

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

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 НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“;

ЗА СПЕЦ: „Недвижими имоти 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 Петко Монеv)

2.
(гл. ас. д-р Анна Господинова)

Ръководител катедра:
„Икономика и управление на строителството“ (проф. д-р Пламен Илиев)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината обхваща основните въпроси от управлението на продажбите, които са специфични и приложими за недвижимите имоти. Акцентирано 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-широкия 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 |
| 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 УПРАВЛЕНИЕТО 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 | | 3 | 3 | |
| 7.1 | Техники при подготовката на продажбите на недвижими имоти | | | |
| 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 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 | |

II. 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 | 1 | 60 |
| Общо за семестриален контрол: | | 1 | 60 |
| 2. | Сесиен (краен) контрол | | |
| 2.1. | Писмен изпит (тест) | 1 | 60 |
| Общо за сесиен контрол: | | 1 | 60 |
| Общо за всички форми на контрол: | | 2 | 120 |

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Банчев, П. Управление на продажбите. Свищов: Акад. изд. Ценов, 2004.
2. Костова, С., Петров Ив. Продаване и управление на продажбите. София: Тракия-М, 2002 .
3. Маринова, Б. Сделките с имоти – права и отговорности. София: Сиби, 2009.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Белев, Д. Анализ и планиране на дейността на агенциите за недвижими имоти. София, УНСС, 2010.
2. Георгиев, Л. Ефективни продажби. Търговски техники. София, Мартилен, 2014.
3. Еклунд, Ф., Литълфийлд, Б. Гарантираната продажба. София, Locus, 2016.
4. Пандов, К. Ръководство за начинаещи брокери. София, Световна библиотека, 2016.
5. Сливотски, А., К. Вебер. Управление спросом. Москва, МИФ, 2013.

6. Семенистая Т.А. Все о недвижимости. Покупка, продажа, налоги, аренда, наследование, дарение. Москва, АСТ, 2015.
7. Хил, Н. Изкуството на продажбата. Как да продаваме най-добре, за да успеем в живота. София, Кибя, 2014.
8. Шабалин, В., Манченко, К. Сделки с недвижимостью. Москва. Омега-Л, Филинь, 2014.
9. Kiyosaki, R. T. The Real Book of Real Estate: Real Experts. Real Stories. Real Life, Vanguard Press, 2009.
10. Stack, R. The Real Estate Agent. The art of Real Estate Marketing, Kindle Edition, 2014.
11. Yuan, Lim Lan. Real Estate Marketing (Paperback), Pearson Education, 1st Edition edition, 2008.
12. Rosenauer, J. and John D. Mayfield. Effective Real Estate Sales and Marketing, South-Western Educational Pub, 3 edition, 2006.