



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
ФАКУЛТЕТ “ИКОНОМИКА НА ИНФРАСТРУКТУРАТА”
КАТЕДРА “ИКОНОМИКА НА ТЪРГОВИЯТА”

Утвърждавам:

Заместник-ректор

по учебната дейност

проф. д-р Мирослава Раковска



ПРОГРАМА
ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ
СПЕЦИАЛНОСТ „ИКОНОМИКА НА ТЪРГОВИЯТА“

1. Пазар и пазарен механизъм. Възникване, икономическа характеристика и класификация на пазарите. Обхват, елементи и функции на пазара. Пазарен механизъм, пазарен потенциал, пазарна конюнктура. Пазар и търговия.
2. Характеристика на търговията като стопанска дейност. Обособяване на търговията като специализирана стопанска дейност по покупко-продажбата на стоките. Диалектика на развитието ѝ като форма на стоково обръщение, отрасъл на стопанство, функционална стопанска дейност, дейност по добавяне на стойност.
3. Планиране и анализ на търговската дейност. Стратегическо и оперативно планиране на търговската фирма. Методология на планирането и анализа на търговската фирма. Показатели за анализиране и планиране на търговската дейност. Класификация на показателите.
4. Продажби в търговията – същност, състав, значение, закономерности. Показатели, методи и модели за планиране и анализ. Критична точка на продажбите.
5. Търговско посредничество – същност, характеристика. Същност, обща и сравнителна характеристика на основните форми на посредничество. Тенденции в развитието на търговското посредничество.
6. Търговско представителство – същност, характеристика. Видове търговско представителство. Избор на търговско представителство.
7. Мениджмънт на търговската фирма. Обкръжаваща среда на мениджмънта. Фактори на глобалната среда. Фактори на пазарната среда. Вътрешна среда – фирмена култура.

8. Управленско решение. Етапи в процеса на вземане на управленско решение. Методи за групово вземане на решение. Предимства и недостатъци на груповото вземане на решения.
9. Съдържателни мотивационни теории – приложение в търговския мениджмънт. Процесуални мотивационни теории. Теории за поддръжката. Видове власт. Мотивация на търговски екипи.
10. Маркетинг на търговската фирма – същност, цели и задачи. Концепции за същността и характеристиките на търговския продукт - нематериално-веществения континуум на търговския продукт, явни и скрити елементи, равнища на търговския продукт. Маркетингов микс в търговията.
11. Асортимента политика на търговската фирма. Стратегии за формиране на търговския асортимент. Стоков микс и стокови линии. Стокови категории – роли на стоковите категории и етапност в управлението им.
12. Маркова политика на търговската фирма. Бранд архитектура, корпоративен бранд и бранд портфолио на търговската фирма. Роля на различните марки в асортимента. Характерни особености, видове и фактори за развитие на собствените марки на търговската фирма.
13. Цени и ценообразуване – същност и роля на цените в пазарното стопанство. Фактори, влияещи върху равнището и динамиката на цените. Взаимодействие на цените с ДДС и акцизите. Елементи и структури на цените. Система на цените.
14. Методи на ценообразуване. Избор на методи за ценообразуване. Ценообразуване с отчитане на разходите. Ценообразуване с отчитане на конкуренцията. Ценообразуване с отчитане на възприетата стойност за потребителите. Ценообразуване в търговията.
15. Верига за доставка – същност, характеристика, управление. Конфигурация на веригата за доставка. Процеси във веригата за доставка – същност, характеристика, интеграция. Основни дейности във веригата за доставки.
16. Складиране и складови операции във веригата за доставки. Транспорта при управлението на веригата за доставки. Начин на транспортиране. Транспортни системи.
17. Комуникационна политика на търговската фирма – същност, елементи и особености на комуникационния микс в търговията. Интегрирани маркетингови комуникации на мястото на продажба.
18. Пазарни проучвания. Програма на пазарното проучване – същност и елементи. Методи за събиране на първична информация – класификация и обща характеристика на методите. Приложимост, предимства и недостатъци на количествените и качествените изследвания.
19. Дълготрайни материални активи – същност, структура, показатели за анализ и оценка. Амортизационна политика. Икономическа ефективност на инвестициите в дълготрайни материални активи на търговската фирма – показатели и методи за оценка.
20. Краткотрайни активи в търговията – същност, състав, структура. Икономическа ефективност на краткотрайните активи в търговията. Планиране и анализ. Кредитна политика на търговската фирма.
21. Стокови запаси – същност, видове, измерване, анализ, прогнозиране и планиране. Време и скорост на стоковото обръщение. Фактори, влияещи върху тях.
22. Брутен доход – същност и значение. Характеристика на търговските надбавки и търговските отстъпки. Планиране и анализ на brutния доход и равнището на brutния доход. Стратегически ресурсен модел.
23. Разходи на стоковото обръщение – същност и елементи. Икономически групировки. Фактори, определящи сумата, равнището и структурата на

