



**УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВОНО СТОПАНСТВО**  
**ФАКУЛТЕТ „ИКОНОМИКА НА ИНФРАСТРУКТУРАТА“**

**Утвърждавам: (п)**

**Заместник-ректор**

**по учебната дейност**

**проф. д-р Матилда Александрова-Бошнакова**

**ПРОГРАМА**  
**ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ**

**СПЕЦИАЛНОСТ „ИКОНОМИКА НА ТЪРГОВИЯТА“**

1. Пазар и търговия – връзки и взаимодействие. Възникване, икономическа характеристика и класификация на пазарите. Обхват, елементи и функции на пазара. Пазарен механизъм, пазарен потенциал, пазарна конюнктура.

2. Характеристика на търговията като стопанска дейност. Обособяване на търговията като специализирана стопанска дейност по покупко-продажбата на стоки и услуги. 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 — икономическа същност, състав и структура, закономерности, значение на продажбите за икономиката на страната и за икономиката на търговската фирма. Показатели, методи и модели за планиране и анализ. Критична точка на продажбите.

5. Търговско посредничество — същност на търговското посредничество, организация и законова регламентация на отделните форми на посредничество, видове посредници. Сравнителна характеристика на основните форми на посредничество.

6. Мениджмънт на търговската фирма. Обкръжаваща среда на мениджмънта. Фактори на глобалната среда. Фактори на пазарната среда. Вътрешна среда — фирмена култура.

7. Управленско решение. Етапи в процеса на вземане на управленско решение. Методи за групово взимане на решение. Предимства и недостатъци на груповото взимане на решения.

8. Съдържателни мотивационни теории — приложение в търговския мениджмънт. Процесуални мотивационни теории. Теории за поддръжката. Видове власт. Мотивация на търговски екипи.

9. 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.

10. 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.

11. 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.

12. Цени и ценообразуване — ценообразуващи фактори. Взаимодействие на цените с ДДС и акцизите. Състав и структури на цените.

13. Методи на ценообразуване с отчитане на разходите. Методи на ценообразуване с отразяване на цените на конкурентите.

14. Потребителско поведение - дефиниране. Еволюция в теорията за поведението на потребителите. Основни действия в поведението на потребителите. Потребителски роли в процеса на покупка.

15. Процес на вземане на решение при покупка - етапи в процеса на покупка при висока ангажираност. Влияние на референтните групи върху поведението на потребителите.

16. Управление на веригата за доставка — характеристика и значение на веригата за доставки. Конфигурация на веригата за доставка – граници, структурен размер, участници, връзки. Основни процеси във веригата за доставка — същност на SCOR-модела, характеристика, интеграция на процесите.

17. Комуникационна политика на търговската фирма. Цели на маркетинговата комуникация. Модел SMART. Интегрирани маркетингови комуникации на мястото на продажба. Стимулиране на продажбите в каналите за дистрибуция – специфика и видове насърчения към търговски фирми и крайни потребители. Същност и цели въздействия на рекламата, връзките с обществеността, личните продажби. Дигитални маркетингови комуникации.

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 (заеман) 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 търговската фирма. Управление на оборотния капитал и на ликвидността на търговската фирма.

29. Управление на продажбите по квоти. Видове квоти. Разработване на квоти. Управление на продажбите по територии. ABC анализ на клиенти. Маршрутизация.

30. Продажбен процес при лични продажби. Откриване и определяне на потенциалните клиенти. Микс на продажбеното представяне. Преодоляване на възраженията.

31. Представители на организираните пазари. Борсата като високоорганизиран (регулиран) пазар. Организация, участници и механизъм на борсовата търговия. Борсови сделки и стратегии — обща характеристика, класификация, цели и техники на осъществяване.

32. Характеристика на хотелиерството и ресторантьорството като стопански дейности 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.

33. Хотелиерски и ресторантьорски вериги — видове, състояние и развитие. Франчайзингът в хотелиерството и ресторантьорството. Възможност за интеграция и мултипликация на ефективността.

