

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:** ЛОГИСТИКА НА УСЛУГИ И МЪРЧАНДАЙЗИНГ
- 2. Код на курса:** 24.1.4.4.37
- 3. Вид на курса:** задължителен
- 4. Ниво:** магистър
- 5. Година на изучаване:** втора
- 6. Семестър:** четвърти
- 7. Брой кредити:** 3
- 8. Име на лектора:** гл. ас. д-р Анна Оцетова
- 9. Резултати от обучението за дисциплината:**

Целта на курса е да даде на студентите в систематизиран вид знания за дейности, функции, работни процеси и модели за логистичното осигуряване на услугите и мърчандайзинга.

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

Основни знания за фундаменталните теоретични аспекти на логистиката; спецификата на логистиката в сектор услуги; логистичните канали и вериги; логистиката на запаси в услугите и транспортната логистика; логистичните разходи в услугите; логистичните обслужване; основните принципи на мърчандайзинга и видовете мърчандайзинг.

Практически умения за организиране и управление на логистични дейности, работни процеси и модели в областта на услугите, както и умения за прилагане на методи и средства при решаване на аналитични, методически и практически задачи и казуси от реалната стопанска практика, свързани с цялостното логистично обслужване и мърчандайзинга.

Компетенции: След приключване на курса студентите, успешно завършили курса, трябва да са усвоили логистиката, като основни понятия; методи, подходи и техники за проектиране на цялостната верига на доставки; методите за оценка и избор на стратегия за управлението на запасите и избор на конкретно транспортно решение; модели за оценка на качеството на логистичните дейности, през призмата на тяхната специфика в сектор услуги.

10. Начин на преподаване:

Начинът на преподаване е в лекционна и дискуссионна форма, според спецификата на разглежданата материя. Акцентът е поставен на фундаменталните въпроси на логистиката в сектор услуги и мърчандайзинга, като в учебните занятия се използва мултимедия.

11. Предварителни изисквания:

Студентите следва да имат задълбочени познания в областта на маркетинговото управление на услугите и управлението на операциите в услугите. От съществено значение са знанията придобити по дисциплините Управление на операциите в услугите, Управление на качеството на услугите, Интегрирани информационни системи за управление и Маркетингово управление в услугите.

12. Съдържание на курса:

Предмет и обхват на логистиката като наука и практика в системата на услугите. Основни понятия и определения в логистиката. Еволюция на концептуалните подходи. Значение на логистика в процеса на създаване на потребителска стойност. Логистика на услуги и маркетинг. Логистични решения в сектор услуги. Логистика на запасите в услугите. Транспортна логистика в сектор услуги. Логистични разходи в услугите. Логистично обслужване в услугите. Основни понятия, правила и принципи на мърчандайзинга. Основни задачи на мърчандайзинга. Мърчандайзингът като инструмент за стимулиране на продажбите. Видове мърчандайзинг.

13. Библиография:

Основна литература:

1. Димитрова, В., Организация и управление на търговията, София, Издателство „Мартилен“, 2013.
2. Драгомиров, Н., Раковска, М., Луканов, К., Бизнес логистика, София, Издателски комплекс на УНСС, 2018 .
3. Драгомиров, Н., Информационни системи и технологии в логистиката, София, Университетско издателство „Стопанство“, 2015.
4. Раковска, М., Драгомиров, Н., Луканов, К., Бизнес логистика, София, Издателски комплекс на УНСС, 2018.
5. Благоев, В., Новият маркетинг (е-маркетинг, m-маркетинг, вирусен маркетинг, виртуален пазар), Издателство Real Vision, 2014.
6. Желев С. и колектив, Маркетинг, София, Издателски комплекс на УНСС, 2012.
7. Котлър, Ф., Маркетингови ходове, София, Издателство „Изток запад“, 2018.
8. Кръстева, Н., Тодорова, М., Енева, К., Гаврилова, Д., Дигитален маркетинг, София, Издателство „Авангард Прима“, 2016.

Допълнителна литература:

1. Димитров, П., Логистика в България. Проблеми и перспективи за развитие, София, Университетско издателство „Стопанство“, 2013.
2. Казаков, Н., Основи на логистиката, С., Университетско издателство „Стопанство“, 2011.

14. Методи и критерии на оценяване:

Окончателната оценка по дисциплината се формира на базата на точкова система, като максималният брой точки, които студентите могат да получат е 100. Те се формират от следните дейности:

- Оценка в процеса на обучение – 50 точки (разработен проект – носи 50% тежест от крайната оценка);
- Успешно решаване на писмен тест – 50 точки (носи 50% тежест от крайната оценка).

Тестът по дисциплината се състои от 15 затворени въпроса, като въпросите имат само по един верен отговор и 2 отворени въпроса.

За всеки верен отговор на затворените въпроси се дават по 2 точки, а за всеки грешен отговор се дават по 0 точки. Получаването на точките на отворените въпроси, е както следва: перфектно разработен - 10 точки, изчерпателно разработен - 8 точки, неизчерпателно разработен - 6 точки, задоволително разработен - 4 точки, незадоволително разработен - 2 точки и невярно разработен - 0 точки.

Крайната оценка от теста се получава в зависимост от броя на получените точки, както следва:

Таблица 1.

Брой точки	Оценка по шестобалната система
0 - 10	Слаб 2 (F)
11 - 20	Слаб 2 (FX)
21 - 25	Среден 3,00 (E)
26 - 30	Среден 3,00 (D)
31 - 35	Добър 4,00 (C)
36 - 40	Мн. добър 5,00 (B)
41 - 50	Отличен 6,00 (A)

Формирането на крайната оценка е на базата на получените точки, като съответствието между броя точки и оценката по шестобалната система е дадено в Таблица 2.

Таблица 2.

Брой точки	Оценка по шестобалната система
0 - 30	Слаб 2 (F)
31 - 40	Слаб 2 (FX)
41 - 50	Среден 3,00 (E)
51 - 60	Среден 3,00 (D)
61 - 70	Добър 4,00 (C)
71 - 80	Мн. добър 5,00 (B)
81 - 100	Отличен 6,00 (A)

15. Език на преподаване: *български*