

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: 87.1.3.3.20

3. Вид на курса: задължителен

4. Ниво: магистър

5. Година на изучаване: втора

6. Семестър: трети

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, Управление на малкия бизнес с 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.

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 Institutep, 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.

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