

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА СТРОИТЕЛСТВОТО“**

---

---

Приета от ФС (протокол №/ дата): №9/ 23.04.2020 г.

Приета от КС (протокол №/ дата): №6/ 25.02.2020 г.

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Декан:**

(доц. д-р Денка Златева)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

**ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“;**

**ЗА СПЕЦ: „Недвижими имоти и инвестиции“; ОКС „бакалавър“**

**КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5;**

**ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.**

**КРЕДИТИ: 6**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1. ....

(доц. д-р Тодор Райчев)

2. ....

(гл. ас. д-р Анна Господинова)

Ръководител катедра: .....

„Икономика и управление на строителството“ (доц. д-р Божидар Чапаров)

## I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Управление на продажбите на недвижими имоти“ обхваща основните въпроси от управлението на продажбите, които са специфични и приложими за недвижимите имоти. Акцента е върху тях, тъй като продажбите са най-късият път до успеха в бизнеса. Темите не влизат в противоречие с маркетинга на недвижимите имоти, тъй като са част от него и същевременно взаимно го допълват и са с голяма практическа насоченост.

Основната цел на курса е да формира такава компетентност в теоретичен и практически план, която е необходима на студентите, за да се реализират като специалисти в областта на управлението на продажбите на недвижими имоти, а в по-широк контекст и като бизнесмени и управители на фирми (производители и посредници) за недвижими имоти.

Материалът, определен от целта и задачите на дисциплината, се изнася пред студентите като постоянно се актуализира съгласно изискванията, особеностите и проблемите на пазарно стопанство, измененията и допълненията на нормативната материя в областта на недвижимите имоти.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ВЪПРОСИ НА ПРОДАВАНЕТО НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
1.1	Теория на реализацията (продажбите) – макроикономическа характеристика			
1.2	Потребности и потребление на недвижими имоти			
1.3	Условия и предпоставки за реализацията на недвижимите имоти			
1.4	Връзка и взаимозависимост между “продаване” и “маркетинг” на недвижимите имоти			
<b>ТЕМА 2. УПРАВЛЕНСКИ И ИКОНОМИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
2.1	Същност и характеристика на процеса на управление на продажбите на недвижими имоти			
2.2	Възможности за управление и регулиране на продажбените сили			
2.3	Икономически аспекти на управлението на продажбите на недвижими имоти			
2.4	Ефективност на управлението на продажбите на недвижими имоти			
<b>ТЕМА 3. КЛАСИФИКАЦИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
3.1	Сделки с недвижими имоти – същност и характеристика			
3.2	Класификация на продажбите на недвижими имоти – общи постановки			
3.3	Директни продажби на недвижими имоти			
3.4	Продажби на недвижими имоти чрез посредници			
3.5	Продажби на недвижими имоти на лизинг			
<b>ТЕМА 4. ИНФОРМАЦИОННО ОСИГУРЯВАНЕ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
4.1	Информационни потребности и информационно осигуряване продажбите на недвижими имоти – същностна характеристика			

