

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

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

(Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ЦЕНООБРАЗУВАНЕ В БИЗНЕСА С НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“  
ЗА СПЕЦ: НЕДВИЖИМИ ИМОТИ И ИНВЕСТИЦИИ; ОКС „бакалавър“ –  
дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 7

РАБОТЕН ЕЗИК: български

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	<b>6</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>195</b>
В т.ч.:	
• КОНСУЛТАЦИИ	<b>8</b>
• САМОПОДГОТОВКА	<b>187</b>

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц. д-р Петко Монов)

2. ....  
(ас. д-р Ваня Антонова)

Ръководител катедра: .....  
„Икономика и управление на строителството“ (проф. д-р Пламен Илиев)

## **I. АНОТАЦИЯ**

### **I. АНОТАЦИЯ**

*Дисциплината обхваща основни въпроси от цените, които са една от най-сложните категории на съвременната икономика. Нейното функциониране е свързано с пазара, а познаването му е необходимо условие за разбиране на ценообразуването.*

*Пазарното ценообразуване се разглежда в макро и микроплан. На макроравнище то се характеризира като процес и като механизъм. Пазарното ценообразуване на микроравнище се представя чрез неговите основни форми – фирмено и договорно.*

*Изследват се пазарните цени на недвижимите имоти, вкл. и цените на специфични продукти и услуги, свързани с тях. Дава се технологията както за еднопродуктовото ценообразуване (недвижим имот), така и за многопродуктовото ценообразуване (комплекси). Изследва се влиянието на международните цени върху бизнеса с недвижими имоти. Това е свързано с осигуряването на необходимата ценова информация, подготовката и вземането на различни ценови решения и извършването на специфични видове ценова работа по оперативното и стратегическото управление на цените на недвижимите имоти.*

*Разглежданите въпроси са предпоставка за формиране на една съвременна система от знания за пазарните цени и управленски умения по ценообразуването на недвижимите имоти, което е и целта на курса.*

*За по-пълното овладяване на знанията спомага и курсовата работа, имаща практико-приложен характер. В нея вземат участие всички студенти като при изготвянето му се включват елементи на индивидуално творчество и изследователска работа по дисциплината.*

## **II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ**

<b>№. по ред</b>	<b>НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ</b>
<b>1</b>	<b>ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ЦЕНИТЕ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО</b>
1.1	Стойностна теория за цените и ценообразуването.
1.2	Количествена теория за цените и ценообразуването.
1.3	Маржинална теория за цените и ценообразуването.
1.4	Други икономически теории за цените и ценообразуването.
1.5	Основни дефиниции за цената и ценообразуването в пазарната икономика.
<b>2</b>	<b>ТЕМА 2. ПАЗАР И ПАЗАРНО ЦЕНООБРАЗУВАНИЕ В БИЗНЕСА С НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>
2.1	Пазарът – основа на ценообразуването в бизнеса с недвижими имоти.
2.2	Макроикономическа характеристика на пазарното ценообразуване.
2.3	Особености на ценообразуването при различните типове пазари на недвижимите имоти.
2.4	Ценова и неценова конкуренция на пазара на недвижими имоти.
<b>3</b>	<b>ТЕМА 3. СИСТЕМАТА НА ЦЕНИТЕ И СЪОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ТЯХ</b>
3.1	Същност, елементи и структура на цената. Ценова решетка.
3.2	Класификация на цените на недвижимите имоти в рамките на ценовата система.
3.3	Съотношения между цените на недвижимите имоти на първичния и вторичния пазар.

