РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 4 от 17.12.2024 г. Приета от КС, Протокол № 7 от 10.12.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-М-310**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-М-310 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.03/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 27 | 26 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 12 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 35 | 35 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия** | | |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 60% | 60% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Писмен тест* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Целта на учебната дисциплина "Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи" е студентите, обучавани в магистърска програма „Електронен бизнес и дигитални пазари“ да се запознаят по-задълбочено със системите за управление на взаимоотношенията с клиентите (CRM), за да могат да ги внедряват и използват във всички области на стопанския живот. Изясняват се същността, задачите и функциите на системите за управление на взаимоотношенията с клиентите, принципите на тяхното функциониране и изискванията към внедряването им. Представени са предимствата и рисковете при използването на облачни и мобилни CRM. Направена е характеристика и на социалните CRM и възможностите за практическото им приложение. Специално внимание е отделено на социалните мрежи и техните бизнес аспекти в сферата на туризма и управлението на човешките ресурси. Дискутирана е и необходимостта от създаването на стратегия за изграждане на CRM система. Очертани са и най-новите тенденции в развитието на CRM системите, свързани с най-добрите практики и иновациите в тази област.

**2.2. Предварителни изисквания**

Основа за преминаване към този курс са учебните дисциплини, които се изучават от студентите в бакалавърската степен. При подготовката на учебната програма се изхожда от това, че в бъдещата си дейност те ще се срещнат с многообразието от форми, методи и практическо проявление на компютърните информационни технологии в системите за управление на взаимоотношенията с клиентите.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Основните методи на преподаване включват лекции, презентации, дискусии, демонстрации, независими проекти и групови проекти, анализ и синтез, сравнение и обобщение.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За придобиване на теоретични знания и развитие на практически умения по основните въпроси в учебния курс се използват интернет базирани информационни технологии (DL платформа, социални мрежи и сайтове за комуникиране и обучение) с прилагане на иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение (интерактивно, инцидентно, проблемно ориентирано и казусно обучение, ролеви и игрови тип обучение) и др.

**2.4. Очаквани резултати**

Придобитите в дисциплината теоретични знания, ще се използват в практиката, за да могат да се решават успешно задачите, свързани с внедряването и използването на системите за управление на взаимоотношенията с клиентите и приложението на социалните мрежи в стопанската дейност на фирмите и организациите. Те ще служат като основа и за по-нататъшното квалификационно развитие на завършилите магистри и усъвършенстването им в света на новите информационни технологии.

Курсът по "Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи" ще се развива и усъвършенства заедно с развитието на методологията на информационното осигуряване, на компютърната техника, на базовото и приложното програмно осигуряване.

