

ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ "ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР"

ФАКУЛТЕТ „МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА И АДМИНИСТРАЦИЯ” КАТЕДРА „АДМИНИСТРАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИ НАУКИ”

УЧЕБНА ПРОГРАМА

УТВЪРЖДАВАМ,
РЪКОВОДИТЕЛ КАТЕДРА:
/доц. д-р Мария Великова/

ОПИСАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА ПО УЧЕБЕН ПЛАН

Професионално направление: 3.7. Администрация и управление	Специалност: Бизнес администрация и мениджмънт - МП “Мениджмънт и международен маркетинг”	
Образователно-квалификационна степен: <input type="checkbox"/> - бакалавър <input checked="" type="checkbox"/> - магистър	Курс: 1 Семестър: 2	Форма на обучение: <input checked="" type="checkbox"/> - редовно <input checked="" type="checkbox"/> - задочно <input checked="" type="checkbox"/> - дистанционно

Наименование на учебната дисциплина: Лични продажби	Код: MAR 3006
	Език: български
Общ хорариум: 90 аудиторна заетост <input type="text" value="30"/> извънаудиторна заетост <input type="text" value="60"/> <input type="checkbox"/> - Курсови задачи <input checked="" type="checkbox"/> - Курсови проекти <input type="checkbox"/> - Стажове и практики <input type="checkbox"/> - Други форми	Седмична заетост: 6 аудиторна заетост <input type="text" value="2"/> извънаудиторна заетост <input type="text" value="4"/> Статут на учебната дисциплина: <input type="checkbox"/> - задължителна <input checked="" type="checkbox"/> - избираема <input type="checkbox"/> - факултативна
Форма на финален контрол: изпит	ECTS кредити: <input type="text" value="3"/>
Титуляр на учебната дисциплина: Проф. д.с.н. Лоретта Петрова Парашкевова	

ОПИСАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

1. **Определение:**

1.1. Наименование на учебната дисциплина: **Лични продажби**

1.2. Код на учебната дисциплина: **MAR 3006**

2. **Описание на съдържанието на учебната дисциплина по тематични единици:**

СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ДИСЦИПЛИНА

За студентите от дистанционна форма на обучение

Съдържанието на учебната дисциплина е разпределено за 15 учебни седмици

У ч е б н а с е д м и ц а	ТЕМА	Аудиторна заетост		Извънаудиторна заетост	
		Аудиторни консултации	Синхронни консултации за ДО	Самостоятелна работа в системата за ДО	Практически задачи
1	Същност на продаването. Същност и еволюция на продаването. Видове продажбени дейности. Теории на продаването.	0	1	4	
2	Взаимодействие между купувачи и продавачи. Процес на купуване. Компоненти на поведението на купувачите. Организация на купуването. Модели и управление.	0	1	4	
3	Класификация на продажбите. Основни разлики при продажбените ситуации. Лични продажби. Лично продаване. Ролята на продавачите за бизнеса. Типове продавачи.	0	1	4	
4	Продажбен процес. Начало на продажбения процес. Проспектиране и квалифициране. Подготовка за продажба. Подготовка на посещението, свързано с продажбата. Подход към клиентите. Предлагане на продажбата. Презентация на стоките и услугите. Приключване на продажбите. Правила на приключване на продажбите. Преодоляване на възраженията. Типове приключване на продажби.	0.5	1	4	
5	Адаптивно продаване. Адаптивно продаване и процес на продажбите. Познания и адаптивно продаване. Матрица на социалния стил. Алтернативни системи за практикуване на адаптивно продаване.		1	4	

