РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра “ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(проф. д-р Любчо Варамезов) | Приета от ФС, Протокол № 4 от 26.11.2024 г.Приета от КС, Протокол № 7 от 20.11.2024 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: РУСКИ/БЪЛГАРСКИ | Версия:v.05/2024 |

**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)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 10 | 20 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 17 | 20 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 21 | 27 |
| **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, семинарни занятия, курсови разработки, проекти, казуси, делови игри, онлайн тестови и изпитни модули.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За придобиване на знания и практически умения по дисциплината се използва Платформа за дистанционно обучение с вградени иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение. Представянето на учебния материал се осъществява чрез лекции, семинарни занятия, курсови разработки, казуси и делови игри, както и онлайн тестове и изпитни модули.

**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** |
| **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* |
| **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* |
| **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* |
| **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* |
| **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* |
| **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* |
| **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* |
| **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* |
| **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, Свищов, АИ Ценов, 2021, учебен курс в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  2. Хил, Н. Изкуството на продажбата, Кибеа, София, 2022 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Гилина, Н. Бизнес преговори, Гея - Либрис, 2021 |
|  2. Гердижиков, О. Учебник по търговско право - част 2: Търговски сделки, Труд и право, София, 2022 |
|  3. Николов, А. Привличане на клиенти, Вдъхновения, 2023 |
|  4. Голева, П. и др. Неизпълнение на договора, Труд и право, София, 2023 |
|  5. Томанова, З. Договорът - практическо ръководство за търговски и граждански договори, Сиби, 2024 |
|  6. Хасън, Д. Брилянтните комуникационни умения, Амат - АХ, 2024 |
|  7. Електронно списание „Enterprise“ |
|  8. Сп. Хранителна индустрия и търговия |
|  9. 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/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(доц. д-р Петранка Мидова) |

Ръководител катедра:

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