РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра “БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(проф. д-р Маргарита Богданова) | Приета от ФС, Протокол № 11 от 16.06.2021 г.Приета от КС, Протокол № 16 от 12.05.2021 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/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.02/2021 |

**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 | 0 | 45 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 27 | 0 | 27 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 16 | 20 |
| **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***

Основните методи на преподаване са електронна платформа, асинхронни и синхронни консултации, онлайн тестове, казуси

**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 им1.2. Цели, задачи и функции на CRM системите1.3. Класификация на CRM системите1.4. Архитектурни компоненти на CRM системите1.5. 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 системите2.2. Основни функции и процеси, реализирани от e-CRM системата2.3. 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 клиентите5.3. 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 сектор6.2. Приложение на CRM системите в туризма6.3. Приложение на CRM системите в образованието6.4. 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 стратегия7.2. Изграждане на CRM система7.3. Внедряване на CRM система7.4. Оценка на ефективността на CRM системата7.5. 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 системи8.2. 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 платформи10.4. 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. Краева, В., Емилова, П., Маринова, Н., & Маринова, К.  Електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите – състояние и възможности за финансовия сектор в България. Електронно списание „Диалог“, Тематичен брой I, pp. 29-43. Август, 2012. |
|  2. Краева, В., Емилова, П., Маринова, Н., & Маринова, К. Изследване на състоянието, възможностите и перспективите за внедряване на електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите. АЛМАНАХ научни изследвания, 17, pp. 190-218. 2012. |
|  3. Маринова, К. Усъвършенстване на електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите във финансовия сектор. Свищов. 2013. |
|  4. Попов, В., & Маринова, К. Web 2.0 инструменти за публикуване на резултати от научни изследвания. Свищов: АИ Ценов. 2017. |
|  5. Станимиров, Е. Управление на връзките с клиентите. Варна. 2007. |
|  6. Шишманов, К., & Маринова, К. Електронни системи за разплащания. Свищов: АИ Ценов. 2017. |
|  7. Askool, S., Jacobs, A., & Nakata, K. A Method of Analysing the Use of Social Networking Sites in. От M. Cruz-Cunha, Handbook of Research on Business Social Networking: Organizational, Managerial, and Technological Dimensions. 2011. |
|  8. Bergeron, B. Essentials of CRM: A guide to customer relationship management. John Wiley & Sons. 2004. |
|  9. Constantinides, E., Lorenzo-Romero, C., & Alarcón-del-Amo, M.-d.-C. Social Networking Sites as Business Tool: A Study of User Behavior. 2013. |
|  10. Gretzel, U. Tourism and Social Media. Sage Handbook of Tourism Management. SAGE Publications Ltd. 2018. |
|  11. IBM Software Group. The Social Business. Advent of a new age. New York. 2011. |
|  12. Informa Telecoms & Media. Mobile Social Networking. 2008. |
|  13. Libertin, D. Možnosti využití sociálních sítí v řízení lidských zdrojů (Possibilities of Using Social Media in Human Resource Management). 2012. |
|  14. Payne, A. HANDBOOK OF CRM: Achieving Excellence in Customer Management. Elsevier. 2005. |
|  15. Rheingold, H. L. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. 1993 |
|  16. Svermova, P. Social Media in Human Resource Management. 2018. |
|  17. Turban, E., & Volonino, L. Information technology for management. Improving Performance in the Digital Economy (Seventh изд.). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc. 2010. |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Величкова, Д., & Милчева, Д.  E-customer relationship management в контекста на внедряването на социален софтуер за бизнеса – начин на повишаване на конкурентоспособността на организацията. Икономиката и управлението на XXI век – решения за стабилност и растеж : Международна юбилейна научна конференция:. Свищов: АИ Ценов. 2011. |
|  2. Георгиева, С. CRM: за какво става въпрос. Ютилитис, 6, 28. 2008. |
|  3. Краева, В. Електронен бизнес в туризма. Свищов: АИ Ценов. 2004. |
|  4. Краева, В., Върбанов, Р., Шишманов, К., Денчев, Е., Стефанова, К., Парушева, С., & Петров, П. Информационни технологии в бизнеса. Велико Търново: Фабер. 2009. |
|  5. Краева, В. Облачни CRM - предимства и рискове при внедряването им. Международна научна конференция "Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания", (стр. 114-120). 2016. |
|  6. Краева, В. Приложение на мобилните технологии в бизнеса. Бизнес управление, 72-92. 2013. |
|  7. Шишманов, К. CRM софтуерът и ефективността на търговските услуги. Унив. изд. ИУ - Варна, 2003 |
|  8. Шишманов, К. Предизвикателствата пред ефективността на CRM системите за управление на взаимоотношенията с клиенти. CIO, 2012, бр.3, с.52-55 |
|  9. Bell, M. Toward a Definition of Virtual Worlds. Journal of Virtual Worlds Research.. 2008. |
|  10. Hettich, S., Hippner, H., & Wilde, K. Customer Relationship Management – Informationstechnologien im Dienste der Kundeninteraktion. Deinstleistungsmanagement Jahrbuch. 2001. |
|  11. Horn, D., Feinberg, R., & Salvendy, G. Determinant Elements of Customer Relationship Management in e-business. Behaviour & Information Technology, 2. 2005. |
|  12. Jerman, D., & Zavrsnik, B. Exploring the role of business social networking for organizations. Innovative Issues and Approaches in Social Sciences, 8(1), 28-45. 2015. |
|  13. Korenich, L., Lascu, D., Manrai, L., & Manrai, A. Social media Past, present, and future. От L. Moutinho, E. Bigné, & M. Ajay, The Routledge Companion to the Future of Marketing (стр. 234-249). London. 2013. |
|  14. Körner, V., & Zimmermann, H.-D. Management of Customer Relationship in Business Media – The Case of the Financial Industry. 33rd Hawaii International Conference of System Sciences, (стр. 10-35).2000. |
|  15. Küpper, T., Lehmkuhl, T., Jung, R., & Wieneke, A. Features for Social CRM Technology – An Organizational Perspective. Twentieth Americas Conference on Information Systems. Savannah. 2014. |
|  16. Marinova-Kostova, K. Internet marketing through social networks and platforms. ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ В XXI ВЕКЕ: ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ, (стр. 261-266). Донецк. 2020. |
|  17. Mathieu, T. Entrepreneurship: A Guide To Success For Entrepreneurs And Aspiring Entrepreneurs. Independently published. 2018. |
|  18. Musiał, K., & Kazienko, P. Social networks on the Internet. World Wide Web, 16, 31-72. 2012. |
|  19. Rahimi, R., Nadda, V., & Wang, H. CRM in tourism: Customer relationship management (CRM). От N. Ray, Emerging Innovative Marketing Strategies in the Tourism Industry (стр. 16-44). IGI Global. 2015. |
|  20. QuantaCRM. Mobile CRM. Advantages, Benefits, Challenges and Considerations. 2013. |

