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/ДИСТАНЦИОННА Език: 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** |
| **Тема 1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПРОДАЖБИТЕ** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Развитие на концепциите за продажбите 2. Същност на продажбите 3. Видове продажби 4. 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 сделка 2. Същност и технология на търговските преговори 3. Техники на търговските преговори 4. Тактики на преговаряне* |
| **Тема 3. ТЕХНОЛОГИЯ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| *1. Обща характеристика на договора за покупко-продажба 2. Основни елементи на търговския договор 2.1. Определяне на количеството 2.2. Определяне на качеството 2.3. Определяне на цената 2.4. Определяне на начина на плащане 2.5. Определяне на условието за доставка /франкиране/ 2.6. Определяне на опаковката и маркировката 2.7. Уреждане на рекламации, гаранции и санкции 2.8. Други условия 3. Рискове при търговските сделки 4. Основни документи по търговските сделки* |
| **Тема 4. СТРАТЕГИИ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Същност и компоненти на стратегията на продажбите 2. Стратегии според активността на конкурентите 3. 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 клиентите 2. Видове клиенти и критерии за избор 3. 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 персонала 2. Планиране и подбор на персонала 3. Адаптация и мотивация на персонала 4. Атестация на персонала 5. Иновации при работа с персонала* |
| **Тема 7. МЪРЧАНДАЙЗИНГ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Особености на продажбите на крайните потребители 2. Видове търговски обекти 3. Характеристика и организация на мърчандайзинга  4. Формиране на мърчандайзингов асортимент и запаси 5. Екстериор и интериор на търговските обекти 6. Култура на обслужване* |
| **Тема 8. ПРОГНОЗИРАНЕ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Основни понятия при прогнозирането на продажбите 2. Прогнозиране на продажбите – същност, принципи, типология и фактори. Процес на прогнозиране 3. Методи за прогнозиране на продажбите 4. 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, 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/:

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

Ръководител катедра:

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