- разходите. Планиране и анализ на разходите – показатели, методи и тяхното прилагане.
24. Печалба – икономическа същност, роля и видове печалба. Фактори, влияещи върху печалбата. Планиране и анализ на печалбата, методи и модели. Разпределение на печалбата – дивидентна политика на фирмата. Показатели, характеризиращи дивидентната политика.
 25. Рентабилност – същност, роля и измерване. Видове рентабилност. Фактори, влияещи върху рентабилността и измерване на тяхното влияние. Методи за планиране и анализ на рентабилността.
 26. Финанси и финансиране на търговската фирма – същност и значение. Източници за финансиране. Капиталова структура и цена на финансиране. Финансиране със собствен капитал. Инструменти и техники за набиране на собствен капитал.
 27. Финансиране с привлечен (замен) капитал – същност, предимства и недостатъци. Финансов лост (ливъридж) – същност, предпоставки за проявление, начин на измерване. Обща характеристика на видовете дългови инструменти за финансиране. Кредитиране на търговската фирма – източници и форми. Видове лихва и лихвени изчисления.
 28. Финансиране на краткотрайните активи на търговската фирма – източници и политики. Същност и видове оборотен капитал на ТФ. Управление на оборотния капитал и на ликвидността на ТФ.
 29. Управление на продажбите – класификации на продажбите. Теории на продаването. Адаптивно продаване. Продажбени техники.
 30. Управление на продажбите по квоти. Видове квоти. Разработване на квоти. Управление на продажбите по територии. АВС анализ на клиенти. Маршрутизация.
 31. Стартиране на търговската фирма. Разработване на бизнес план. Възможности за финансиране на търговския предприемач.
 32. Обща характеристика и класификация на организираните пазари. Сравнителна характеристика на основните представители на организираните пазари. Борсата като организиран (регулиран) пазар. Същност и предимства на борсовите пазари. Типология и класификация на борсовите пазари.
 33. Организация, участници и механизъм на борсовата търговия. Борсови сделки и стратегии – обща характеристика, класификация, цели и техники на осъществяване.
 34. Характеристика на хотелиерството и ресторантьорството като основни стопански дейности в туризма. Съдържание на хотелиерския и ресторантьорския продукт. Видове услуги и форми на обслужване в хотелиерството и ресторантьорството. Типизиране, категоризиране и лицензиране на хотелиерските и ресторантьорските заведения като пазарни субекти.
 35. Процес на концентрация, интеграция и глобализация в хотелиерството и ресторантьорството. Хотелиерски и ресторантьорски вериги – видове, състояние и развитие. Франчайзингът в хотелиерството и ресторантьорството. Възможност за интеграция и мултипликация на ефективността.
 36. Продажбен процес при лични продажби. Откриване и определяне на потенциалните клиенти. Микс на продажбеното представяне. Преодоляване на възраженията.
 37. Търговия на дребно – класификация. Признаци за класификация. Местоположение на магазина. Методи за анализ, използвани в решенията за място.
 38. Трудови ресурси. Производителност на труда в търговията – същност, измерване, фактори за нарастване. Методи за анализ и планиране.

39. Мотивация и заплащане на труда в търговията – същност, форми и системи на заплащане. Анализ и планиране на средствата за работна заплата и средната работна заплата в търговията.
40. Обслужване на клиентите на ТФ – фактори, оказващи влияние върху решенията за вида и разнообразието от предлагани услуги. Качество на търговското обслужване – основни концепции при неговата оценка.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Аврамов, В., Лидерство и мениджмънт, С., 2003 г.
2. Аврамов, В., Потребителско поведение, С., 2001 г.
3. Аврамов, В., Управление на персонала на търговската фирма, С., 2005 г.
4. Владимирова, Й., И. Николова, Икономика на търговията, ИК – УНСС, С., 2017
5. Владимирова, Й., Цени и ценообразуване, С., ИК - УНСС, 2016 г.
6. Владимирова, Й. и кол. – Търговия, С., УИ “Стопанство”, 2010 г.
7. Гълъбова, В., Ключови маркетингови фактори за успех в търговията на дребно, С., УИ “Стопанство”, 2006 г.
8. Гълъбова, В., Пазарни проучвания в търговията, С., УИ “Стопанство”, 2007 г.
9. Гълъбова, В., Маркетинг на търговската фирма, ИК – УНСС, С., 2017
10. Данчев, Д., Икономика на търговията, В., 2005 г.
11. Йончев, Цв., С. Терезова, Планиране и анализ на стопанската дейност на търговските фирми, С., 1998 г.
12. Ковачева, В., Организиран пазар и борсова търговия, С., “Тракия – М”, 2006 г.
13. Коралиев, Я., Управление на веригата за доставките, ИК – УНСС, 2020 г.
14. Костова, С., Ив. Петров, Продаване и управление на продажбите, С., 2013 г.
15. Костова, С., Ив. Петров, Търговия на дребно, С., 2010 г.
16. Костова, С., Маркетинг на търговската фирма, С., 2003 г.
17. Николова, И., Икономически индикатори на хотелиерската и ресторантьорската дейност на фирмата, С., Авангард Прима, 2010 г.
18. Николова, И., Приложение на компетентностния подход в сектор „Туризм“, сп. Икономически и социални алтернативи, бр. 4, ИК – УНСС, 2014
19. Петков, Б., Борсова търговия, С., УИ “Стопанство”, 1999 г.
20. Саливан, М. и др., Маркетинг в розничной торговле, Санкт Петербург, 2004 г.
21. Стамов, Ст., Й. Алексиева, Хотелиерство – технология, организация, мениджмънт, Пловдив, 2005 г.
22. Терезова, С., Бизнес план на търговска фирма (Финансови аспекти), С., УИ “Стопанство”, 2009 г.
23. Терезова, С., Анализ на търговската дейност, С., ИК – УНСС, 2012 г.
24. Тончев, Цв., С. Милева, Планиране развитието на туризма, С., 2006 г.
25. Хаджиниколов, Хр., Икономика на хотелиерството и ресторантьорството, С., 2003 г.
26. Чаушев, А. и колектив, Търговия на едро, С., 2002 г.
27. Янкулов, Я., Търговски мениджмънт, С., УИ “Стопанство”, 2011 г.

Ръководител катедра

„Икономика на търговията“:

(доц. д-р Бисер Петков)

