РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 3 от 26.11.2024 г. Приета от КС, Протокол № 5 от 19.11.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Търговски преговори” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-Б-351**  **Брой кредити по учебен план: (5)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-351 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.03/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **69** | **97** | **69** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 35 | 49 | 35 |
| 2.2. Академични задания | 34 | 48 | 34 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 10 | 20 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 10 | 15 | 10 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 4 | 3 | 4 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 10 | 10 | 10 |
| **Всичко:** | **125** | **125** | **125** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия** | | |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **40%** | **40%** | **40%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 40% | 40% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 0% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Изпитът по дисциплината ще се провежда под формата на тест, съдържащ въпроси от отворени затворен тип.* | **60%** | **60%** | **60%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Съвременният възглед е, че преговорите трябва да се ориентирани към клиента; чрез тях търговецът трябва да се опита да разкрие неговите потребности и да ги направи тема на дискусията. Целта на този процес е установяване на дългосрочни икономически връзки, спечелване на клиентите, установяване на гъвкав подход при воденето на търговските преговори.

**2.2. Предварителни изисквания**

Курсът по „Търговски преговори“ се основава на знания, придобити по дисциплината „Бизнес комуникации“, изучавана от студентите специалност „МИО“ в предходен семестър. Използват се и уменията на обучаемите, получени по дисциплини като „Бизнес информатика“, „Основи на маркетинга“, и „Мениджмънт“. Целта е да се доразвият комуникативните умения на студентите с сферата на търговските преговори и способностите им за изготвяне на ефективни убеждаващи презентации.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

При обучението на студентите се използват и съчетават различни традиционни и иновативни интерактивни методи на преподаване. В семинарните занятия се поставя акцент върху поставянето на студентите в активна позиция и се търсят възможности за развиване на аналитично мислене, креативност и работа в екип.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Акцент при организирането на обучението на студентите в дистанционна форма се поставя върху синхронните лекции и консултации, чрез интегрираната платформа за електронно и дистанционно обучение с отворен код Moodle. Разработени са подходящи интерактивни учебни ресурси - онлайн тестове, казуси, видео презентации, курсови задания с възможности за решаване самостоятелно или екипно.

**2.4. Очаквани резултати**

След завършване на курса по „Търговски преговори“ обучаемите ще притежават знания за:

• Характеристиките на търговеца и видовете търговци.

• Психологическите профили на различните клиенти.

• Техники и трикове за водене на преговори.

• Видовете възражения .

• Начините за приключване на преговори.

Курсът по „Търговки преговори“ ще развие компетенциите на обучаемите в области като:

• Подготовка за водене на търговски преговори.

• Овладяване на основните техники за водене на преговори.

• Овладяване на различните видове възражения.

• Приключване на преговорите в зависимост от готовността на клиента.

**III. разпространение на дисциплината**

В България

• Икономически университет – Варна

• Университет за национално и световно стопанство- София

• Русенски университет „Ангел Кънчев“- Русе

В чужбина

• The university of Adelaide, USA

• Carleton university, Canada

• Harvard university, UK

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Характеристика на съвременния търговец** | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Роли на съвременния търговец  2. Видове позиции в търговията  3. Участници във вземането на решение за покупка* |
| **Стилове на търговските преговори** | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Консултации  2. Системни преговори  3. Пазарене  4. Семинарна продажба  5. ПРИНЦИПНО ПРЕГОВАРЯНЕ* |
| **Оценка на клиента като личност** | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Характеристика на клиента  2. Приспособяване на клиента  3. Анализ на чертите на характера  4. Профили на преговарящите* |
| **Търсене на потенциален клиент** | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Списък с потенциални клиенти.  2. Търсене на лицето правомощия.  3. Опити за достъп до лицето ВР* |
| **Подготовка за търговски преговори** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Опознаване на собствената фирма  2. Техническа подготовка на преговорите  3. Организационна подготовка на преговорите* |
| **Лична среща с потенциален клиент** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Начало на срещата  2. Развиване на потребността на клиента  3. Търговско представяне  4. Методи за търговско представяне* |
| **Осигуряване на обратна връзка** | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Използване на въпроси  2. Слушане  3. Невербални сигнали* |
| **Приспособяване към клиента** | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Понятие за търговски натиск  2. Видове реакции на клиента  3. Тактическо приспособяване* |
| **Технически похвати в преговорите** | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Основни техники за откриване на преговорите  2. Трикове за психологически натиск  3. Техники за принципно преговаряне* |
| **Овладяване на възраженията** | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *1. Същност на възраженията  2. Класификация на възраженията  3. Овладяване на логическите и психологически възражения* |
| **Приключване на преговорите** | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| *1. Трудности при приключването  2. Пробно приключване  3. Същинско приключване* |
| **Бизнес етиката в търговските преговори** | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| *1. Същност на етичното поведение в бизнес преговорите  2. Място на етикета в бизнес преговорите  3. Фактори, въздействащи върху етичността в процеса на преговаряне* |
| **Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование на**  **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** | |
| **Лекции** | **Семинарни**  **занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс по Търговски преговори в Платформата за електронно и дистанционно обучение на СА Д. А. Ценов-https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=5547 |
| 2. Саркисян К., Търговски преговори, АИ Ценов, 2022 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Cellich, Cl., Jain, S. Global Business Negotiations across Borders, Practical Solutions, Business Expert Press, LLC, 2005 |
| 2. Chauri, P., Uninier, J.C. International Business Negotiations, 2nd edition, Pergamon, 2003 |
| 3. Cialdini, R. Influence Science and Practice, 5th edition, Pearson Education, Inc, 2009 |
| 4. Пийлинг, Н. Брилянтните преговори, „Амат-АХ”, 2010 |
| 5. Castleberry, S.B. Selling Building Partnership, 8th edition, McGraw-Hill Irwin, 2008 |
| 6. А. Диксит, Б.Нейлбъф Изкуството на стратегията, 2022 |
| 7. Н. Гилина, Бизнес преговори, Гея - Либрис, 2021 |
| 8. McGee, P. How to Succeed with People: Remarkably Easy Ways to Engage, Influence and Motivate Almost Anyone (Paperback), John Wiley & Sons Inc, 2024 |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**



Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (доц. д-р Карина Саркисян-Дикова) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Драгомир Илиев) |  |