**III. разпространение на дисциплината**

1. The University of Liverpool

2. The University of Manchester

3. The School of Computer Science at the University of Birmingham

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема 1. Системи за управление на взаимоотношенията с клиенти** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1.1. Същност на CRM системите и основни принципи на функционирането им 1.2. Цели, задачи и функции на CRM системите 1.3. Класификация на CRM системите 1.4. Архитектурни компоненти на CRM системите 1.5. CRM системи на водещи български и световни производители* |
| **Тема 2. Електронни системи за управление на взаимоотношенията с клиенти** | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 4 | 1 |
| *2.1. Характеристика и специфични компоненти на e-CRM системите 2.2. Основни функции и процеси, реализирани от e-CRM системата 2.3. Модели на E-CRM системи* |
| **Тема 3. Облачни системи за управление на взаимоотношенията с клиентите** | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 4 | 1 |
| *3.1. Същност на облачните технологии  3.2. Предимства на облачните CRM  3.3. Популярни облачни CRM системи на световния и българския софтуерен пазар  3.4. Проблеми и рискове при внедряването на облачните CRM* |
| **Тема 4. Мобилни системи за управление на взаимоотношенията с клиентите** | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 4 | 1 |
| *4.1. Предимства на мобилните технологии и предпоставки за използването на мобилни решения в бизнеса  4.2. Мобилни системи за управление на взаимоотношенията с клиентите – предимства и изисквания  4.3. Популярни мобилни CRM системи на световния софтуерен пазар  4.4. Рискове и предизвикателства при внедряването на мобилните технологии* |
| **Тема 5. Социални системи за управление на взаимоотношенията с клиентите** | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 4 | 1 |
| *5.1. Характеристика на социалните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите  5.2. Възможности за практическо приложение на социалните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите 5.3. Водещи социални CRM системи* |
| **Тема 6. Приложение на системите за управление на взаимоотношенията с клиентите в бизнеса** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *6.1. Приложение на CRM системите във финансовия сектор 6.2. Приложение на CRM системите в туризма 6.3. Приложение на CRM системите в образованието 6.4. Приложение на CRM системите в търговските фирми* |
| **Тема 7. Изграждане и внедряване на CRM система в предприятието** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *7.1. Разработване на CRM стратегия 7.2. Изграждане на CRM система 7.3. Внедряване на CRM система 7.4. Оценка на ефективността на CRM системата 7.5. Проблеми при изграждането и внедряването на CRM системите* |
| **Тема 8. Проблеми и предизвикателства при внедряването и използването на CRM системи** | 2 | 1 | 1 | 0.5 | 2 | 1 |
| *8.1. Проблеми и предизвикателства при внедряването и използването на CRM системи 8.2. Тенденции в развитието на CRM системите* |
| **Тема 9. Социални мрежи и платформи** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *9.1. Социални медии  9.2. Виртуални общества и виртуален свят  9.3. Социални мрежи  9.4. Бизнес социални мрежи  9.5. Мобилни социални мрежи* |
| **Тема 10. Приложение на социалните мрежи в бизнеса** | 2 | 1 | 1 | 0.5 | 2 | 1 |
| *10.1. Социалните мрежи и социалният бизнес  10.2. Социалните мрежи и управлението на човешките ресурси  10.3. Интернет маркетинг посредством социални мрежи и платформи 10.4. Приложение на социалните мрежи в туристическия бизнес* |
| **Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование на**  **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** | |
| **Лекции** | **Семинарни**  **занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Шишманов, К., Маринова, К., Цанов, Е. (2021). Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи. Свищов. АИ "Ценов" |
| 2. Учебен курс “Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите и социални мрежи“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“. https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=3727 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Маринова, К. (2023). Усъвършенстване на електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите във финансовия сектор. Свищов. АИ "Ценов". |
| 2. Marinova-Kostova, K. (2020). Internet marketing through social networks and platforms. ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ В XXI ВЕКЕ: ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ. Донецк. |
| 3. Шишманов, К., Маринова, К. Електронни системи за разплащания. (2017). Свищов. АИ "Ценов". |
| 4. Попов, В., Маринова, К. (2017). Web 2.0 инструменти за публикуване на резултати от научни изследвания. Свищов. АИ "Ценов". |
| 5. Краева, В. (2016). Облачни CRM - предимства и рискове при внедряването им. Международна научна конференция "Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания". |
| 6. Краева, В. (2013). Приложение на мобилните технологии в бизнеса. Бизнес управление. Свищов. |
| 7. Краева, В., Емилова, П., Маринова, Н., Маринова, К. (2012). Електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите – състояние и възможности за финансовия сектор в България. Електронно списание „Диалог“, Тематичен брой I. Свищов. АИ "Ценов". |
| 8. Краева, В., Емилова, П., Маринова, Н., Маринова, К. (2012). Изследване на състоянието, възможностите и перспективите за внедряване на електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите. АЛМАНАХ научни изследвания, 17. Свищов. АИ "Ценов". |
| 9. Шишманов, К. (2012). Предизвикателствата пред ефективността на CRM системите за управление на взаимоотношенията с клиенти. CIO, бр.3. |
| 10. Gretzel, U. (2018). Tourism and Social Media. Sage Handbook of Tourism Management. SAGE Publications Ltd. |
| 11. Mathieu, T. (2018). Entrepreneurship: A Guide To Success For Entrepreneurs And Aspiring Entrepreneurs. Independently published. |
| 12. Svermova, P. (2018). Social Media in Human Resource Management. |
| 13. Jerman, D., & Zavrsnik, B. (2015). Exploring the role of business social networking for organizations. Innovative Issues and Approaches in Social Sciences, 8(1). |
| 14. Rahimi, R., Nadda, V., Wang, H. (2015). CRM in tourism: Customer relationship management (CRM). От N. Ray, Emerging Innovative Marketing Strategies in the Tourism Industry. IGI Global. |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. 57 Key CRM Software Statistics: 2021/2022 Market Share Analysis & Data.  https://financesonline.com/crm-statistics-analysis-of-trends-data-and-market-share/. 2021. |
| 2. CRM Software-as-a-Service (SaaS) Reality. http://www.online-crm.com/.2021. |
| 3. Zunenshine, M. 15 Best Cloud Based CRM Software (2021). https://crm.org/crmland/cloud-based-crm. 2021. |
| 4. Zunenshine, M. 7 Best Social CRM Software (2021 Update).  https://crm.org/crmland/social-crm. 2021. |
| 5. Fuchs, J.  The 5 Best Mobile CRM Solutions for 2020. https://blog.hubspot.com/sales/mobile-crm-solutions. 2020. |
| 6. Software Testing Help. Top 10 Best CRM Software Tools In 2020. https://www.softwaretestinghelp.com/best-crm-software-tools/. 2020 |
| 7. Yonatan, R. The Complete Guide to Understanding Social CRM. https://saaslist.com/blog/guide-social-crm. 2018. |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (проф. д-р Красимир Шишманов) |
| …………………………………  (гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова) |
| …………………………………  (гл. ас. д-р Емил Цанов) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (проф. д-р Красимир Шишманов) |  |