УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
Факултет "Икономика на инфраструктурата"

КАТЕДРА "ИКОНОМИКА НА ТЪРГОВИЯТА"

УТВЪРЖДАВАМ,

ЗАМ.-РЕКТОР ПО НИД: /п/
(доц. д-р Мария Воденичарова)

ИЗПИТНА ПРОГРАМА

за конкурс за докторантура в УНСС

по специалност ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

(Търговия)

Писменият изпит по специалността се състои от два модула. Провежда се в рамките на 4 астрономически часа.

ПЪРВИ МОДУЛ

Първият модул се заключава в развиване на писмена тема от изпитната програма. Критериите за оценка на развитата тема са:

- **темата да съдържа увод, теза, аргументация и изводи;**
- **в увода да е представена логическата връзка между основната тема и подтемите, да са посочени водещите изследователи по проблема и да проличава познаване на актуалните научни изследвания;**
- **тезата да съдържа: дефиниции и сравнителен анализ на сродните и различни елементи в характеристиките им, критичен обзор на водещи изследователи, актуални проекции на темата и да бъде обоснована;**
- **да е акцентирано върху фактологическата и логическата аргументация, подкрепена с подходящи примери;**
- **изводите да са направени въз основа на собствен опит или чужди изследвания.**

Тема 1. ТЪРГОВИЯ И ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ

Икономическа характеристика на търговията. Търговията като специализирана стопанска дейност по покупко-продажба на стоки, функционална дейност, дейност по създаване на ценност и добавяне на стойност за клиентите, като икономически сектор (отрасъл) на стопанството.

Класификационни структури в търговията – дескриптивен и стратегически подход.

Тенденции в развитието на търговията – традиционна, електронна (3.0), омниканална (4.0).

Тема 2. ТЪРГОВСКО ПОСРЕДНИЧЕСТВО И ПРЕДСТАВИТЕЛСТВО

Същност, видове и форми на търговското посредничество и представителство. Организация и механизъм на функциониране на формите на посредничество и представителство.

Тема 3. ОРГАНИЗИРАНИ ПАЗАРИ И БОРСОВА ТЪРГОВИЯ

Класификационна характеристика на организираните пазари. Институционална инфраструктура и регулации на борсовите пазари. Същност и организация на борсовата търговия. Системи и форми на борсова търговия. Борсови сделки. Борсови стратегии.

Тема 4. ПАЗАРНА ОРИЕНТАЦИЯ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Същност и подходи на пазарната ориентация. Индикатори за пазарна ориентация в търговията.

Изучаване на маркетинговата среда. Фактори на маркетинговата среда – актуални тенденции.

Стратегическо сегментиране. Критерии за сегментиране на организационните пазари и на пазарите на крайните потребители. Подходи и методи за сегментиране в търговията. Целеви пазар – същност, анализи и стратегии за избор на целеви пазар.

Тема 5. КЛЮЧОВИ МАРКЕТИНГОВИ ФАКТОРИ ЗА ПАЗАРЕН УСПЕХ В ТЪРГОВИЯТА

Търговски продукт – същност и концепции.

Маркетингов микс в търговията. Политики по асортимента, марките, цените, обслужването на клиентите, местоположението, мърчандайзинга и маркетинговата комуникация с пазара на търговското предприятие.

Тема 6. УПРАВЛЕНИЕ НА ВЕРИГАТА ЗА ДОСТАВКА И СТОКОВИ ЗАПАСИ

Вериги за доставка, концепция на управлението на веригите за доставка. Форми на управление. Конфигурация. Интеграция на процесите във веригата за доставка. Интеграция на веригата за доставка.

Същност и видове запаси. Запасите като обект на управление. Процес на управление на запасите. Разходи, свързани със запасите. Определяне оптималния размер на доставката. Модели за управление на запасите. Разпределение на запасите във веригите за доставка.

Тема 7. ПРОДАЖБИ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Икономическа характеристика. Място и роля на продажбите за икономиката и за търговското предприятие. Видове продажби. Етапи на процеса на персоналната

продажба. Електронни продажби. Фактори, влияещи върху продажбите. Анализ и планиране на продажбите на търговското предприятие – методи и модели. Критична точка на продажбите и граница на сигурност.

Тема 8. ПРИХОДИ И РАЗХОДИ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Същност, основни групировки. Нетни приходи от продажби на стоки и услуги. Парични приходи и разходи. Управление на нетния паричен подход. Съвременни концепции за управление на разходите на търговското предприятие. Оперативни разходи – същност и видове.

Тема 9. ПЕЧАЛБА И РЕНТАБИЛНОСТ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Същност и видове печалба. Схема на формиране на печалбата от реализация на стоки. Фактори, влияещи върху оперативната печалба. Методи за количествено измерване влиянието им. Изследване чувствителността на оперативната печалба – оперативен лост. Планиране на печалбата – методи и модели. Дивидентна политика. Рентабилност на търговското предприятие – показатели за оценка. Анализ и планиране на рентабилността.

Тема 10. РЕСУРСНА ОСИГУРЕНОСТ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Материални, финансови и трудови ресурси на търговското предприятие. Специфични характеристики на отделните видове ресурси. Показатели за оценка степента на използване и ефективността на управление на ресурсите в търговската дейност. Инвестиционна политика на търговското предприятие. Методи за оценка на инвестиционните решения.

