РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра “ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(доц. д-р Светослав Илийчовски) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 11.09.2020 г.Приета от КС, Протокол № 1 от 03.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Организация и технология на продажбите” |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КТБ-Б-310****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КТБ-Б-310 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ/РУСКИ | Версия:v.04/2020 |

**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)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 27 | 40 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 21 | 37 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**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.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 5% | 5% | 5% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 35% | 45% | 45% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Изпитът е писмен тест със затворени и отворени въпроси.* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Учебната дисциплина "Организация и технология на продажбите" е основна, теоретико-приложна, изучавана в специалност "Икономика на търговията". Нейното изучаване цели изграждането на висококвалифицирани специалисти в областта на търговския бизнес.

Необходимо е бъдещите бизнесмени добре да са запознати с техниките и методите за водене на преговори, да са усвоили основите на стратегията на преговорите. Студентите изучават и същността и технологията на сключване на търговските сделки.

Вниманието е насочено към управлението на взаимоотношенията с клиентите и стратегиите за поведение на пазара от страна на търговските предприятия. Съществена значимост се отдава на въпросите, свързани с възможността за прогнозиране на продажбите.

**2.2. Предварителни изисквания**

Дисциплината "Организация и технология на продажбите" е съобразена с получените знания по дисциплините: "Организация и технология на доставките", "Въведение в търговския бизнес”, "Икономика на търговията", "Търговско представителство и посредничество", "Борси и борсови операции" и др.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

При представяне на учебния материал се използват лекции, казуси, дискусии, индивидуални и групови проекти.

***2.3.2 Дистанционна форма***

При представяне на учебния материал се използват казуси, симулации, дискусии, демонстрации, лекции, мозъчни атаки, директни инструкции.

**2.4. Очаквани резултати**

Студентите, изучаващи дисциплината „Организация и технология на продажбите“, следва да придобият умения и успешно да сключват търговски договори, да оформят документи по сделките, да използват различни видове стратегии на пазара.

**III. разпространение на дисциплината**

1. УНСС, София

2. Икономически университет, Варна

3. University of Economics, Prague, Czech Republic

4. Cracow University of Economics, Poland

5. Wroclaw University of Economics, Poland

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема 1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПРОДАЖБИТЕ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Развитие на концепциите за продажбите2. Същност на продажбите3. Видове продажби4. Фактори, влияещи върху обема на продажбите* |
| **${temi#2}Тема 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕГОВОРИ** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *1. Обща и конкретна подготовка на търговската сделка2. Същност и технология на търговските преговори3. Техники на търговските преговори4. Тактики на преговаряне* |
| **${temi#3}Тема 3. ТЕХНОЛОГИЯ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Обща характеристика на договора за покупко-продажба2. Основни елементи на търговския договор2.1. Определяне на количеството2.2. Определяне на качеството2.3. Определяне на цената2.4. Определяне на начина на плащане2.5. Определяне на условието за доставка /франкиране/2.6. Определяне на опаковката и маркировката2.7. Уреждане на рекламации, гаранции и санкции2.8. Други условия3. Рискове при търговските сделки4. Основни документи по търговските сделки* |
| **${temi#4}Тема 4. СТРАТЕГИИ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Същност и компоненти на стратегията на продажбите2. Стратегии според активността на конкурентите3. Стратегии, в зависимост от пазарните позиции на предприятието* |
| **${temi#5}Тема 5. УПРАВЛЕНИЕ НА ВЗАИМООТНОШЕНИЯТА С КЛИЕНТИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Обща характеристика на взаимоотношенията с клиентите2. Видове клиенти и критерии за избор3. Изграждане на стратегия за управление на взаимоотношенията с клиентите* |
| **${temi#6}Тема 6. УПРАВЛЕНИЕ НА ПЕРСОНАЛА В ТЪРГОВИЯТА** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Характеристика и задачи на управлението на персонала2. Планиране и подбор на персонала3. Адаптация и мотивация на персонала4. Атестация на персонала5. Иновации при работа с персонала* |
| **${temi#7}Тема 7. МЪРЧАНДАЙЗИНГ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Особености на продажбите на крайните потребители2. Видове търговски обекти3. Характеристика и организация на мърчандайзинга 4. Формиране на мърчандайзингов асортимент и запаси5. Екстериор и интериор на търговските обекти6. Култура на обслужване* |
| **${temi#8}Тема 8. ПРОГНОЗИРАНЕ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Основни понятия при прогнозирането на продажбите2. Прогнозиране на продажбите – същност, принципи, типология и фактори. Процес на прогнозиране3. Методи за прогнозиране на продажбите4. Избор на методи за прогнозиране* |
| **${temi\_sum#1}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. Минков, В. и др. Организация и технология на продажбите, Фабер, 2015 |
|  2. Лалова, О., Дукат, Д., Машина за продажби, Евро Адвайзър, |
|  3. Банчев, П. Управление на продажбите, АИ Ценов, 2004 |
|  4. Кинг, Дж. Тайните на продажбата, Анхира, 2010 |
|  5. Гълъбов, И. Изпълнение на външнотърговски сделки, Сиела, 2003 |
|  6. Спиридонов, И. и Г. Захариева, Външнотърговски операции, АИ Ценов, 2004 |
|  7. Шугарс, Б. Ефективни продажби, СофтПрес, 2007 |
|  8. Баришева, А. Психология на успешните продажби, СофтПрес, 2007 |
|  9. Still, R. R., Cundliff, E. W., Govoni, N. A. P, Puri S. Sales and Distribution Management: Decisions, Strategies, and Cases, 2017, 6 еd. Pearson Education, 614 |
|  10. Смит К. Конверсия. Как превратить лиды в продажи, М. Альпина Паблишер, 2017 |
|  11. Голдратт, Э., Эшколи, А., Лир, Д. Б. Я так и знал! Розничная торговля и Теория ограничений, Альпина Паблишер, 2018 |
|  12. Сьюза, Д., Кристенсен, К., Фронтц, Ш. Закрыть сделку. Пять навыков для отличных результатов в продажах, М. Альпина Паблишер, 2019 |
|  13. М. Солдар. 20 самых эффективных инструментов онлайн-продаж. М., Ексмо, 2020 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Сп. Ютилитис |
|  2. Сп. Хранителна индустрия и търговия |
|  3. Сп. Регал |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Търговски закон |
|  2. Закон за защита на конкуренцията |
|  3. Закон за задълженията и договорите |
|  4. Закон за счетоводството |

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. http://training-center.bg/razrabotka-na-treningi/ |
|  2. http://www.businessballs.com/salestraining.htm |
|  3. www.salestraining.co.uk/free-stuff/ |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………${authors#1}(доц. д-р Петранка Мидова) |
|  …………………………………${authors#2}(доц. д-р Венцислав Перков) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(доц. д-р Теодора Филипова) |  |