМА 2. Система на цените и видове цени		2	2	
2.1.	Същност и задачи на системата на цените в националната икономика			
2.2.	Видове цени			
2.3.	Елементи на цената. Състав и структура на цената: - състав и структура на цената на дребно на стоки местно производство; - състав и структура на цената на стоките от внос; - състав и структура на цената на стоките за износ; - състав и структура на цената на селскостопанските произведения; - състав и структура на цената на стоките в системата на ресторантьорството.			
2.4.	Равнище и динамика на цените. Индекс на потребителските цени.			
2.5.	Марж на дистрибутора и ценова решетка.			
ТЕМА 3. Методи за формиране на цените		2	2	
3.1.	Разходни методи за ценообразуване.			

3.2.	Методи за ценообразуване с отразяване на пазарните фактори: - методи с отразяване на цените на конкурентите; - методи за ценообразуване с отразяване на търсенето.			
3.3.	Адаптиране на цените към пазара..			
3.4.	Особености при ценообразуването на различните видове продукция.			
ТЕМА 4. Определяне ценовата политика на фирмата		4	4	
4.1.	Същност и съдържание на ценовата политика на фирмата.			
4.2.	Стратегия, тактика и средства на ценовата политика на фирмата.			
4.3.	Обвързване на цените с жизнения цикъл на стоките и услугите.			
4.4.	Използване на неценова конкуренция.			
ТЕМА 5. Цените и финансово-кредитната система		2	2	
5.1.	Връзка на цената с финансовата система.			
5.2.	Централизираните данъци – изразител на държавната политика за централизирано натрупване.			
5.3.	Системата на кредит – елемент на ценообразуването и финансовата политика.			
5.4.	Насоки за усъвършенстване на данъчната и кредитната система, предпоставки за оптимизиране на ценовата политика на държавата			
ТЕМА 6. Организация на търговските плащания		2	2	
6.1.	Характеристика на плащането			
6.2.	Средства на плащане			
6.3.	Форми на безналични плащания			
6.4.	Иновативни схеми за осъществяване на плащанията – технологични характеристики			
ТЕМА 7. Електронни разплащания		2	2	
7.1.	Същност и характеристика на електронните разплащания			
7.2.	Изисквания за осъществяване на електронните разплащания			
7.3.	Фактори, влияещи върху електронните разплащания			
7.4.	Системи за електронни разплащания			
ТЕМА 8. Електронни платежни инструменти		2	2	
8.1.	Същност на електронните платежни инструменти			
8.2.	Видове платежни инструменти и приложение			

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест (с отворени, затворени или смесени въпроси)	1	20
1.2.	Контролна работа (писмена по зададена тема или задача)	1	20
1.3.	Домашна работа	1	20
Общо за семестриален контрол:		3	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест) - класически писмен изпит	1	30
Общо за сесиен контрол:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		4	90

IV. ЛИТЕРАТУРА**ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Владимирова, Й. Цени и ценообразуване. [Учебник]. София: Стопанство, 2010.
2. Благоев, Б. и др. Икономика на предприятието. [Учебник]. Варна: Наука и икономика, 2010.
3. Радков, Р. и Д. Манчева. Организация и техника на търговските плащания. [Учебник]. София: Мартилен, 2012.
4. Цветков, Ц. Търговска логистика. [Учебник]. Варна: Стено, 2011.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Класова, С. Цените в системата на маркетинга. София: Стопанство, 2006.
2. Тотев, И. Разходи и ценообразуване. Свищов: Акад. изд. "Д.А. Ценов", 2003.