

**Факултет:** ФАКУЛТЕТ ПО ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И МЕНИДЖМЪНТ  
**Катедра:** МЕНИДЖМЪНТ В СЪОБЩЕНИЯТА  
**Професионално направление:** 3.7. АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ  
**Специалност:** УПРАВЛЕНИЕ НА УСЛУГИ  
**Образователно-квалификационна степен:** МАГИСТЪР

## ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

**1. Наименование на курса:** УПРАВЛЕНИЕ НА КЛЮЧОВИ КЛИЕНТИ В СЕКТОРА НА УСЛУГИТЕ

**2. Код на курса:** 67.1.2.2.15

**3. Вид на курса:** задължителен

**4. Ниво:** магистър

**5. Година на изучаване:** първа

**6. Семестър:** втори

**7. Брой кредити:** 3

**8. Име на лектора:** гл. ас. д-р Гергана Димчева

**9. Резултати от обучението за дисциплината:**

*Целта на курса* е да даде на студентите в систематизиран вид основни познания в областта на управлението на ключови клиенти в сектора на услугите.

Студентите, приключили обучението си по дисциплината, трябва да придобият:

*Основни знания* за особеностите при управлението и изграждането на дългосрочни взаимоотношения с ключови клиенти.

*Практически умения:* надграждане на понятийния апарат, свързан с дисциплината Управление на ключови клиенти в сектора на услугите чрез анализ на практически казуси взети от реалната практика.

*Компетенции:* Студентите, приключили обучението си по дисциплината, трябва да могат успешно: да идентифицират и управляват ключови клиенти на организацията; да прилагат различни стратегии за изграждане на дългосрочни взаимоотношения с ключови клиенти.

**10. Начин на преподаване:**

Начинът на преподаване е под формата на лекции и семинарни упражнения. Лекционният материал се поднася под формата на теория, която е съпътствана с примери от реалната практика. Семинарните упражнения по дисциплината включват дискусии, тестови и малки теоретични въпроси, решаване на практически казуси, както и провеждане на ролеви игри.

**11. Предварителни изисквания:**

От съществено значение са знанията придобити по дисциплините: Лидерство в сектора на услугите, Взаимоотношения с клиенти в сектора на услугите, Маркетинг в социалните мрежи и on-line услуги, Интегрирани информационни системи за управление / Цифрови технологии в управлението на услуги, Законодателство в сектора на услугите, Психология на управлението, Коучинг и менторство на човешки ресурси и Интегрирани решения за бизнес анализи в услугите.

Курсове, ползващи дисциплината са: при провеждане на Студентски практикум в организации с телекомуникационни/пощенски услуги, както и при дипломно проектиране.

**12. Съдържание на курса:**

В дисциплината се разглеждат теми като: Ключови клиенти – същност и особености. Дефиниране на критерии за подбор на ключови клиенти. Управление на ключови клиенти. Сегментиране на пазара и управление на ключови клиенти. Стратегии за изграждане на взаимоотношения с ключови клиенти. Ролята на мениджъра на ключови клиенти при тяхното управлението. Устойчиво конкурентно предимство на организацията и ключови клиенти. Ролята на информационните системи като основен инструмент при управлението на ключови клиенти. Определяне на ключови клиенти на телекомуникационни услуги.

### 13. Библиография:

*Основна литература:*

1. Дънкъл, Ж., Тейлър, Б, Доволните клиенти. Стратегия за успех, Световна библиотека,София, 2014.
2. Прайснер, А., Мениджмънт на клиентите, Издателство „Еастра“, София, 2011.
3. Крастева, Н., Управление на взаимоотношенията с клиенти. Продажби, Авангард Прима, София, 2010.
4. Mcdonald, M., Woodburn, D., Key Account Management, Second Edition, 2007.

*Допълнителна литература:*

- 1.Мушмов, А., Обърнат маркетинг, CRM, Форком, София, 2009.
2. Bjerre, M., Different Forms of Key Account Management, NILF Norwegian Agricultural Economics Research Institutet, 119 , 2001.
3. Macdonald, M., B. Rogergs, D. Woodburg, ” Key Customers: How to manage them profitably” Butter Worth Heinemann, 2000.
4. Tananeeva, J., Outlining the key account management problems, Business Management, issue: 2 / 2008, pages: 1531, www.cceol.com.
- 5.Vyas, P., Key Account Management, W.P. No. 2012-06-08, 2012.

### 14. Методи и критерии на оценяване:

Дисциплината завършва с текуща оценка, под формата на два писмени теста по време на семестъра. Под внимание се взема и активността на студентите по време на самия обучителен процес. Отчита се индивидуалната и екипна работа на студента през семестъра.

Изисквания при формиране на оценката по шестобалната система

Оценката по дисциплината се оформя чрез точкова система, максималния брой точки, който студентите могат да получат е 100 (по 40 точки от всеки тест и 20 точки от работата на студента в час).

Крайната оценка от всеки тест се получава в зависимост от броя на получените точки, както следва (Таблица 1):

Таблица 1.

Бой точки	Оценка по шестобалната система
0 - 10	Слаб 2 (F, FX)
11 - 20	Среден 3 (D / E)
21 - 25	Добър 4 (C)
26 - 30	Мн. добър 5 (B)
31 - 40	Отличен 6 (A)

Формиране на крайната оценка

Формирането на крайната оценка от курса на обучение е съобразно получени точки и подредбата им по шестобалната система, дадено в Таблица 2.

Таблица 2.

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