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 № 9 от 16.06.2021 г. Приета от КС, Протокол № 12 от 03.06.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Организация и технология на продажбите” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КТБ-М-303**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КТБ-М-303 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.03/2021 |

**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 | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **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 | 41 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 20 | 47 |
| **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.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 5% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 40% | 55% | 60% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Писменият изпит е под формата на тест.* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **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***

Обучението по дисциплината обуславя използването на методи на преподаване, като: on-line лекции, on-line казуси, мозъчна атака, директни инструкции, ситуационни методи, опитни (емпирични) методи и др. За придобиване на знания и практически умения по дисциплината се използва Платформа за дистанционно обучение с вградени иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение.

**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. Практическа насоченост имат продажбите по интернет, продажбите в търговските и туристическите обекти.

**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** |
| **${temi#1}Тема 1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПРОДАЖБИТЕ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *Развитие на концепциите за продажбите. Същност на продажбите. Видове продажби. Фактори, влияещи върху обема на продажбите.* |
| **${temi#2}Тема 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕГОВОРИ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *Обща и конкретна подготовка на търговската сделка. Същност и технология на търговските преговори. Техники на търговските преговори. Тактики на преговаряне.* |
| **${temi#3}Тема 3. ТЕХНОЛОГИЯ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *Обща характеристика на договора за покупко-продажба. Основни елементи на търговския договор. Рискове при търговските сделки. Основни документи по търговските сделки.* |
| **${temi#4}Тема 4. СТРАТЕГИИ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *Същност и компоненти на стратегията на продажбите. Стратегии според активността на конкурентите. Стратегии в зависимост от пазарните позиции на предприятието.* |
| **${temi#5}Тема 5. УПРАВЛЕНИЕ НА ВЗАИМООТНОШЕНИЯТА С КЛИЕНТИТЕ** | 5 | 1 | 3 | 1 | 5 | 1 |
| *Обща характеристика на взаимоотношенията с клиентите. Видове клиенти и критерии за избор. Изграждане на стратегия за управление на взаимоотношенията с клиентите.* |
| **${temi#6}Тема 6. УПРАВЛЕНИЕ НА ПЕРСОНАЛА В ТЪРГОВИЯТА** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *Характеристика и задачи на управлението на персонала. Планиране и подбор на персонала. Адаптация и мотивация на персонала. Атестация на персонала. Иновации при работа с персонала.* |
| **${temi#7}Тема 7. МЪРЧАНДАЙЗИНГ** | 6 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 |
| *Особености на продажбите на крайните потребители. Видове търговски обекти. Характеристика и организация на мърчандайзинга. Формиране на мърчандайзингов асортимент и запаси. Екстериор и интериор на търговските обекти. Култура на обслужване.* |
| **${temi#8}Тема 8. ПРОГНОЗИРАНЕ НА ПРОДАЖБИТЕ** | 5 | 1 | 2 | 0 | 5 | 1 |
| *Основни понятия при прогнозирането на продажбите. Прогнозиране на продажбите – същност, принципи, типология и фактори. Процес на прогнозиране. Методи за прогнозиране на продажбите. Избор на методи за прогнозиране.* |
| **${temi\_sum#1}Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**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. Мидова, П. и В. Перков Организация и технология на продажбите, Фабер, 2017 |
| 2. Банчев, П. Управление на продажбите, АИ Ценов, 2014 |
| 3. Кинг, Дж. Тайните на продажбата, Анхира, 2010 |
| 4. Гълъбов, И. Изпълнение на външнотърговски сделки, Сиела, 2003 |
| 5. Спиридонов, И. и Г. Захариева, Външнотърговски операции, АИ Ценов, 2004 |
| 6. Шугарс, Б. Ефективни продажби, СофтПрес, 2007 |
| 7. Баришева, А. Психология на успешните продажби, СофтПрес, 2007 |
| 8. 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. |
| 9. Голдратт, Э., Эшколи, А., Лир, Д. Б. Я так и знал! Розничная торговля и Теория ограничений, Альпина Паблишер, |
| 10. Сьюза, Д., Кристенсен, К., Фронтц, Ш. Закрыть сделку. Пять навыков для отличных результатов в продажах, М. Альпина Паблишер, |
| 11. Смит К. Конверсия. Как превратить лиды в продажи, М. Альпина Паблишер, |
| 12. М. Солдар. 20 самых эффективных инструментов онлайн-продаж. М., Ексмо, |

**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 счетоводството |
| 3. Закон за защита на конкуренцията |
| 4. Закон за задълженията и договорите |

**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) |  |