

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол №/ дата):

Декан:

(проф. д-р С. Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ПРОДАЖБЕНО ПОВЕДЕНИЕ”;

ЗА СПЕЦ: „Управление на продажбите и мърчандайзинг“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5- за СС и СНУ; 6 – за ДНДО; СЕМЕСТЪР: 9 – за СС и СНУ; 11 – за ДНДО

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 8

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 | 180 | - |

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева)
2.
(Х. Николов)

Ръководител катедра:
„Маркетинг“ (проф. д-р Е. Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината има за цел да допълни знанията и уменията студентите-магистри при справянето в практическите ситуации на продажбите. Акцентите са поставени върху особеностите на продажбеното общуване във всеки един от етапите. Дисциплината е изцяло практически ориентирана. Включени са въпроси за особеностите на поведението на продавачи и купувачи, важните моменти от процеса на разбиране между хората, особеностите на езика на тялото, невербалните комуникации, воденето на преговори, справянето в конфликтни ситуации, справяне със стрес.

След приключване на курса на обучение студентите ще могат да:

- разпознават различните типове личности и да предлагат адекватно поведение в процеса на продажба;
- изграждат ясна структура на цялостния продажбен процес;
- фокусират вниманието на клиентите и да изграждат доверие;
- изграждат успешни комуникации в процеса на продажба и продажбени преговори;
- разрешават конфликтни ситуации;
- прилагат антистрес техники;

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

| No. по ред | НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ | БРОЙ ЧАСОВЕ | | |
|--|---|-------------|----------|----|
| | | Л | СУ | ЛУ |
| ТЕМА 1. Особености на продажбеното общуване | | 2 | 2 | |
| 1.1 | Продаването като комуникационен процес | | | |
| 1.2 | Ключови предпоставки за успешно продажбено общуване | | | |
| 1.3 | Основни подходи в продажбеното общуване | | | |
| ТЕМА 2. Разпознаване на основни типове темперамент и типове личности в процеса на продаване | | 4 | 4 | |
| 1.1 | Основни типове темперамент | | | |
| 1.2 | Типологичен индикатор Майерс - Брикс | | | |
| 1.3 | Приложение в работата на търговеца | | | |
| ТЕМА 3. Как да използваме езика на тялото в продажбите? | | 4 | 4 | |
| 2.1 | Какво представлява езикът на тялото? | | | |
| 2.2 | Как се разбират хората? | | | |
| 2.3 | Съвременни техники за разпознаване на заблудата и лъжата. | | | |
| 2.4 | Техники за фокусиране на вниманието. | | | |
| ТЕМА 4. Изграждане на убедителност и доверие в продажбеното поведение | | 4 | 4 | |
| 4.1 | Използване невербалните комуникации в продаването | | | |
| 4.2 | Изкуството да убеждаваме | | | |
| 4.3 | Къде е границата на агресивното продажбено поведение? | | | |
| ТЕМА 5. Справяне с конфликтни ситуации в продажбите | | 3 | 3 | |
| 5.1 | Причини за конфликти и в идове конфликтни ситуации в продажбите | | | |
| 5.2 | Продажбено поведение при конфликти | | | |
| 5.3 | Фази при справяне с конфликти в продажбите | | | |

| | | | | |
|--|--|-----------|-----------|--|
| ТЕМА 6. Справяне със стресови ситуации в продажбите | | 3 | 3 | |
| 6.1 | Стресови ситуации и причини за стрес | | | |
| 6.2 | Синдромът „Бърнаут“ и неговата роля в продажбеното поведение | | | |
| 6.3 | Разпознаване на симптомите на стрес | | | |
| 6.4 | Техники и упражнения за преодоляване на стреса | | | |
| ТЕМА 7. Подготовка на продажбеното представяне | | 2 | 2 | |
| 6.1 | Откриване на потенциални клиенти | | | |
| 6.2 | Методи за достигане до потенциални клиенти | | | |
| 6.3 | Важните неща при уговаряне на среща | | | |
| 6.4 | Основни правила при водене на разговор | | | |
| ТЕМА 8. Продажбено представяне | | 2 | 2 | |
| 7.1 | Техники за установяване на контакт | | | |
| 7.2 | Умението да задаваме въпроси | | | |
| 7.3 | Микс на успешното продажбено представяне | | | |
| 7.4 | Контрол на представянето | | | |
| ТЕМА 9. Особенности на търговското преговаряне | | 2 | 2 | |
| 8.1 | Стратегии на преговаряне | | | |
| 8.2 | Основни фази при преговаряне | | | |
| 8.3 | Техники за въздействие | | | |
| 8.4 | Техники за противодействие | | | |
| ТЕМА 10. Справяне с възраженията на клиентите | | 2 | 2 | |
| 9.1 | Какво представляват възраженията? | | | |
| 9.2 | Основни видове възражения | | | |
| 9.3 | Основни принципи при преодоляване на възраженията | | | |
| 9.4 | Техники за преодоляване | | | |
| ТЕМА 11. Психологически аспекти при затваряне на продажбата | | 2 | 2 | |
| 10.1 | Идентифициране на момента за затваряне на продажбата | | | |
| 10.2 | Метод на 5-те въпроса за затваряне | | | |
| 10.3 | Основни техники за затваряне | | | |
| 10.4 | Най-често допускани грешки | | | |
| ОБЩО: | | 30 | 30 | |

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

| №. по ред | ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА | Брой | ИАЗ ч. |
|---|-------------------------------------|-------------|---------------|
| 1. | Семестриален (текущ) контрол | | |
| 1.1. | Практически казус | 1 | 45 |
| 1.2. | Индивидуална или групова задача | 2 | 55 |
| 1.3. | | | |
| 1.4. | | | |
| Общо за семестриален контрол: | | 2 | 100 |
| 2. | Сесиен (краен) контрол | | |
| 2.1. | Изпит (тест или практически казус) | 1 | 80 |
| Общо за сесиен контрол: | | 1 | 80 |
| Общо за всички форми на контрол: | | 3 | 180 |

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Шугарс Б., Ефективни продажби: Незабавен успех, СофтПрес, 2006 г.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Баришева А. – Психология на успешните продажби. Как да продадем и слон, СофтПрес, 2007 г.
2. Блаунт, Д., Фанатично проучване на пазара, AlexSoft, 2020, 234 с.
3. Гитомър Д., Малка червена книга за успешните продажби, "Изток-запад", 2007 г.
4. Кехайова – Стойчева М., Потребителско поведение – 2 част, Наука и икономика, 2009 г.
5. Кехайова-Стойчева, М., Василев, Ю. Формиране на нови умения в бъдещи търговци при откриване на скрити връзки в транзакционни данни от от ERP система. Международна научна конференция "Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания", Свищов, 2016, 42-47.
6. Пийз А., Езикът на тялото. Скритият смисъл на думите, Сиела, 2000 г.
7. Хогън К., Скрито убеждаване, СофтПрес, 2008 г.
8. Ingram T., LaForge R., and co, Professional Selling: A Trust-Based Approach, fourth edition, Thomson South-Western, 2008
9. Hamilton G., Communicating for results, ninth edition, WADSWORTH Cengage Learning, 2011