

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „УПРАВЛЕНИЕ НА ВЗАИМООТНОШЕНИЯТА С ДОСТАВЧИЦИ И КЛИЕНТИ“

ЗА СПЕЦ: ЛОГИСТИЧЕН МЕНИДЖМЪНТ“; ОКС „магистър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО

СЕМЕСТЪР: 9 за СС и СНУ, 10 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 7

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	12
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
	198
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	
В т.ч.:	
• КОНСУЛТАЦИИ	6
• САМОПОДГОТОВКА	162

Изготвили програмата:

1.
(Доц. д-р С. Благоева)
2.
(Гл. ас. д-р П. Милушева)

Ръководител катедра:
„Катедра, от която е програмата“ (Доц. д-р И. Минков)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Управлението на взаимоотношенията с доставчици и клиенти“ предлага познания относно концептуалните основи на управлението на взаимоотношенията с доставчици и клиенти. При изучаване на дисциплината се надграждат знания получени в бакалавърска степен при изучаване на „логистика на снабдяването“ и цели придобиване на теоретични знания и практически умения, свързани с:

- разкриване на важността от взаимоотношенията с доставчици и клиенти;
- определяне на удовлетворението на доставчиците и клиентите;
- познания за преимуществата и недостатъците от партньорските взаимоотношения;
- познания за водене на преговори с партньори;
- анализ на предпочитанията на клиентите;
- познаване на основни показатели, които се използват за анализ на клиентите, въз основа, на които студентите ще могат да проектират потребителски профили;
- базови умения за провеждане на посочените анализи;
- познават различни модели за управление на връзки с клиенти;
- др.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	ВРЪЗКИ „ДОСТАВЧИК-КЛИЕНТ”
1.1.	Еволюция на връзките „доставчик-клиент”
1.2	Видове връзки „доставчик-клиент”
2	ВЗАИМОВРЪЗКИ С ДОСТАВЧИЦИ И КЛИЕНТИ
2.1	Форми на взаимоотношения с доставчици и клиенти
2.2	Модел на удовлетворение на доставчици и клиенти
3.	ПАРТНЬОРСТВА И СТРАТЕГИЧЕСКИ СЪЮЗИ
3.1	Типове партньорства
3.2	Преимущества и недостатъци на партньорските взаимоотношения
3.3	Стратегически съюзи
3.4	Партниране с доставчици в стил Тойота
4.	ВОДЕНЕ НА ПРЕГОВОРИ С ПАРТНЬОРИ
4.1	Позиции в преговорите
4.2	Типове поведение
4.3	Подходи
5.	CRM – ФАКТОР ЗА УСПЕХ В ОТНОШЕНИЯТА С КЛИЕНТИТЕ
5.1	Предпоставки за възникване на CRM концепция
5.2	Основни понятия и същност на CRM концепция
5.3	Развитие на CRM концепция
6.	АНАЛИЗ, ОЦЕНКА И СЕГМЕНТИРАНЕ НА КЛИЕНТИТЕ
6.1	Подходи и показатели за анализ и оценка на клиентите
6.2	Методи за анализ и оценка на клиентите
7.	УПРАВЛЕНИЕ НА ВРЪЗКИТЕ С КЛИЕНТИ
7.1	Модел на компанията QCi Assessment
7.2	Модел на Дж. Чан

7.3	Модел на Харисън Нийли
7.4	Модел на Ръсел Уинър
7.5	Модел на култура на CRM
8.	CRM СТРАТЕГИЯ
8.1	Същност на CRM стратегията
8.2	Разработване на CRM стратегията
8.3	Изпълнение на CRM стратегията
9.	CRM ONLINE
9.1	Същност на CRM ONLINE
9.2	Предимства на CRM ONLINE

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

Методите на подготовка и провеждане на обучението по дисциплината „Управление на взаимоотношенията с доставчици и клиенти” включват използването на различните учебни ресурси и дейности, чрез които се осъществява учебният процес в дистанционната форма на обучение:

- учебни ресурси – електронен учебник, мултимедийни презентации, файлове, интернет страници;
- учебни дейности – провеждане на учебни занятия в присъствените периоди, а чрез платформата за дистанционно обучение се прилагат разписание, база от данни, урок, форум и чат.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсова работа	1	98
1.2.			
Общо за семестриален контрол:		1	98
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (присъствен тест с отворени и затворени въпроси)	1	100
Общо за сесиен контрол:		1	100
Общо за всички форми на контрол:		1	198

¹ Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Управление на взаимоотношенията с доставчици и клиенти“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Милушева, П., „Аспекти във взаимоотношенията на фирмите с доставчиците“, Електронно списание „Икономика и компютърни науки“, бр.1, 2016.
2. Милушева, П. Стоянова, Д., „СУК-фактор във взаимоотношенията с доставчиците“, „Перспективи пред индустриалния бизнес“, Международна научна конференция, Сборник с доклади 2013, стр.338;
3. Станимиров, Е. CRM /Мениджмънт/, Варна: Наука и икономика, 2013.