6	Продажбени тактики. Тактика «Джудо» («Следвай пътя на потребителите!», «Повтаряне движенията на потребителите»). Тактика «Кинжал» (Тактика на острието). Тактика «Лудо продаване», «Сгреши правилото!», «Луд търговец»). Тактика «Златната пуйка»	0.5	1	4	
	(«Контрол на растежа»). Тактика «Кунг-фу» («Самозащита»). Тактика «Камикадзе» («Самоубийството в продаването»).				
7	Продажбени техники. Техники при подготовка на продажбите. Техники при осъществяване на продажбите. Техники, прилагани при приключване на продажбите.	1	1	4	
8	Управление на продажбите. Ролята на мениджъра по продажбите. Управление на персонала по продажбите.	1	1	4	
9	Прогнозиране на продажбите. Методи за прогнозиране. Метод на очакванията на потребителите. Метод на прогнозиране чрез продавачите. Метод на прогнозиране чрез ръководителите. Делфи техника. Пазарен тест. Избор на метод за прогнозиране.	1	2	4	
10	Квотиране на продажбите. Поставяне на цели при продажбите. Предназначение на квотите. Видове квоти. Обемни квоти - по обем и стойност на продажбите. Бюджетни квоти. Квоти по дейности. Комбинирани квоти. Разработване на квотата. Управление на квотите.	1	2	4	
11	Управление на териториите. Причини за установяване на търговски територии. Процедура по разделяне на териториите. Проектиране на териториите. Управление на териториите.	1	2	4	
12	Организация на продажбите. Принципи на организацията. Типове организационна структура на продажбите.	1	2	4	
13	Оценка и контрол върху изпълнението на продажбите в туризма. Оценка на индивидуалното представяне. Контрол върху продажбите.	1	2	4	
14	Усъвършенстване ефективността на продажбите. Ефективност и ефикасност на продажбите. Анализ на продажбените дейности.	1	2	4	
15	Етика при продажбите.	0	1	2	
	Общо (аудиторна/извънаудиторна заетост)	9/21=30ч.		60 ч.	

За студентите от редовна и задочна форма на обучение

А. ЛЕКЦИИ

№	ТЕМА	Часа
1	Същност на продаването. Същност и еволюция на продаването. Видове продажбени дейности. Теории на продаването.	2
2	Взаимодействие между купувачи и продавачи. Процес на купуване. Компоненти на поведението на купувачите. Организация на купуването. Модели и управление.	2

3	Класификация на продажбите. Основни разлики при продажбените ситуации. Лични продажби. Лично продаване. Ролята на продавачите за бизнеса. Типове продавачи.	2
4	Продажбен процес. Начало на продажбения процес. Проспектиране и квалифициране. Подготовка за продажба. Подготовка на посещението, свързано с продажбата. Подход към клиентите. Предлагане на продажбата. Презентация на стоките и услугите. Приключване на продажбите. Правила на приключване на продажбите. Преодоляване на възраженията. Типове приключване на продажби.	2
5	Адаптивно продаване. Адаптивно продаване и процес на продажбите. Познания и адаптивно продаване. Матрица на социалния стил. Алтернативни системи за практикуване на адаптивно продаване.	2
6	Продажбени тактики. Тактика «Джудо» («Следвай пътя на потребителите!», «Повтаряне движенията на потребителите»). Тактика «Кинжал» (Тактика на острието). Тактика «Лудо продаване», «Сгреси правилото!», «Луд търговец»). Тактика «Златната пуйка» («Контрол на растежа»). Тактика «Кунг-фу» («Самозащита»). Тактика «Камикадзе» («Самоубийството в продаването»).	2
7	Продажбени техники. Техники при подготовка на продажбите. Техники при осъществяване на продажбите. Техники, прилагани при приключване на продажбите.	2
8.	Управление на продажбите. Ролята на мениджъра по продажбите. Управление на персонала по продажбите.	2
9.	Прогнозиране на продажбите. Методи за прогнозиране. Метод на очакванията на потребителите. Метод на прогнозиране чрез продавачите. Метод на прогнозиране чрез ръководителите. Делфи техника. Пазарен тест. Избор на метод за прогнозиране.	2
10.	Квотиране на продажбите. Поставяне на цели при продажбите. Предназначение на квотите. Видове квоти. Обемни квоти - по обем и стойност на продажбите. Бюджетни квоти. Квоти по дейности. Комбинирани квоти. Разработване на квотата. Управление на квотите.	2
11.	Управление на териториите. Причини за установяване на търговски територии. Процедура по разделяне на териториите. Проектиране на териториите. Управление на териториите.	2
12.	Организация на продажбите. Принципи на организацията. Типове организационна структура на продажбите.	2
13.	Оценка и контрол върху изпълнението на продажбите в туризма. Оценка на индивидуалното представяне. Контрол върху продажбите.	2
14.	Усъвършенстване ефективността на продажбите. Ефективност и ефикасност на продажбите. Анализ на продажбените дейности.	2
15	Етика при продажбите.	
	Общо	30

3. Ниво:

3.1. Предпоставки

От студентите се очаква да притежават знания по икономика и управление в туризма, маркетинг и реклама.