4.2	Проучване на пазара, анализ, обработка и подготовка на информацията и вземане на управленски решения по продажбите на недвижими имоти			
4.3	Прогнозиране на потребностите			
4.4	Структура и изграждане на информационна система по управление продажбите на недвижимите имоти			
<b>ТЕМА 5. ПАЗАР И ПАЗАРНО ПОВЕДЕНИЕ НА УЧАСТНИЦИТЕ В ПРОДАЖБЕНИЯ ПРОЦЕС</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
5.1	Същност и съдържание на понятието пазар на недвижими имоти			
5.2	Класификация и характеристика на пазарите на недвижими имоти			
5.3	Потребителско, инвестиционно (за производството) и институционално (за държавното управление и неправителствените институции) търсене на недвижими имоти			
5.4	Характеристика на участниците в продажбения процес. Анализ на потребителите и модели на потребителско поведение			
5.5	Фактори, влияещи върху процеса на вземането на решение			
<b>ТЕМА 6. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
6.1	Структура и видове			
6.2	Организация и технология на продажбите на недвижими имоти за лично потребление			
6.3	Организация и технология на продажбите на недвижими имоти с инвестиционно предназначение			
6.4	Организация и технология на продажбите на недвижими имоти за целите на държавното управление			
6.5	Организация и технология на продажбите на недвижими имоти за недържавни институции и организации			
6.6	Услуги, съпътстващи реализацията (продажбата)			
<b>ТЕМА 7. ПРОДАЖБЕНИ ТЕХНИКИ ПРИ НЕДВИЖИМИТЕ ИМОТИ – СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ</b>				
7.1	Техники при подготовката на продажбите на недвижими имоти	<b>3</b>	<b>3</b>	
7.2	Техники при осъществяване на продажбите на недвижими имоти			
7.3	Техники при приключване на продажбите на недвижими имоти			
7.4	Оценка на използваните на продажбените техники			
7.5	Новости и тенденции при продажбите на недвижими имоти			
<b>ТЕМА 8. ОЦЕНКА И КОНТРОЛ ВЪРХУ ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
8.1	Контролът в управлението на продажбите			
8.2	Институционален и фирмен контрол върху продажбите на недвижими имоти			
8.3	Методи за оценка на дейностите			
8.4	Оценка на индивидуалното представяне			
8.5	Изисквания за ефективен контролен процес			
<b>ТЕМА 9. СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
9.1	Определяне целите на фирмата			
9.2	Анализ на възможностите и ресурсите			
9.3	Разработване и избор на конкурентни продажбени стратегии			
9.4	Планиране продажбите на недвижими имоти			
<b>ТЕМА 10. ЕТИКА И СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ ПРИ ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	

10.1	Етиката в продажбите на недвижимите имоти – същностна характеристика			
10.2	Етични принципи и модели на управленски решения в продажбите на недвижими имоти			
10.3	Разработване и внедряване на механизми за контрол върху неетичното поведение			
10.4	Социална отговорност – същност и влияние върху бизнеса с недвижими имоти			
<b>ОБЩО:</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№ по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Самостоятелна или екипна работа по предварително поставени задачи	1	45
1.2.	Тест	1	10
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>2</b>	<b>55</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тест)	1	65
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>65</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>3</b>	<b>120</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Банчев, П. Управление на продажбите. Свищов: Акад. изд. „Ценов“, 2004.
2. Йозиолдаш, С. Управление на продажбите, София: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2009.
3. Маринова, Б. Сделките с имоти – права и отговорности. София: Сиби, 2009.

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Аллен, П. и др. Продажи. Пер. с англ., СПб: ПИТЕР, 2003 .
2. Ардемасов, Е.Б., Горбунов, А.А., Песоцкая, Е.В. Маркетинг в управлении недвижимостью. СПб.: ИСЭП РАН, 1997.
3. Асаул, А.Н. Экономика недвижимости, СПб.: Питер, 2004.
4. Георгиев, Л. Эффективни продажби. Търговски техники. София: Мартилен, 2014.
5. Горемыкин, В.А. Экономика недвижимости. Москва, Издательско-торговая корпорация „Дашков и К“, 2003.
6. Калачева, С.А. Сделки с недвижимостью, Москва, Изд. „Книга сервис“, 2005.
7. Князев, А.Г., Николаев Ю.Н. Сделки с недвижимостью. Изд. „Эксмо“, 2004.
8. Норка, Д.И. Управление на отдел Продажби: Стратегии и тактики за успех в примери. София: СофтПрес, 2007.
9. Пандов, К. Ръководство за начинаещи брокери. София: Световна библиотека, 2016.

10. Тръмп, Д., Шварц. Изкуството на сделката. София: Хермес, 2017.
11. Шабалин, В.Г. Сделки с недвижимостью на первичном и вторичном рынке, Изд. „Филинь“, 2004.