34. Търговия на дребно. Теории за развитието на търговските структури: колело на търговията, търговски акордеон, търговски жизнен цикъл. Търговски формати при търговията на дребно със стационарни търговски обекти – същност и разновидности. Бизнес модели в електронната търговия на дребно.

35. Човешки ресурси в търговията. Производителност на труда в търговията — същност, измерване, фактори за нарастване. Методи за анализ и планиране.

36. 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.

37. Организационно поведение: Организационна промяна и конфликт. Причини за промяна в търговските фирми. Специфични съпротиви срещу промяната. Преодоляване на съпротивата срещу промените. Същност на конфликта, причини за възникване, етапи в развитието му. Способи за разрешаване на конфликти и най-често използвани подходи от търговските мениджъри в България.

### ЛИТЕРАТУРА:

1. Владимирова, Й., И. Николова, Икономика на търговията, ИК — УНСС, С., 2017
2. Владимирова, Й., Цени и ценообразуване, С., ИК - УНСС, 2016
3. Владимирова, Й. и кол. — Търговия, С., УИ “Стопанство”, 2010
4. Гълъбова, В., Пазарни проучвания в търговията, С., УИ “Стопанство”, 2007
5. Гълъбова, В., Маркетинг на търговската фирма, ИК — УНСС, С., 2017
6. Данчев, Д., Христова, Ю. Основи на търговския бизнес, Наука и икономика, ИУ- Вн, 2017
7. Дъбева, Т., Луканова, Г., Франчайзинг в хотелиерството и ресторантьорството, Наука и икономика, ИУ-Варна, 2014
8. Каплан, Р., Д. Нортън, Балансирана система от показатели за ефективност. София. Класика и стил, 2005
9. Коралиев, Я., Управление на веригата за доставките, ИК — УНСС, 2020
10. Костова, С., Ив. Петров, Продаване и управление на продажбите, С., 2013
11. Костова, С., Ив. Петров, Търговия на дребно, С., 2010
12. Манов, В., Проектиране на целесъобразно развитие и функциониране на националните икономически системи. ИК-УНСС, 2016
13. Николова, И., Икономически индикатори на хотелиерската и ресторантьорската дейност на фирмата, С., Авангард Прима, 2010
14. Николова, И., Приложение на компетентностния подход в сектор „Туризм”, сп. Икономически и социални алтернативи, бр. 4, ИК — УНСС, 2014
15. Паунов. М., и др. Организационно поведение, Сиела, 2019
16. Петков, Б., Борсова търговия, С., УИ “Стопанство”, 1999
17. Петков, Б., Хеджиране на стоковия ценови риск, изд. Авангард Прима, София, 2012.
18. Терезова, С., Бизнес план на търговска фирма (Финансови аспекти), С., УИ “Стопанство”, 2009
19. Терезова, С., Анализ на търговската дейност, С., ИК — УНСС, 2012
20. Филипова, Т., Илийчовски, Св. Търговско представителство и посредничество, София, Комтекс, 2013
21. Янкулов, Я., Търговски мениджмънт, С., УИ “Стопанство”, 2011
22. Янкулов, Я., Личност и екипи в продажбите, И-Трейнинг, 2022
23. Атанасов, Б. Потребителско поведение в определения и задачи. ИК – УНСС, С., 2020
23. J. Barry Mason, Morris L. Mayer, Modern Retailing, Theory and Practice, Fifth Edition
24. Dimitrova, V., Digitalization and productivity of the retail sector in Bulgaria: <http://unwe-research-papers.org/bg/journalissues/article/10378>, 2021
25. Terezova, S., Retail Sales in the Condition of Covid-19: <http://unwe-research-papers.org/bg/journalissues/article/10382>, 2021

Ръководител катедра: (п)

„Икономика на търговията“: \_\_\_\_\_

(доц. д-р Силвия Терезова)