Тема 11. УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ В ТЪРГОВИЯТА

Видове управленски решения. Етапи в процеса на вземане на управленски решения. Методи на вземане на решение. Фактори и условия, влияещи върху управленските решения. Индивидуално и групово вземане на управленско решение.

Тема 12. МОТИВАЦИЯ В ТЪРГОВИЯТА

Обща характеристика на мотивацията. Мотивационни фактори. Съдържателни и процесуални мотивационни теории. Изграждане на мотивационна система на търговското предприятие. Специфика на мотивацията на търговското предприятие.

Тема 13. ЦЕНООБРАЗУВАНЕ В ТЪРГОВИЯТА

Същност и елементи на цените. Разходите, конкуренцията и потребителите – основни детерминанти на ценообразуването в търговията. Ценови политики на търговските предприятия – същност и ценови цели. Видове ценови политики – на единни и диференцирани цени, на ценови отстъпки, на ценови линии и ценови зони. Психологично ценообразуване в търговията.

Тема 14. КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Същност, характерни особености и видове конкуренция. Държавно регулиране на конкуренцията – правно-нормативна уредба. Нелоялни търговски практики – същност и форми на проявление. Конкурентна структура на отрасъл Търговия – граници на отрасъла и модели на анализ. Конкурентни предимства – същност и класификация на конкурентните предимства. Източници на конкурентни предимства в търговските предприятия. Конкурентни стратегии.

Конкурентоспособност на търговското предприятие – същност, методи за оценка и методика за измерване и оценка на конкурентния потенциал.

ВТОРИ МОДУЛ

Вторият модул е написване на научно есе (научен текст с обоснована и аргументирана защита на теза по значим научен проблем). Критериите за оценка са:

- **есето да съдържа увод (въведение), теза, изложение (аргументация), заключение (изводи);**
- **да съществува логична последователност и свързаност между отделните структурни единици;**
- **ясно формулирана авторова теза по разглеждания проблем;**
- **да проличава научна аргументация, включваща разглеждането на различни гледни точки;**
- **съжденията в изложението да са базирани на рационални аргументи;**

- **лексиката да е свързана с основните научни термини в областта на търговията и спазване нормите на съвременния книжовен български език.**

ПРИМЕРНИ ТЕМИ НА ЕСЕТА

1. Поколение Х и поколение У – различия и сходни черти като управление и мотивация в сферата на продажбите
2. Различия в потребителското поведение на поколение У и поколение Z особености за българския пазар
3. Възможност при прилагането на изкуствен интелект (AI) за подобряване на продажбите и търговското обслужване
4. Рационални и емоционални мотиви за покупка – пречат си или се допълват
5. Електронната търговия – проявление или фактор за развитие на интелектуалния капитал в търговията
6. Корпоративна социална отговорност – принос или ограничение за устойчиво развитие на предприятията в търговията

ОЦЕНЯВАНЕ

Крайната оценка от писмения изпит се формира както следва:
- Модул 1 – 0,6
- Модул 2 – 0,4

До **устен изпит** се допускат кандидатите, получили оценка от писмения изпит не по-ниска от „много добър” (4,50).

За успешно положили изпита се считат кандидатите, които са получили средна оценка от писмения и от устния изпит не по-ниска от „много добър” (5,00).

ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Владимирова, Й., И. Николова, Икономика на търговията, ИК – УНСС, С., 2016 г.
2. Владимирова, Й., Конкуренция и конкурентоспособност на фирмите в търговията, Авангард Прима, С., 2012 г.

3. Владимирова, Й., Факторна обусловеност на ценообразуването в търговията, Авангард Прима, С., 2012 г.
4. Гълъбова, В., Маркетинг на търговската фирма, ИК – УНСС, С., 2017 г.
5. Коралиев, Я., Управление на веригата за доставки, ИК – УНСС, С., 2013 г.
6. Петков, Б., Борсова търговия, УИ „Стопанство“, С., 1999
7. Терезова, С., Анализ на търговската дейност, ИК – УНСС, С., 2012 г.
8. Терезова, С., Бизнес план на търговската фирма (Финансови аспекти), Университетско издателство „Стопанство“, С., 2011 г.
9. Терезова, С., Методи и модели за управление на стоковите категории в търговията, Авангард Прима, С., 2009 г.
10. Янкулов, Я., Търговски мениджмънт, УИ „Стопанство“, С., 2009 г.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Владимирова, Й., кол., Конкурентни предимства на търговските вериги, ИК – УНСС, С., 2012
2. Гълъбова, В., Потребителският избор в търговията на дребно, факторна обусловеност и съвременни аспекти, ИК – УНСС, С., 2017 г.
3. Илийчовски, Св., Т. Филипова, Търговско представителство и посредничество, С., Комтекс, 2013
4. Данчев, Д., Омниканална търговия и омниканални потребители, сб. доклади „Търговия 4.0 – наука, практика и образование“, изд. „Наука и икономика“, ИУ, Варна, 2018 г.; http://commerce.ue-varna.bg/bg/conference
5. Янкулов, Я., Мотивация на търговци и търговски екипи, Авангард Прима, С., 2012 г.
6. Костова, С., И. Петров, Управление на продажбите, Крисан, С., 2013 г.

Ръководител катедра

„Икономика на търговията“: /п/

(доц. д-р Силвия Терезова)