 **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. Черкашин, П. A.  Стратегия взаимоотношений с клиентами (CRM): нужна ли она вам?  http://www.elitarium.ru/strategija\_vzaimootnoshenijj\_s\_klientami\_crm/. 2007. |
|  3. Baird, F., & Sehl, K. The Complete Guide to YouTube Marketing in 2020.  https://blog.hootsuite.com/youtube-marketing/2020. |
|  4. Bloom, L. B. Ranked: The World’s 15 Best Virtual Tours To Take During Coronavirus. https://www.forbes.com/sites/laurabegleybloom/2020/04/27/ranked-worlds-15-best-virtual-tours-coronavirus/?sh=392722fe6709. 2020. |
|  5. CRM Software-as-a-Service (SaaS) Reality. http://www.online-crm.com/.2021. |
|  6. Fuchs, J.  The 5 Best Mobile CRM Solutions for 2020. https://blog.hubspot.com/sales/mobile-crm-solutions. 2020. |
|  7. Influencer Marketing Hub. TikTok Marketing for Beginners – A Marketer’s Guide to Advertising on Tiktok. https://influencermarketinghub.com/tiktok-marketing-guide/. 2021. |
|  8. Newberry, C. The 21 Best Instagram Marketing Tips for 2021 (Cheat Sheet).  https://blog.hootsuite.com/instagram-marketing/. 2021. |
|  9. Software Testing Help. Top 10 Best CRM Software Tools In 2020. https://www.softwaretestinghelp.com/best-crm-software-tools/. 2020 |
|  10. Yonatan, R. The Complete Guide to Understanding Social CRM. https://saaslist.com/blog/guide-social-crm. 2018. |
|  11. Zunenshine, M. 15 Best Cloud Based CRM Software (2021). https://crm.org/crmland/cloud-based-crm. 2021. |
|  12. Zunenshine, M. 7 Best Social CRM Software (2021 Update).  https://crm.org/crmland/social-crm. 2021. |

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) |  |