3.2. Цели и задачи

Целта на курса е не само овладяването на определени теоретични концепции, факти и дефиниции, а и изграждането на маркетингов подход към продажбите. Студентите следва да овладеят инструментариум, техника на мисленето, която да позволи на завършилите да правят правилни заключения за изучаване на начините на обслужване на потребителите

3.3. Библиография:

Основна литература:

1. **Димитрова, В.** Управление на продажбите, 2011, Наука и икономика.
2. **Йозиолдаш, С.** Учебник по управление на продажбите, 2009, Унив. изд. "Св. Св. Кирил и Методий".
3. **Костова, С.** Продаване и управление на продажбите : [Учебник за студ.] / Септемврина Костова, Иван Петров . - София : Тракия-М, 2002 .
Учебниците съдържат теоретичните основи на курса, които са достатъчно пълно, достъпно и добре систематизирани.

Допълнителна литература:

1. **Дункан, Д.** Прямой маркетинг : Практическое пособие / Джордж Дункан . - Москва : Проспект, 2006 .
2. **Бандлър, Р.** Убеждаване и въздействие : Търговски и бизнес език и поведение / Ричард Бандлър, Джон Ла Вал ; Под ред. на Лора Бръмбарова ; Прев. Явор Арнаудов . - София : НЛП България, 2011 .
3. **Беквит, Г.** Продавая незримое : Руководство по современному маркетингу услуг / Гарри Беквит . - 3. изд. . - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006 .
4. **Джоунз, Г.** Торговый бизнес : как организовать и управлять / Гари Джоунз . - Москва : ИНФРА-М, 1996 . -
5. **Гитомър, Д.** Библия на продаването, 2010, Изток-Запад, 428 с.
6. **Йозиолдаш, С.** Учебник по управление на продажбите, 2009, Унив. изд. "Св. Св. Кирил и Методий".
7. **Кинг, Д.** Тайните на продажбата, 2010, Анхира, 302 с.
8. **Котлър, Ф.** Латерален маркетинг, 2007, Locus Pub.
9. **Каменов, К.** Насърчаване на продажбите : 10 изпитани техники в маркетинга / Камен Каменов. София : Кода Системс, 1999 .
10. **Куиг, Б., Б. Виснер** Как продават правилно! Санкт-Петербург, Изд. дом "Нева", 2004.
11. **Норка, Д.** Управление на отдел продажби, 2006, СофтПрес
12. **Минков, В.** Организация и технология на продажбите, 2009
13. **Прайснер, А.** Мениджмънт на клиентите, 2011, Еастра Холдинг Груп
14. **Димитрова, В.** Управление на продажбите, 2011, Наука и икономика.
15. **Брадли, Дж.** Ефективни продажби, 2006, СофтПрес.
16. **Андерсън, К.** Дългата опашка : Защо бъдещето на бизнеса е в продаването по малко от повече / Крис Андерсън . - София : Изток-Запад, 2009 .
17. **Гитомър, Д.** Библия на продаването : 10,5 повели за успешни продажби / Джефри Гитомър ; Прев. от англ. Светла Христова . - София : Изток-Запад, 2010 .
18. **Костова, С.** Продаване и управление на продажбите : [Учебник за студ.] / Септемврина Костова, Иван Петров . - София : Тракия-М, 2002 .
19. **Пийлинг, Н.** Брилянтните преговори : Онова, което знаят, правят и казват най-добрите преговарящи / Ник Пийлинг . - София : Ахат-АХ, 2008 .

4. Преподавателски състав:

Проф. д.с.н. Лоретта Петрова Парашкевова

5. Методи на преподаване и усвояване на материята:

Концепцията на обучението по дисциплината „Лични продажби” се основава на идеята, че след изясняване на основните теми, е необходимо студентите да подготвят самостоятелно изследване и научно есе. Изисквания курсов проект (изследване по проблем от дисциплината), както и есето доказват възможността за прилагане в практиката на усвоения теоретичен материал.

5.1. Лекции (2 часа на седмица, 15 седмици).

В лекциите се представят основните принципи, подходи, методи, тактики и техники в продажбите.

5.2. Консултации (конвенционални форми или условия за индивидуални консултации) – 2 часа на седмица, 15 седмици.

5.3. Групови семинари и работни срещи – не.

5.4. Лабораторна работа – не.

5.5. Проекти и изследователска работа:

Самостоятелната работа е неотменима част от общия учебен процес. Тя предполага не само запознаването с материала и неговото усвояване, но и разработването на курсов проект.

5.6. Друга практическа работа – не.

5.7. Методи за неприсъствено обучение – не.

5.8. Други методи – не.

6. Оценяване:

6.1. Писмени и устни изпити

Изпитът се провежда под формата на тест. Той включва отворени въпроси, тестови въпроси и казус. За успешно полагане на изпита се изисква най-малко половината от максималния брой точки, който може да бъде набран от теста.