3.4	Фактори, влияещи върху образуването и изменението на цените на недвижимите имоти.
<b>4</b>	<b>ТЕМА 4. ЦЕНОВА ПОЛИТИКА НА ДЪРЖАВАТА</b>
4.1	Държавно регулиране на цените – нормативна материя, инструменти и механизми
4.2	Институции, осигуряващи държавното регулиране на цените.
4.3	Цени на продукцията при обществените поръчки и публичните търгове.
4.4	Влияние на обществото и неправителствените организации върху ценовата политика на държавата.
<b>5</b>	<b>ТЕМА 5. МЕТОДОЛОГИЯ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА ФИРМИТЕ ОТ БИЗНЕСА С НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>
5.1	Подходи и методи на ценообразуване – обща характеристика.
5.2	Характеристика на основните методи на ценообразуване, използвани от фирмите в бизнеса с недвижими имоти.
5.3	Алтернативни методи на ценообразуване.
<b>6</b>	<b>ТЕМА 6. ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА ПЪРВИЧНИЯ ПАЗАР НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>
6.1	Проучването и проектирането – основа за ценообразуване в строителството.
6.2	Характеристика и особености на цените и ценообразуването в строителството.
6.3	Норми, цени и ценообразуване на основните елементи, съставляващи цената на строителна продукция с междинно потребление (строителна и монтажна работа).
6.4	Технология на образуване на цената на строителна продукция с крайно потребление.
6.5	Обвързване на цените през различните етапи и фази на жизнения цикъл на недвижимите имоти.
<b>7</b>	<b>ТЕМА 7. ФОРМИРАНЕ ЦЕНТЕ НА СПЕЦИФИЧНИ ПРОДУКТИ И УСЛУГИ, СВЪРЗАНИ С НЕДВИЖИМИТЕ ИМОТИ</b>
7.1	Цени и такси при проучването, проектирането и създаването на нови недвижими имоти.
7.5	Цени и такси при реализацията на недвижимите имоти.
7.6	Технология на формиране цените на посредническите услуги.
7.7	Технология на ценообразуване при експлоатацията на недвижимите имоти (текущ и основен ремонт).
<b>8</b>	<b>ТЕМА 8. ТЕХНОЛОГИЯ НА ЕДНОПРОДУКТОВО И МНОГОПРОДУКТОВО ЦЕНООБРАЗУВАНЕ</b>
8.1	Технология (формиране на цените) при еднопродуктово ценообразуване (недвижим имот).
8.2	Технология (формиране на цените) при многопродуктово ценообразуване (комплекси).
8.3	Цени на уникални недвижими имоти.
8.4	Използване на информационни технологии и програмни продукти при ценообразуването в бизнеса с недвижими имоти.
<b>9</b>	<b>ТЕМА 9. ЦЕНОВА ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ НА ФИРМИТЕ ОТ БИЗНЕСА С НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>
9.1	Същност, характеристика и избор на ценова политика на фирмите от бизнеса с недвижими имоти.
9.2	Избор на цели и механизъм за реализиране на ценовата политика.
9.3	Стратегическият избор и определяне на подходящите, приемливите и реално изпълнимите стратегии на фирмите от бизнеса с недвижими имоти.

9.4	Информационно осигуряване на ценовата политика и стратегия на фирмите от бизнеса с недвижими имоти.
<b>10</b>	<b>ТЕМА 10. ВЛИЯНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ЦЕНИ ВЪРХУ ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО И БИЗНЕСА С НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>
10.1	Глобалната пазарна ориентация и влиянието ѝ върху вътрешните цени на недвижимите имоти.
10.2	Вътрешни и международни цени на недвижими имоти в Европейския съюз – връзки, зависимости, различия.
10.3	Особености на ценообразуването на недвижимите имоти при реализацията им в страни извън Европейския съюз.
10.4	Договаряне на цените в строителството международна практика по UNICITRAL и FIDIC.

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

Методите за подготовка и провеждане на обучението по дисциплината „Ценообразуване в строителството“, чрез които се осъществява учебният процес в дистанционната форма на обучение включват използването на различни учебни ресурси и дейности, по-важните от които са:

- учебни ресурси – електронен учебник и/или електронно учебно помагало; мултимедийни презентации и/или видеолекция и учебен филм; набори от файлове и интернет страници и др.;
- учебни дейности – разписание за насрочване на срещи със студенти; създаване на различни бази данни за търсене на информация, за речници и уроци, форум и чат 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.	Електронен тест	1	30
1.2.	Курсова работа	1	70
-	Защита на курсова работа	1	15
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>3</b>	<b>115</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (присъствен тест с отворени и затворени въпроси)	1	80
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>80</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>4</b>	<b>195</b>

<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.

## **V. ЛИТЕРАТУРА**

### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Ценообразуване в бизнеса с недвижими имоти“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.
2. Владимирова, Й. Цени и ценообразуване. София, Унив. изд. Стопанство, 2010.
3. Нецева-Порчева, Т. Ценообразуване на база ценност: В търсене на печеливши ценови решения. София, Изд. комплекс - УНСС, 2012.
4. Монеv, П. Ценообразуване в строителството. Варна, Унив. изд. ИУ – Варна, 2002.

### **ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Гладких, И. Ценовая стратегия компании: Ориентация на потребителя. Санкт-Петербург, Высш. школа менеджмента, 2013.
2. Класова, Св. Цените в системата на маркетинга: Теория, методология, практика. София, Унив. изд. Стопанство, 2011.
3. Лабзунов, П. Управление ценами и затратами в современной экономике. Москва, Книжный мир, 2013.
4. Нецева-Порчева, Т. Теория и практика на трансферното ценообразуване. София, Унив. изд. Стопанство, 2011.
5. David Pratt. Estimating for Residential Construction. Cengage Learning, 2011.
6. Martin Brook. Estimating and Tendering for Construction Work. Routledge, 2012.