

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - В А Р Н А
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОДАЖБИТЕ И ЛОГИСТИКА”;

ЗА СПЕЦ: „БИЗНЕС И МЕНИДЖМЪНТ“; ОКС „БАКАЛАВЪР“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 7

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>СЕМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>	
	<i>ОБЩО(часове)</i>	
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	135	-

Изготвили програмата:

1.
(доц.д-р Евгения Тонкова)

2.
(доц.д-р Бистра Василева)

Ръководител катедра:

„Маркетинг“ (проф.д-р Евгени Станимиров)

I. АНОТАЦИЯ

Курсът „Управление на продажбите и логистика“ обхваща основните тематични направления: управление на продажбите и дистрибуционни канали, анализ на продажбите, продажбени стратегии и програми и B2B и B2C Logistics.

Завършвайки курса на обучение, студентите ще получат знания, ще формират умения и компетенции в управлението на продажбите по различните видове канали. По време на обучението си те ще се запознаят със съвременните канали за дистрибуция и различни мобилни приложения, които се използват в сферата на продажбите. Ще бъдат обхванати важни интердисциплинарни връзки с други предмети, които имат отношение към преподаваните теми.

По време на курса студентите ще получат знания да управляват продажбите по канали, сегменти, клиенти и т.н. в условия на ефективна логистика и нови технологии.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
I. Въведение в продажбите и логистиката		5	5	
1.	Същност и обхват на управление на продажбите и логистиката.			
2.	Значимост на управление на продажбите.			
3.	Значимост на B2B и B2C логистиката в бизнеса.			
II. Управление на продажбите		6	4	
1.	Съвременни аспекти на управление на продажбите.			
2.	Процес на управление на продажбите.			
3.	Етапи и характеристики.			
III. Управление на продажбите и канали за дистрибуция		10	5	
1.	Управление на продажбите в традиционните канали.			
2.	Управление на продажбите в онлайн каналите.			
3.	Управление на продажбите в каталожните, call, вендинг, TV и ивент канали.			
4.	Управление на продажбите при личните продажби.			
IV. Анализ на продажбите		10	4	
1.	Анализ на продажбите по канали.			
2.	Анализ на продажбите по продукти.			
3.	Анализ на продажбите по сегменти.			
V. Продажбени стратегии и програми		5	6	
1.	Класификация на продажбените стратегии.			
2.	Аргументация и разработване на продажбените стратегии.			
3.	Дизайн на продажбена стратегия.			
4.	Структура на програмата за продажби.			
5.	Разработване на програма за продажби.			
6.	Стимулиране на продажбите.			
VI. B2B и B2C логистика		9	6	
1.	B2B логистика			
2.	B2C логистика			
3.	Нови технологии в логистиката			

4.	Логистични вериги и дистрибуционни канали			
5.	Обратна логистика			
6.	Иновации в логистиката – автоматизация, 3-D дистрибуция, логистика чрез дрон и т.н..			
Total:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсов проект (по предварително зададена тема) и презентация	1	55
1.2.	Тест	1	20
Общо за семестриален контрол:		2	75
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		3	135

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

Christopher, M. Logistics & Supply Chain Management, FT Press, 2016.

Dent, J. and White, D., Sales and Marketing Channels. How to Build and Manage Distribution Strategy, KoganPage, 2018.

Manning, G., Ahearne, M. and Reece, B., Selling Today: Partnering to Create Value, 14th Edition, Pearson, 2018.

Tonkova, E., Automated Marketing and the Need for Revising Traditional Practices / Evgeniya Georgieva Tonkova // Emerging Trends in Marketing and Management : ETIM&M : 1st Annual International Conference, Sept. 22th - 24th, 2016. - Bucharest, Romania : The Bucharest University of Economic Studies Publ. House, 2016.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

Jobber, D. and Lancaster, G. Selling and Sales Management, 8th edition, Prentice Hall, 2009.

Jordan, J. and Vazzana, M., Cracking the Sales Management Code: The Secrets to Measuring and Managing Sales Performance, 2012.

Rich, D., Contagious Selling: How to Turn a Connection into a Relationship that Lasts a Lifetime, 2013.