

Факултет: ФАКУЛТЕТ ПО ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И МЕНИДЖМЪНТ
Катедра: МЕНИЖМЪНТ В СЪОБЩЕНИЯТА
Професионално направление: 3.7 АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
Специалност: МЕНИЖДМЪНТ И ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ В ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИТЕ И ПОЩИТЕ
Образователно-квалификационна степен: ПРОФЕСИОНАЛЕН БАКАЛАВЪР

ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

1. Наименование на курса: ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННИ И ПОЩЕНСКИ ПАЗАРИ
2. Код на курса: 07.2.6.8.32
3. Вид на курса: *избираем*
4. Ниво: *професионален бакалавър*
5. Година на изучаване: *трета*
6. Семестър: *шести*
7. Брой кредити: 4
8. Име на лектора: *гл. ас. д-р Гургана Димчева*
9. Резултати от обучението за дисциплината:

Целта на курса е да даде на студентите в систематизиран вид знания и практически умения, необходими за правилно ориентиране в състоянието на телекомуникационни и пощенски пазари.

Студентите, приключили обучението си, трябва да придобият:

Основни знания за специфични понятия и показатели за констатиране състоянието на пазарите на телекомуникационни и пощенски услуги и за правилно определяне на цели, свързани с постигане на желани пазарни позиции.

Практически умения за анализиране и оценяване на конкурентоспособността на телекомуникационни и пощенски оператори, на базата на показатели.

Компетенции: След приключване на курса студентите, успешно завършили курса, трябва да са усвоили теоретични знания за пазарна информация, критерии за диференциация на пазарите, определяне на пазарни дялове на телекомуникационния и пощенски пазар.

10. Начин на преподаване: *семинарни и практически упражнения*
11. Предварителни изисквания:

Студентите следва да имат познания в областта на маркетинга, информационните технологии и бази от данни, организацията на телекомуникационните и пощенски пазари. От съществено значение са знанията придобити по дисциплините основи на маркетинга, информационни технологии и бази от данни, икономика на съобщенията, организация на телекомуникационните услуги, организация на пощенските услуги.

12. Съдържание на курса:

Критерии за диференциация на пазарите. Видове пазари. Пазарна информация - същност на понятието. Видове източници на информация. Разходите, конкуренцията и печалбата като критерии за диференциране на цените на пазара. Пазарният дял като основен критерий за определяне на конкурентна позиция на пазара. Същност на понятието „пазарен дял”. Основни форми и средства за стимулиране на търсенето и продажбите на услуги на телекомуникационни и пощенски оператори. Конкурентоспособност на телекомуникационен и пощенски оператор. Основни характеристики на конкурентоспособността. Специфични фактори за повишаване на конкурентоспособността на телекомуникационен и на пощенски (куриерски) оператор.

13. Библиография:

Основна литература:

1. Годишни отчети на пощенски (куриерски) оператори.
2. Годишни отчети на оператори на телекомуникационни услуги.
3. Годишни отчети на Комисия за регулиране на съобщенията.

Допълнителна литература:

1. International cooperation – telecommunication and postal services,
<https://www.acm.nl/en/about-acm/collaboration/international-cooperation--telecommunication-and-postal-services/>

14. Методи и критерии на оценяване:

Курсът завършва с текуща оценка на основата на тест. Формирането на крайната оценка е на базата на получените точки от изпитен тест, като съответствието между броя точки и оценката по шестобалната система е както следва (Таблица 1.):

Таблица 1.

Брой точки	Оценка по шестобалната система
0 – 20	Слаб 2 (F)
20 – 39	Слаб 2 (FX)
40 – 49	Среден 3,00 (E)
50 – 59	Среден 3,00 (D)
60 – 69	Добър 4,00 (C)
70 – 84	Мн. добър 5,00 (B)
85 – 100	Отличен 6,00 (A)

15. Език на преподаване: *български*