

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „БИЗНЕС, ИНВЕСТИЦИИ, НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“

Приета от ФС протокол № 11/ 25.04.2024 г.

Приета от КС протокол № 11/ 16.04.2024 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“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7

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 Б. Чапаров)
2.
(доц. д-р А. Господинова)
3.
(ас. Явор Николов)

Ръководител катедра:

„Бизнес, инвестиции, недвижими имоти“ (доц. д-р Тодор Райчев)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Управление на продажбите на недвижими имоти“ обхваща основните въпроси от управлението на продажбите, които са специфични и приложими за недвижимите имоти. Основна цел на учебната дисциплина е да се даде възможност на студентите от бакалавърска степен на специалност „Недвижими имоти и инвестиции“ да усвоят знания и умения в областта на продажбите на недвижимите имоти. 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. По време на упражненията по дисциплината се разглеждат казуси и задачи, свързани с процеса по реализиране на сделки на пазара на недвижимите имоти. Във връзка с учебния процес по дисциплината се канят гост-лектори от практиката и/или се посещават агенции за недвижими имоти, обекти на недвижимата собственост и конференции.

Дисциплината „Управление на продажбите на недвижими имоти“ съдейства за формиране на следните ключови компетентности, съгласно препоръката на Съвета на Европейския съюз (ЕС) от 22 май 2018 г.:

- цифрова – група 4, способност за уверено, критично и отговорно ползване и ангажираност с цифровите технологии за учене, на работното място и в обществото (информационна грамотност, грамотност по отношение на данните, общуване и сътрудничество, създаване на цифрово съдържание и др.);

- личностна – група 5, способност на личността да разсъждава за собствената си същност и поведение, да управлява ефективно времето и информацията, да работи в конструктивен диалог с други, да управлява собственото си обучение и кариера, да запазва физическа и психическа устойчивост;

- предприемаческа – група 7, развитие на стратегическо мислене, способност за решаване на проблеми, анализ на ключови икономически показатели, избор на форми на организация на бизнеса, управление на ресурсите и разходите за осъществяване на бизнес, изграждане на умения за самостоятелна и екипна работа.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ВЪПРОСИ НА ПРОДАВАНЕТО НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ		3	3	
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			
ТЕМА 2. УПРАВЛЕНСКИ И ИКОНОМИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ		3	3	

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			
ТЕМА 3. КЛАСИФИКАЦИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ		3	3	
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			
ТЕМА 4. ИНФОРМАЦИОННО ОСИГУРЯВАНЕ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ		3	3	
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			
ТЕМА 5. ПАЗАР И ПАЗАРНО ПОВЕДЕНИЕ НА УЧАСТНИЦИТЕ В ПРОДАЖБЕНИЯ ПРОЦЕС		3	3	
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			
ТЕМА 6. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ		3	3	
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)			
ТЕМА 7. ПРОДАЖБЕНИ ТЕХНИКИ ПРИ НЕДВИЖИМИТЕ ИМОТИ – СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ				
7.1	Техники при подготовката на продажбите на недвижими имоти	3	3	

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			
ТЕМА 8. ОЦЕНКА И КОНТРОЛ ВЪРХУ ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ		3	3	
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			
ТЕМА 9. СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ		3	3	
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			
ТЕМА 10. ЕТИКА И СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ ПРИ ПРОДАЖБИТЕ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ		3	3	
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			
ОБЩО:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Тест	1	30
1.2.	Самостоятелна работа	2	30
Общо за семестриалното оценяване:		3	60
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	60
Общо за сесийното оценяване:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		4	120

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 г.
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. М., Издательско-торговая корпорация „Дашков и К”, 2003.
6. Калачева, С.А. Сделки с недвижимостью, 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.