Допуска се и устен изпит за формиране на окончателната оценка.

6.1.1. Конспект

1. Същност и еволюция на продаването. Видове продажбени дейности. Теории на продаването.

2. Процес на купуване.

3. Компоненти на поведението на купувачите.

4. Организация на купуването.

5. Модели и управление.

6. Ролята на продавачите за бизнеса. Типове продавачи.

7. Начало на продажбения процес. Проспектиране и квалифициране.

8. Подготовка за продажба. Подготовка на посещението, свързано с продажбата.

Подход към клиентите. Презентация на стоките и услугите.

9. Приключване на продажбите. Правила на приключване на продажбите.

Преодоляване на възраженията. Типове приключване на продажби.

10. Адаптивно продаване и процес на продажбите. Познания и адаптивно продаване.

11. Матрица на социалния стил. Алтернативни системи за практикуване на адаптивно продаване.

12. Продажбени тактики. Тактика «Джудо» («Следвай пътя на потребителите!», «Повтаряне движенията на потребителите»). Тактика «Кинжал» (Тактика на острието).

13. Продажбени тактики в туризма. Тактика «Лудо продаване». «Стреши правилото!», «Луд търговец»).
14. Продажбени тактики. Тактика «Златната пуйка» («Контрол на растежа»). Тактика «Кунг-фу» («Самозащита»). Тактика «Камикадзе» («Самоубийството в продаването»).
15. Продажбени техники в туризма. Техники при подготовка на продажбите. Техники при осъществяване на продажбите. Техники, прилагани при приключване на продажбите.
16. Управление на продажбите. Ролята на мениджъра по продажбите.
17. Управление на персонала по продажбите.
18. Прогнозиране на продажбите. Методи за прогнозиране. Метод на очакванията на потребителите.
19. Метод на прогнозиране чрез продавачите. Метод на прогнозиране чрез ръководителите.
20. Прогнозиране на продажбите. Делфи техника. Пазарен тест.
21. Квотиране на продажбите. Поставяне на цели при продажбите. Предназначение на квотите.
22. Видове квоти. Обемни квоти – по обем и стойност на продажбите. Бюджетни квоти. Квоти по дейности. Комбинирани квоти. Разработване на квотата. Управление на квотите.
23. Управление на териториите. Причини за установяване на търговски територии. Процедура по разделяне на териториите. Проектиране на териториите. Управление на територии.
24. Организация на продажбите. Принципи на организацията.
25. Типове организационна структура на продажбите
26. Оценка и контрол върху изпълнението на продажбите.
27. Усъвършенстване ефективността на продажбите. Ефективност и ефикасност на продажбите. Анализ на продажбените дейности.

6.2. Есета – по теоретична тематика. Целта е студентите да се запознаят с различни източници на информация, както и да придобият умения за работа с научна литература. Темата на есето се уточнява индивидуално, в зависимост от интересите на студента.

Примерни теми за есе:

1. Възникване на маркетинга.
163544040. Маркетинг и продажби.
163544041. Взаимодействие между купувачи и продавачи.
163544042. Продажбен процес.
163544043. Продажбени тактики.
163544044. Продажбени техники.
163544045. Модел на поведение на потребителя при покупка.
163544046. Управление на продажбите.
163544047. Прогнозиране на продажбите.
163544048. Организация на продажбите.

Есето се разработва според **изискванията, показани по-долу.**

- Участие в екип, който е представил всички разработени теоретични и практически задачи. Активност в дискусиите.
- Защита на **курсов проект** (индивидуално). За защита се допускат само **курсови проекти**, отговарящи на предварително зададените критерии.
- Текуща оценка минимум „добър”.

Студентите се информират за текущите оценки по време на лекциите и семинарните занятия (за студенти редовна и задочна форма на обучение). Крайната оценка се съобщава по време на изпита. Тя се въвежда и в сайта на ВСУ в „Студентски статус” (<https://student.vfu.bg:8443/index.jsp>). Студентът може да се обърне към преподавателя и по e-mail lparashkevo va@gmail.com.

Оценката по дисциплината се изписва по българския стандарт и по стандартите на European Credit Transfer System (ECTS).

8. Речник: Маркетинг; маркетингови концепции; маркетингов микс; продукт; маркетингова информационна система; маркетингово проучване; канали за дистрибуция; реклама; лични продажби.

Разработил програмата,

проф. д.с.н. Лоретта Парашкевова

Учебната програма е приета на заседание на катедра „Администрация, управление и политически науки“ с протокол № 3/25.10.2017 година.