

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

## ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

**1. Наименование на курса:** ПРОДУКТОВО ЛИДЕРСТВО

**2. Код на курса:** 28.3.1.0.09

**3. Вид на курса:** факултативен

**4. Ниво:** магистър

**5. Година на изучаване:** първа

**6. Семестър:** първи

**7. Брой кредити:** 3

**8. Име на лектора:** проф. д-р Миглена Темелкова

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

*Целта на курса* е да даде на студентите в систематизиран вид основни познания за същността и спецификата на продуктовото лидерство, стратегиите за постигане на продуктивно лидерство, както и методите за оценка на лидерските позиции на продуктите.

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

*Основни знания* за същността и спецификата на продуктовата политика; жизнения цикъл на продуктите; факторите за постигане на продуктивно лидерство; подходите за разработване на продукти лидери и методите за тяхната оценка.

*Практически умения* за диагностика и анализ на пазара; прилагане на модели и инструменти за анализ на влиянието на отделните фактори върху формирането на предпочитания у потребителите към конкретен продукт; както и умения за използването на инструменти за вземане на решение и оценка на лидерските позиции на продукта.

*Компетенции:* След приключване на курса студентите, трябва да са усвоили концепциите, моделите, методите и подходите за проектиране, анализ и измерване на продуктовото лидерство.

**10. Начин на преподаване:** директно

**11. Предварителни изисквания:**

Студентите следва да имат задълбочени познания в областта на маркетинга и стратегическото лидерство. От съществено значение са знанията придобити по дисциплините „Преструктуриране на икономически структури”, „Стратегическо лидерство”.

**12. Съдържание на курса:**

Продукт и стока. Равнища на продукта. Видове продукти. Същност и съдържание на продуктовата политика. Значение на продуктовата политика в системата на маркетинг микса на организацията. Същност на полезността като вътрешно присъща характеристика на продуктите. Качество на продуктите. Оценка на качеството на продуктите. Същност на конкурентоспособността на продуктите. Критерии и показатели за оценка на конкурентоспособността. Същност на продуктовото лидерство. Стратегии за продуктивно лидерство. Процес на разработване на продукти лидери. Критерии и методика за оценка на продуктовото лидерство. Награди за продуктивно превъзходство.

**13. Библиография**

*Основна литература:*

1. Richard Banfield, Martin Eriksson, Nate Walkingshaw, Product Leadership. How Top Product Manager Launch Awesome Products and Build Successful Team, O`Reilly, 2017.

2. Андонов, С. Маркетингово позициониране (теория, практика, изследвания), София, Издателство Изток-Запад, 2014.
3. Балева, В., Продуктът – маркетингови стратегии и политики, Университетско издателство Стопанство, 2013.
4. Велев, М., Цветанова, А., Велева, С., Управление на конкурентоспособността. СОФТРЕЙД, София, 2017.
5. Emil Berthelsen, Product Leadership, Gatner, 2018.
6. Mark Abraham, My Product Management Toolkit, CreateSpace Independent Publishing Platform, North Charleston, 2018.

*Допълнителна литература:*

1. Велев, М., Цветанова, А., Масова къстамизация. Стратегии за повишаване на конкурентоспособността, Издателство Нова звезда, 2010.
2. Frost & Sullivan, Product Leadership Award, BEST PRACTICES RESEARCH, 2012.

#### **14. Методи и критерии на оценяване:**

Постигането на поставената цел на обучението се контролира чрез провеждане на текущ контрол под формата на тест. Оценката се формира чрез точкова скала, като се взема предвид участието в семинарните упражнения, и индивидуалната работа на студента през семестъра.

Окончателната оценка по дисциплината се оформя на базата на точкова система като максималния брой точки, който студентите могат да получат е 100. Те се формират от следните дейности: оценяване 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).

Формирането на крайната оценка е както следва:

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

#### **15. Език на преподаване: български**