РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(проф. д-р Маргарита Богданова) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 10.09.2020 г.Приета от КС, Протокол № 1 от 04.09.2020 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/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.02/2020 |

**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***

Лекции, дискусии, казуси и демонстрации

***2.3.2 Дистанционна форма***

Лекционни материали, казуси, тестове за самоподготовка в системата за дистанционно обучение.

**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 търговец2. Видове позиции в търговията3. Участници във вземането на решение за покупка* |
| **Стилове на търговските преговори** | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Консултации2. Системни преговори3. Пазарене4. Семинарна продажба5. ПРИНЦИПНО ПРЕГОВАРЯНЕ* |
| **Оценка на клиента като личност** | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Характеристика на клиента2. Приспособяване на клиента3. Анализ на чертите на характера4. 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 фирма2. Техническа подготовка на преговорите3. Организационна подготовка на преговорите* |
| **Лична среща с потенциален клиент** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Начало на срещата2. Развиване на потребността на клиента3. Търговско представяне4. Методи за търговско представяне* |
| **Осигуряване на обратна връзка** | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Използване на въпроси2. Слушане3. Невербални сигнали* |
| **Приспособяване към клиента** | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Понятие за търговски натиск2. Видове реакции на клиента3. Тактическо приспособяване* |
| **Технически похвати в преговорите** | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Основни техники за откриване на преговорите2. Трикове за психологически натиск3. Техники за принципно преговаряне* |
| **Овладяване на възраженията** | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *1. Същност на възраженията2. Класификация на възраженията3. Овладяване на логическите и психологически възражения* |
| **Приключване на преговорите** | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| *1. Трудности при приключването2. Пробно приключване3. Същинско приключване* |
| **Бизнес етиката в търговските преговори** | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| *1. Същност на етичното поведение в бизнес преговорите2. Място на етикета в бизнес преговорите3. 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: |  |  |
|  3.1   | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Пийлинг, Н. Брилянтните преговори, „Амат-АХ” |
|  2. Castleberry, S.B. Selling Building Partnership, 8th edition, McGraw-Hill Irwin |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Cellich, Cl., Jain, S. Global Business Negotiations across Borders, Practical Solutions, Business Expert Press, LLC |
|  2. Chauri, P., Uninier, J.C. International Business Negotiations, 2nd edition, Pergamon |
|  3. Cialdini, R. Influence Science and Practice, 5th edition, Pearson Education, Inc |

 **6.3. Нормативни документи**

 **6.4. Интернет ресурси**

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(доц. д-р Здравко Любенов) |  |