

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “Търговска логистика и мърчандайзинг”;

ЗА СПЕЦ: „Управление на продажбите и мърчандайзинг“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 10;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 180 ч.

КРЕДИТИ: 8

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 | 45 | 3 |
| • УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения) | 15 | 1 |
| ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ | 180 | - |

Изготвили програмата:

1.
(Доц. д-р Евгения Тонкова)

2.
(Проф. д-р Евгени Станимиров)

Ръководител катедра:

„Маркетинг“ (Проф. д-р Евгени Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Търговска логистика и мърчандайзинг” има за цел да подготви студентите за практическата им реализация в търговския сектор на националната икономика. В лекционния курс и семинарните занятия са включени основните тематични направления: търговска логистика – съвременни виждания, търговската логистика и маркетинг, логистични решения в търговския сектор на едро, логистични решения в търговския сектор на дребно, логистика на запасите, транспортна логистика, логистични разходи, логистични партньори, мърчандайзингови измерения, организация и контрол на мърчандайзинга, и информационно осигуряване на търговската логистика и мърчандайзинга.

Студентите магистърско обучение ще имат възможност да осъществят реални наблюдения в практиката и конкретни задания по логистични и мърчандайзингови процеси и операции в дистрибуционни канали в потребителския и индустриалния маркетинг, които ще допринесат за по-добрата им подготовка и реализация в бизнеса в сферата на дистрибуционния мениджмънт и управление на продажбите и мърчандайзинга на български и мултинационални компании.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

| №. по ред | НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ | БРОЙ ЧАСОВЕ | | |
|--|--|-------------|----------|----|
| | | Л | СУ | ЛУ |
| ТЕМА 1. Търговска логистика – съвременни виждания | | 4 | 1 | |
| 1.1 | Дефиниции и операционализации в сферата на търговската логистика | 1 | | |
| 1.2 | Значение на логистиката в процеса на създаване на потребителска стойност | | | |
| 1.3. | Търговската логистика, като фактор за конкурентно способност | 1 | | |
| 1.4 | Специфика в търговската логистика – продукт-пазари, субекти и обекти | 1 | | |
| 1.5 | Управленски и организационни аспекти на търговската логистика | 1 | | |

| | | | | |
|--|---|----------|----------|--|
| ТЕМА 2. Търговската логистика и маркетинга | | 3 | 1 | |
| 2.1 | Релация продукт - логистика | 1 | | |
| 2.2 | Релация цена - логистика | | | |
| 2.3 | Релация промоции - логистика | 1 | | |
| 2.4 | Релация канали за реализация - логистика | | | |
| 2.5 | Потребителското поведение и търговската логистика | 1 | | |
| ТЕМА 3. Логистични решения в търговския сектор на едро | | 4 | 1 | |
| 3.1 | Логистични канали и вериги | 1 | | |
| 3.2 | Дистрибуционни и разпределителни центрове | 1 | | |
| 3.3 | Складове – същност, класификации, функции | 1 | | |
| 3.4 | Складови процеси, операции, логистични модели и управление на разходите. Логистично обслужване. | 1 | | |
| ТЕМА 4. Локализационни модели в търговията на едро | | 3 | 1 | |
| 4.1 | Модели на локализиране | 1 | | |
| 4.2 | Локализацията като фактор за успех | 1 | | |
| 4.3 | Трансформации | 1 | | |
| ТЕМА 5. Логистични решения в търговския сектор на дребно | | 3 | 1 | |
| 5.1 | Логистични решения на равнище търговска верига | 1 | | |
| 5.2 | Логистични решения на ниво търговски обект. Логистично обслужване. | 1 | | |
| 5.3 | Процеси, операции и логистични модели в търговските обекти | 1 | | |
| ТЕМА 6. Логистика на запасите | | 3 | 1 | |
| 6.1 | Системи за управление на запасите | 1 | | |
| 6.2 | Определяне на оптималното количество на поръчка | 1 | | |
| 6.3 | Моделиране на запасите | 1 | | |
| ТЕМА 7. Транспортна логистика | | 3 | 1 | |
| 7.1 | Транспортни решения в търговския сектор | 1 | | |
| 7.2 | Транспортните разходи в логистичните модели | 1 | | |
| 7.3 | Фактори влияещи върху транспортната логистика | 1 | | |
| Тема 8. Логистични разходи | | 3 | 1 | |
| 8.1 | Видове разходи | 1 | | |
| 8.2 | Методи за анализ на логистичните разходи | 1 | | |
| 8.3 | Модели за оптимизиране на логистичните разходи | 1 | | |
| ТЕМА 9. Логистични партньори | | 2 | 1 | |
| 9.1 | Необходимост от логистични партньори в бизнеса | 1 | | |
| 9.2 | Разпределение на логистичните функции между страните | 1 | | |
| ТЕМА 10. Информационно осигуряване на търговската логистика | | 3 | 1 | |
| 10.1 | Източници на информация | 1 | | |
| 10.2 | Програмни продукти за управление на логистичните процеси | 1 | | |
| 10.3 | МИС и логистичните решения на фирмата | 1 | | |
| ТЕМА 11. Мърчандайзинг – многоаспектен поглед | | 4 | 1 | |
| 11.1 | Дефиниции на мърчандайзинга | 1 | | |
| 11.2 | Мърчандайзингът от позициите на производителя | 1 | | |
| 11.3 | Мърчандайзингът от позициите на посредника | 1 | | |

| | | | | |
|---|--|-----------|-----------|--|
| 11.4 | Мърчандайзингът и елементите на маркетинговия микс | 1 | | |
| ТЕМА 12. Мърчандайзинг приложения | | 5 | 2 | |
| 12.1 | Видове мърчандайзинг | 1 | | |
| 12.2 | Разполагане на продуктите | 1 | | |
| 12.3 | Представяне на продуктите | 1 | | |
| 12.4 | Мърчандайзингов аспект на продуктовете запаси | 1 | | |
| 12.5 | Други аспекти на мърчандайзинга | 1 | | |
| Тема 13. Управленски аспекти на мърчандайзинга | | 3 | 1 | |
| 13.1 | Проектиране на мърчандайзингови стандарти | 1 | | |
| 13.2 | Организационни аспекти на мърчандайзинга | 1 | | |
| 13.3 | Контрол върху мърчандайзинга | 1 | | |
| Тема 14. Ефективност на мърчандайзинговите решения | | 2 | 1 | |
| 14.1 | Определяне ефективността на мърчандайзинговите решения | 1 | | |
| 14.2 | Ефективност и разпределение на мърчандайзинговите средства | 1 | | |
| Общо: | | 45 | 15 | |

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

| №. по ред | ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА | Брой | ИАЗ ч. |
|---|---|-------------|---------------|
| 1. | Семестриален (текущ) контрол | | |
| 1.1. | Курсова работа (по предварително избрана или зададена тема) | 1 | 50 |
| 1.2. | Тест (смесени въпроси) | 1 | 30 |
| 1.3. | Писмена контролна работа по тема | 1 | 30 |
| 1.4. | | | |
| Общо за семестриален контрол: | | 3 | 110 |
| 2. | Сесиен (краен) контрол | | |
| 2.1. | Изпит (тест) | 1 | 70 |
| Общо за сесиен контрол: | | 1 | 70 |
| Общо за всички форми на контрол: | | 4 | 180 |

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. **Благоев, Б.** и колектив. Стопанска логистика, Наука и икономика, 2009
2. **Василева, Л.** и колектив. Дистрибуционна политика – физическа дистрибуция и логистика, 2002
3. **Санд, Г.** Принципи на мърчандайзинга в глобален план, София, 2005
4. **Санд, Грегъри.** Световна мърчандайзинг енциклопедия, София, 2006

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. **Аникина, Б.** Логистика. Инфра – М, Москва, 2000
2. **Гаджинский, А.** Логистика, Маркетинг, 2000
3. **Джонсън, Дж. И** колектив, Современная логистика, Вильямс, 2004
4. **Димитров, П.** и колектив, Логистиката в променящия се свят, София, 1996
5. **Димова, Н.,** Маркетингови аспекти на емоционалното пазаруване : [Монография] / Надежда Димова . - София : Унив. изд. на НБУ, 2013.
6. **Ковачева, В.** Физическа дистрибуция, Стопанство, София, 1994
7. **Стаханов, Р** и колектив, Торговая логистика, Приор, 2000
8. **Christopher, M.** Marketing Logistics. CIM, BH, 2000
9. **Christopher, M.** Logistics and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Costs and Improving Service, 1999
10. **Fawcett, P.** Logistics Management. FT Pitman, 1999
11. **Wood, D.,** Contemporary Logistics. 1999